



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS
PROFESSOR MILTON SANTOS
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM CULTURA E SOCIEDADE**

PEDRO LAURENTINO PINHEIRO DOS SANTOS

**LUGAR E HOSPEDAGEM:
CULTURA E TURISMO NO CENTRO HISTÓRICO DE SALVADOR**

Salvador
2012

PEDRO LAURENTINO PINHEIRO DOS SANTOS

**LUGAR E HOSPEDAGEM:
CULTURA E TURISMO NO CENTRO HISTÓRICO DE SALVADOR**

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre. Área de concentração: cultura e desenvolvimento.

Orientador: Prof. Dr. José Cláudio Alves de Oliveira

Salvador
2012

S237 Santos, Pedro Laurentino Pinheiro dos.
Lugar e hospedagem: cultura e turismo no Centro Histórico de Salvador / Pedro
Laurentino Pinheiro dos Santos. 2012.
106 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. José Cláudio Oliveira.
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades
Artes e Ciências Professor Milton Santos, 2012.

1. Hotelaria - Aspectos antropológicos - Salvador, BA. 2. Centro histórico - Turismo -
Bahia. 3. Contemporaneidade - Sociedade. I. Oliveira, José Cláudio. II. Título.

CDU: 379.85:572

PEDRO LAURENTINO PINHEIRO DOS SANTOS

LUGAR E HOSPEDAGEM: CULTURA E TURISMO NO CENTRO HISTÓRICO DE SALVADOR

Dissertação apresentada como pré-requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Cultura e Sociedade, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos.

Área de concentração: cultura e desenvolvimento.

Aprovada em 12 de abril de 2012.

Banca Examinadora

José Cláudio Alves de Oliveira – Orientador _____
Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea, UFBA
Universidade Federal da Bahia

Adalberto Silva Santos _____
Doutor em Sociologia, UnB
Universidade Federal da Bahia

José Carlos Santos Ribeiro _____
Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea, UFBA
Universidade Federal da Bahia

A Lucas.
A Teco, que cuida dele e de nós.
A Elias, na certeza de sua cura.

AGRADECIMENTOS

A Deus.

A Michele, companheira-revisora, pelo amor, pelo incentivo, pelo suporte, e por me perguntar às 23:30h como andava a dissertação. A Lucas, por não ter comido nenhum livro das bibliotecas, pela companhia nas madrugadas de artigos e leituras, pelo sorriso, pelo carinho, pelo Bahia. Porque quase se chamou mestrado. Porque resolveu nascer em cima da qualificação.

A Cláudio, pela calma em meio à angústia, pelo norte e pelo incentivo. Obrigado!

À imensa família, pela vibração e pelo incentivo. Aos meus avós, meu orgulho. À minha mãe, Yolanda, por tudo. A meus irmãos, Tiago, Emily e Gabriel, Zed, Piu e Sabaculino. Aos amigos, que são também família. Aos compadres, pela amizade, pelas risadas e pelo atestado. Aos Black brothers Moita e Rato. Uiu!

A André, que leu, revisou e incentivou o projeto da candidatura, Marieta, em sua saudosa memória, Didi, Sueli, Eleonora, Silvia, Nilson, Solange e Minésio, por possibilitar de diferentes maneiras a realização do curso, desde a candidatura até este momento. Pelos empréstimos, revisões, cafés, almoços, carurus, risadas e cervejinhas.

Aos colegas e amigos da Faufa, que me suportam todos os dias. A Ana de Lourdes, que partiu, mas antes previu este momento e vibrou por ele. A Elyane Lins, pelo parecer final lá no começo. Aos alunos, pela inspiração.

Aos professores do CEFET, especialmente a Gláuria, Alex, Biagio e Thyrso, que têm parte neste tema e nestas perguntas. Aos professores do Pós-Cultura, pelas idéias, pelos debates, pela emoção. A Renatinho, pelos empréstimos e depoimentos. A Edilene, pelo carinho e pela poesia. Aos professores da vida toda, que eu não nasci sabendo. A Jonilson, Lazaro, Jorge, pai, mãe, Fernando, Rita, Ademir, Stefan, pró Morena, todos. Obrigado.

Aos colegas maravilhosos do Pós-Cultura. Ao Fecult, ao Enecult, ao acarajécult e todos esses momentos deliciosos de estarmos juntos. Sem vocês, teria sido uma vigília solitária no monte das oliveiras.

A Helia e Mana Samadzadeh, pelo exemplo fantástico de vidas que brilham como as estrelas céu da Pérsia. A Carolina Rodrigues e Luis da Silva, pelo apoio e pela gentileza, a Cinthia e Nico, pela hospitalidade, aos colegas assistentes, pela juventude. À jovem Aninha, que há de ser a nova estrela do fado. A Lile e Alcindo, pela amizade. A Carolina, da Alsácia e de Brasília, pela amizade, pela hospitalidade e pelos risottos.

A todos que, ao perguntarem - *qual é o seu tema?* Quase ou muito se arrependeram. Aos que perguntaram o dia da defesa e descobriram que esta não era uma boa pergunta. Aos que perguntaram como vai a dissertação, e imediatamente pensaram em chamar o Samu, ou o psiquiatra. Merci, Dunke, Valeu.

Mas, quando entrardes numa cidade e não fordes bem recebidos, saindo pelas ruas,
dizei: Até a poeira de vossa cidade que se apegou aos nossos pés,
sacudimos contra vós.

Lucas 10:10-11

SANTOS, Pedro Laurentino Pinheiro dos. **Lugar e Hospedagem**: cultura e turismo no Centro Histórico de Salvador. 2012. 106 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Instituto de Humanidades Artes e Ciências Professor Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

RESUMO

O presente estudo aborda o conceito do não-lugar e sua manifestação nos meios de hospedagem do Centro Histórico de Salvador. O espaço e a mobilidade são estudados enquanto efeitos da contemporaneidade que se tornam marcantes para a produção e a vivência de não-lugares. A evolução do turismo e as transformações dos viajantes e das viagens são discutidas, bem como a transformação de Salvador em uma cidade turística e de seu Centro Histórico em um destino relevante para a observação do Patrimônio Cultural da Humanidade. A hospedagem é analisada enquanto elemento capaz de transformar a experiência do turista e determinar a vivência do lugar antropológico ou do não-lugar. Um estudo de caso realizado com os diferentes tipos de hospedagem existentes no Centro Histórico aborda sua relação com a vivência do lugar pelo turista. Os resultados são analisados qualitativamente de forma a possibilitar uma postura crítica em relação ao turismo e sua realização no Centro Histórico de Salvador.

Palavras-chave: Cultura - turismo. Hospedagem. Não-Lugar. Centro Histórico – Salvador.

SANTOS, Pedro Laurentino Pinheiro dos. **Place and Hospitality**: culture and tourism at the Historic Center of Salvador. 106 sheets. 2012. Master Thesis. (Master in Culture and Society) – Institute of Humanities, Arts and Sciences Professor Milton Santos, Federal University of Bahia, Salvador, 2012.

ABSTRACT

This thesis studies the concept of non-places and its manifestation in different levels of hotels at the historic center of Salvador. Space and Mobility are studied as contemporary effects that become remarkable for the production and experience of non-places. The development of tourism and the transformations of tourists and travel itself are discussed, as well as the transformation of Salvador on a touristic town and its historic center into a relevant destination to the observation of Cultural Heritage. The accommodations are analyzed as elements capable of transforming tourist's experience and determine the experience of anthropological place or non-place. A study case with different types of accommodation available in the Historic Center of Salvador discusses its relation to the experience of the place by the tourist. The results are analyzed qualitatively in order to sustain a critic perspective on Tourism and its reality in the Historic Center of Salvador.

Key words: Culture – tourism. Hospitality. Non-place. Historic Center – Salvador.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Visualizando Amizades	37
Figura 2 – Turismo – Horizonte 2020	47
Quadro 1 – Atores e Ações Adotadas no Centro Histórico de 1959 a 94	59
Quadro 2 – Proposições do Plano de Reabilitação do Centro Antigo	65
Figura 3 – Centro Histórico e amostra pesquisada	77
Figura 4 – Placa sinalizando Família Hospedeira no Centro Histórico de Salvador	78
Figura 5 – Recepção no Albergue das Laranjeiras	82
Figura 6 – Quarto coletivo no Albergue das Laranjeiras	83
Figura 7 – Visão Panorâmica da recepção da Pousada do Boqueirão	85
Figura 8 – Detalhe da sinalização no Hotel Villa Bahia	88
Figura 9 – Recepcionista no Hotel Villa Bahia	89
Figura 10 – Piscina interna do Hotel Villa Bahia	90
Figura 11 – Academia no Pestana Convento do Carmo	92
Figura 12 – Área de estar no Pestana Convento do Carmo	93
Figura 13 – Sacristia na Igreja do Carmo	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Desembarques Internacionais e Receitas Cambiais nas Américas	48
Tabela 2 – Desembarques e Receitas do Turismo na Bahia em 2008	49
Tabela 3 – Meios de Hospedagem (mar.08) e Agências de Viagem (jan./09) do CHS.	74

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BAHIATURSA - Empresa de Turismo do Estado da Bahia S/A
CIA - Centro Industrial de Aratu
CIAM - Congresso Internacional de Arquitetura Moderna
CNT - Conselho Nacional de Turismo
CONDER - Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia
DELTUR – Delegacia de proteção ao turista
EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo
FIFA - Federação Internacional de Futebol
FIPE - Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
FMI - Fundo Monetário Internacional
IPAC - Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia
IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
OMT - Organização Mundial do Turismo
PREVI - Previdência Privada dos Funcionários do Banco do Brasil
PRODETUR - Programa de Desenvolvimento do Turismo
SBClass - Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem
UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
UNIFACS – Universidade do Salvador

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	AONDE IR? O ESPAÇO NA CONTEMPORANEIDADE	17
2.1	DO LUGAR AO NÃO-LUGAR: CONCEITOS	17
2.2	TEMPO DE MOBILIDADE	27
2.2.1	Transformações no espaço-tempo	35
3	O QUE VER E FAZER? TURISMO E TURISTAS	42
3.1	SITUANDO O TURISMO	44
3.2	O TURISTA E O NÃO-LUGAR	50
3.3	SALVADOR – CENTRO HISTÓRICO E CENTRO TURÍSTICO	55
4	ONDE FICAR? A HOSPEDAGEM COMO OBJETO DE ANÁLISE	66
4.1	HOSPEDAGEM LOCAL, HOSPEDAGENS GLOBAIS	66
4.2	ATIVIDADE HOTELEIRA EM SALVADOR	72
4.3	ESTUDO DE CASO	76
4.3.1	Hospedagem Doméstica	78
4.3.2	Albergue	81
4.3.3	Pousada	84
4.3.4	Hotel	88
4.3.5	Hotel Internacional	91
4.3.6	Estudo de caso – Considerações	94
5	RELATOS DE VIAGEM – CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
	REFERÊNCIAS	101

1 INTRODUÇÃO

O Centro Histórico de Salvador é considerado, desde 1985, Patrimônio Cultural da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), tendo recebido ao longo dos anos programas de recuperação e revitalização que instalaram ali um pólo turístico composto de espaços de eventos, bares, restaurantes, museus, lojas e equipamentos de hospedagens, dentre outros, instalados nos prédios que formam o conjunto histórico da cidade de Salvador.

O Pelourinho, metonímia que aqui indica todo o Centro Histórico por sua porção mais destacada, simboliza um centro da cultura de Salvador, representando, acumuladamente, a história colonial da cidade e as matrizes africanas de seu povo, tanto pelo testemunho da escravidão, quanto pela recente afirmação dos grupos culturais que compõem o movimento negro.

O modelo de desenvolvimento previsto para o turismo no Centro Histórico de Salvador, no entanto, se mostra frágil e dependente do poder público. A globalização e as transformações do espaço mundial colocam o turismo sob influência direta de fatores globais, e a mundialização da cultura surge como uma força que torna todos os lugares o mesmo lugar.

Os excessos da supermodernidade descritos por Augé (1994) produzem lugares onde não se pode perceber a história, a identidade ou as relações sociais dos indivíduos, os chamados não-lugares. Lugares de anonimato, que se igualam e anulam as particularidades dos indivíduos e a relevância dos valores locais em favor do espaço global.

As perguntas que são propostas neste trabalho são: de que maneira os meios de hospedagem do Centro Histórico de Salvador constroem a vivência do local? As experiências, atividades e formas de estar na cidade propostas nessas organizações estimulam e enriquecem o contato com a cultura local? Que aspectos dessa cultura são estimulados, que pontos são ocultados? A forma de relacioná-los corresponde à dinâmica do Não-Lugar?

Assim, o problema de pesquisa se define pela necessidade de determinar se a hospedagem ofertada no Centro Histórico corresponde ao não-lugar, ou, pelo contrário, proporciona um envolvimento tal que permita ao turista conhecer e

vivenciar o lugar, percebendo os seus tempos, valores e as suas relações, configurando um lugar antropológico.

Esta pesquisa encontra justificativa em pólos distintos da observação do fenômeno do Turismo. O primeiro deles é social, humanista e cultural: a existência e a persistência de uma imagem construída socialmente e o seu entendimento no campo acadêmico, ou seja, a análise da construção do sentido do Centro Histórico de Salvador e a transmissão desse sentido aos visitantes, enquanto o segundo é econômico, baseado no desenvolvimento do Turismo e no incremento da participação da comunidade receptora nesse processo, não apenas na realização de atividades econômicas residuais, mas na estruturação de relações mais marcantes entre o visitante e a cultura local.

O aspecto cultural da hospedagem é central para o entendimento do turismo numa era em que as imagens e informações circulam mais rápido que as pessoas. A percepção de vestuário, alimentação e cortesia, dentre outros fatores, contribui para abandonar o estereótipo da hospitalidade para abraçar o conhecimento empírico sobre o comportamento do turista e do receptor e as implicações dessa dinâmica na troca simbólica que daí decorre.

Perceber os elementos da hospedagem que contribuem para a vivência do lugar em oposição à visitação do não-lugar pode ajudar a sociedade a planejar melhor a forma com que o Turismo será concebido, bem como a atuar junto às autoridades para intervir ou requisitar a representação dos interesses da comunidade no processo de definição de usos e políticas para o Centro Histórico.

A defesa da vocação turística no discurso dominante abre espaço para intervenções econômicas e sociais das quais a população é excluída ou alcançada em pequena escala, dentro de atividades previstas pelo poder público. Com a evidência de que a sua participação na atividade turística reúne características para melhor qualificá-la, a população local ganha poder para requisitar sua permanência no local e a revisão de políticas públicas adotadas no passado.

Cabe ainda pensar o conceito de Não-Lugar em uma realidade diferente daquela em que Marc Augé o produziu, participando assim da construção de uma nova reflexão sobre esse conceito e sobre a realidade local. A proposição de outra visão sobre a relação entre Turismo e desenvolvimento torna-se então um ponto de relevância deste estudo.

A pesquisa proposta investiga o turismo no Centro Histórico de Salvador e tem como objeto de estudo a oferta de hospedagem efetuada por agentes situados naquele espaço com o intuito de se verificar quais elementos contribuem para formação de um sentido de lugar.

Assim, três hipóteses foram levantadas, visionando possibilidades de cenários múltiplos e complementares: a primeira diz que os meios de hospedagem do Centro Histórico de Salvador encontram dificuldades para ambientar os seus hóspedes em meio a distintas vertentes imagéticas sobre a cidade.

A segunda hipótese é de que, munido de sinais, circuitos e textos descritivos, o Centro Histórico é tomado por um não-lugar pelo turismo, de maneira que a cultura local não é incorporada, mas rechaçada.

A terceira e última estabelece que a hospedagem pode reverter o esvaziamento do sentido da experiência turística ocorrido nos não-lugares, despertando o turista e o inspirando a compreender a cultura local e relacionar-se com ela, produzindo um sentido pessoal.

O objetivo geral é compreender o papel da Hospedagem na construção do entendimento e da fruição do lugar visitado, tomando-se como base o Centro Histórico de Salvador e os Meios de Hospedagem nele instalados.

São objetivos específicos estudar o Centro Histórico enquanto lugar antropológico e destino turístico; analisar os recursos empregados na hospedagem para caracterização de personalidade, de fruição e de comportamento; observar as propostas para a percepção e a fruição da cultura por parte dos organismos oficiais e agentes privados; estudar o Turismo enquanto processo de desterritorialização.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa, formada por um levantamento teórico sobre os diferentes aspectos do tema proposto e um estudo de caso onde se verifica a ocorrência do não-lugar nos meios de hospedagem do Centro Histórico de Salvador.

O estudo de caso, por sua vez, foi realizado com uma população de cinco meios de hospedagem, cada um atuando em um nível distinto da cadeia de negócios do turismo, a saber, a hospedagem doméstica, as pousadas, os albergues, os hotéis e as unidades de redes internacionais. Um participante de cada tipo foi analisado através da observação direta e de entrevistas semi-estruturadas.

A realização da pesquisa de campo se deu durante o período de carnaval de 2012, entre os dias 16 e 22 de fevereiro, período de alta estação para o turismo em

Salvador. Por isso, a colaboração dos entrevistados foi fundamental para que as etapas de pesquisa fossem cumpridas com sucesso. Onde não foi possível realizar a entrevista mesmo após várias tentativas, a busca de informações foi feita pela internet, na literatura e através da observação de campo.

Os resultados foram analisados de forma a possibilitar uma postura crítica em relação ao conceito central do não-lugar e também do contexto do turismo no Centro Histórico de Salvador.

Este estudo revela a necessidade de apoio aos empreendimentos voltados para a valorização da cultura e àqueles em que a participação da comunidade receptora é ampliada, notadamente a hospedagem doméstica, que se revelou precária e desassistida. Se já existe um histórico de recursos alocados, o momento é de garantia dos serviços elementares e de comprovação da capacidade de gestão do Centro Histórico por parte dos poderes públicos.

É importante considerar alguns pontos não abordados nesta pesquisa e que se mostram relevantes para a ampliação do quadro teórico proposto, como a ocorrência de estratégias de ambientação nos resorts e hotéis internacionais instalados e a instalar, notadamente no litoral norte da Bahia.

Da mesma forma, os estudos de percepção da cultura pelos turistas que visitam o centro Histórico poderiam ser objeto de um esforço de pesquisa muito maior do que é possível realizar em um estudo individual e limitado pelo tempo como este que se encerra.

O conjunto desses estudos levaria a melhores condições de planejamento e à possibilidade de valorização da cultura por meio do turismo, e certamente, a uma reflexão sobre os empreendimentos que verdadeiramente são significativos nesse sentido.

2 AONDE IR? O ESPAÇO NA CONTEMPORANEIDADE

Neste capítulo, é apresentado o recorte epistemológico da dissertação, dividido em dois tópicos que abordam o espaço e a relação contemporânea entre espaço, consumo e mobilidade que gera o não-lugar. Refletem também o avanço da técnica e sua relação com a sensibilidade do indivíduo em relação ao mundo que o cerca.

2.1 DO LUGAR AO NÃO-LUGAR: CONCEITOS

A palavra lugar, do latim *localis* – lugar, local, derivado de *locus* – local, tem diversas acepções de significado nos dicionários da língua portuguesa, podendo ser considerado um país, cidade, povoação ou região, uma área de limites definidos ou indefinidos, uma parte do espaço ocupada por uma coisa ou um ser animado, uma posição ou uma ordem em uma classificação, ou ainda a identificação específica do local de nascimento ou moradia de alguém ou algo, dentre muitos outros sentidos (HOUAISS, 2009; AULETE, 2004).

Espaço, por sua vez, significa a extensão que contém todas as extensões finitas e todos os corpos existentes ou passíveis de existência (HOUAISS, 2009), podendo ainda ser a distância ou o tempo que separa dois objetos ou eventos: “o espaço entre eles”, “no espaço de um ano” (AULETE, 2004). Enquanto signos de referência, lugar e espaço se completam e se substituem, e quase sempre se complementam. Nas ciências sociais, entretanto, espaço e lugar são conceitos nem sempre tão próximos ou dependentes. Tuan (1983, p. 3) coloca bem a noção de lugar oposto ao espaço: “o que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor”.

Para Santos (1992), o espaço é uma instância da sociedade, assim como a instância econômica e a cultural-ideológica. Contém e é contido pelas demais instâncias, e cada uma delas o contém e é por ele contida. Logo, “a essência do espaço é social” (SANTOS, 1992, p. 1). O autor adverte para as muitas acepções em torno do vocábulo *espaço*, e deixa clara sua intenção de trabalhá-lo enquanto “um *fator* da evolução social, não apenas como uma condição [grifo do autor]” (SANTOS, 1992, p. 1).

Tomando a concepção espacial com objetivos distintos da descrição e a classificação da natureza, de um lado, e da observação da complexidade das relações humanas em concomitância com as transformações que este realiza para existir na natureza, de outro, Milton Santos estabelece ao longo de sua obra uma idéia de sistema, em que o espaço se torna natureza e sociedade.

“O movimento dialético entre forma e conteúdo, a que o espaço, a soma dos dois, preside, é, igualmente, o movimento dialético do todo social, apreendido na e através da realidade geográfica” (SANTOS, 1992, p. 2). A sociedade está, portanto, em um movimento transformador pelo qual ela mesma é tocada. “Cada localização é, pois, um instante do imenso movimento do mundo”.

Este movimento varia de parte a parte, numa espécie de dança, produzindo, a cada instante, localizações e lugares: “Não confundir localização e lugar. O lugar pode ser o mesmo, as localizações mudam. [...] A localização é um feixe de forças sociais se exercendo em um lugar” (SANTOS, 1992, p. 2).

Cabe, assim, imaginar que uma rua de casas com guarita, seguranças e jardins é, ao mesmo tempo, vários locais em um mesmo lugar. É território de grupos sociais distintos, uma vez que é apropriado por forças sociais desiguais de maneira desigual. É campo de trabalho, objeto de desejo, refúgio, história, enfim: não há lugares absolutos, há localizações, imbricações.

Se o espaço contém e é contido pela economia, a produção propriamente dita tem relação com o lugar e dela adquire uma parcela dessas condições de sua realização (SANTOS, 1992). Assim, percebe-se uma mudança de localização dos estabelecimentos produtivos em função das possibilidades de produção.

O processo de urbanização da sociedade reflete na cadeia produtiva e veio a gerar uma grande transformação na agricultura mundial, corroborando a análise do autor. O centro urbano contemporâneo passou a receber quase a totalidade da produção agrícola, o que, somado à mudança do modo de produção para adoção das monoculturas, criou um paradoxo estridente: haver mais produtos agrícolas na cidade do que nas zonas rurais.

Os circuitos produtivos são desagregados, mas não desarticulados, explica Santos (1992), indicando que a importância de cada circuito produtivo em cada momento histórico ajuda a perceber a organização do espaço. A colonização inglesa na Ásia e suas guerras movidas em torno da produção de chá e borracha, os ciclos produtivos ao longo da história do Brasil e, sobretudo, a desterritorialização da

produção a partir do último quarto do século XX confirmam essas idéias mais do que satisfatoriamente. A hierarquia entre lugares passa a dever, portanto, aos elos do sistema produtivo.

O espaço surge ainda como sistema de ações e de objetos ou como sistema de fixos e fluxos (SANTOS, 1992, 1996), numa análise que é reformulada para abordar contextos diversos, mas que mantém a relação técnica-social como chave para se entender o processo de globalização e hegemonia capitalista.

O lugar “miltoniano”, pode-se dizer, é unidade do espaço, e sua complexidade no tocante à aparente universalização contemporânea é fundamental: cada ponto do movimento detém uma combinação diferente de forças econômicas, técnica e características sociais convivendo nesse estado durante um tempo específico, tornando-se assim únicos. O lugar é uma conjugação das instâncias no espaço.

Para Santos (1996), a relação entre homem e natureza fora no princípio como é a história para as ações humanas: ao mesmo tempo continente e conteúdo. Cada grupo de homens podia especializar-se em um território alheio a grupos de outros territórios, buscando nele seu sustento e proteção, formando um quadro vital baseado numa porção ocupada do espaço.

A evolução da história, na sua função de continente das ações humanas, irá possibilitar que as técnicas desenvolvidas por grupos de homens isolados tornem-se unificadamente uma técnica homem-natureza pela qual o homem relaciona-se com a natureza.

A técnica lhe permite mecanizar a natureza, dessa forma a relação de dependência do indivíduo com seu entorno começa a se quebrar e as possibilidades de re-espacialização dessa relação se expandem. Para Santos (1996), as consequências mais traumáticas dessa mecanização do espaço são frequentemente criticadas pela mídia sob o nome de buraco da camada de ozônio ou de desequilíbrio do meio ambiente, mas muito pouco costuma ser dito em relação ao sistema de objetos que torna necessária a mecanização da natureza.

A economia do objeto supera todas as etapas anteriores da humanidade, aponta Santos (1996, p. 73): “Fomos rodeados, nestes últimos quarenta anos, por mais objetos do que nos precedentes quarenta mil anos. Mas sabemos muito pouco sobre o que nos cerca”.

No novo formato das relações entre homem e natureza, a técnica de cada grupo isolado pode integrar parcialmente a técnica hegemônica mundializada, mas

as necessidades íntimas de cada grupo são desprezadas: a natureza una, mas socialmente fragmentada, torna-se unificada em benefício de firmas, estados e classes hegemônicas.

Nesse sentido, a relação homem-território deixa de ser totalizante, aponta Santos (1996). Há uma multiplicidade de referências sobre o lugar, o que faz do mundo global espaço de homens fragmento. Passa a existir consciência da parcialidade do espaço do indivíduo diante do todo social, e o próprio trabalho mundializado tem seu valor modificado - a hora-homem trabalhada torna-se uma *commodity*, ou seja, um produto cujo preço pode ser cotado no mercado global, portanto seu valor é cotejado em um espaço também global.

Essa relação entre espaço e técnica na teoria de Milton Santos é fundamental por demarcar uma aproximação da teoria das Ciências Sociais em relação ao espaço e, sobretudo, da Geografia em relação ao sujeito social. Com ela, aponta-se para a necessidade de empreender esforços para identificar a relação entre a cultura contemporânea, as tecnologias do mercado capitalista e as possibilidades práticas do indivíduo.

Aquilo que será chamado de “recepção localizada” por Warnier (2003, p. 144) e que corresponde à absorção do local pelo fluxo global, produzindo ruídos e demonstrando a complexidade do sistema globalizado de comunicação, corresponde analogamente ao que Certeau (1990) chama de prática do lugar, ou seja, a inscrição de uma ação individualizada (o local) no plano geral (o global) projetado como um sistema ou discurso.

Certeau (1990) considera que a partir de uma posição de empoderamento traçam-se lugares teóricos baseados em sistemas e discursos totalizantes capazes de articular os “lugares físicos” onde as forças são repartidas. Esse empoderamento é fruto da técnica e de sua legitimação nas políticas como processo básico de planejamento.

Esse lugar teórico, a cidade conceito, é um esquema de planos, projetos e ordenações sob as quais os usuários traçam um jogo próprio que somado a inúmeras outras escrituras individuais, formam o rosto anônimo de uma cidade praticada. A visão técnica é panóptica, panorâmica, pois somente no recuo é possível unificar o todo de contradições que à distância se forma. A visão dos

praticantes, no entanto é pontual, parcial. Os cidadãos não podem ler o texto que escrevem.¹

“Um lugar é a ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência”, define Certeau (1990, p. 173). Assim, um elemento estaria em relação a outro, “portanto excluída a possibilidade, para duas coisas, de ocuparem o mesmo lugar”. Uma vez que o lugar se torna uma configuração de posições, o espaço, por sua vez, “existe quando se tomam em conta vetores de direção, quantidade de velocidade e a variável tempo” (CERTEAU, 1990, p. 173).

As operações, portanto, é que transformam as localizações em cruzamentos e lhe dão contexto significativo. Enquanto, aplicada a terminologia de Certeau, cada lugar é estável, o espaço é ambíguo, modificado pelas transformações sucessivas, como a palavra quando falada. Assim, Certeau (1990, p. 173) pode afirmar: “em suma, o espaço é um lugar praticado”.

É na análise de Merleau-Ponty que Certeau (1990) busca apoio para sua tese, indicando que o espaço geométrico descrito pelo filósofo francês corresponde ao “lugar”, enquanto ao “espaço antropológico” corresponde outra espacialidade mais propícia ao “espaço construído no cotidiano”, e também nos relatos que incessantemente efetuam o trabalho de transformar lugares em espaços ou espaços em lugares.

Ciente dessa terminologia, Marc Augé constrói sua proposição do lugar antropológico:

O lugar, como o definimos aqui, não é em absoluto o lugar que Certeau opõe ao espaço, como a figura geométrica ao movimento, a palavra calada à palavra falada, ou o estado ao percurso: é o lugar do sentido inscrito e simbolizado, o lugar antropológico (AUGÉ, 1994, p. 76).

Augé (1994) considera que a noção corrente de espaço ligada à conquista espacial ou aos lugares “desqualificados ou pouco qualificáveis” como os espaços-lazer ou espaços-jogos o coloca em melhor condição de designar as superfícies não simbólicas do planeta. Uma vez que o termo espaço se aplicaria indiferentemente a extensão, distâncias ou grandezas temporais, como mostrado anteriormente, ele se

¹ Não nos referimos aqui às tecnologias e mídias locativas, mas à impossibilidade do ator social compreender a totalidade da repercussão de seus atos, considerando que esses efeitos poderão repercutir em outras épocas e outros locais.

torna eminentemente abstrato, no dizer de Augé (1994), embora de uso sistemático e pouco diferenciado.

Por espaço aéreo, espaço judiciário e espaço publicitário são designados a parte da atmosfera que um Estado controla, o conjunto institucional e normativo utilizado por uma sociedade e uma porção de superfície ou de tempo destinado à publicidade, explica Augé (1994), acrescentando que o termo espaço ainda pode evocar salas de espetáculo ou de encontro, jardins, assentos de avião ou modelos de automóveis, o que indicaria tanto a sua voga quanto a abstração que o esvazia “como se os consumidores de espaço contemporâneo fossem, antes de mais nada, convidados a se contentar com palavras” (AUGÉ, 1994, p. 78).

Assim, o lugar antropológico é “o lugar do ‘em casa’, o lugar da identidade partilhada, o lugar comum àqueles que, ao habitá-lo juntos, são identificados como tais por aqueles que nele não o habitam” (AUGÉ, 1999, p. 134). É ainda “simultaneamente princípio de sentido para aqueles que o habitam e princípio de inteligibilidade para quem os observa” (AUGÉ, 1994, p. 51).

Sua escala é variável, podendo ser a casa, a choupana, a aldeia ou “tantos lugares cuja análise faz sentido, porque foram investidos de sentido, e porque cada novo percurso, cada reiteração trivial, conforta-os e confirma sua necessidade” (AUGÉ, 1994, p. 51). Os lugares antropológicos são identitários, relacionais e históricos – definem possibilidades, prescrições e proibições de conteúdo espacial e social.

O lugar de nascimento é constitutivo da identidade individual – Nascer é nascer num lugar, ser designado à residência; relacional porque coexiste entre construções partilhadas de lugar; por fim, o lugar antropológico é necessariamente histórico a partir do momento em que, conjugando identidade e relação, se define por uma estabilidade mínima, baseada não na história enquanto ciência, mas na relação com os antepassados, com os mortos e com a tradição. “O habitante do lugar antropológico não faz história, vive na história”, diz Augé (1994, p. 53).

Em suma, o lugar antropológico corresponde à idéia que os habitantes têm da sua relação com o território, com seus próximos e com os outros, definindo assim um contexto constitutivo que é partilhado entre os indivíduos e define usos, valores e comportamentos. Sua formulação por Augé (1994, 1999) o aproxima significado dos espaços de Certeau (1990) no que podem ter de prática, de uso e de escrita do lugar.

Mas é na condição de definir uma impossibilidade de identificação e de individualização a partir do lugar antropológico que se encontra o conceito-chave trabalhado aqui para construção de um problema de pesquisa que relaciona espaço, técnica e comportamento: “Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar” (AUGÉ, 1994, p. 73).

Implicado na definição do que chama de “supermodernidade”, Augé (1994) define três imagens de excesso: o excesso de tempo, que se traduz no apagamento do sentido linear da história, fazendo com que os indivíduos busquem um sentido individual no tempo, na sucessão de acontecimentos imediatos e na superabundância de fatos midiáticos, associando-os à própria vida e a tempos remotos; o excesso de identidade, tornando cada um em testemunha dos acontecimentos e transformando as relações dos indivíduos consigo mesmo, a individualização dos procedimentos, das formas de fazer, de crer, de votar, ou seja, de representar-se como auto-construídos e construtores da realidade; e o excesso de espaço.

O excesso de espaço pode ser atribuído ao relativo estreitamento das distâncias e, por conseguinte, do planeta. Midiáticos instantaneamente, os acontecimentos do outro lado do globo alcançam o lugar onde se está instantaneamente, transportados por satélites na órbita terrestre. Os espaços da ficção, os espaços microscópicos, as imagens das galáxias e do sistema solar, afetam diretamente o sentido da história, portanto afetam também o sentido de excesso de história.

Os não-lugares não são identitários, mas constitutivos de relações que dizem respeito a seus fins. A mediação que estabelece o vínculo dos indivíduos com o seu círculo no espaço do não-lugar passa por palavras e textos prescritivos, proibitivos ou informativos. São ideogramas das placas de trânsito e dos guias turísticos ou mesmo textos literais como “pegar a fila da direita”, “proibido fumar” e “você está entrando no Beaujolais” que instalam as condições definidas não por indivíduos, mas por “pessoas morais” ou instituições (AUGÉ, 1994).

O usuário dos não-lugares está entre outros usuários, mas sua relação é contratual. Esse contrato se representa no bilhete de entrada, no recibo de compra, ou mesmo no simbólico carro de supermercado, indica Augé (1994). Os check-ins dos aeroportos, as portarias dos hotéis, o controle policial, o porte de documentos,

enfim, são as marcas da identidade que têm a função de provar a sua inocência. “O passageiro só conquista, então, seu anonimato após ter fornecido a prova de sua identidade, de certo modo, assinado o contrato” (AUGÉ, 1994, p. 94).

Mas a solidão dos não-lugares também é uma espécie de abandono, de libertação das pressões diárias, um escape no anonimato que iguala a todos no papel de usuários. Nos limites do não-lugar, que se desfazem nas caixas registradoras, na alfândega e nos pedágios, afirma Augé (1994), não há identidade singular nem relação, mas solidão e similitude.

Mesmo a história é suprimida, uma vez que os não-lugares são percorridos em unidades de tempo. Os percursos se dão num presente que pode ser distendido nos atrasos e interrupções, o futuro traz novas partidas, o passado não existe senão como decoração, estilo, adorno ou mero elemento de um espetáculo (AUGÉ, 1999).

Essas condições de excesso estariam presentes nos não-lugares:

Nos não-lugares as três imagens da supermodernidade são particularmente legíveis. A história reduz-se à informação: o rádio funciona ininterruptamente nas emissoras; os jornais são distribuídos nos aviões; a totalidade dos roubos do dia a dia está registrada nos vídeos de salas de espera; a situação da minha conta bancária aparece no extrato da caixa eletrônica. O encurtamento do espaço é particularmente evidente nos aeroportos, mas também nos grandes supermercados onde são distribuídos os produtos do mundo inteiro ou através da imagem dos cartões de crédito válidos em toda parte. Por fim o usuário dos não-lugares, reduzido à sua função de passageiro, de consumidor ou de utilizador, experimenta uma forma particular de solidão. Definido por seu destino, a soma de suas compras ou a situação de seu crédito, o usuário dos não-lugares anda ao lado de milhões de outras pessoas, mas está só e são os textos (painéis, discos, vídeos) que se interpõem entre ele e o mundo exterior. O paradoxo da supermodernidade acha-se, então, no seu auge: nos não-lugares a pessoa não se sente em casa, mas não se está nunca com os outros (AUGÉ, 1999, p. 144).²

É a sociabilidade, portanto que se coloca em jogo nos não-lugares. Só entre muitos, o usuário do não-lugar não exerce alteridade, mas similitude. A estabilidade do outro é que mantém a identidade, afirma Augé (1999), produzindo uma ética do próximo e do distante. O chauvinismo, o preconceito social e o racismo encontram nessa fragilidade do outro o campo para afirmar seu ódio e projetar sua dominação.

Sendo o outro apenas um conceito, um elemento, basta tratá-lo com a racionalidade que brota dos silogismos da linguagem. O estrangeiro, o suburbano e

² Sobre a solidão em meio às massas, recomenda-se a leitura de Georg Simmel e a construção da dialética do próximo e do distante. Ressalte-se que, com as redes sociais e as mídias portáteis, há uma reconfiguração dessa relação.

o imigrante são algumas dessas categorias utilizadas como rótulos, valores matemáticos que se pode aumentar, diminuir ou restringir segundo uma lógica mesquinha disfarçada de defesa do território.

A supermodernidade traz à tona os aspectos do não-lugar fazendo predominá-los na comunicação e no discurso, na urbanização, na ocupação das periferias, nas fronteiras, enfim, no que Marc Augé chama de “espaços avançados da contemporaneidade” (1994, p. 102), tornando o não-lugar um contrário da utopia, presente e destituído de sociedades orgânicas.

Espaços de circulação, de distribuição e de comunicação, os não-lugares representam, adverte o autor, noções-limite, ou seja, não existem definitivamente/permanentemente, assim como não o fazem os lugares. A perspectiva da prática é a chave empregada por Augé para determinar lugares nos não-lugares, como as tripulações e os trabalhadores dos aeroportos e bancos constroem experiências nesses ambientes, portanto, os vivenciam enquanto lugares.

O turismo é tomado então como exemplo da prática do não-lugar, e a viagem o seu exercício. As fotos que servem para um momento além da viagem, o guia que antecipa as imagens e sensações que deverão ser experimentadas, o percurso instrumentalizado e amenizado pelos lugares, enfim, constituem o que Augé chama de felicidade do não-lugar:

O não-lugar é o espaço dos outros sem a presença dos outros, o espaço constituído em espetáculo, o próprio espetáculo já apreendido nas palavras e nos estereótipos que o comentam de antemão na linguagem convencional do folclore, do pitoresco ou da erudição (AUGÉ, 1999, p. 145).

O Turismo é visto por Augé (2009) como um escândalo, dada a transformação do lugar em mercadoria e a potência do capitalismo que permite dispor numa vitrine lugares-mercadorias de qualquer lugar do mundo. As civilizações constroem sobre as ruínas de seus predecessores, considera, e quando deixam de construir, a natureza molda sua própria arquitetura, de modo que as ruínas são uma visão do tempo. A expansão do Turismo coloca à disposição do consumidor um produto que não é menos do que todas as ruínas das antigas civilizações.

A transformação do lugar em mercadoria é exaustiva e não forma percursos lógicos atende ao agora, imediatamente. Não se formarão mais ruínas, apenas registros, imagens ou imitações. Contudo, os turistas nunca foram tão numerosos.

As classes superiores dos países ricos viajam cada vez mais para fora de suas fronteiras, mas os emigrantes partem em condição de vida ou de morte. Eis o símbolo da circulação globalizada, destaca Augé (2009), fazendo pensar ao título de um livro senegalês sobre a imigração: *Vim, vi, não acredito mais*³.

O turista, assim, consome o exotismo, mas permanece em sua casa. Seus amigos, os comentários, o conforto das instalações, o estereótipo das redes hoteleiras, a filmagem que faz para ver em sua sala e a brevidade da sua estadia marcam o que Augé (2009) considera uma inutilidade desse tipo de viagem, que poderia ser substituída por um documentário na televisão ou a estadia em um parque temático local:

Center Parc é um pequeno pedaço de floresta normanda onde penetrou a toda poderosa ficção; é o futuro de nossos estados: os turistas jamais desejarão ir a Creuse ou ao Morvan antes de poder lhes descobrir através da ficção, em um parque, como na Normandia ou Solonha; é o futuro da Europa: na Holanda, na Bélgica, na Inglaterra, na Alemanha, os Center Parc se multiplicam. Essa expansão só terá fim no dia em que, depois de todo o mundo ter se tornado fictício, os centros de distração não puderem mais reproduzir a realidade, quer dizer, a ficção. Genericamente, Center Parc é o futuro da humanidade (AUGÉ, 1997, p. 71).

É preciso reaprender a viajar, se possível para perto de casa, para reaprender a olhar, coloca Augé (2009), que compara ainda a viagem do turista à do etnólogo. As viagens dos etnólogos se completam na volta, com as reflexões e a busca de uma nova compreensão das experiências pessoais, enquanto o turista, ao partir, já concretizou o seu feito de ter ido, e inicia a longa viagem de volta ao conforto do lar.

A mobilidade eletiva do turismo é contraposta a uma mobilidade imposta, representada pelos campos de refugiados, os abrigos transitórios, as migrações, a urbanização em massa, os acampamentos, enfim, os deslocamentos que refletem a desigualdade em todos os lugares. Augé considera esses espaços inqualificáveis em termos de lugares, uma vez que se perde o vínculo social que constituía para essas pessoas um lugar (Augé, 1999).

Os conjuntos planejados para abrigar operários e que se transformam em refúgio de desabrigados, a precariedade do transporte, os conflitos políticos, o desemprego, enfim, há todo um processo de exclusão social em curso com o qual a

³ BA, Omar. *Je suis venu, j'ai vu, je n'y crois plus*. Paris: Max Milo, 2009.

contemporaneidade estabelece uma espécie de convívio temporário, parte de um processo de desenvolvimento ou simplesmente de globalização.

Augé (2009) indica que as noções midiaticizadas de imigrantes e refugiados, assim como os seus domínios, a periferia e o acampamento, tornaram-se tão evidentes quanto aqueles termos que nomeavam as categorias até há pouco: urbanas, sedentárias e nômades. O que era êxodo rural transforma-se em subúrbios, ou favelização, e o provisório se torna definitivo.

O VIII Congresso Internacional de Arquitetura Moderna (CIAM), reunido em 1951, já considerava a prática dos lugares como possibilidade de determinar um coração da cidade. O CIAM propõe que um lugar específico na cidade se diferencia e se torna socialmente valoroso porque nele se dão as relações sociais, visão da história e auto-conhecimento. Essas características determinam um coração da cidade (HOGERS, 1955).

Para Hogers (1955), a dispersão urbana obtida pelo desenvolvimento dos transportes suprime nas cidades os locais de reunião e transforma os centros outrora criados à escala do homem. Assim, a modernização, a mobilidade e a velocidade crescente da vida urbana aceleram o esvaziamento do lugar.

Portanto, trata-se da supermodernidade ou dos projetos ainda modernos, a identificação de uma identidade ligada ao lugar pela sua prática encontra no desenvolvimento dos transportes e das tecnologias de comunicação um ponto de inflexão, a partir do qual as relações se transformam profundamente. A amplitude dessa transformação é tratada a seguir.

2.2 TEMPO DE MOBILIDADE

Um conceito preliminar se faz necessário para tratar da mobilidade contemporânea, no intuito de que sua compreensão seja preenchida de uma perspectiva histórica mais relevante. Trata-se da aceleração, definida por Milton Santos como momentos culminantes, que surgem “como se abrigassem forças concentradas, explodindo para criarem o novo [...] malgrado a certeza de que se atingiu um patamar definitivo” (SANTOS, 1996, p. 29).

Portanto, pode-se afirmar, partindo desta definição, que a aceleração contemporânea é a mesma de todos os tempos, a aceleração das idéias, do

surgimento dos materiais, do crescimento da população, da explosão do consumo, das mercadorias e das palavras.

Se a velocidade marca a época anterior, como afirma Santos (1996), a aceleração contemporânea tem na velocidade apenas um de seus aspectos. É a evolução do conhecimento que marca a contemporaneidade, e esta é percebida mais facilmente na banalização da invenção e na sucessão de objetos e práticas que combinam tecnologias e as fazem superadas com igual rapidez.

A simultaneidade de eventos relevantes em lugares distintos sempre existiu, o que se transformou ao longo do tempo foi a capacidade de percebê-los. Santos (2009) lembra que Luís XVI, no Palácio de Versalhes, não teve notícia imediata da queda da Bastilha, e que a primeira edição do jornal New York Times continha várias notícias com datas distintas, escritas em Rotterdam e Paris e datadas de 25 de dezembro, em Frankfurt, no dia 14 de dezembro e Varsóvia, 5 de dezembro. A concomitância das notícias tampouco correspondia à concomitância dos eventos.

Para Santos (2009), a superação da defasagem através do espaço obtida no fluxo da informação, atingida com a comunicação via satélite, é que vai proporcionar os sistemas técnicos integrados, o sistema produtivo e financeiro global e a mundialização da informação, a rigor, a globalização.

Portanto, a aceleração contemporânea é, na verdade, o processo de incorporação de diversas tecnologias à prática cotidiana, muitas delas baseadas no espaço e na comunicação à distância, direta ou indiretamente, mas também relacionadas à saúde, à produção e à educação. Longe de determinar um apogeu, esse processo é também aquele que traz à tona o desequilíbrio ambiental, a desigualdade social e a concentração de riquezas.

Para Larsen (2006), são significantes as mudanças que ocorrem em relação a como a vida social se distribui com relação ao tempo, ao espaço e o curso de vida das pessoas. O aumento substancial das viagens, das comunicações de longa distância via telefonia móvel, trocas de mensagem de texto e e-mail aponta para a dispersão geográfica das interações sociais dos indivíduos.

Esse fenômeno significa, afirma Larsen (2006), uma mudança das redes sociais densas e concomitantes para redes de conexões dispersas espacialmente e nas quais os membros não são necessariamente coincidentes. Entretanto, se a disponibilidade de trens, carros, aviões e meios de comunicação dispersa as redes

sociais em cidades, regiões e nações, ela as reconecta de forma complexa, possibilitando visitas intermitentes, encontros e comunicação à distância.

Para Larsen (2006), há cinco tipos interdependentes de deslocamentos que caracterizam a mobilidade: o deslocamento físico de pessoas, o de objetos, o deslocamento imaginário, o virtual e o comunicativo, referente à troca de mensagens desde cartas a mensagens de texto enviado pelos telefones celulares.

Esses deslocamentos respondem de forma distinta à indagação de porque a mobilidade é crescente quando as tecnologias para evitar os deslocamentos permitem uma circulação de objetos e bens e a comunicação em tempo real à distância. Sobretudo, as pessoas necessitam, em situações diversas que vão do lazer à fuga em busca da sobrevivência, estar com outras pessoas, em outros lugares ou diante de eventos específicos.

Os objetos, por sua vez, circulam entre consumidores, vendedores e fabricantes ou exploradores, em função da dispersão espacial. Os objetos precisam chegar ao lugar de trabalho ou moradia daqueles que os demandam, segundo Larsen (2006), especialmente pela forma como são disponibilizados para o consumo.

As viagens imaginativas ocorrem por meio de textos, memórias, imagens e filmes, podendo representar tanto uma substituição da viagem física, com a transmissão de eventos, como seu incentivo, quando da produção de imagens baseadas num lugar, como filmes rodados em cenários reais.

A mobilidade virtual, como define Larsen (2006), ocorre em tempo real na internet, transcendendo distâncias geográficas e sociais, por onde se pode conectar a rede global sem deslocar-se fisicamente. Pode-se movimentar dinheiro através de bancos on-line, comprar, percorrer imagens e sons de lugares, conectar-se com outras pessoas, enviar mensagens, ou ainda ver em alta definição obras de arte em museus distantes.

Por fim, os deslocamentos comunicativos, com a troca de documentos por meios físicos, magnéticos ou eletrônicos, telefonia e fax, dentre outros, permitem a comunicação pessoa a pessoa à distância e têm no e-mail e na possibilidade de anexar documentos digitalizados a esta ferramenta uma forma instantânea e barata de “percorrer” o mundo com igual velocidade e custo para destinatários múltiplos ou individuais, distâncias longas ou curtas.

Larsen (2006) acrescenta que desde 2001 há mais telefones celulares que televisores no mundo, num total de 3.2 bilhões de aparelhos no ano de 2006. O aparelho celular representa não só a telefonia, mas a possibilidade de troca de curtas mensagens de texto - sms⁴ e envio de arquivos de mídia, acesso à internet e rádio, numa gama de recursos cada vez mais diversificada.

O autor argumenta que os celulares viajam fisicamente com seus proprietários, possibilitam viagens comunicativas faladas e escritas e viagens imaginativas por meio de vídeos e fotografias. Sua portabilidade permite recuperar o tempo produtivo desperdiçado nos transportes, deslocamentos e esperas, organizando o trabalho e programando novas viagens.

Assim, há uma complementaridade entre comunicação e transporte que se reflete no aproveitamento dos trajetos como jornadas de ativa produtividade, seja a trabalho ou no lazer: é possível ver vídeos e conversar enquanto se move, ou sincronizar documentos de trabalho, controles de venda, entrega, estoque e produção, além de programar novos deslocamentos (LARSEN, 2006).

Larsen (2006) indica que 760 milhões de passageiros desembarcaram legalmente em países estrangeiros em 2004, numa evolução que foi de 25 milhões em 1950 para 700 milhões em 2002. A Organização Mundial do Turismo (OMT) mantém uma previsão de 1.6 bilhões de desembarques por ano em 2020, indicando uma tendência geral de crescimento do turismo.

Embora o conjunto dos dados gerais do turismo, inclusive seu impacto na economia, seja estudado no capítulo seguinte, aproveita-se essa primeira informação para se fazer um contraponto com o que Papastergiadis (apud LARSEN, 2006) informa sobre as viagens motivadas por outras razões: 31 milhões de refugiados e 100 milhões de imigrantes, cujo exílio se dá por condições de fome, guerra, perseguição ou desigualdades econômicas e sociais.

No entanto, Papastergiadis (1999) considera que a ligação entre globalização da economia e do mercado internacional de trabalho só representa um fluxo de circulação tão intenso quanto o do capital para os trabalhadores mais qualificados. Assim como há uma menor restrição ao fluxo de capital, as exigências aos membros, consultores e técnicos das corporações internacionais são diferenciadas quando se trata de cruzar fronteiras.

⁴ Do inglês Short-Message-System

Assim, “As transferências intra-companhia e a atração dos *transeuntes qualificados* para cidades globais assume um papel significativo econômica e politicamente no sistema global de migração” (PAPASTERGIADIS, 1999, p. 13) (tradução nossa). Paralelamente, o aumento da presença feminina nas estatísticas chama atenção. Segundo o autor, as mulheres não só são vitimizadas pelo tráfico de humanos e pela prostituição, mas estão também entre os operários, prestadores de serviços e candidatos ao subemprego.

Esse aumento faz-se acompanhar do que Papastergiadis (1999) chama de busca do menor custo global. Se historicamente as mulheres recebem menos do que os homens pelo mesmo trabalho, a globalização não representa a superação das desigualdades, pelo contrário.

Portanto, se é possível afirmar que a evolução dos transportes e da comunicação representa uma relativa superação das distâncias como empecilho ao contato, à informação e às viagens, não se pode equiparar de nenhuma forma mobilidade e liberdade. A mobilidade representa um custo social e econômico que reflete as desigualdades dessas mesmas naturezas. Segundo Larsen (2006), 3% da população sueca são responsáveis por 25% do total de viagens realizados naquele país, além de 60% das viagens de negócios.

De fato, 75% dos suecos são descritos como não móveis ou minimamente móveis se comparados a essa categoria de hipermobilidade, predominantemente masculina e de alta-remuneração (LARSEN, 2006). Por isso, as considerações de Bauman (1999) quanto à localização, contraponto da globalização, se tornam cada vez mais reais:

O que para alguns é sinalização de liberdade, para muitos outros é um destino indesejado e cruel. A mobilidade galga ao mais alto nível dentre os valores cobiçados – e a liberdade dos movimentos, uma mercadoria sempre escassa e distribuída de forma desigual, logo se torna o principal fator estratificador de nossos tardios tempos modernos ou pós-modernos. [...] E no entanto os efeitos dessa nova condição são radicalmente desiguais. Alguns de nós tornam-se plena e verdadeiramente “globais”; alguns se ficam na sua “localidade” – transe que não é nem agradável nem suportável num mundo em que os “globais” dão o tom e fazem as regras do jogo da vida. Ser local num mundo globalizado é sinal de privação e degradação social (BAUMAN, 1999, p. 8).

Como Larsen (2006) indica, condições como o grau de escolaridade e renda são decisivos para o acesso à mobilidade. A formação superior favorece a quebra da barreira do local, o acesso a ofertas de emprego em outras regiões e o

incremento da renda, enquanto as áreas de população de baixa renda carecem de transportes públicos eficientes, o que restringe não só a mobilidade em si, mas o acesso ao emprego como consequência, gerando um círculo restritivo.

No entanto, pode-se analisar a questão da mobilidade segundo o papel que o lugar em que se vive exerce no mundo global. Urry (2007) considera que os lugares podem atrair ou repelir tipos específicos de pessoas, suscitando encanto pela sua presença ali, pelo sentido dos encontros que se realizam nele ou mesmo por sua condição de exílio ou de migração.

A importância dos lugares, portanto, não está dada, mas depende de sua prática, ou seja, das relações dos indivíduos com o lugar. Sem a prática dessas performances do lugar ao longo tempo, o lugar pode se tornar outra coisa. Como exemplo, Urry (2007) descreve como o litoral e as praias passaram de um lugar de eminente perigo e de interesse medicinal para a categoria de locais de lazer e hedonismo.

A prática das viagens se desenvolve na Europa dos séculos XVIII e XIX, segundo Urry (2007), com a oferta de tratamento médico para pessoas ricas em locais específicos, traçando um paralelo entre a estruturação desses locais de tratamento, não somente no litoral, mas em cidades onde a água estivesse disponível para realizar imersões ou vaporizações e a construção de rotas ferroviárias, hospedagem e roteiros terapêuticos.

Os spas de West Baden, Vichy, Baden-Baden, Harrogate, Budapest e Bath, dentre outros, surgiram nesse período. Como esses lugares eram socialmente seletos, dado o custo elevado de sua exploração, da hospedagem e dos transportes de então, a circulação entre eles significava certo cosmopolitismo específico dessas viagens em que uma elite europeia podia se encontrar num circuito crescente e usufruir de serviços fora de seu domicílio.

Portanto, Urry (2007) considera que a prática terapêutica estabelece um afluxo a esses lugares e os constitui como atrativos em um relativo período de tempo. Essa prática do litoral ao longo do tempo é transformada pelo turismo e pela revolução sexual, dentre outros fatores, em algo mais abrangente, irá ressignificar os lugares de acordo com uma nova escala de valores.

Nessa nova categoria, o lazer ao ar livre, a demonstração do corpo e a exposição ao sol tornam-se mais importantes que os atributos terapêuticos, e os lugares passam a ser conhecidos e apreciados de maneira distinta (URRY, 2007).

Mesmo a enfermidade passa a ser considerada algo indesejável entre os freqüentadores desses lugares, e a nova prática pode inviabilizar a anterior.

Urry (2007) aponta ainda para o desenvolvimento da imagem como prática da vida quotidiana e a forma como esta mudança irá transformar a relação do indivíduo com o lugar. O que era simplesmente *land* – terra, em inglês, passa a ser visto com mais importância como *landscape*, paisagem.

Terra é algo físico, tangível, que se pode cultivar, onde se constrói ou que se herda ou se deixa de herança, portanto algo que Urry (2007) considera funcional. Paisagem, por outro lado, é algo entre a aparência e o olhar, portanto intangível. O desenvolvimento da visão como um sentido distinto, empreendido com esforço desde o declínio do período medieval, é a base dessa mudança.

Para Urry (2007), o olhar contemplativo e a afeição pela paisagem transformam mesmo lugares inóspitos, como os Alpes e os desertos, em paisagens de afeto. “Celeiros e construções externas eram antes colocados diante das casas não importa quão belas poderiam ser as visões das janelas”, diz Urry (2007, p. 258), mas em meados do século XIX as casas eram construídas para ter diante de si vistas agradáveis, como se fossem uma espécie de câmera.

A construção de *piers* e *promenades* para tornar as praias mais visitáveis permitiu uma melhor apreciação do mar, outrora bravio e perigoso, indica Urry (2007), argumentando que o mesmo princípio de ampla visão transformou a Paris pós Haussmann num espetáculo impar. Ocorre, então, com o surgimento dos cartões postais e o entrelaçamento de turismo e fotografia, o que Urry (2007) chama de kodakização do lugar.

Os lugares são desejados e fixados através do olhar da câmera. O mundo como um lugar de exibição é estabelecido, afirma Urry (2007), e a visão do mundo como uma fotografia é compartilhada por lugares e pessoas, e essas fotografias podem então circular de mão em mão, ser enviadas como presente para pessoas que não tem diante de si aquela paisagem, graças inicialmente ao sistema Kodak de oferta de câmeras, filmes e revelação.

Os lugares podem ser conhecidos, comparados, avaliados, possuídos. O lugar é desprovido de características próprias e significados para os seus habitantes, mas uma combinação de características abstratas que o descrevem como mais cênico, cosmopolita, exótico, global ou ambientalmente degradado em relação a

outros lugares, e essa linguagem é a linguagem da mobilidade e do consumo do movimento, aponta Urry (2007).

Num mundo em que a presença em lugares tão diversos pode ser comprada com o mesmo cartão de crédito numa mesma tela de computador ou balcão de aeroporto, essa linguagem da mobilidade é essencial para se informar aonde é preciso ir, o que pode ser feito em cada lugar, que atividades trarão divertimento e quais deverão ser evitadas. Koolhaas (2010), por sua vez, descreve a identidade daquilo que chama de cidade genérica como uma função dessa linguagem.

Se estiver próximo da água, os símbolos aquáticos espalham-se por todo o seu território. Se for um porto, barcos e guindastes aparecerão muito longe terra dentro (contudo, não faria sentido mostrar contentores: não se pode particularizar o genérico através do Genérico). Se for asiática, por todo lado aparecerão mulheres delicadas (sensuais, inescrutáveis) em poses elásticas, indicando submissão (religiosa, sexual). Se tiver uma montanha, cada folheto cada ementa, cada bilhete ou cartaz reproduzirá a colina, como se nada mais fosse convincente senão essa redundância sem fim. A sua identidade é como um mantra (KOOLHAAS, 2010, p. 62).

Tal obsessão tem um sentido que é captado por Urry (2007) na descrição de uma competitividade global entre os lugares segundo sua prática. Assim como a praia é transformada quando terapia passa a fruição, ela será transformada quando outra praia oferecer mais fruição ainda, por vezes transformando a primeira em um lugar aonde vão aqueles que não são tão ricos (ou tão móveis ou tão bem informados) para estar na segunda.

A competição global pressupõe uma reflexividade dos lugares, um esforço para que cada lugar possa se produzir no cenário global. Essa reflexividade, segundo Urry (2007) é ligada à identificação do lugar em particular à geografia, história e cultura que percorre o globo, identificando os recursos semióticos que em particular o lugar pode ter.

Assim, há uma metonímia na mobilidade, que se exacerba no consumo turístico, onde o objeto de atração define o lugar. No entanto, o objeto de desejo pode não estar disponível, as performances podem não se realizar, o serviço pode ser degradante ou insatisfatório e a realidade se transformar no comércio ostensivo de souvenirs e lembranças do que não foi visto, e a promiscuidade, a bebida e as festas precisarão compensar o resultado esperado.

Assim, Urry (2007) observa que as relações entre os fluxos de mobilidade produzem um enorme e complexo estruturar e reestruturar de cidades. As relações

entre os lugares do globo são mediadas em parte pelo fluxo de visitantes que os percorrem, tanto quanto os lugares se estruturam para captar parte desses fluxos.

2.2.1 Transformações no espaço-tempo

Segundo Martín-Barbero (2008), é a partir de Kant que se transforma percepção de tempo e espaço, compreendendo-os como estruturas da nossa percepção e do nosso pensamento. Espaço e tempo eram tidos como eixos, como algo exterior, afirma Martín-Barbero (2008), algo que nos envolvia, mas com as reflexões de Kant puderam ser vistos como modos pelas quais percebemos o que chamamos de real.

Martín-Barbero (2008) recorre ainda a Foucault como analista da transformação do espaço-tempo, para indicar que até o século XX, a categoria que mobilizou as Ciências Sociais foi a categoria tempo. Assim, se o ciclo, a crise, a acumulação, o desenvolvimento e a sobrecarga de passado foram uma obsessão do século XIX, cita Martín-Barbero (2008), a simultaneidade, a justaposição, o próximo e o longínquo, o lado a lado e o disperso fazem da nossa época aquela em que o espaço predomina como percepção.

Foucault (1967) adverte, no entanto, que o espaço que ressurgiu na contemporaneidade não é uma inovação, mas uma experiência ocidental vivida em relação com o tempo. Para ele, pode-se diferenciar um período medieval do espaço, marcado por um conjunto hierarquizado de lugares: lugares sagrados e profanos, protegidos e expostos, urbanos e rurais, enfim, espaços adequados para cada coisa, formando um sentido predominante de localização.

Este espaço de localização, afirma Foucault (1967), é transformado por Galileu, que estabelece o infinito e o espaço constantemente aberto em sua reafirmação da órbita terrestre em torno do Sol. “O lugar de cada coisa não passava de um ponto do seu movimento” (FOUCAULT, 1967, p. 2). Entra-se por Galileu no espaço da extensão, afirma, e por fim a extensão será substituída pelo *emplacement*⁵.

Por *emplacement* Foucault (1967) refere-se a relações de proximidade entre pontos ou elementos, a relações de vizinhança, de armazenamento, de circulação,

⁵ Como o original em francês nomeia as experiências por *localisation*, *étendue* e *emplacement*, optou-se por não traduzir *emplacement*.

de navegação, enfim, a relações de posicionamento que se colocam diante do homem como um problema eminentemente demográfico: não se trata de saber se haverá espaço para todos os humanos, afirma, mas de relações adotadas em determinadas situações para atingir determinados fins.

Martín-Barbero (2008) esclarece que *emplacement* significa de algum modo armazenar e circular, de maneira que as coisas estejam dispostas em relação às demais, permitindo sua circulação. “Estamos numa época em que o espaço se nos dá como relação entre *emplacements*”, afirma Foucault (1967, p. 3): assim, o tempo está entre as várias operações distributivas que são possíveis entre os elementos que estão no espaço.

Ligando Milton Santos a Michel Foucault, Martín-Barbero (2008) realiza seu ofício de cartógrafo e estende uma trilha da relação espaço-tempo. Por seu próprio mapa, Martín-Barbero (2008) busca compreender a maneira como a sensibilidade coletiva é transformada em sua vivência do espaço.

Nessa cartografia, a primeira forma de estar no mundo é o habitar. Habitamos o nosso corpo e, nele, o mundo. “Mas não o corpo que temos, o corpo que somos” (MARTÍN-BARBERO, 2008). O corpo, por sua vez, habita o mundo pelo espaço produzido, espaço de comunicação com os outros, de trabalho e de interdependência. Este espaço produz modelo de corpos, ao mesmo tempo em que lhe confere expressividade. Aí estão a relação dialética de Santos (1992) e o *emplacement* de Foucault (1967).

Os cidadãos se ligam por espaços imaginados, como o estado-nação, afirma Martín-Barbero (2008), uma abstração que liga o cidadão à pátria, à identidade nacional, e o operário à fábrica. A história constrói o estado-nação como um mito que suplanta a diversidade e a heterogeneidade sócio-cultural e afirma a pretensão da representação unitária desse universo.

A mudança de percepção que transforma essa relação é profunda, mas a maneira como ela é sentida pelos acadêmicos, reflete Martín-Barbero (2008), atrasada e protegida, não se compara às experiências dos adolescentes, uma vez que estes vivem a adolescência que tiveram todos os adolescentes que existiram, com o agravante de viver a adolescência da humanidade (MARTÍN-BARBERO, 2008).

As experiências vividas nos cibercafés diferem completamente daqueles momentos em que o computador se parece com uma tela de aquário quando usado

em sala de aula, percebe Martín-Barbero (2008). De fato, o público jovem experimenta primeiro os mais distintos programas de computador, relaciona-se de maneira criativa por redes de relacionamento virtual em constante renovação, estabelece um modo distinto de aproximação do distante, novas experiências de expressão e linguagem.

Butler (2010) ilustra este novo estado de espírito presente na sociedade no início do século XXI com uma imagem intrigante (Figura 1). Utilizando dados da rede social Facebook, Butler construiu uma espécie de mapa-múndi dos relacionamentos entre seus usuários. Na ilustração, linhas representam os laços entre os usuários, e os pontos representam as cidades registradas por cada um deles.

Figura 1 – Visualizando amizades



Fonte: BUTLER (2010)

“Quería mostrar como fronteiras políticas e geográficas afetam onde as pessoas vivem em relação a seus amigos. Quería uma visualização que mostrasse quais cidades têm amizades entre si” (tradução nossa), afirma Butler (2010). O resultado é fascinante. Sobre um planisfério, embora os continentes não estejam representados, percebe-se que a fidelidade à disposição espacial a que estamos habituados pela cartografia tradicional é obedecida, e a concentração das conexões nos centros urbanos corrobora a gramática visual anterior: Os indivíduos se conectam interligando a Terra num espaço contínuo, facilmente transponível apesar de sua extensão.

O vazio que ocupa o espaço onde estão Rússia, China e o norte do continente africano revela que os embargos à internet e à ocidentalização em alguns países, aliada à situação de extrema pobreza e ausência de infraestrutura em outras partes do globo, faz da rede social um reflexo da política internacional.

O Facebook somou 845 milhões de usuários ativos em dezembro de 2011 (FACEBOOK, 2012), e trata-se apenas uma dentre as muitas redes sociais que existem no espaço da internet. Dentre os usuários do Facebook, 483 milhões se conectam diariamente para atualizar seus status, postar fotos, compartilhar conteúdo da internet e verificar o que seus amigos estão dizendo.

De fato, o Facebook não é a única rede social da internet, nem o único modo de compartilhar informações de formatos variados com contatos múltiplos via computador. Twitter, Orkut, redes de compartilhamento de imagens e de vídeos já se tornaram recursos familiares para as pessoas “digitalmente incluídas”, e podem ser utilizados pelo computador, telefones celulares e equipamentos digitais.

Santaella (2005) se pergunta “de que se constitui isso que existe em um lugar sem lugar e que é, ao mesmo tempo, uma miríade de lugares?”. Sua resposta traz uma espécie de definição do ciberespaço: “Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração e acesso” (SANTAELLA, 2005, p. 3).

A sobreposição entre os dois mundos, entre material e virtual, tornada visível numa ilustração, é testemunho de uma profunda transformação da maneira como as pessoas se relacionam entre si e com o espaço e, sobretudo, da maneira como o ciberespaço proporciona uma consciência da relativização das distâncias. Há outras formas de representar as conexões entre pessoas, por exemplo, demarcando a posição dos servidores intermediando as conexões, mas a gramática do *mapa mundi*, talvez universalmente conhecida, simboliza exatamente a transição entre os paradigmas.

Mas o ciberespaço não é o único campo de sobreposições da contemporaneidade. A jovem artista Mana Samadzadeh (SAMADZADEH, 2011), premiada num concurso de oratória para estudantes austríacos com o tema “onde fica meu lar?” personifica esse território em trânsito: “Meus pais são persas e agradeço a eles por minhas irmãs também o serem, e por eu ter sido educada nos

dois idiomas”, diz a cantora e compositora. “Tenho sorte de ser uma pessoa bilíngue, aberta a novas linguagens e a novas culturas” (SAMADZADEH, 2011).

Samadzadeh (2011) revela essa nova sensibilidade em relação ao espaço “como se tentasse combinar seus dois mundos equilibrando-os no ar”, andando pelas ruas de Teerã, sentindo o cheiro do açafraão e das especiarias exóticas, ouvindo os mercadores de frutas, vendo os lenços coloridos, e, na outra mão, as formas originais das montanhas austríacas, os prados verdes e profundos e os perfumes das flores alpinas. A música, a literatura e a arquitetura austríacas, ajudam a formar a cultura que molda seus pensamentos e sua própria música, aponta Samadzadeh (2011).

Mas, pergunta-se Mana Samadzadeh, que pode um imigrante além de contentar-se por ter sido educado num país mais desenvolvido e ser dispensado de um teste de conhecimentos culturais para ter a sua cidadania reconhecida? Ganhar uma medalha olímpica de esqui? Ser alguém entre dois mundos requer carisma e vontade, afirma, ao relatar como foi acusada de ocupar o lugar de um “austríaco de verdade” num ônibus com muitas cadeiras vazias.

“Esta rotação, este movimento que eu sinto que sempre está acontecendo, me incentiva a continuar. Silêncio e ruído.” É assim que a jovem espera mover-se no equilíbrio de seus mundos: “Pesquisei no Google e descobri que em alemão a palavra lar não tem plural. Como pode ser? Onde posso ter dois lares? (SAMADZADEH, 2011)”. Como o jovem colombiano citado por Martín-Barbero (2008), Mana Samadzadeh faz do seu relato um telescópio voltado para um céu que a teoria mal consegue contemplar.

O estar no mundo é transformado, portanto, para cada indivíduo e o para a sociedade como um todo. Featherstone (1997) analisa a tensão sentida na metade final do século XX pela idéia de um mundo único e finito, visível pelas fotos da Terra tiradas do espaço, pela afirmação de símbolos e objetos conhecidos mundialmente, pelo advento da economia global interdependente e dos problemas ambientais mundiais, reconhecíveis nas crises internacionais dos dois campos em intervalos cada vez mais curtos.

Esta idéia de finitude, afirma o autor, produz uma consequência paradoxal, de heterogeneidade e afirmação da diversidade e da amplitude das culturas locais, quando o que se poderia esperar seria uma homogeneização das culturas pelo apagamento das diferenças. Featherstone (1997) considera essa afirmação do local

perante o global um momento pós-moderno, quando se desafia a destinação das culturas locais “em direção à história”, levadas pelo imperialismo americano e pelo desenvolvimento.

Na modernidade, afirma Featherstone (1997), acreditava-se que era questão de tempo até que “cada nação não-ocidental se modernizasse”, subisse de padrão e absorvesse a cultura americana, até “acabar manifestando os ideais culturais, as imagens e os artefatos materiais do estilo americano de vida” (FEATHERSTONE, 1997, p. 124). A história, portanto, se encarregaria de conduzir as partes não-civilizadas do mundo pelas etapas ocidentais, rumo a uma sociedade melhor (FEATHERSTONE, 1997).

Que a pluralidade se afirme no contexto do mundo global após esse senso de destinação ao progresso, diz o autor, é um desfecho da globalização que indica uma avaliação positiva do Ocidente em relação à alteridade, e reposiciona o conceito de cultura global com base na diversidade e no diálogo entre vizinhos, entre locais, embora sujeita a uma ameaça de desordem cultural e sobreposição, suscitando conflitos pela segurança da etnicidade, do tradicionalismo e do fundamentalismo.

Featherstone (1997) mostra, ao dizer que trabalhadores em empresas internacionais relacionam sua cultura com a da organização a que está servindo e o local onde se dá a prestação de serviço, que as práticas americanas se impõem em muitas organizações financeiras globais, na forma de uma “terceira cultura” corporativa.

Por outro lado, Featherstone (1997, p. 129) aponta a formação de um quadro global de referência, uma espécie de opinião pública internacional à qual as “terceiras culturas” têm de responder, levando em conta particularidades das culturas locais, assim como os Estados-Nação encontram dificuldade para manipular com sucesso os fluxos culturais globais dada a formação de uma vigilância internacional.

Assim como Featherstone (1997), Ortiz (1994) contrapõe esta cultura internacional, ou global, à idéia de cultura nacional, formatada no Estado-Nação, na educação pública, no idioma oficial, nos símbolos oficiais e na administração pública. Enquanto o Estado legisla sobre a formação da cultura no interior das fronteiras e negocia uma etnicidade central e o estatuto dos grupos minoritários, a cultura mundial estaria baseada em uma articulação de identidades para além do Estado-nação.

Existe, portanto, uma relação ambígua entre global e local, de interferência e de referência, que é acionada convenientemente a depender das necessidades, e que varia de acordo com a articulação e a representatividade de comunidades, Estados, instituições e organizações para ser definida, caracterizando o jogo de poder local como algo incerto, instável, suscetível às negociações financeiras e políticas e distante da articulação e dos processos de tomada de decisão locais (FEATHERSTONE, 1997).

3 O QUE VER E FAZER? TURISMO E TURISTAS

O terceiro capítulo reflete a mobilidade e a formação do turista do século XXI. Inicia com a evolução e a transformação do turismo e de seus conceitos e apresenta um breve cenário dos seus dados. Em seguida, as viagens e os viajantes são relacionados ao não-lugar e as diferentes abordagens do turismo como um objeto de reflexão acadêmica. Por fim, o Centro Histórico de Salvador é analisado enquanto espaço transformado em destino turístico.

A transformação do espaço-tempo e a formação de um mercado global ocorrem em concomitância com o desenvolvimento do turismo, uma atividade que envolve viagens, imagens, cultura e lazer, juntos ou isoladamente. O turismo evolui de prática da excentricidade burguesa a aspiração globalizada em pouco mais de um século, tornando-se uma das atividades econômicas a movimentar mais recursos em todo o mundo.

Boyer (2003) analisa a transformação do *tour* em turismo de massa, com a substituição dos deslocamentos da nobreza e das famílias reais por aqueles dos astros de cinema, teatro, arte e literatura de reputação internacional como modelo de imitação e distinção. Se há manutenção de um sentido de imitação e de desbravamento, na base da pirâmide as transformações são mais intensas, com a agregação de camadas populares com acesso a essa atividade.

É consensual que o turismo tenha se desenvolvido a partir dos ingleses, com o aparecimento dos tours destinados à instrução, de um lado e aos circuitos terapêuticos, de outro. Sua complexidade, no entanto, exige considerar que as rotas postais e comerciais mais antigas, com estalagens e postos de apoio bem distribuídos ao longo das estradas, bem como a atividade dos primeiros emissários diplomáticos e religiosos estejam ligados de alguma forma ao seu surgimento.

Urry (2001) ressalta que durante o império romano havia um padrão de viagens voltadas para o lazer e para a cultura – uma estrutura de viagens em parte proporcionada por dois séculos de paz no interior do império. Os romanos desenvolveram estradas seguras e bem pavimentadas, favorecendo os deslocamentos de Roma para diversos pontos do Império.

Já nos Séculos XII e XIV, indica Urry (2001), as peregrinações eram um fenômeno praticável e sistematizado, servido por uma rede crescente de

hospedarias para viajantes, mantidas por religiosos e incentivadas por manuais de indulgência.

Boyer (2003) afirma que os cadernos da viagem de Montaigne à Itália em 1581, as correspondências de viagem mantidas entre a corte de Luis XIV e o Palácio de Versalhes e mesmo o guia *Maneira de mostrar os Jardins*, publicado pelo no século XVII, antecipam uma literatura sobre viagens que ao longo dos séculos irá se tornar ainda mais rica com os relatos dos exploradores europeus na África, nas Américas e na Ásia⁶, culminando nos guias de viagem.

No século XVIII, o Grand Tour, uma viagem empreendida pelos jovens aristocratas ingleses à Europa continental, durava de seis meses a dois anos. As viagens para tratamento em banhos, termas e na costa se difundem. Os divertimentos para entreter os viajantes se desenvolvem, inclusive com a prática de jogos de azar. Urry (2001) aponta que o Grand Tour já incluía, no final do século XVIII, alguns filhos da classe média profissional mais abastada.

Para Urry (2001), esperava-se que essas viagens exercessem um papel primordial na educação da classe alta inglesa. O Petit Tour, realizado em terras britânicas, iniciou o desenvolvimento de uma considerável infraestrutura turística sob a forma de balneários que se espalharam pela Europa.

Embora o Grand Tour clássico se baseasse em observações e registro de galerias, museus e artefatos culturais, Urry (2001) observa que o Grand Tour romântico significava a emergência do Turismo voltado para a paisagem. Boyer (2003) recorre aos balneários, píers e passeios como marcos da superação do medo do vazio para o estabelecimento de um olhar contemplativo da paisagem.

Boyer (2003) observa que essa transformação do olhar no turismo altera o valor sentimental das casas de campo, do bucolismo e do prazer das ilhas. Progressivamente, o sul da Europa vai se integrando ao território das viagens. Córsega, Sicília e o Mediterrâneo se tornam destinos apreciados por sintetizarem essa nova idéia de prazer nas viagens.

No século XIX, os viajantes ingleses já são comumente chamados de *tourists*. Urry (2001) ressalta, porém, que antes do século XIX, eram poucas as pessoas que não as das classes superiores viajando para verem objetos ou lugares, motivadas por razões que não dissessem respeito ao trabalho ou aos negócios.

⁶ Urbain (1991) observa que em larga escala esta literatura será criticada por Edward Said como base do orientalismo reducionista e doutrinário.

Boyer (2003) ressalta que a história do turismo é, como a própria história, pendular, havendo, “por volta de 1840, um período em que a duração do trabalho foi máxima, chegando a sessenta horas semanais e até mesmo além disso” (BOYER, 2003, p. 42). Dias livres de trabalho eram poucos, e o lazer uma atividade restrita. Portanto, a história do turismo liga-se diretamente à da sociedade pós-industrial.

Boyer (2003) observa dois fenômenos complementares: “a história das migrações da minoria desocupada que se considera a elite, e a migração das massas que não têm controle sobre o seu tempo” (BOYER, 2003, p. 97). Para o autor, a Revolução Industrial marca a ascensão da burguesia, provocando na elite a invenção de práticas de distinção, entre as quais as migrações turísticas sazonais.

Por outro lado, a população proletária será submetida ao aumento das horas de trabalho. Após anos de luta, afirma Boyer (2003), a divisão do dia no “três oito”, oito horas de sono, oito de cuidados pessoais e oito de trabalho se apresentava apenas como uma aspiração utópica no fim do século XIX. A conquista das férias como direito inerente ao trabalho só começa a surgir nos primeiros anos do século XX.

Ainda assim, funcionários públicos, ferroviários e empregados mais antigos tiveram primazia no direito às férias. Boyer (2003) relata que no cantão de Berna as férias iam de seis a doze dias de duração conforme o tempo do empregado no cargo. Os maiores avanços legislativos foram obtidos entre 1919 e 1939, aponta ainda Boyer (2003), com a adoção de leis específicas sobre as férias em diversos países, incluindo Brasil, França, União Soviética, Espanha e Itália.

Só então o turismo passa a ser considerado uma atividade de massa. Contudo, as férias não significaram o estabelecimento imediato do Turismo de massa. As guerras, as restrições e o aspecto ainda elitista da viagem de lazer durante a parada de trabalho anual impuseram um período de apropriação do turismo como símbolo do tempo livre (BOYER, 2003).

3.1 – SITUANDO O TURISMO

Embora definir turismo ou refletir acerca das definições disponíveis não faça parte do objetivo deste trabalho, é necessário ressaltar a multiplicidade das abordagens que essas definições traduzem, bem como refletir sobre algumas mudanças incorporadas ao longo do tempo.

Netto (2010, p. 22) apresenta uma amostra satisfatória dos primeiros conceitos de turismo, principiando pelos verbetes do Shorter Oxford English Dictionary. O dicionário descreve turista, em 1800, como “aquele que faz um tour ou tours. Aquele que faz isso por recreação; quem viaja por prazer ou por cultura, visitando um número de lugares objetos por interesse, cenário ou semelhante”, enquanto o verbete *turismo* surge em 1811 como “a teoria e a prática de ir e voltar; viagem motivada por prazer” (NETTO, 2010).

Em 1905, a ligação do turismo com a sociedade industrial já está demarcada, e o descanso do trabalho já se torna uma necessidade racional. A transformação da natureza em cenários aprazíveis também pode ser percebida, bem como a existência de uma rede de serviços e instituições destinadas a proporcionar a realização das viagens turísticas:

Em sentido moderno, [turismo é] um fenômeno do nosso tempo que se explica pela necessidade crescente de descanso e de mudança, pela aparição e desenvolvimento do gosto pela beleza da paisagem, pela satisfação e bem estar que se obtém da natureza virgem, mas, muito especialmente pelas crescentes relações entre povos diferentes, pelo aumento de empresas que dão lugar ao desenvolvimento do comércio, da indústria e das profissões e pelo aperfeiçoamento dos meios de transporte (GUYER-FREULER apud NETTO, 2010, p. 22).

Stradner (apud NETTO, 2010, p. 24), no entanto, mostra que em 1905 o turismo ainda estava longe de ser consensualmente compreendido como uma necessidade inerente ao ritmo de vida da sociedade, definindo turistas como “Aqueles que de algum modo próprio se detêm em um lugar fora do seu lugar de residência e com sua presença neste país não buscam nenhum propósito econômico senão a satisfação de uma necessidade de luxo”.

O turismo então é um luxo sem propósito econômico. É interessante observar que a esta altura, o tour inglês já estava bastante difundido como rito de formação dos jovens adultos, justamente preparando-os para iniciar suas atividades econômicas com alguma maturidade.

Schattenhofen (apud NETTO, 2010, p. 24), em 1911, define então que “Turismo é o conjunto de todos os processos, principalmente econômicos, que se relacionam diretamente com a chegada, a permanência e a partida de estrangeiros para dentro e para fora de um país, região ou estado”.

Netto (2010) observa que tais conceitos tão distintos em um curto período de tempo estão ligados a duas escolas de pensamento sobre o turismo, divididas entre

as implicações na educação, cultura e modos de vida do tráfego de forasteiros, do alemão *fremderverkehr*, e a economia dos deslocamentos – *fremdenindustrie*, centrada sobre as possibilidades de estimular o tráfego de turistas e aumentar os lucros da cadeia de negócios relacionada a esse tráfego.

Hunziker e Krapf (apud NETTO, 2010, p. 24) avançam no sentido de diferenciar os turistas daqueles que viajavam fazendo negócios, estabelecendo, em 1942, que “Turismo é o conjunto das relações e fenômenos decorrentes das viagens e estada de forasteiros, desde que não vinculados a alguma atividade produtiva nem com residência permanente no destino”.

Já Fuster (apud NETTO, 2010, p. 28) incorpora aos viajantes “cada vez mais numerosos” os “fenômenos e relações que esta massa produz em consequências de suas viagens”. Traz ainda a incorporação dos serviços oferecidos aos turistas como parte integrante do turismo:

Turismo é todo o equipamento receptor de hotéis, agências de viagem, transportes, espetáculos, guias, intérpretes. [...] Turismo são as organizações privadas ou públicas que surgem para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo (FUSTER apud NETTO, 2010, p. 28).

A conceituação do turismo é fundamental porque está atrelada à construção das estatísticas relacionadas às viagens, à contabilidade dos resultados e impactos econômicos do turismo. Assim, a OMT desenvolveu a sua definição como uma ferramenta de trabalho, com o apoio de uma equipe estatística e do Fundo Monetário Internacional (FMI), visando manter uma governança política, técnica, comercial e normativa do turismo (OMT, 2011a). Assim, segundo a OMT, Turismo é um fenômeno econômico, social e cultural que implica o movimento de pessoas para fora do seu local de residência habitual por razões pessoais ou relacionadas a questões profissionais ou de negócios (OMT, 2011b).

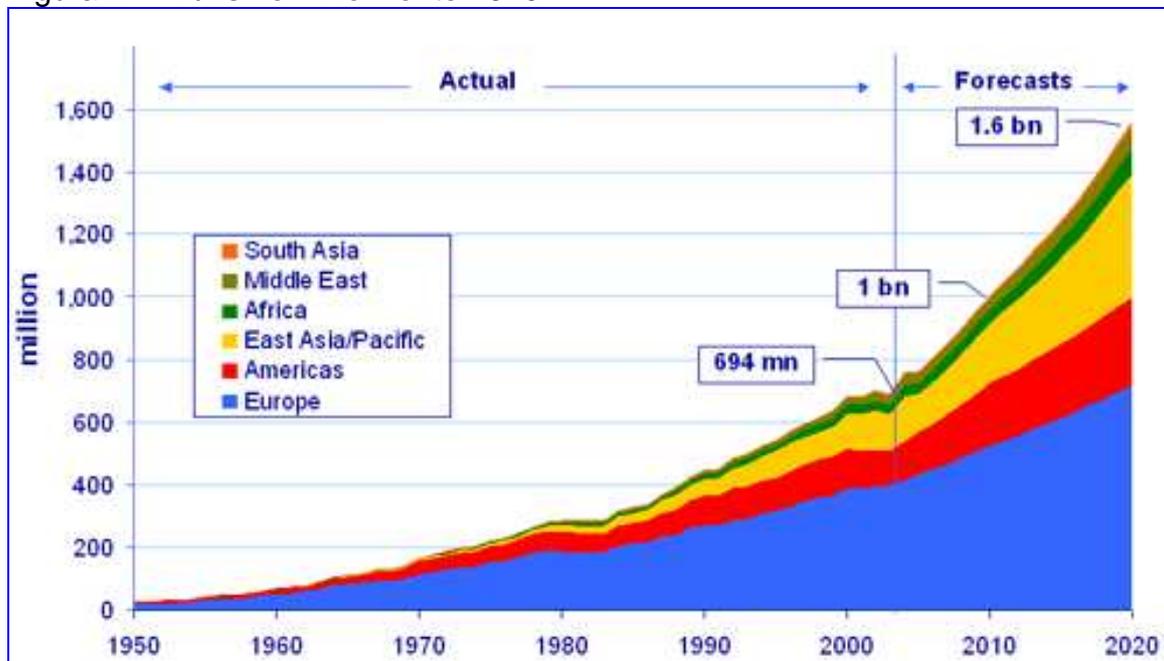
A Organização ressalta o efeito econômico do turismo especificando que o gasto turístico tem impacto na economia dos destinos turísticos e dos próprios turistas, na paisagem natural e no espaço construído. A variedade de bens e serviços requerida para disponibilizar os produtos e serviços adquiridos pelos visitantes, e o envolvimento de diversos indivíduos e empresas na sua produção e oferta transformam o turismo numa das maiores atividades econômicas existentes.

O turismo internacional cresceu cerca de 7% em 2010, alcançando 940 milhões de desembarques (Figura 2) e gerando US\$ 919 bilhões em receitas no destino no mesmo ano, cerca de R\$ 1,6 trilhão. A OMT estima que em 2020 o turismo vá proporcionar 1,6 bilhões de desembarques internacionais, num crescimento substancialmente alavancado pela Ásia e pela Europa (OMT, 2011c).

Nas últimas seis décadas, o crescimento foi praticamente contínuo, com alguns breves momentos de estagnação, o que coloca o turismo como um dos setores da economia que mais vigorosamente se desenvolvem no mundo. 25 milhões em 1950, os turistas internacionais tornaram-se 277 milhões em 1980, 435 milhões em 1990 e 675 milhões em 2000.

O programa *Turismo – Horizonte 2020*, da OMT, monitora o crescimento e atualiza as previsões de comportamento do número de desembarques internacionais, oferecendo um panorama da participação dos continentes enquanto destino das viagens internacionais. A previsão de se atingir 1 bilhão de viagens em 2011 é plausível diante dos 940 milhões de 2010.

Figura 2 – Turismo – Horizonte 2020



Fonte: OMT (2011c)

É possível analisar pela Figura 2 como os períodos entre as décadas de 1950 a 70 e de 1970 a 90 refletem um crescimento ainda lento das viagens internacionais,

com a predominância da Europa como destino, enquanto de 90 a 2010 os viajantes dobram e os destinos se diversificam.

Embora a OMT anuncie que há crescimento e diversificação dos destinos turísticos incluindo os países emergentes, a Europa deverá manter-se como principal destino turístico mundial e também como principal região emissora (OMT, 2011c).

Assim, os principais beneficiados com a expansão do turismo, segundo a OMT (2011c), deverão ser os países do Leste Asiático/Costa do Pacífico e Oriente Médio. A China se tornou, em 2010, o terceiro maior país receptor, atrás de França e Estados Unidos e à frente de Espanha e Itália.

O Brasil foi apenas o terceiro país da América Latina em 2010 no que se refere ao desembarque de turistas internacionais, recebendo quase quatro vezes menos turistas que o México, como mostra a Tabela 1. No entanto, em geração de receitas a partir do turismo internacional, o país é o segundo em números absolutos, e aquele em que a relação entre receitas e desembarques é a maior:

Tabela 1 – Desembarques internacionais e receitas cambiais nas Américas

DESEMBARQUES INTERNACIONAIS (x1000)					RECEITAS CAMBIAIS (US\$ milhões)			
DESTINO	2008	2009	2010	Participação Global em 2010 (%)	2008	2009	2010	Receita/turista em US\$ - 2010
Américas	147.953	140.722	149.765	15,93	189.097	166.186	182.168	1216,36
Argentina	4.700	4.308	5.288	0,56	4.646	3.960	4.930	932,30
Brasil	5.050	4.802	5.161	0,55	5.785	5.305	5.919	1146,87
Chile	2.699	2.750	2.766	0,29	1.674	1.604	1.636	591,47
México	22.637	21.454	22.395	2,38	13.289	11.275	11.872	530,12
Uruguai	1.938	2.029	2.352	0,25	1.051	1.312	1.496	636,05
Canadá	17.142	15.737	16.095	1,71	15.668	13.707	15.787	980,86
Estados Unidos	57.937	54.962	59.745	6,36	110.423	94.191	103.505	1732,45

Fonte: Adaptado de Organização Mundial do Turismo – OMT (2011a)

Para efeito de comparação, mantiveram-se na tabela acima os dados de Canadá e Estados Unidos. A OMT (2011c) trabalha com o conjunto das Américas para computar os dados, sendo que esses dois países respondem por metade das chegadas de turistas e 65% das receitas cambiais geradas. A disparidade entre os

Estados Unidos e os demais países da região é um reflexo da disparidade entre os números dos maiores e os menores atores do turismo internacional.

É importante observar também como o ano de 2009 representou um declínio ou diminuição do ritmo de crescimento, em função da crise econômica global e ao surto da gripe tipo A(H1N1). O turismo é uma atividade suscetível à restrição de créditos e à diminuição da renda, mas também à insegurança, a grandes variações climáticas, tensões políticas, dentre outras condições capazes de inibir seja mobilidade ou a intenção de viajar.

Vê-se, portanto, que o Turismo internacional no Brasil representou 0,55% do mercado mundial em 2010, apenas 0,05% abaixo da média da década que é de 0,60% (OMT, 2011c). No entanto, as viagens dos turistas estrangeiros representam apenas 3,9% do turismo no país, segundo a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE (BAHIA, 2011). O turismo doméstico foi responsável por cerca de 156 milhões de viagens em 2007 realizadas por 48 milhões de turistas nacionais.

Na Bahia, o turismo gerou R\$ 5 bilhões em 2008, dos quais R\$ 779,8 milhões se originaram do turismo internacional, como mostra a Tabela 2 abaixo. O Fluxo de turistas brasileiros de outros estados da federação representa 47,8% do total do fluxo doméstico, enquanto os turistas locais respondem por 52,2% do total. Em números absolutos, 4.456.836 dos turistas na Bahia são baianos. Embora representem 5,6% dos turistas, os estrangeiros têm um gasto médio três vezes maior que os turistas nacionais (FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS, 2008).

Tabela 2 – Desembarques e receitas do Turismo na Bahia em 2008

Desembarques e Receitas do Turismo na Bahia em 2008			
Desembarques		Receita (R\$ milhões)	Receita média R\$/ turista
Internacionais	514.000	779,8	1.517,12
Domésticos (nacional +local)	8.538.000	4.290	R\$ 502,22
Total	9.052.000	5.068	---

Fonte: Adaptado de FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (2008).

Esses dados refletem a importância de se planejar o turismo para acolher bem tanto os turistas internacionais com os locais, sobretudo quando o meio de hospedagem, o restaurante ou o serviço prestado não se dirige à minoria formada pelos estrangeiros. Na prática cotidiana, o turista é alguém com amplo acesso à

realidade local, sob o raio de ação da mídia e perfeitamente capaz de compreender os códigos de comportamento do anfitrião.

3.2 O TURISTA E O NÃO-LUGAR

Carlos (1999) retoma uma descrição de Ítalo Calvino sobre as transformações ocorridas na Riviera italiana a partir da chegada do turismo e as mudanças que este fato provoca nos moradores da cidade, revelando pesar por uma "paisagem querida que morre", pela "visão de uma cidade que era sua" e de certa forma desapareceu. Assim, Carlos (1999) logo conclui que o turismo é criador de artificialidades, de "um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o espetáculo para uma multidão amorfa" (CARLOS, 1999, p. 26).

Para Carlos (1999), o turismo transforma o real, transfigurando-o no intuito de seduzir e fascinar um sujeito que "se entrega às manipulações desfrutando a própria alienação e a dos outros" (CARLOS, 1999, p. 26). Assim, com a apropriação do espaço pelo turismo, produz-se, segundo Carlos (1999) a não-identidade e o não-lugar. Produzem-se "mercadorias para serem consumidas em todos os momentos da vida, dentro e fora da fábrica, dentro e fora do ambiente de trabalho, nos momentos de trabalho e de não-trabalho" (CARLOS, 1999, p. 26).

A não-identidade origina-se, segundo Carlos (1999), de um sentido de estranhamento daqueles que vêem um lugar habitual se transformar pela ação do turismo, enquanto o não-lugar nasce da espetacularização do lugar para a sedução do turista.

O não-lugar não seria simples negação do lugar, mas o produto da indústria turística que simula um lugar e determina uma série de comportamentos e modos de apropriação desses lugares. O comportamento autômato dos visitantes da Disney ou a maneira programada e controlada de estar na cidade daqueles que adquirem pacotes turísticos são exemplos da prática do não-lugar:

O pacote turístico ao controlar, delimitar o turista acaba por ignorar a identidade do lugar, sua história, cultura, modo de vida banalizando-os, pois produz a não-relação, o não-conhecimento, o distanciamento dado pelo olhar orientado e vigiado que predetermina, preconcebe. [...] O pacote turístico representa a lei e a ordem estabelecida do perceber o espaço e tempo na sociedade contemporânea, produzidos por uma racionalidade que engendra a passividade (CARLOS, 1999, p. 30).

Assim, o turismo torna-se um processo de alienação, de completa infantilização do turista. A produção do espaço turístico é, ao mesmo tempo, falseamento do lugar e negação da identidade. A presença do guia de turismo representa uma mão segura, o pacote, uma lei, e mesmo os horários livres são preenchidos com atividades complementares adquiridas junto às agências com um custo extra.

“O turismo cria uma idéia de reconhecimento do lugar, mas não o seu conhecimento”, afirma Carlos (1999, p. 31). O turista apenas circula de maneira apressada, não fica, se deixa passar. Seus olhos, portanto, não percebem que séculos de civilização são ultrapassados em segundos, e o tempo da história é apagado. Esse modo de apropriação do espaço-tempo não difere do processo de trabalho das fábricas, reflete Carlos (1999), com a supressão da experimentação e da descoberta, o parcelamento e o planejamento das atividades.

É preciso salientar que o conceito de não-lugar em Carlos (1999) não é aquele de Augé (1994, 1999). Enquanto este último deriva da superabundância, do excesso de signos e sentidos que impede a percepção das identidades, da história e dos sujeitos, o primeiro se estabelece com uma construção deliberada para o consumo e a adoção de um comportamento letárgico por parte dos turistas.

O problema com essa abordagem é que não há saída para o turista. Ela não prevê o turismo realizado fora do controle de uma agência, das explicações de um guia profissional, uma viagem para uma cidade há muito admirada para desfrutar de seus ares, seus tempos, sua gastronomia, de uma língua estrangeira ou de um sotaque diferente para a língua materna. É impossível, após a leitura, determinar se esse comportamento é negado ou se não pode ser considerado turismo.

Na problemática da superabundância, a questão do não-lugar é o embotamento dessas mínimas sensações pela função de controle dos espaços públicos, pelo estado de consumo contínuo e pelo declínio da identidade para circular entre as barreiras de vigilância, situações que de certa forma restringem o tempo de ser do sujeito. É a frustração do lugar que se estabelece, e não a completa abdicação do lazer e da busca pelo diferente.

Urbain (1991) situa o nascimento dessa visão sumária do turismo na distinção social entre viajantes e turistas. Para ele, o termo turista desapropria o viajante de sua qualidade principal: viajar. Nesse ponto, o preconceito é claro – turistas não

viajam. São adeptos dos circuitos, apenas circulam. É o suficiente para fazer desse viajante um mau viajante – um nômade dos pés chatos.

O turismo como o falso pressupõe que há um verdadeiro, e o nêmeses do turismo costuma se personificar na viagem. O viajante é o explorador-descobridor e o turista, o autômato. Mesmo o turismo pode se basear nessa função, oferecendo as maravilhas da descoberta e da verdadeira viagem como um produto de exceção, a ser consumido antes que se contamine. Assim, grande parte das atribuições de Carlos (1999) ao turismo e ao turista pode ser encontrada na descrição do conflito ideológico entre turistas e viajantes descrito em Urbain (1991).

Urbain (1991) revela que o desprezo pelo turista é uma marca social já presente na França, Suíça e Itália no séc. XIX. O turismo é abordado na literatura a partir de então como algo que nega o lugar e a cultura. Urbain (1991) exemplifica com títulos como “Côte d’Azur assassinada”, “Montanha colonizada”, “Neve envenenada” ou “Os devoradores de paisagem” (tradução nossa), para não falar de “Hordas douradas”. O turismo, longe de ser um estimulante do indivíduo e da economia, é retratado na literatura como mortífero à natureza e à originalidade do lugar.

Expansão, conquista, movimento de ocupação e de degradação do mundo físico e humano, o turismo é uma invasão. Com suas hordas bárbaras, marés de canibais, ele devora, envenena, coloniza e assassina o espaço e as tradições, relata Urbain (1991). O desenvolvimento do turismo significa logo a perda de autenticidade das viagens. O turismo surge como uma operação de falsificação do mundo, que, com a instalação de uma infraestrutura e do pessoal necessário para o seu desenvolvimento, deforma tudo.

O turismo é então tanto a subtração da viagem ao viajante, como o roubo do real denunciado por Carlos (1999). A guerra entre viajantes e turistas se trava em torno da verdade. O turista é acusado de não ver além da superficialidade e de não conseguir enxergar a vida das pessoas nos lugares que visita. Assim, torna-se uma viagem-espetáculo para o seio de paisagens, monumentos e museus. Apressado e superficial, o turista é acusado de preferir os monumentos aos humanos.

Esse debate sem fim responde a uma necessidade social de distinção, aponta Urbain (1991). Trata-se de uma tática difundida entre os turistas ávidos de diferença. Ela lhes permite, ultrapassando os limites do falso e explorando a importância interna e íntima em sua peregrinação, de se atribuir o privilégio da clarividência que

o distingue socialmente da presumida cegueira do turista vulgar. Nesses termos, renova-se a polêmica entre o bom e o mau turista, o verdadeiro e o falso viajante. Um viaja como explorador de um mundo autêntico a ser descoberto; o outro é um observador superficial, que se desloca apressadamente em um teatro de aparências.

O turista que ama o falso é o falso viajante. Um simulacro do explorador seduzido pela ilusão da descoberta. O turista superior mimetiza o explorador, destacando-se dos demais e proclamando a profundidade do contato que ele realiza, ainda que aquilo que ele pratica seja também ignorância e concepção do todo amplo a partir de partes cujo valor é igualmente discutível.

A oposição entre turista e viajante estrutura mentalidades e opiniões e cria uma espécie de concorrência entre os turistas. Mais do que um esnobismo, essa contradição é uma forma de esquizofrenia social, afirma Urbain (1991), pois conduz o turista a não se reconhecer em seus semelhantes e a se colocar na identidade de um outro. Como consequência dessa estratégia, o turista não existe. É sempre do ausente que se fala. É incapaz de reconhecer nas suas atitudes aquilo que se aponta como defeito nos outros: “O outro é turista, sou um viajante” (URBAIN, 1991, p. 92).

O desdém do outro – de si mesmo – é um paradoxo que não escapa à indústria turística. Se o outro do turista é ele mesmo, é preciso que ele se veja como um solitário desbravando destinos. Os lugares são mostrados como intocados paraísos à espera do primeiro turista. Trata-se de vender uma impressão de virgindade. O turista precisa chegar antes que os outros o alcancem e arruinem seu destino intocado. Ou, como uma espécie de juiz que deve julgar se aquele lugar realmente deveria encantar tantas pessoas.

Urbain (1991) se pergunta se o turismo que se aspira autêntico por percorrer atrações culturais originais não explora recursos que foram organizados para ser vistos e com isso deforma a realidade, iludindo o olhar.

No entanto, afirma Urbain (1991) o turista que visita os estúdios de Hollywood explora um universo de cenários e não está iludido sobre a (ir)realidade do ambiente. Produto de uma arte da simulação, ele sabe que o lugar é falso e real ao mesmo tempo. Falsos enquanto simulacros e reais enquanto autênticos acessórios necessários à produção de ilusão.

A esse respeito, Eco (1986) tem os parques Disney como quintessência da ideologia do consumo, pois neles o lugar totalmente falso, mas mágico, de explícita teatralidade, explora a realidade objetiva por meio do consumo de mercadorias reais, sempre originais enquanto produto, mas nunca objetos únicos. A compra é realizada numa loja-cenário, com vendedores fantasiados, mas o dinheiro é real.

Segundo Urry (2001), o turismo constitui uma manifestação de como o trabalho e o lazer são organizados, enquanto esferas separadas e regulamentadas da prática social, nas sociedades “modernas”. O autor destaca que agir como um turista é uma das características definidoras de ser “moderno” e liga-se a grandes transformações do trabalho remunerado.

O turismo teve sua dinâmica intensificada pela experiência pós-moderna e pelo ritmo frenético empregado às viagens. O crescimento do turismo se dá num contexto em que a viagem torna-se um elemento de *status*, oposto ao trabalho e consequência dele. O ato de viajar é decorrente do trabalho e significa que o viajante é capaz de acumular riquezas a partir deste (URRY, 2001).

Para Krippendorf (2001), as viagens se tornaram uma tentativa de livrar-se do incômodo do cotidiano, do trabalho mecanizado e desinteressante, do colapso urbano e do empobrecimento das relações humanas. Viajar deixou de ser o desejo de fazer descobertas e realmente aprender alguma coisa, se é que jamais o foi. O autor sugere que, ao viajar, o homem contemporâneo tenta desligar-se do estresse e vazio interior para refazer as energias desfrutando da independência e da livre disposição do próprio ser.

Nesse sentido, Krippendorf (2001) vê o ato de viajar como uma questão de sobrevivência, em decorrência das condições de trabalho e da sociedade surgidas como desenvolvimento da sociedade industrial. A redução das jornadas de trabalho em alguns países e a elevação dos salários, aliadas à transformação dos meios de transporte deram vazão à “mobilidade individual ilimitada”. Considerando a indústria do lazer, o autor sintetiza um resumo do sistema de vida moderno:

Viajamos para recarregar as baterias, para reconstituir as forças físicas e mentais. Durante a escapada, consumimos o clima, a natureza e a paisagem, a cultura e os seres humanos das regiões visitadas, que transmutamos em “espaços terapêuticos”. A seguir, voltamos para casa, mais ou menos em forma para suportar o cotidiano durante certo tempo – até a próxima vez. [...] Trabalhamos, sobretudo, para poder sair de férias, e temos necessidade das férias para poder retornar ao trabalho (KRIPPENDORF, 2001, p. 16).

O turismo surge então como estabilizador do indivíduo e da economia. Ao viajar, o ser humano se restabelece para continuar trabalhando e suportando o ambiente em que vive, pois está refeito e teve a oportunidade de sentir-se livre para retornar, ao passo que a economia vê renovados os recursos humanos para um novo ciclo de trabalho.

Esse ciclo deixa marcas em todos os seus elementos. Paulatinamente, as férias não mais reconstituem as energias exauridas no cotidiano do trabalho e o homem precisa viajar mais e para mais lugares. Krippendorf (2001) e Beni (2004) ressaltam a mobilidade crescente da humanidade e suas conseqüências para os destinos turísticos, sobretudo para a população autóctone⁷. Pellegrini Filho (1993) lembra que, com o aumento do número de visitantes ao nível do turismo de massa, verifica-se uma forte interferência no núcleo receptor, com degradação no meio ambiente natural e artificial.

O ato contínuo a esse ápice seria a reparação, mediante regulamentação, requalificação e fatidicamente o planejamento tardio da atividade turística no local. Segundo Krippendorf (2001), esse movimento de reconciliação com a atividade turística é uma espécie de prevenção atrasada que é caracterizada pela proliferação de estudos, pesquisas e projetos específicos para a região, estágio em que enfim se começa a pensar nos recursos naturais e culturais que precisam ser preservados.

Assim, ainda que para o homem o desenvolvimento dos meios de transporte tenha representado a supressão das grandes distâncias, o uso do tempo na atualidade leva-o a comportar-se como se houvesse sempre urgência em partir e chegar, um itinerário comparável a uma longa viagem de trem, pontuado com paragens de abastecimento em estações de onde se pode sempre observar que a paisagem corresponde à do folheto que se tem à mão.

3.3 SALVADOR – CENTRO HISTÓRICO E CENTRO TURÍSTICO

A história econômica de Salvador trata da fundação e do declínio da sede de governo de uma colônia agrícola, escravagista, e de uma lenta retomada e estruturação baseada na indústria e nos serviços, dentre os quais o turismo é um dos eixos motores.

O processo de identificação da cidade como destino turístico passa pela

⁷ A população residente por natureza. Ver Beni (2004) e Krippendorf (2001).

revitalização do Centro Histórico de Salvador e a sua configuração como pólo de instituições e locais destinados ao turismo. Se a cidade nasce como um forte elevado de onde se pode visualizar a estratégica, e perigosa, Baía de Todos os Santos, o espaço contemporâneo se transforma em mirante de onde se pode admirar a cidade e a paisagem com uma excelente visão panóptica.

A nova espacialização de Salvador, no entanto, não transforma completamente o seu uso. Taboão, Ladeira do Carmo, Sé e Terreiro de Jesus irão figurar tanto como destino como quanto passagem, ligação entre cidade alta e baixa, bairro e centro, comércio e cidade.

A urgência da otimização do sistema de mobilidade entre o aeroporto e a Arena Fonte Nova, ainda em construção, e o condicionamento da realização de partidas da Copa do Mundo, a ser disputada no Brasil em 2014, ao atendimento dessa exigência, indica que a cidade, enquanto destino, deve inscrever-se em uma competição global de regras claras, destinadas a transformar os diversos concorrentes em pontos de uma grande rede turística e móvel.

O reconhecimento do Centro Histórico de Salvador como Patrimônio Cultural da Humanidade em 1985 possibilitou a organização do Turismo baseado nos fatores que justificaram essa ação, sobretudo quanto ao Patrimônio Material, mas também pela cultura popular, a culinária, a literatura, as artes cênicas e demais aspectos do Patrimônio Cultural como um todo – aliada a uma agressiva campanha mercadológica que ressalta as características particulares da natureza, da história e da cultura na Bahia.

Seria necessário, no entanto, superar o longo período de decadência enfrentado pelo centro antigo de Salvador, um quadro de degradação física e social que progressivamente, a partir dos anos 1950, o caracterizava e impunha a imagem de espaço marginal.

Já no princípio do século XX uma mudança progressiva ocorre na região, com a saída dos residentes mais abastados e a sua migração para outros pontos da cidade, a exemplo do Corredor da Vitória, Piedade, Nazaré, Brotas e outras localidades. Serviços de transporte urbanos começam a ser instalados, a cidade se moderniza pouco a pouco, e o Pelourinho se torna uma área de predominante classe média, com a intensificação das atividades comerciais (AZEVEDO, 1983 apud VIEIRA, 2000).

Enquanto a cidade baixa vê a ampliação do porto com o aterro da orla entre a

antiga alfândega e Água de Meninos, de 1906 a 1921, em outra direção, a Avenida sete de setembro passa a ligar a Vitória e a Barra mais diretamente ao centro, forjando o eixo central da expansão das classes altas em direção à orla sul, exterior à baía, explica Nobre (2003).

Por outro lado, como refluxo do aumento da importância trazida por essa expansão, o meretrício da Rua Carlos Gomes e Beco Maria da Paz é transferido, ainda nos anos 30, conforme Vieira (2000), para o Maciel, em pleno Centro Histórico, onde já havia grande número de prédios arruinados e abandonados.

Esse processo é ainda lento entre os anos 1930 e 60. Tampouco se pode dizer que é exclusivo de Salvador. O desenvolvimento industrial no sudeste brasileiro frente à perpetuação da economia agrícola no recôncavo baiano, a criação do Centro Industrial de Aratu (CIA), da Refinaria Landolfo Alves, do Pólo Petroquímico de Camaçari e das rodovias Rio-Bahia (BR-116) e Linha Verde (BA-009), podem ser considerados marcos da mudança que, ao longo do séc. XX, transformou o recôncavo em região secundária, isolada de Salvador, e deflagrou a ocupação do litoral externo à baía pela população de classe média/alta da capital (RISÉRIO, 2004).

É, segundo Vieira (2000), a partir da década de 1960 que a cidade vive a aceleração do processo de descentralização, com uma série de fatores contribuindo para isso: a inauguração da Avenida Contorno e a ligação direta entre Comércio, Barra e Graça, a criação do Porto de Aratu e a saída de órgãos públicos e escritórios do centro, as alterações no transporte público, enfim.

É fundamental para o entendimento desse processo que se marque no tempo o tombamento do conjunto do Pelourinho pelo patrimônio histórico nacional ocorrido em 1959. Bomfim e Silva (1995) ressaltam que, não obstante a sua abrangência maior, o instituto do tombamento sem a instituição de ações complementares entra em atrito com interesses privados, causando efeitos opostos aos desejados – falta de conservação, desvalorização, ocupação por extratos sociais incapazes de mantê-los, arruinamento.

Gomes e Fernandes (1995) descrevem os anos 1960 e 70 como sendo de decadência, esvaziamento e abandono da região, com o enfraquecimento político e institucional do centro e a abertura de outras áreas de influência na cidade de Salvador. Esse fenômeno se assemelha a uma lenta agonia, que se acentua a cada instituição que deixa o lugar rumo a outros pontos da cidade, como descrito no

trecho destacado:

Isso leva a uma sequência de abandonos urbanos e institucionais da área, que poderiam ser entendidos como uma política urbana às avessas, ou de esvaziamento: na década de 60, o fechamento do charriot do Taboão, que fazia uma das articulações entre a cidade alta e a cidade baixa; a saída da sede do Baneb; a mudança da Faculdade de Medicina; a saída do Instituto Médico Legal; a saída da Academia Baiana de Letras; o fechamento da fábrica de macarrão Progresso; o fechamento do Plano Inclinado do Pilar, também responsável por articular a cidade alta e a cidade baixa; o incêndio e destruição do Liceu de artes e Ofícios; na década de 70, o fechamento do Cine Santo Antonio e do Cine Popular; a mudança da administração do Estado para o CAB; a saída de parte da administração municipal para o bairro de Brotas; o fechamento do terminal de ônibus da Sé por dois anos e, nesse mesmo período, a falência de 58 estabelecimentos comerciais localizados na área (GOMES e FERNANDES, 1995, p. 46).

A partir dos anos 1980, vê-se surgir algumas estratégias de reação para valorizar e descriminalizar a área, num esforço eminentemente comunitário. Esses esforços culminam na adoção do território do Pelourinho como marco da cultura negra e da Terça da Benção como evento simbólico da vida cultural e da construção social da identidade negra em Salvador.

A adoção do Centro Histórico como marco cultural negro e a instalação naquela região de diversos movimentos culturais como os Filhos de Gandhi, o Olodum, os afoxés e ijexás, grupos percussivos e outros, segundo Santos (1995), buscava marcar na cultura de massas a cultura local, e na indústria cultural uma cultura popular.

O espaço aristocrático da cidade, suplantado pela modernidade, pela transformação das relações econômicas e pela modernização urbana, passou então a ser reclamado por uma população oprimida, faminta de voz e de participação, daquilo que Bauman (2007) define como uma “imagem digna de ser apresentada”.

Em 1985 o conjunto arquitetônico do Centro Histórico é reconhecido como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO. A Prefeitura, pressionada por intelectuais soteropolitanos para intervir mais pesadamente para reverter a degradação física da área, convida a arquiteta italiana Lina Bo Bardi para desenvolver um projeto de reabilitação do Centro Histórico (NOBRE, 2003).

A arquiteta, influenciada pelo folclore e arquitetura vernacular brasileira e baiana, destaca as ligações sociais existentes, reforçando as raízes populares da cultura soteropolitana. Com essa preocupação, desenvolve o Belvedere da Sé, o Complexo da Barroquinha (misto de equipamentos de lazer como cafés, teatros e

cinemas e recursos de habitação social), a Casa do Benin, a casa do Olodum e a Fundação Pierre Verger.

O projeto mais importante de Bo Bardi seria a Ladeira da Misericórdia, projeto piloto que seria aplicado no Pelourinho, restaurando casarões para uso residencial da população de baixa renda local, junto com atividades comerciais nos andares térreos. Contudo, para Nobre (2003) o processo da renovação do Pelourinho mudou completamente de rumo quando o Governo do Estado decidiu intervir.

Até então, como examinam Gomes e Fernandes (1995), o Pelourinho havia recebido, pelo menos, 15 projetos (Quadro 1) em diferentes instâncias político-administrativas. Essas políticas públicas tinham o ciclo de mercado de especulação e valorização como estratégia de ação. No entanto, as limitações à propriedade decorrentes do tombamento, a existência alternativas altamente lucrativas em outras áreas da cidade e o estigma social da área, aliados à progressiva restrição de financiamentos característico da época, frustram essa idéia.

Quadro 1 – Atores e ações adotadas no Centro Histórico de 1959 a 94

ATORES E AÇÕES ADOTADAS NO CENTRO HISTÓRICO DE 1959 A 94		
ANO	INSTITUIÇÃO	AÇÕES ADOTADAS
1959	SPHAN	Medidas de proteção e obra de conservação
1967	GOV. DA BAHIA	Criação da FPACBA – promoção da conservação do Patrimônio Artístico e Cultural Do Estado
1971	FPACBA/SEPLAN	1ª etapa do Plano De Recuperação Do Pelourinho
1972	FPACBA/PMS/UFBA	Plano de desenvolvimento da comunidade do Maciel
1976/79	FPACBA/SEPLAN-PR	Restauração de imóveis e instalação de posto médico e policial, escolas e creche, serviços públicos e privados
1977	PMS/GOVERNO DA BAHIA	Seminário sobre o centro histórico de salvador
1977/79	CONDER/FPACBA/SEPLAN-PR	Plano Diretor do Pelourinho – PLANDIP
1978	CONDER	Proposta de valorização do Centro Histórico de Salvador
1981/85	IPAC/URBIS / COHAB-BAHIA/BNH	Projeto CAMI - Centro Administrativo Municipal Integrado
1981/82	SPHAM	Projeto de Recuperação Habitacional do Centro
1983	IPAC/PMS/FNPM	Criação da ETELF – Escritório Técnico de Licenças e Fiscalização
1986	MINC/MDU	Seminário do Programa Nacional de Recuperação de Núcleos Históricos
1986	FGM/PMS	Criação do programa especial de Recuperação de Sítios Históricos de Salvador e da Fundação Gregório de Mattos
1987	FGM/PMS	Criação do Parque Histórico do Pelourinho
1992/94	IPAC/CONDER	Recuperação e urbanização de quarteirões no Centro Histórico do Pelourinho

Fonte: Adaptado de Bonfim e Silva, 1995

A partir de 1992, o Governo do Estado inicia um grande projeto de recuperação do conjunto do Centro Histórico, incluindo a renovação de sua infraestrutura e a consolidação e adaptação de seus edifícios a funções turísticas. O Instituto do Patrimônio Artístico Cultural da Bahia (IPAC) e a Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia (CONDER), então ligados às secretarias estaduais de Cultura e Turismo e de Planejamento, respectivamente, foram os órgãos executores do programa.

O Termo de Referência da recuperação do Centro Histórico de Salvador, de 1992, define como objetivos do Estado para a área a “reabilitação e restauração físicas da área tomando-se em consideração o seu potencial econômico para a cidade” e a promoção de “condições para preservação sustentável através do desenvolvimento de atividades econômicas” (RECUPERAÇÃO, 1992, p. 3).

O documento informa que a metodologia de trabalho a ser adotada supera a recuperação pontual dentro dos sítios históricos e áreas de proteção específica, passando dos monumentos religiosos ou dos prédios públicos para atuar “diretamente na valorização econômica do patrimônio imobiliário”, o que, associado à “valorização da memória, do testemunho histórico e da sociedade a que se pertence, levará seguramente ao centro histórico de Salvador uma alternativa segura de preservação e auto conservação” (RECUPERAÇÃO, 1992, p. 3).

A primeira etapa do projeto, a que se refere especificamente o Termo de Referência, consistiria da recuperação de quatro quarteirões situados na subárea correspondente ao largo do Pelourinho, Maciel e Terreiro de Jesus, não só restaurando os imóveis, mas provendo abastecimento de água, energia elétrica, drenagem, esgotamento sanitário, serviço telefônico, equipamentos de lazer, de comércio e abastecimento.

Com essa abordagem, o programa de recuperação do Centro Histórico define o quarteirão como unidade de intervenção, visando com isto adotar uma metodologia específica de funcionamento em unidades de vizinhança e estabelecendo condomínios. A ocupação dos imóveis ficava definida com 60% dos imóveis destinados a uso comercial e 40% a usos múltiplos, entre serviços e residências, sendo os pavimentos térreos e seus subsolos totalmente ocupados por comércio e serviços (RECUPERAÇÃO, 1992).

Nos primeiros quatro anos de trabalho foram investidos cerca de 24 milhões

de dólares. Com esse recurso foram recuperados 334 casarões em 16 quadras e reconstruídas nove ruínas. Além disso, mais de 500 moradores foram levados a abandonar as suas casas.

Esse trabalho ficou dividido em quatro etapas, sendo a segunda na área do Paço, a terceira no Maciel de Baixo e a quarta na área limítrofe ao Terreiro de Jesus. Em 1995, US \$ 900 mil foram entregues pelo Governo às famílias que optaram por receber uma compensação financeira pela relocação de suas moradias. Cerca de mil famílias receberam o pagamento, perfazendo uma média de US \$ 900 por família (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL DA BAHIA, 1995).

Considerando-se os moradores em situação irregular, os optantes pela relocação e os que, resistindo, não encontraram condições de sobreviver em meio ao complexo turístico instalado, a revitalização reduziu a população residente de 9.853 moradores em 1980 a 3.235 em 2000. Mesmo nos arredores, incluindo o Santo Antônio, a população foi reduzida de 54.624 a 36.481 moradores (IBGE, 1982 apud NOBRE, 2003). Após o restauro, os sobrados foram postos para alugar baseado em uma fórmula pré-estabelecida:

O piso térreo das casas menores foi ocupado por usos comerciais – lojas de souvenir, bares e restaurantes típicos. As grandes residências e os solares coloniais foram convertidos para usos culturais e de entretenimento, tais como galerias de arte local, museus, casas de espetáculo, pequenos ateliês, escola da música, dança, artes e ofícios tradicionais como, por exemplo, o Solar do Ferrão (galeria de arte e museu), os teatros Miguel Santana e XVIII, o Museu da Cidade e a Fundação Casa de Jorge Amado (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL DA BAHIA, 1995).

O Governo Estadual, na altura do programa de Recuperação do Pelourinho buscava também “recuperá-lo economicamente, reintegrando-o à economia urbana formal” o que podia ser alcançado utilizando-se de recursos existentes, dentro de uma nova organização. “Os sítios históricos são sempre áreas extremamente privilegiadas, dotadas de uma grande infraestrutura de lazer/cultura, consumo e serviços especializados, onde reside uma elite intelectual/ financeira, convivendo com intenso fluxo turístico”, explica Fernandes (2006).

É esta a miragem avistada pelo poder público e a motivação para a transferência para outras localidades dos moradores que então caracterizavam um bairro marginalizado, estigmatizado pela prostituição e pela pobreza generalizada. O IPAC inicia o projeto de Recuperação inspirado pela “atenção com o habitante do

centro histórico de salvador, com seu desenvolvimento sócio econômico e cultural”, pelo “encontro de grupos sociais diversos que ali vem se dando desde os primórdios da própria cidade”, na busca de “favorecer o desenvolvimento sócio-cultural das populações residentes, [...] sendo o Maciel/Pelourinho a representação mais característica da cidade do Salvador”, sustentando a idéia de “efetiva participação das comunidades residentes” (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL DA BAHIA, 1991, apud VIEIRA, 2000, p. 174).

Quatro anos depois, o discurso diametralmente oposto do mesmo órgão demonstraria o encantamento pela economia do turismo como solucionador da pobreza. O IPAC (1995) revela que foram objetivos do Programa de Restauração a criação “através da ativação do ciclo econômico, de condições efetivas para a manutenção dos bens e valores culturais de firma contínua e eficaz”, além de “Promover a recuperação e a restauração física da área do Centro Histórico de Salvador, redefinindo sua função em relação à cidade e à região metropolitana”.

Redefinir as funções daquele espaço significa, de fato, criar um centro de consumo e beneficiar a cidade com o incremento econômico daí advindo:

No início dos trabalhos havia uma afirmação generalizada que a saída dos moradores só poderia ser efetivada com o uso da força. Entretanto se conseguiu fazer um trabalho rápido e ágil, em prazo muito curto e sem maiores problemas. Apenas um morador entrou na justiça, mas acabou perdendo a ação (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL DA BAHIA, 1995).

Outro registro importante é da CONDER:

E, através da revalorização, as leis de mercado imobiliário irão incumbir-se de resolver – sem qualquer comoção social – o preocupante problema da vizinhança, para todos que desejam fazer do Centro Histórico de Salvador um seguro e digno lugar de moradia, trabalho e lazer (COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO DO ESTADO DA BAHIA, 1992 apud VIEIRA, 2000, p. 176).

E ainda:

Na medida em que, com excessos decorativos ou não, cada loja abrigar um empresário bem sucedido, a quadra como um todo será um local de estuante vida e de energia que irão “contaminar” saudavelmente as quadras vizinhas e assim por diante, viabilizando o Centro Histórico (COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO DO ESTADO DA BAHIA, 1992 apud VIEIRA, 2000, p. 217).

A dimensão econômica da Recuperação do Pelourinho justificou a instalação

de uma série de lojas de artesanato e souvenirs nas ruas principais do Centro Histórico. Estes empreendimentos seriam um apoio para a sustentabilidade da atividade turística, garantindo postos de trabalho e participação econômica dos moradores de Salvador. Essa dinâmica, ligada à escassez de outros equipamentos relevantes, acentua a idéia de um Shopping Center, ou galeria de lojas, funcionando a céu aberto.

Ponto estratégico na concepção da dinâmica da área, a finalidade era uma só: garantir, com a expulsão da população, uma redefinição do patamar sócio-econômico do qual se partiria para a requalificação do lugar, buscando aí garantir uma nova lógica de reprodução urbana. Retirando a moradia pobre de seu interior, o que acaba por acontecer é que a população desalojada passa a concentrar-se nas franjas da área central, incrementando em muito o número de barracos em invasão na encosta entre a cidade alta e baixa, o número de pessoas encortiçadas nas áreas antigas e contíguas ao Pelourinho, de pessoas “morando na rua”, dando a impressão que o Pelourinho se transformou num lugar sitiado (GOMES E FERNANDES, 1995).

Vieira (2000) considera que houve na recuperação um processo falho de gentrificação daquela região à medida que a intervenção do Governo não resultou na valorização imobiliária e nem na ocupação dos imóveis, ao contrário, criou um sistema econômico dependente de investimentos estatais.

O Governo da Bahia lançou em 2010 um plano de reabilitação para a área que foi denominada Centro antigo de Salvador, englobando, além do Centro Histórico de Salvador, os bairros do seu entorno, do Campo Grande à Lapinha, envolvendo o Dique do Tororó, Nazaré e Macaúbas. O plano consiste em 14 proposições de ações ou intenções para revitalizar a área, incentivar a habitação e a economia, resolver questões de mobilidade e de vulnerabilidade social.

Em todo o material descritivo, há preocupação em se respeitar a diversidade social e a complexidade econômica que envolve a questão do Centro Histórico, com ênfase no incentivo à habitação. As ações propostas são divididas em 14 grupos distintos e para cada uma são definidos objetivos gerais e específicos, os quais definem as ações a serem implantadas.

Descrito como um plano de reabilitação, integrado e participativo, o plano é parte do Programa Nacional de Reabilitação de Áreas Urbanas Centrais do Ministério das Cidades. Seu objetivo, reproduzido a seguir, tenta afirmar o desejo de

se chegar a um patamar de sustentabilidade da região:

definir, construir e instituir instrumentos que possibilitem a sustentabilidade do Centro Antigo, integrando às dinâmicas sociais, urbanas e econômicas da cidade, com vistas a encontrar os meios que levarão a um território urbano que seja bom para morar, trabalhar, freqüentar, e visitar; socialmente justo, culturalmente aceito, economicamente viável, ambientalmente sustentável e devidamente apropriado pelos seus usuários (CENTRO, 2010).

O diagnóstico de imagem do Centro Histórico para os soteropolitanos que acompanha o Plano de Revitalização (CENTRO, 2010) traz quatro conclusões que devem ser levadas em consideração por sua relevância para o estudo tratado aqui

A primeira conclusão é de que, independentemente da classe social, há um forte sentimento de identidade cultural dos soteropolitanos com o Centro Histórico de Salvador. Esse sentimento está expresso em declarações de respeito e reverência à história, à estética arquitetônica, à arte e às manifestações culturais que caracterizam o Centro Histórico (CENTRO, 2010).

A despeito desse sentimento, a segunda conclusão do diagnóstico revela que muitos soteropolitanos evitam o Centro Histórico e fazem a ele severas restrições, direcionadas à forma de ocupação, administração e exploração socioeconômica.

A terceira conclusão é de que a situação do Centro Histórico vem se degradando há algum tempo, e os efeitos da Recuperação de 1992 já não são tão impactantes. A quarta e última conclusão especifica os problemas mais evidentes do Centro Histórico na opinião dos soteropolitanos: a insegurança, o tráfico e o consumo de drogas, roubos, assaltos, violência, prostituição, vandalismo e marginalidade. Outros problemas são recorrentes: o acesso e a mobilidade, a mendicância e a exploração ao turista e os altos preços cobrados pelos produtos, que afasta também os soteropolitanos (CENTRO, 2010).

De uma maneira geral, as ações propostas no âmbito do Plano de Reabilitação (Quadro 2) são pontuais e só ganham um valor mais significativo se consideradas em conjunto. Na fase atual, o Governo do Estado busca construir um sistema de governança do plano, instituindo um arranjo financeiro e administrativo para a coordenação das ações a serem implementadas, que reúnem segmentos dos Poderes Municipal, Estadual e Federal.

Quadro 2– Proposições do Plano de reabilitação do Centro Antigo

PROPOSIÇÕES E OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PLANO DE REABILITAÇÃO DO CENTRO ANTIGO	
1.	Fomento à atividade econômica
2.	Ampliação da Competitividade das atividades econômicas
3.	Preservação da área de encosta do frontispício
4.	Incentivo ao uso habitacional e institucional
5.	Dinamizar do bairro do Comércio e revitalização da orla marítima
6.	Qualificação dos espaços culturais e monumentos
7.	Estruturação do turismo cultural
8.	Aprimoramento das ações e serviços de atenção à população vulnerável
9.	Otimização das condições ambientais
10.	Requalificação da infraestrutura
11.	Redução da insegurança
12.	Valorização do centro antigo a partir da educação patrimonial
13.	Criação de um Centro de Referência da Cultura da Bahia
14.	Gerenciamento e implantação do Plano de Reabilitação

Fonte: Adaptado de Centro, 2010.

Pode-se pensar que o Plano de Revitalização é um esforço mais abrangente do que a Recuperação dos imóveis e que as suas proposições englobam aspectos sociais até então não trabalhados como estruturantes para se atingir uma pujança econômica que se esperava acontecer naturalmente com o desenvolvimento do turismo na região.

Ao longo de décadas de projetos que se sobrepõem sem necessariamente se complementar, no entanto, há que se perguntar se haverá condições para que todos os setores envolvidos nas ações correspondentes a cada proposição estarão à altura do que deles é exigido.

4 ONDE FICAR? A HOSPEDAGEM COMO OBJETO DE ANÁLISE

O quarto e último capítulo trata da hospedagem e sua relação com a vivência do lugar. A globalização da economia e do turismo e a composição de públicos e mercados específicos é destacada para demonstrar como o lugar pode receber pessoas dispostas (e capazes) de experiências distintas. Em seguida, vê-se como cada público e mercado se propõe a um tipo de texto sobre o lugar, e assim o espaço é recomposto em cenários diversos.

4.1 HOSPEDAGEM LOCAL, HOSPEDAGENS GLOBAIS

Pode-se fazer um paralelo entre a distância que separa a hospedagem oferecida a partir das características da cultura local, da participação da comunidade e da valorização das tradições e aquela prestada por empresas multinacionais, serializada, pensada como um produto global por seus fornecedores, e a perda da aura da obra de arte causada por sua reprodução, como descrita por Walter Benjamin.

Benjamin (1991) analisa as transformações da obra de arte com o surgimento de técnicas de reprodução e gravação na passagem para o Séc. XX, buscando captar a sua influência em conceitos até então caros à apreciação da arte: A originalidade, a sacralidade do objeto e do seu criador, a eminência do admirador dos objetos de arte, a aura da obra de arte.

Benjamin (1991) considera que o *hic et nunc* contido pela obra de arte é perdido com a sua reprodução, e que sua história, a de seus proprietários e a de sua elaboração, somente pode ser contemplada a partir do original, intacto – o que garantiria a autenticidade da obra. A reprodução manual estaria abaixo da obra e seria considerada uma falsificação.

A idéia de Walter Benjamin parece corresponder à de Carlos (1999), exposta anteriormente, quando se considera o espaço construído para a fruição do turismo. Destacado para ser percorrido em segurança pelo turista, qualificado pela onipresença das estruturas de consumo, o destino turístico existe em adição ao lugar antropológico de Augé (1994).

Com o advento das organizações internacionais e fundos de investimentos globalizados, a hotelaria passa a fazer parte dos investimentos globais, compondo

grupos financeiros com alto poder aquisitivo, mas também sensíveis às variações do mercado. Assim, para que um hotel de grande porte se instale em uma região, um grupo investidor poderá atuar em investimentos paralelos, como infraestrutura, segurança ou mesmo no desenvolvimento social, como uma forma de demonstrar que os efeitos da turistificação do lugar foram cuidadosamente minimizados.

A Tivoli Hotels & Resorts, rede hoteleira ligada ao Grupo Espírito Santo, de Portugal, através da investidora RioForte, que atua, entre outras áreas, nos ramos de imobiliária, construção, agropecuária, energia e mineração, lançou em 2010 o Tivoli Ecoresidences Praia do Forte (TIVOLI, 2010), empreendimento que deve ocupar, segundo o grupo, 150 mil m² em uma Área de Proteção Ambiental na região de Praia do Forte, litoral leste da Bahia. Segundo Hotelonline (2010), cada uma das 42 casas que formam o condomínio turístico teria custado entre R\$ 1,6 milhão a R\$ 2,8 milhões, num valor global de cerca de R\$ 70 milhões.

O grupo (TIVOLI, 2010) anuncia que o projeto realizado por arquitetos do Rio de Janeiro e São Paulo foi empreendido prioritariamente com a contratação de mão de obra local, no que diz ter sido elogiado pelo prefeito do município na implantação do complexo hoteleiro.

A atuação do capital internacional no Turismo pode ser exemplificada de outra forma: em fevereiro de 2009, em meio a uma crise econômica deflagrada nos Estados Unidos com consequências globais imediatas, o grupo espanhol Sol anunciou o atraso preventivo de investimentos, suspendendo a implantação de resorts na Bahia, na região de Praia do Forte, e no México.

O anúncio foi feito em uma nota intitulada “Sol Meliá obteve un beneficio neto de 51,2 millones de euros en 2008”⁸ (SOL MELIÁ, 2009). Segundo a rede hoteleira, o resultado de 2008 foi 68,4% menor que em 2007, o que, associado à crise que então tinha início, justificava a suspensão da construção do resort com 280 quartos a ser construído na Bahia, num total de US\$ 42 milhões (HOTELONLINE, 2009).

Os exemplos citados tocam múltiplos pontos da relação local-global que ora se discute: dependência em relação a um sistema econômico internacional, verticalização do poder econômico com a formação de grupos de investimento em setores diversificados, capacidade de influência sobre o poder local com a ocupação de zona de proteção ambiental e utilização de escassos recursos locais.

⁸ Sol Meliá obteve um lucro líquido de 51,2 milhões de euros em 2008. (tradução nossa)

A possibilidade de alteração do espaço local é decidida em outra amplitude, outros locais, diante de variáveis que dizem respeito expressamente ao global (SOL MELIÁ, 2009) e repercutem em espaços distintos dos que geram a ação. Desde o anúncio, pela Federação Internacional de Futebol (FIFA)⁹, da realização da Copa do mundo de 2014 no Brasil, em 2007, exemplos como os citados se repetem diariamente, não só advindos das organizações hoteleiras, mas da FIFA, de empresas de comunicação e mesmo do Estado brasileiro e dos poderes locais.

Castelli (1982, p. 46) define o hotel como sendo “uma edificação que, mediante o pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada”. Segundo Castelli (1982), os hotéis são descendentes do castelo e do palácio, espaços que hospedavam as famílias reais e suas escoltas dentro de elevados padrões de *politesse* e de hospitalidade, e dos albergues e hospedarias, onde se comia e bebia mediante pagamento.

Grassi (2011, p. 533) ressalta que, no mundo greco-romano, o hóspede, “estrangeiro de passagem, ou mesmo inimigo, é aquele que deve ser acolhido num lar para ter, na cidade, o favor dos homens e dos deuses”. Assim, entre os povos nômades ou sedentários do oriente médio, a acolhida do viajante simples sempre foi regra.

O que caracteriza o nascimento dos albergues e, depois, da hospedaria no ocidente, segundo Grassi (2011), é a instauração do pagamento pelo alojamento, dado o surgimento a uma população cada vez maior de peregrinos e viajantes. As necessidades do comércio, das viagens e das peregrinações desenvolveram, paralelamente à hospitalidade privada e pública antiga, fundada na gratuidade, a indústria hoteleira, fundada no comércio.

Castelli (1982) acredita que os hotéis começam a se organizar após a Revolução Francesa, quando a queda da monarquia exige o surgimento de hotéis públicos para prestar a hospitalidade antes oferecida pela nobreza. O fim da primeira guerra mundial e a consolidação do trabalho na indústria, o surgimento das férias e a mudança da estrutura social na Europa permitem então a difusão do hotel como base para o viajante das classes menos abastadas (CASTELLI, 1982).

Wood (1994) avalia o hotel enquanto estrutura de controle social, destacando dois níveis de controle exercidos pela hotelaria: o controle de acesso, pelo qual se

⁹ Do francês Fédération Internationale de Football Association.

define quem consome o produto hoteleiro, e o decoro, que estabelece as relações entre hóspedes e dos hóspedes com o anfitrião.

Urry (2001) e Wood (1994) descrevem um aspecto semelhante da hotelaria: os hotéis precisam garantir que os clientes recebam atenção especial, mas de forma coletiva e uniforme. Os hóspedes, no entanto, devem sentir que o serviço que lhes é prestado é único, pessoal. Urry (2001) vai além, explicando que os receptores do serviço definem todas as suas demandas como uma emergência, enquanto os produtores lidam com eles enquanto atos da rotina de trabalho.

Grandes e pequenos hotéis lidam de formas diferentes com essa questão, explica Urry (2001), já que os hóspedes dos primeiros esperam altos níveis de serviço pessoal, portanto, serviços infalíveis, enquanto nos menores a expectativa é de que o hotel se empenhe em sanar as dificuldades que surgem rotineiramente. Nos dois casos, Urry (2001) considera que a atuação dos prestadores do serviço é fundamental para a percepção do hóspede.

Carmouche (1980, apud WOOD, 1994) argumenta que os hotéis operam mecanismos regulatórios implícitos e explícitos que agem para estabelecer fronteiras de inclusão e exclusão baseadas nas classes sociais. Os hotéis tentariam atingir grupos particulares de consumidores via segmentação de mercado, com base na renda e na ocupação, identificando gostos e preferências associadas a essas classes sociais.

A forma mais objetiva de aplicar essas características, segundo Carmouche (1980, apud WOOD, 1994) seria o sistema de classificação por estrelas, que serve para guiar os consumidores a respeito do preço e dos serviços oferecidos. Essa dimensão explícita da imagem do hotel apóia-se no sistema de inclusão e exclusão, uma vez que os hotéis de cinco estrelas não são acessíveis para clientes que tem orçamento compatível com os de duas estrelas. Ele também permite identificar códigos de comportamento prevalentes em cada hotel – vestimenta, rituais de alimentação, familiaridade com cardápio e tipo de cozinha, etc.

Assim, Carmouche (1980, apud WOOD, 1994) observa que, quando absorvidas no mercado turístico, as classes menos abastadas são confinadas em pequenas hospedarias e outras formas de acomodação turística. No entanto, embora a combinação de capitais cultural e social tenha dado acesso aos hotéis à classe média, Riley (1984, apud WOOD, 1994) afirma que pouca foi a transformação do setor, uma vez que a classe média tentava repetir a cultura dominante,

reforçando-a.

Riley (1984, apud WOOD, 1994) constata que o acesso aos hotéis foi seletivo, predominantemente de classe média, durante o curso do século XX, o que se determinava pela barreira cultural representada pelo lazer, e também porque a classe trabalhadora estava mais propensa a um tipo de lazer que não requer um comprometimento pessoal ostensivo.

Por outro lado, cada vez mais trabalhadores acediam ao turismo na forma de pacotes e programas, deixando-se organizar e alocar em hotéis específicos para visitas a destinos pré estabelecidos sobre os quais o indivíduo tem escolha ou controle limitados – os pacotes fechados e programas de férias.

Wood (1994) observa que os hotéis passam a incorporar facilidades e serviços existentes nas residências dos clientes, de forma a garantir que o seu conforto doméstico não seja interrompido nas férias ou nos momentos de lazer. Ou seja, ocorre uma domesticação dos hotéis, baseada no desejo das operadoras de tornar a administração e o apelo dos serviços hoteleiros mais racionais, demonstrando continuidade entre o doméstico e as férias e a racionalidade econômica.

Essa mudança poderia ser confundida, segundo Wood (1994) com uma proletarianização dos hotéis, mas de fato ela é absorvida pelos hóspedes como serviços essenciais que o hotel, por definição, deve oferecer, ainda que o hóspede não tenha intenção de fazer uso deles: televisão a cabo, jornais, aquecedores, piscinas etc.

Assim, o macro controle social exercido pela hotelaria, segundo Wood (1994), não se dá pela exclusão das classes sociais menos abastadas, mas pela definição de produtos específicos para cada classe social. Esse macro controle se associa a um mecanismo de micro controle, que estabelece o contrato de comportamento entre os indivíduos no ambiente do hotel.

Wood (1994) considera ser da natureza do serviço hoteleiro a expectativa mútua de hóspedes e anfitriões quanto à manutenção de certos padrões de comportamento que formam um decoro amplamente conhecido pela população. Por conseguinte, os hotéis precisam empregar estratégias de controle destinadas a cumprir expectativas dos hóspedes e assegurar um comportamento apropriado entre os hóspedes e entre hóspede e anfitrião.

Portanto, qualquer que seja a relevância do processo de filtro social para a

composição da clientela de um hotel, o controle social interno, ou a gestão da hospitalidade, afirma Wood (1994), é sua prioridade. Wood (1994) recorre a Erving Goffman e Norbert Elias para explicar como esse decoro é formado:

Goffman (1959, apud WOOD, 1994) estuda como as barreiras entre hóspedes e anfitrião são criadas e sustentadas de maneira a maquiar a quebra de decoro real ou potencial da parte de cada um. No coração dessa análise dramática está a mudança de comportamento em relação aos espaços externos, ou seja, de convivência, e os internos, privativos do hóspede ou do anfitrião.

Nas regiões externas, a intenção é de exibir uma aparência de comportamento que reforça os padrões de educação e decoro ao lidar com o público. Tal performance é destinada ao estabelecimento de um senso comum do que é certo. Esse comportamento contradiz o comportamento interno – distante dos olhos do público.

A idéia central apontada por Elias (1959, apud WOOD, 1994) é a do processo civilizatório, concebida como uma série de mudanças de comportamento social-coletivo e de personalidade desde a porção final da idade média. Wood (1994) exemplifica esta mudança com o relato do comportamento típico nas hospedarias do século XIII, que comiam à mesa em um recipiente compartilhado, pegavam alimentos sólidos com as mãos, limpavam a boca e o nariz nos panos das mesas e se despiam e compartilhavam as camas com visitantes desconhecidos.

Grassi (2011) relata o mesmo tipo de comportamento retratado em *Le romain Comique*, de Paul Scarron, publicado em 1651, no qual o herói, não querendo compartilhar seu leito com um mercador, se coloca contra a parede, simula uma incontinência urinária e acaba por despejar o conteúdo do urinol sobre a cabeça do vizinho para terminar a noite sozinho na cama.

Wood (1994) conclui que há uma complementaridade quando Elias aponta uma marcha progressiva para a civilidade nas relações sociais, enquanto Goffman vê em certas formas de interação humana, como na incivilidade praticada “atrás das câmeras”, um esforço para manter a ordem social. Os dois pensamentos convergem para formar a idéia de que os indivíduos buscam a manutenção da normalidade e daquilo que prevalece como normal no comportamento civilizado.

Normal nesse sentido, aponta Wood (1994), é sinônimo de decoro, como a idéia dos dois autores é que os rituais associados à hospitalidade em geral e hotéis em particular permite aos participantes continuar, mais ou menos, as suas vidas

ordinárias em uma situação extraordinária. Assim, os hóspedes não invadem a privacidade de outros hóspedes ou do anfitrião e o anfitrião é capaz de conduzir sua normalidade habitual sem intromissão indevida dos hóspedes. A divisão entre o público e o privado, portanto, serve para preservar as expectativas que ambos têm da hospitalidade.

Wood (1994) se pergunta ainda se nos grandes hotéis a impessoalidade das relações é mais propícia para o comportamento decoroso. Os bed and breakfast (B&B) britânicos usam suas casas como base para um negócio que consiste na acolhida de estranhos em uma residência habitada. Muitas senhorias nesse ramos sentem a necessidade de fornecer “acomodações caseiras”; e os turistas também tiveram expectativas em relação ao espaço que ocupariam em troca de pagamento.

Para Wood (1994) o turista pode sentir-se inseguro por estar na casa de outra pessoa sem ter certeza de que é bem vindo. “Os proprietários têm o poder de facilitar ou não para uma pessoa, dependendo de sua personalidade ou de como eles interagem”. As donas de casa dificilmente consideram a entrada de outra pessoa em sua casa como um problema, mas a abertura oferecida aos hóspedes varia consideravelmente e é significativamente menor quando elas consideram que o protocolo foi desrespeitado de alguma maneira. “Para esse hóspede os aspectos interpessoais da transação eram sensivelmente mais difíceis do que se eles ficassem num hotel” (WOOD, 1994, p. 76).

4.2 ATIVIDADE HOTELEIRA EM SALVADOR

Gottschall (2006) relata que o Palace Hotel, inaugurado na Rua Chile em 1934 pelo comendador Bernardo Martins Catarino, foi o primeiro empreendimento turístico privado da Bahia direcionado a um público dotado de elevado poder aquisitivo e o primeiro hotel de luxo da cidade. O Palace, diz a autora, foi edificado com material importado, seguindo um modelo arquitetônico considerado avançado naquele momento.

Segundo Gottschall (2006), o turismo desenvolvido em Salvador até o início da década de 1950 foi pouco estruturado, eventual e restrito em grande parte, à área central da cidade. O primeiro aparato institucional, a Secção de Turismo, do poder municipal, teve um âmbito de atuação muito limitado, a hotelaria era pouco expressiva – salvo exceção do Palace – assim como os serviços de restaurante.

No início da década de 1950, passa a existir o Sistema Municipal de Turismo. Em 1952, o Hotel da Bahia, com 180 apartamentos e localizado na esquina do Campo Grande com a Avenida Sete de Setembro, é inaugurado. Em 1953, é criada a Diretoria Municipal de Turismo e sancionada a Lei Municipal n. 398, de incentivo de implantação de estabelecimentos de hospedagem (GOTTSCHELL, 2006).

A partir da década de 1950, portanto, passa a existir um esforço sistemático para o desenvolvimento da hotelaria em Salvador. No final da década seguinte, a criação da empresa Hotéis de Turismo do Estado da Bahia S/A (Bahiatursa), para explorar a indústria e o comércio hoteleiro, marca a institucionalização do fomento ao turismo como estratégia do poder público na Bahia.

Segundo Gottschall (2006), dentre os fatores que favoreceram a criação da Bahiatursa, estão a constituição da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur) e do Conselho Nacional de Turismo (CNT), que possibilitam a organização de empresas de fomento nos estados, assim como propostas que haviam sido formuladas no Plano de Turismo do Recôncavo e deram base à atuação do governo estadual no planejamento do turismo.

O resultado dessa política e expansão da hotelaria é a instalação, em Salvador, de grandes hotéis na década de 1970, como o Othon e o Meridien, ambos na orla marítima. A hotelaria da cidade se afasta da área central para explorar a vocação para o turismo de céu e mar, as praias e o sol.

Silva (2007) ressalta que, na economia brasileira, grande parte das empresas criadas na década de 1970 estava em dificuldades no período seguinte, o que não poupou a hotelaria. Enquanto o Hilton São Paulo surge em 1971, abrindo espaço para as redes Holyday Inn, Sheraton, Meridien, Mediterranée, Novotel e Caesar Park abrirem hotéis pelo país, esse avanço interrompe-se na década seguinte, considerada “década perdida”.

Assim, Silva (2007), informa que a rede Othon, segunda maior operadora nacional de hotéis, apresentou sucessivos resultados negativos no final da década de 1980 e foi forçada, nos anos 1990, a implementar transformações tecnológicas e organizacionais, imprescindíveis para manter-se atuante em um mercado tornado mais dinâmico e competitivo com o avanço das redes internacionais

Silva (2007), afirma que, nos anos 1990, a estabilização da economia brasileira e a abertura aos capitais estrangeiros permitiram uma recomposição dos investimentos em hotelaria, mas desta vez com recursos privados. As empresas

multinacionais deslocaram-se em ritmo acelerado na economia mundial, adotando diversos modelos de gestão para aproveitar as oportunidades de negócio oferecidas pela economia neoliberal.

Assim é que em 1996 inaugura-se o Sol Meliá São Paulo e, em 2000, o complexo hoteleiro Costa do Sauípe, com recursos da Previdência Privada dos Funcionários do Banco do Brasil (PREVI). Silva (2007) explica que os recursos públicos passaram a atender outras demandas, como infraestrutura e marketing, a exemplo da atuação do Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) e da Embratur.

A notícia, em maio do ano 2000, do fechamento do Hotel Meridien após a execução de uma dívida de R\$ 1,241 bilhão da administradora do prédio, a Sisal Bahia Hotéis de Turismo S.A., junto ao Banco do Brasil, confirma a fragilidade do mercado hoteleiro em Salvador, apesar da cidade se manter entre os principais destinos turísticos do país (JUSTIÇA, 2000).

O Meridien, originalmente ligado à Air France, foi então assumido pelo grupo português Pestana, que mais tarde recuperaria o Convento do Carmo, no Centro Histórico, e lançaria o Pestana Convento do Carmo, inaugurado em 2005, com 79 unidades habitacionais e diária média em torno de R\$ 680,00 (JUSTIÇA, 2000).

Atualmente, existem cerca de 400 hotéis em Salvador, como mostra a Tabela 3 abaixo, dos quais 17,5% estão compreendidos no Centro Histórico. Esse número praticamente dobra se consideradas as áreas adjacentes ao Centro Histórico e que formam o Centro Antigo de Salvador, passando a representar 34,4% da hotelaria da cidade (CENTRO, 2010).

Tabela 3 – Meios de Hospedagem (mar.08) e Agências de Viagem (jan./09) do CHS.

Local	Meios de Hospedagem	Leitos	Agências de Viagem
São Bento/Misericórdia	6	329	5
Pelourino/Sé/Taboão	25	1080	17
Carmo/Santo Antônio	27	839	9
Barroquinha/Ladeira da Praça	13	666	2
Total Centro Histórico	71	2914	21
Salvador	404	34592	522
Centro Histórico/Salvador	17,57%	8,42%	4,02%

Fonte: Adaptado de CENTRO, 2010.

Os diversos investimentos em empreendimentos hoteleiros que têm sido anunciados na esteira da realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil e na participação de Salvador como cidade sede, se concretizados, representarão um novo patamar para o mercado da região.

Dentre eles, os principais são o hotel Fasano, esperado para 2013 na Praça Castro Alves, o Hilton, no Comércio, o Txai, no Largo Dois de julho, e a reabertura do Palace, estes últimos ainda sem data confirmada. Além dos projetos hoteleiros, outros investimentos em infraestrutura turística e urbana prometem transformar a capital baiana.

Apesar disso, há uma pronunciada desconfiança de setores da sociedade quanto à concretização dos projetos e à capacidade do poder público municipal, estadual e federal de controlar os gastos e cumprir com os prazos anunciados, tanto em relação à organização da copa do mundo, quanto à viabilização dos investimentos privados.

Embora a construtora JHSF (JHSF, 2012) confirme em sua página na internet a inauguração do hotel Fasano em 2013, o jornal Tribuna da Bahia (BARNUEVO, 2011) anuncia a desistência dos investidores desse e de outros projetos. Nesse sentido, Salvador, plena de projetos, enfrenta o descrédito nascido da frustração por projetos descontinuados, obras jamais completadas, serviços precários e um Estado enfraquecido. O novo enigma baiano consiste em saber qual será a capital da Bahia nos anos 2020: a cidade fortalecida pelas suas realizações ou a cidade vilipendiada pela incompetência, pelo descaso e pela corrupção.

Santos (2007) analisava a hospedagem fornecida por famílias do Santo Antônio Além do Carmo, na área do Centro Histórico, imaginando que ali pudesse estar o gérmen de uma rede de hospedagem tipo cama e café, a exemplo do grupo Cama e Café de Santa Terezinha, no Rio de Janeiro, dos Gîtes franceses ou dos B&B ingleses e dos *affitacamere* italianos, que são redes de particulares que se estruturaram para possibilitar a oferta de hospedagem integrada à cultura local, com a participação ativa da comunidade receptora e a imersão do turista no modo de vida do lugar.

A Portaria nº 100 do Ministério do Turismo, publicada em 16 de junho de 2011, que institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), entre outras providências, prevê a existência da hospedagem tipo cama e café e sua classificação de 1 a 4 estrelas, especificando que o anfitrião deve

residir no local:

Art. 7º Os tipos de meios de hospedagem, com as respectivas características distintivas, são:

...

IV - CAMA E CAFÉ: hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida; (BRASIL, 2011)

No entanto, as famílias hospedeiras do Santo Antônio relatam que a pressão do poder público, em defesa dos interesses dos proprietários de pousadas e hotéis da região, as obriga a manter sua atividade no anonimato. Durante as observações de campo que ensejaram esta dissertação, observou-se que as placas indicando as residências onde se alugam quartos para turistas praticamente desapareceram da Rua Direita do Santo Antônio, principal foco da atividade apontada em Santos (2007).

4.3 ESTUDO DE CASO

O estudo de caso realizado para esta dissertação visou verificar a construção da experiência do turista pelos meios de hospedagem instalados no centro histórico, preenchendo o objetivo principal deste trabalho que é compreender o papel da Hospedagem na construção do entendimento e da fruição do lugar visitado, tomando-se como base o Centro Histórico de Salvador e os Meios de Hospedagem nele instalados.

Centrando este estudo sobre a oferta da hospedagem, buscou-se um aprofundamento dessas informações através da verificação das relações entre turista e destino proporcionadas em função do meio de hospedagem escolhido para o acolhimento em Salvador.

O estudo foi realizado na área correspondente ao centro tradicional, tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em 1984, amparado legalmente pelo Decreto-Lei 25, de novembro de 1937 (GOTSCHALL, 2006). A escolha do recorte espacial passa pela evidência do Patrimônio Cultural como atrativo turístico principal daquela região.

A Figura 3, a seguir, fornece uma visão da localização aproximada dos meios de hospedagem que compõem a amostra estudada, indicados pela numeração correspondente à tipologia dos meios de hospedagem adotada na pesquisa.

Figura 3 – Centro Histórico e amostra pesquisada



Fonte: Adaptado de Google Maps (2012)

Buscaram-se exemplos de meios de hospedagem que correspondessem à multiplicidade das experiências que o turista pode encontrar no Centro Histórico de Salvador, desde a mais orgânica à completamente institucionalizada:

- 1 – Hospedagem Doméstica;
- 2 – Albergue;
- 3 – Pousada;
- 4 – Hotel Local;
- 5 – Hotel internacional.

Os tipos não visam cobrir a norma vigente, já citada, sobre a classificação hoteleira no Brasil, dado que não se trata de julgar a adequação legal dos meios de hospedagem nem de um estudo de políticas públicas, mas sim de conhecer as diferentes sensações que o turista poderá ter de acordo com o meio de hospedagem escolhido e qual sua repercussão na construção do sentido do Lugar.

Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, além da busca de informações nas páginas dos meios de hospedagem na internet, da observação de campo e da tomada de fotografias. As entrevistas foram agendadas com

antecedência e ocorreram durante a semana do carnaval de 2012, sempre *in loco*. Os entrevistados eram os responsáveis pelos serviços de hospedagem nos estabelecimentos em todos os casos.

Embora contatado, pessoalmente e por telefone, o Pestana Convento do Carmo não permitiu a realização de entrevista. No entanto, foram consideradas as informações disponíveis na literatura e na Internet para que este importante elemento de estudo não fosse desprezado. A seguir, relatam-se as entrevistas e impressões do Estudo de caso.

4.3.1 Hospedagem Doméstica

Em 2007, havia na região do Centro Histórico de Salvador cerca de 20 residências identificadas como pontos de hospedagem para turistas (SANTOS, 2007). As casas eram identificadas com placas, como a ilustrada abaixo (Figura 4), fixadas nas portas e janelas, a respeito das quais uma polêmica já se observava.

Figura 4 – Placa sinalizando família hospedeira no Centro Histórico de Salvador



Fonte: Arquivo do autor (2012)

Trata-se da pressão sobre o poder público que, segundo os residentes, seria

exercida pelos hoteleiros da região no sentido de que a concorrência informal fosse suprimida. A situação atual, sobretudo na Rua Direita do Santo Antônio, permite pensar que tal pressão obteve resultados: foram visualizadas apenas três residências identificadas como anfitriãs.

Duas residências foram visitadas, sendo que na primeira fez-se uma breve entrevista, apenas. No local, a residente R1¹⁰ (informação verbal) relata sua insatisfação com o poder público e diz que é a única moradora a possuir um alvará permitindo a atividade (aponta para uma parede, mas não se pode visualizar claramente o que está afixado). Segundo R1, “o abandono [do Pelourinho] e a perseguição são demais. O patrimônio está acabado”. A residente se recusa a participar da pesquisa alegando estar sempre muito ocupada por contar apenas com a ajuda de um filho para os serviços.

Na segunda residência, a entrevistada R2¹¹ (informação verbal) se apresenta como responsável pela hospedagem, e aceita participar da pesquisa, também sob condição de anonimato. A observação do local revela uma casa sem elementos históricos relevantes: a fachada está coberta de azulejos, com grades e janelas em alumínio destoando das demais.

A divisão interna não traz nenhuma adaptação para a presença de turistas. R2 afirma que são utilizadas camas adicionais na sala ou nos fundos quando o quarto normalmente destinado a hóspedes está cheio ou não atende ao número de hóspedes que chega à residência. Não há elementos que façam referência à importância histórica do prédio ou da cidade, tampouco sinalização para circulação, horários ou decoro (proibição de fumar ou de animais, barulho etc.).

As facilidades de comunicação se resumem ao telefone fixo, pelo qual se pode, na duração da hospedagem, receber chamadas, mas não efetuá-las. Não há comércio de souvenir e a única língua falada é o português. Não há controle de segurança, vigilância por câmeras ou identificação dos hóspedes.

R2 conta que faz recomendações de segurança sempre que percebe que os hóspedes revelam o que chama de comportamento inseguro, que consiste em portar jóias, câmeras ou relógios de valor aparente. Também são indicados lugares considerados perigosos para que o hóspede não se aventure por ali.

¹⁰ Declaração fornecida sob condição de anonimato por anfitriã doméstica (Residente número um), em Salvador, fevereiro de 2012.

¹¹ Entrevista fornecida sob condição de anonimato por anfitriã doméstica (Residente número dois), em Salvador, fevereiro de 2012.

Os principais roteiros buscados pelos hóspedes de R2 são shows e bares onde se pode conviver com moradores locais. Um residente costuma levar os hóspedes em sua companhia quando vai a festas populares e locais de agitação, para que conheçam melhor esses eventos.

A pedido do hóspede podem ser servidos pratos típicos como moquecas e vatapá. O mais comum, no entanto é que os hóspedes comprem seus próprios ingredientes para preparar as refeições de que irão desfrutar.

Por se tratar de uma família hospedeira, não há funcionários que possam receber treinamento. A família não usa uniforme na recepção aos hóspedes. O ambiente é descrito como doméstico - e de fato não há como saber que há atividade hoteleira na residência a não ser pela pequena placa fixada na janela. Apenas postais sobre a estante da sala e pequenas gravuras de pontos turísticos da cidade colados à porta de um quarto fazem alusão ao turismo.

O sistema de reservas e gestão é precário, sem que haja intermediação por serviços de reserva on-line ou telefone. Apenas passantes ou ex-hóspedes conseguem hospedar-se. Não há guias trabalhando na residência. Esse papel é preenchido pelo dito morador que acompanha os turistas “nas festas e nos lugares”, afirma R2.

Para R2, o hóspede em sua residência deseja ver uma cidade de praia, shows, museus, cinema, entre outros atrativos. Seus hóspedes sempre querem visitar o mercado modelo e “a cidade”¹². Para eles, a sua casa representa a possibilidade de visitar Salvador em uma residência de confiança, com bom tratamento e ambiente familiar. “Poderiam estar em qualquer hotel, mas preferem ficar aqui”, diz R2.

Apesar de estar em pleno Centro Histórico, R2 afirma não ter nenhum envolvimento direto com o Patrimônio Cultural da Humanidade. Para R2, “o Pelourinho minguou após a morte de ACM”¹³. A sensação atual é de insegurança e desaparecimento do turista. Questionada sobre um veículo de passeio com três policiais militares que passa pela rua, retruca: ajuda, mas não resolve.

Por fim, questionada se o hóspede deseja hospedar-se na sua casa ou na cidade de Salvador, R2 é conclusiva: na casa. Seu hóspede sente-se em casa.

¹² Expressão popular soteropolitana, costuma designar a Cidade Alta, do Campo Grande à Rua Chile.

¹³ O ex-senador e ex-governador Antônio Carlos Magalhães, falecido em 2006.

4.3.2 Albergue

O albergue, ou *hostel*, é uma forma comum de hospedagem no Pelourinho, caracterizado pela presença de quartos coletivos, cozinhas, banheiros e áreas de convivência compartilhadas. Participou do estudo de caso o Albergue das Laranjeiras, situado na esquina da Rua das Laranjeiras com a Rua da Ordem Terceira, próximo ao Terreiro de Jesus.

Credenciado pela rede Hostelling International e classificado como muito bom, o albergue de 88 leitos, entre coletivos e privativos, está instalado em dois casarões de estilo colonial conjugados para abrigar, além do albergue, uma creperia responsável pelo café da manhã e demais serviços de alimentação.

Quanto à historiografia, apesar de não haver nenhuma indicação direta da importância histórica do prédio ou da cidade, a gerente entrevistada afirma que a equipe está capacitada para informar aos visitantes o contexto histórico em que ambos estão inseridos.

Há sinalização para circulação e comportamento, bem como uma programação visual baseada na marca do albergue, uma laranjeira contendo três frutos. Na recepção são comercializadas camisetas com essa marca, além de mapas, cartões postais dos principais destinos turísticos da Bahia e souvenirs diversos.

O albergue dispõe de computadores conectados à internet nos quais estão instalados programas que possibilitam a comunicação em tempo real, tais como Skype e Messenger. Ocasionalmente, podem-se receber chamadas através do número do albergue. Os idiomas falados pela equipe, além do português, são o inglês e o espanhol.

Os hóspedes recebem um cartão de identificação nos quais se aponta o quarto, o leito e o armário alugados. Esse cartão é utilizado para identificação durante a noite, permitindo que um porteiro identifique os hóspedes e autorize a entrada. Câmeras de segurança estão nas áreas internas e externas.

São feitas recomendações de segurança aos hóspedes, principalmente quanto aos horários de saída, a exposição de objetos pessoais e os lugares a serem evitados. Também há sugestão de roteiros e informação sobre eventos e locais a serem visitados.

Há relação ativa com as festas locais, tanto na organização de pacotes como

na promoção de animação relacionada: o baile de São João, a feijoada de carnaval e o réveillon do albergue são tradições reconhecidas pelos hóspedes, segundo relatado.

Não há oferta de gastronomia típica exceto pelo crepe de sabor nordestino, recheado com abóbora e carne de sol, que divide o cardápio com o crepe mexicano, o parisiense e outros. O cardápio da creperia também oferece saladas e sanduíches. No café da manhã, no entanto, são servidos bolos e frutas locais.

Os funcionários do albergue participam de treinamentos diversos, para melhoria dos idiomas ou dos serviços realizados. Um uniforme de cores variadas, que consiste em blusas com a marca do *hostel*, vendidas também como souvenir, identifica os funcionários. Os funcionários da creperia utilizam além da blusa, touca e outros itens obrigatórios, conforme a atividade que estejam desempenhando.

Os casarões são decorados com chitas, objetos da cultura nordestina como peças de barro, brinquedos de lata e peças de artesanato. O piso de pedras portuguesas e o amplo uso da madeira, como na recepção (Figura 5), dão ao albergue um ar despojado, que se harmoniza com a música ambiente e o público jovem e multicultural que transita pelas áreas comuns.

Figura 5 – Recepção no Albergue das Laranjeiras



Fonte: Albergue das Laranjeiras, 2012.

A vinculação a uma rede internacional é determinante para que alguns serviços estejam sempre disponíveis, como a lavagem de roupas e a manutenção de uma cozinha comum equipada com geladeira, fogão e utensílios, mesmo quando uma creperia faz as vezes de restaurante do albergue. A Hostelling International garante que os albergues da categoria *muito bom* terão essas facilidades, onde quer que se encontrem. A Figura 6 abaixo detalha uma beliche em um quarto coletivo, característico deste tipo de meio de hospedagem.

Figura 6 – Quarto coletivo – Albergue das Laranjeiras



Fonte: Acervo do autor (2007).

As reservas para o Laranjeiras podem ser feitas por uma página própria ou por diversos serviços de reservas on-line como o da Hostelling International, o hostelworld.com, hostelbookers.com, hostels.com, etc.. Guias credenciados podem ser contatados através da recepção, assim como a comercialização de receptivos, pacotes e tours.

Os principais destinos acessados a partir do Laranjeiras são as ilhas, num passeio de barco, ou praia do forte, em roteiros de taxi ou vans. Passagens para Morro de São Paulo podem ser adquiridas na recepção.

Segundo a gerência, os hóspedes do albergue desejam conhecer o máximo da cidade, gastando o mínimo. Destacam-se por andar de ônibus e comer em restaurantes populares e dependem muito do albergue para chegar aos pontos turísticos. O público brasileiro tem aumentado nas últimas temporadas, o que reduz os serviços adicionais contratados e aumenta as críticas à qualidade do albergue e da cidade.

Em geral, o hóspede chega a Salvador encantado pela sua beleza, mas alertado para a insegurança. O albergue representa a possibilidade de mergulhar no clima local, interagindo e socializando com outros viajantes e com os baianos. A cidade vista a partir do albergue é multicultural e acolhedora.

A entrevista revela mais um descontente com a situação do Patrimônio Cultural. “Fazer parte de um patrimônio decaído é um déficit”, responde a gerente (informação verbal)¹⁴ à pergunta como o albergue se relaciona com o Patrimônio Cultural da Humanidade?. “O albergue tenta manter o público no Pelourinho, conhecendo e consumindo e mantendo a economia local ativa”, completa a gerente, mas a degradação é um problema apontado muitas vezes.

Após mais de dez anos de funcionamento, o albergue tem um público cativo e uma imagem forte no mercado. A gerente afirma que há um equilíbrio entre as pessoas que buscam hospedagem na cidade e aquelas que procuram hospedar-se especificamente no albergue.

4.3.3 Pousada

As pousadas estão presentes em vários pontos do Centro Histórico, mas sua maior concentração é na Rua Direita do Santo Antônio. Recentemente foram inauguradas cerca de uma dezena delas naquele trecho atraídas, dentre outros fatores, pela calma da região, onde a agitação noturna é sensivelmente menor do que no trecho Terreiro de Jesus – Ladeira do Carmo.

A Pousada do Boqueirão, participante do estudo de caso, é dirigida pela italiana Fernanda Cabrini. O entrevistado, seu irmão Nino Cabrini, é o responsável na ausência da Sra. Fernanda. A pousada também está instalada em casarões conjugados, adaptados para representar o uso antigo, enquanto residência, e ainda

¹⁴ Entrevista fornecida por Andreza Sousa, Gerente do Albergue das Laranjeiras, em Salvador, fevereiro de 2012.

receber hóspedes com instalações confortáveis.

A historiografia do lugar é contada indiretamente: a decoração consiste de móveis antigos, os quartos têm objetos que remetem aos costumes do séc. XVIII e XIX, como louças e ferramentas, fifós e lampiões. Alguns detalhes da construção, como a trama o forro da recepção ou pedras e rodapés em alguns pontos dão a idéia da passagem do tempo pelo prédio ocupado pela Pousada.

Na Figura 7, abaixo, vê-se alguns dos objetos e detalhes que causam a forte primeira impressão da Pousada. Um barco típico do rio São Francisco, uma peça com negros trabalhando, detalhes coloridos, enfim, detalhes múltiplos transmitindo vários níveis de mensagens. A parede central da fotografia marca a divisão entre os dois imóveis que formam a Pousada, quase imperceptível para quem está dentro.

Figura 7 – Visão panorâmica da recepção da Pousada do Boqueirão



Fonte: Pousada do Boqueirão (2012).

O espaço da recepção abriga uma loja de artesanato que se adapta a outros usos. No momento da entrevista, uma exposição com fotografias do presente de Iemanjá no dia 2 de fevereiro em Salvador e Amoreiras, na Ilha de Itaparica, além de uma instalação com imagens de sereias, ocupava o lugar.

Não há sinalização para a circulação ou códigos de comportamento, mas Nino revela que nos primeiros momentos de cada hóspede na Pousada é necessário que alguém os direcione pelos ambientes da casa, evitando que se perca entre as escadas ou entre no quarto de outro hóspede.

Há uma televisão com programação a cabo, incluindo canais europeus, e internet sem fio à disposição para os hóspedes. Na recepção se fala inglês como

principal idioma estrangeiro. Os padrões são italianos e participam ativamente da acolhida aos hóspedes. O espanhol e o francês são utilizados em menor escala.

Os hóspedes são identificados sem o auxílio de cartões ou outros recursos. Por contar com apenas quinze quartos, a Pousada se assemelha a uma grande residência, afirma Nino. No entanto, câmeras de segurança estão colocadas nas áreas internas e externas.

As recomendações de segurança são inevitáveis, afirma Nino (informação verbal)¹⁵, sobretudo quando se nota o comportamento distraído do hóspede. No entanto, as indicações são genéricas e dizem respeito não ao Centro Histórico, mas ao comportamento de qualquer viajante, afirma; não andar sozinho em áreas desertas ou escuras, não exibir objetos caros. Os trechos considerados perigosos no Pelourinho podem ser apontados num mapa, revela.

As sugestões de roteiros são complementares às informações trazidas pelos hóspedes e consistem em confirmar o funcionamento de museus e serviços, indicar transportes ou caminhos e, quando solicitado, indicar os pontos turísticos mais comuns.

Embora a página da Pousada na internet dê destaque para uma festa de caruru realizada na área da recepção, com a presença de uma senhora caracterizada como mãe de santo e crianças comendo de uma gamela colocada num lençol branco sobre o chão, Nino afirma que a Pousada não se relaciona com a religiosidade ou os eventos locais e que o caruru é um evento da Pousada apenas.

Nino acrescenta que é difícil acompanhar a realização dos eventos locais. “É uma questão de informação e organização: quando vemos, está em cima da hora ou já passou”, afirma. Perguntado sobre a gastronomia oferecida na Pousada, Nino afirma que são servidas massas leves. Segundo ele, a cozinha é um ponto de apoio apenas, já que a Pousada evita rivalizar com os restaurantes locais, e busca criar uma convivência entre hóspedes e os anfitriões, que preparam a comida quando solicitados.

Os funcionários recebem treinamento em idiomas e prestação de serviços. O uniforme consiste em uma camisa pólo com a marca da Pousada e calças jeans. Apesar de não haver ligação com redes internacionais ou padronização de qualidade, Nino afirma que as exigências de qualidade da Pousada do Boqueirão

¹⁵ Entrevista concedida por Nino Cabrini, em Salvador, fevereiro de 2012.

superam os padrões do mercado em muitos aspectos.

O ambiente da Pousada busca representar uma residência brasileira em muitos aspectos, seja pela mobília e pela decoração com artesanato e peças de arte popular, seja pela pintura com motivos nordestinos ou pelos quartos de decoração simples, alguns sem banheiro. O resultado é um ambiente de certa descontração, convidativo.

As reservas para a Pousada podem ser feitas por meio de página própria ou pelo serviço on-line *booking.com*. Agências de viagem no Rio de Janeiro e na Europa também são canais de busca de clientes. A pousada conta com guias credenciados que podem ser contatados, bem como um taxista de confiança.

Não há comercialização de outros produtos turísticos, mas a recepção presta auxílio na reserva de passagens aéreas e rodoviárias, bem como na compra de pacotes turísticos locais, esclarecendo os preços e as condições ou traduzindo as ligações.

Para Nino, o hóspede que procura a pousada do Boqueirão tem se decepcionado com o Pelourinho e seu abandono, a situação dos pedintes e usuários de drogas e a perda das características do Pelourinho enquanto marco histórico. O entrevistado critica a insipiência das instituições locais com relação à valorização do Patrimônio Cultural.

No entanto, acredita que a Pousada se destaca por prestar informações sobre a cidade com determinação, insistindo em esclarecer as informações no geral vagas dos órgãos de turismo em relação ao funcionamento de museus, igrejas e locais históricos. A localização e a estrutura da Pousada são um ponto importante para que o hóspede possa desfrutar do Pelourinho caminhando a pé.

Ainda assim, o Pelourinho precisaria estar mais bem cuidado para que representasse um atrativo para a Pousada. Deveria ser a parte mais importante da cidade, afirma Nino, mas o descuido com que é tratado é digno de pena. Os anfitriões tentam atuar nesse sentido participando da associação de moradores, reunindo-se e se fazendo representar nos abaixo-assinados da comunidade local.

Para Nino, a maioria dos hóspedes que vem à Pousada está dividida entre a atratividade da cidade e os encantos da Pousada. Para ele, é comum que o hóspede da Pousada retorne várias vezes, tendo o local como um retiro, um recanto familiar para onde ir para fugir da tensão.

4.3.4 Hotel

O hotel pesquisado foi o Villa Bahia, localizado no largo do cruzeiro de São Francisco. A proposta do hotel é inspirada na expansão colonial portuguesa, e a história está retratada nos quartos, nomeados segundo as colônias ao redor do mundo. Os dois casarões que compõem o hotel foram construídos nos Séculos XVII e XVIII.

Há sinalização de circulação, tarifário e documentos afixados para visão do público. Em alguns casos, como mostra a Figura 8, a sinalização mimetiza o estilo histórico que a proposta do hotel tenta compor. Placas semelhantes à mostrada indicam o nome do quarto e as demais áreas internas. Um caderno contendo informações turísticas fica disponível em cada um dos quartos. Não há comércio de souvenirs ou outros objetos.

Figura 8 – Detalhe da sinalização no Hotel Villa Bahia



Fonte: Acervo do autor (2012).

Internet, televisão com programação a cabo, telefone e um computador portátil formam o conjunto de elementos de comunicação à disposição dos hóspedes. Na recepção se fala, além do português, inglês e francês.

Assim como na Pousada do Boqueirão, o reduzido número de quartos permite que a identificação dos hóspedes seja feita sem o auxílio de cartões ou identificadores. Há câmeras de vigilância nas áreas internas e externas. Um cofre está à disposição dos hóspedes e as orientações de segurança são feitas com o cuidado de não assustar os hóspedes: a estratégia do Villa Bahia é orientar os

hóspedes a permanecer nas áreas menos degradadas.

Um banco de dados com informações sobre as principais atrações turísticas de Salvador auxilia os funcionários a melhor instruir os hóspedes na fruição da cidade. Não há, contudo, envolvimento do hotel com as tradições locais. A pedido dos hóspedes, um guia credenciado indica e acompanha a visita a terreiros de candomblé.

Não há oferta de gastronomia típica: a cozinha do hotel é classificada como “internacional contemporânea”. O recrutamento de funcionários é feito através de empresa de recursos humanos, e o treinamento é constante. Em relação aos trabalhadores, o que mais chama atenção são os uniformes, inspirados, segundo Bruno Guinard (informação verbal)¹⁶, proprietário e entrevistado, em pinturas de Debret.

Os trajes, que segundo o entrevistado ilustram a sociedade do séc. XVIII e XIX, remetem o observador a pensar que se tratam de escravos (Figura 9). Bruno Guinard rebate essa proposição afirmando tratar-se de trajes da alta sociedade da época retratados em telas de Debret e recriados com o auxílio de estudantes do curso de moda da Universidade de Salvador (UNIFACS). Para Bruno, o importante é que seu pessoal é bem tratado e recebe o justo pagamento pelo seu trabalho.

Figura 9 – Recepcionista no Hotel Villa Bahia



Fonte: Agência (2012)

¹⁶ Entrevista concedida por Bruno Guinard, em Salvador, fevereiro de 2012.

Segundo Guinard, um hóspede já reclamou do aspecto dos trabalhadores e foi instruído a respeito da proposta do hotel, mas em geral a aceitação é muito boa, principalmente pela disposição e pelo bom tratamento que a equipe dispensa aos hóspedes. “Os trabalhadores estão bem vestidos, são bem tratados e são felizes no Villa Bahia”, afirma o proprietário.

A decoração colonial, orientada por antiquários e decoradores profissionais, tem motivos das navegações portuguesas e da sociedade novecentista da Bahia. O ambiente transmite conforto e um forte rigor estético, como retratado na Figura 10, que mostra a piscina interna do hotel e o detalhe da cruz de malta no fundo, reafirmando o vínculo com as navegações portuguesas. Segundo Bruno Guinard, há algo que se acende na memória coletiva dos brasileiros e dos estrangeiros quando se chega ao hotel, fazendo lembrar os principais traços do período colonial.

Figura 10 – Piscina interna do Hotel Villa Bahia



Fonte: Hotel Villa Bahia (2011).

Apesar de ser um empreendimento local, o Villa Bahia segue os padrões do selo *Voyageurs du Monde* e foi incluído na lista dos 50 melhores Hotéis de charme do mundo, informa Bruno Guinard. Esses vínculos estabelecem responsabilidades quanto a padrões internacionais de qualidade e sustentabilidade que o hotel deve apresentar para manter-se qualificado.

As reservas para o Villa Bahia são feitas pela internet em várias páginas e também por agências especializadas, no Brasil e no exterior. O hotel conta com guias credenciados que trabalham em parceria, além de comercializar os pacotes da agência Tours Bahia de receptivos turísticos. A maior demanda dos hóspedes é pelos pacotes que envolvem a cidade baixa – do Mercado Modelo à Igreja do Bonfim.

Para Bruno Guinard, o hóspede do Villa Bahia procura Salvador por sua cultura e riqueza histórica. O hóspede absorve a cidade do Centro Histórico e costuma se queixar das demais partes da cidade. Por sua vez, o hotel possibilita que pessoas de alto poder aquisitivo possam vivenciar a cidade e o Patrimônio Cultural, que está, segundo o entrevistado, na natureza da fundação do hotel.

Para Bruno Guinard, o hotel precisa estar entronizado no que se passa no Pelourinho, com as associações de comerciantes e representantes sociais. O hotel esteve representado numa rodada de ateliês temáticos produzida pela UNESCO. Esta representatividade é um dos compromissos de sustentabilidade do hotel, afirma o proprietário.

Bruno Guinard conta que o seu hóspede não se hospeda nem em seu hotel nem na cidade, mas especificamente no Centro Histórico. Poderiam estar nos melhores resorts do mundo, afirma, mas não há outro lugar como esse aonde ir.

Por fim, o tema do abandono e da insegurança no Pelourinho é retomado. Localizado ao lado da Delegacia de proteção ao turista (DELTUR), o hotel não tem problemas de segurança, mas o clima que os hóspedes sentem na rua, de desigualdade e assédio, é suficiente para causar desconforto nos hóspedes e transmitir uma imagem negativa do Centro Histórico.

4.3.5 Hotel Internacional

O único hotel que pode ser apontado como unidade de rede internacional do Centro Histórico, o Pestana Convento do Carmo, não permitiu a realização da entrevista, mesmo após sucessivos e insistentes contatos. Sequer foi possível adentrar ao convento, sendo um segurança, que se encarregou de transmitir os pedidos de audiência, a única pessoa com quem se teve contato direto.

Contudo, sua participação no estudo de caso não pode ser descartada dada a relevância do seu modelo de hospedagem para este trabalho de pesquisa. O hotel

resulta da adaptação do convento do Carmo, cuja construção data do séc. XVI, para a instalação de um hotel histórico de luxo, alegadamente o primeiro do Brasil nessa categoria.

Bazin (1983) relata a reconstrução da capela do convento após o incêndio de 1788, enquanto a construção do claustro remonta ao século XVII. Os dormitórios e o grande claustro do convento foram erguidos no séc. XVIII. Desde 1974, parte do convento que rodeia o grande claustro foi transformada em Pousada (BAZIN, 1983).

Estruturas inexistentes nos demais meios de hospedagem da região estão à disposição dos hóspedes no Hotel: um spa com produtos franceses da marca Occitane e uma academia de ginástica (Figura 11) fazem parte das facilidades do hotel. O hotel conta ainda com uma piscina amparada por um bar, situada num pátio interno.

Figura 11 – Academia no Pestana Convento do Carmo



Fonte: Pestana (2012)

A decoração, analisada a partir das fotos de divulgação (PESTANA, 2012), permite vislumbrar um ambiente de requinte, com áreas de convivência marcadas pela elegância e opulência (Figura 12). Móveis, objetos e cores demonstram elegância e preocupação com o valor histórico do prédio. Contudo, não é possível afirmar através das imagens que a historiografia do prédio e da cidade seja uma preocupação em si.

Figura 12 – Área de estar no Pestana Convento do Carmo



Fonte: Pestana (2012)

Segundo Gottschall e Santana (2006), o hotel possuía em sua inauguração 79 unidades habitacionais para as quais a diária média custava cerca de R\$ 700,00. Os hóspedes associaram o Pestana Convento do Carmo à tranqüilidade e ao contato com a história, embora não saíssem muito das dependências do hotel. O casario e os museus interessavam mais do que as praias e as festas do Centro Histórico, relatam.

Quando em visita ao Centro Histórico, apontam Gottschall e Santana (2006), os hóspedes do hotel frequentemente são acompanhados de guias de turismo agenciados pelo empreendimento. Pode-se dizer que o desejo do contato com a história ou com registros do Patrimônio Cultural é saciado não só pela arquitetura religiosa do convento, mas pelo acervo de obras e objetos que está à disposição dos hóspedes.

Espaços como a sacristia do convento (Figura 13) foram valorizadas pelos trabalhos de renovação e adaptação. Nesse sentido, o hotel é um marco importante para o Centro Histórico no que diz respeito à conservação do Patrimônio Cultural.

Ressalte-se, contudo, que a dificuldade de acesso às áreas internas sentida pelo entrevistador encontra eco nas palavras de Nino Cabrini (2012) quando relata que os hóspedes da Pousada do Boqueirão também não conseguem autorização

para visitar o Pestana Convento do Carmo.

Figura 13 – Sacristia na Igreja do Carmo



Fonte: Pestana (2012)

Tal fato é relatado também por Bruno Guinard (2012), que pondera se tal isolamento é benéfico ao empreendimento. Para o proprietário do Hotel Villa Bahia, a possibilidade de que visitantes se impressionem em uma visita garante a formação de um público potencial que não é sábio desprezar.

A presença de seguranças fardados com paletó escuro na portaria do hotel é permanente. A impressão que se tem do Pestana difere bastante dos demais pesquisados, sempre convidativos ou, pelo menos, melhor integrados ao ambiente local.

4.3.6 Estudo de caso - Considerações

O estudo de caso revelou uma amostra característica da atividade turística no Centro Histórico de Salvador, com sua divisão entre a valorização cultural e envolvimento social, de um lado, e a mercadorização da cultura e a tentativa de criação de espaços onde o turista possa se isolar, de outro.

Os principais recursos para a construção do lugar a ser visitado pelo turista

hospedado no Centro Histórico parecem ser a criação de um ambiente acolhedor e o zelo por uma viagem ritmada pelo tempo local, aliando o conforto e a beleza à experiência de andar a pé, descobrindo o lugar e suas particularidades.

Esse turista pode então se definir a partir do lugar com relação aos outros turistas, hospedados em outras áreas ou mesmo de passagem por Salvador em cruzeiros marítimos. Ele pode absorver seus diferentes ritmos ao longo do tempo, seja este de um dia ou de um mês. O lugar se torna para eles identitário.

Pode-se considerar também que o Centro Histórico se torne relacional e histórico para o turista uma vez que ele tenha se apropriado das práticas e do tempo dos seus anfitriões, sobretudo se o seu retorno ao hotel em uma nova temporada signifique o desejo de reviver essas práticas e aprofundar a sua ligação.

Por outro lado, haverá espaço para a vivência do não-lugar quando se considera a hipótese de que o esforço feito para acolher o hóspede em um ambiente “cultural”, ou seja, rico em detalhes e referências regionais, reflita aquilo que Augé (1997) acredita ser a realidade imitada dos *Center Parc*. A ficção do espaço típico, afinal, se mostra o ponto de inflexão para que os meios de hospedagem sejam considerados lugar ou não-lugar.

Ainda assim, a atitude do turista é determinante para que a experiência do Centro Histórico seja de identificação ou simplesmente de passagem efêmera. A estrutura dos meios de hospedagem comporta uma série de fatores que são inerentes ao produto e suas categorias de consumo, como televisão a cabo ou piscinas, spas e academias. Essas estruturas, como já demonstrado por Wood (1994), não são utilizadas por todos com o mesmo ímpeto, mas estão lá para estabelecer o tipo de cliente a que o serviço de hospedagem é dirigido.

A especulação imobiliária que se observa na área pesquisada e a origem européia de alguns proprietários fazem pensar no Centro Histórico como um espaço de recolonização, sobretudo se considerados os projetos de expansão e gentrificação ventilados na Internet ou na imprensa. É interessante, nesse sentido, observar que os meios de hospedagem abordados quase sempre manifestam comprometimento com a defesa dos interesses locais, seja pela participação em associações e negociações em comunidade, seja atuando junto aos poderes públicos para pronunciar as suas aspirações em relação à gestão do turismo.

5 RELATOS DE VIAGEM – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos no estudo de caso podem ser considerados em três grupos: a construção do lugar, os serviços e a relação entre os meios de hospedagem e o Patrimônio Cultural.

No primeiro grupo de observações estão consideradas as características principais do não-lugar. A sinalização, o consumo e a comunicação são verificados de modo a identificar como os meios de hospedagem instrumentam a experiência do turista.

É possível dizer que a necessidade de vigilância e identificação amplia-se quando o número de hóspedes circulando pelo meio de hospedagem é maior. Nas pousadas e nos pequenos hotéis, a possibilidade de reconhecer a fisionomia de um pequeno grupo de pessoas favorece o acolhimento e o controle da circulação.

Nos albergues e, por analogia, nos grandes hotéis, a rotatividade do público e o grande número de leitos fazem com que se recorra a estratégias como uma rotina de guarda de chaves ou o porte de um cartão que também servirá para que os produtos consumidos sejam automaticamente faturados ao final da estadia.

Com relação à construção do espaço do meio de hospedagem, pode-se dizer que há um esforço amplo para que as múltiplas referências culturais do Centro Histórico estejam ao alcance dos olhos dos hóspedes durante toda a estadia. O artesanato, o uso das cores, a ambientação, a mobília, tudo encaminha para associar o lugar à linguagem visual da cultura baiana, nordestina e brasileira.

Esse esforço pode consistir num trabalho de estudo e recriação, como no Hotel Villa Bahia, ou de prospecção e coleta, como na Pousada do Boqueirão, ou ainda com a incorporação de ícones e elementos dessa linguagem visual em criações contemporâneas, como no Albergue das Laranjeiras.

A hospedagem doméstica do Centro Histórico, no entanto, ao contrário do que se pode observar na Europa e em outros locais, é penalizada pelo custo dessas adaptações estéticas e mesmo da infraestrutura básica das residências para a recepção de hóspedes. A estrutura social da região revela a necessidade de apoio para que essa atividade possa se desenvolver de forma satisfatória.

Pode-se dizer que os ambientes constroem diferentes tempos, ou andamentos, da hospedagem no Centro Histórico: dinâmico e cosmopolita, como no Albergue das Laranjeiras e seu público de muitos idiomas e interesses; tropical e

parcimonioso como no Villa Bahia ou na Pousada do Boqueirão; urbano e rotineiro na hospedagem doméstica, mas aí também o tempo de uma família latina, com seus muitos trabalhos e obrigações pareando o ócio e o lazer.

As preocupações com a segurança também podem ser consideradas um aspecto fundamental para se descrever o não-lugar. O estudo questionou a vigilância interna dos meios de hospedagem e o controle sobre os comportamentos inseguros do hóspede.

Exceto nas residências hospedeiras, a vigilância por vídeo está presente em todos os empreendimentos visitados. Esse recurso parece mais satisfazer as preocupações dos proprietários do que transmitir aos hóspedes alguma sensação de segurança.

Da mesma forma, a preocupação geral com a segurança dos hóspedes que circulam pelo Centro Histórico obviamente se baseia na insegurança do local para os turistas, mas parte dos proprietários e não dos visitantes, que em geral já recebem orientações das agências ou de outros viajantes. Evitar que o hóspede sofra transtornos durante a estadia é uma preocupação que visa desvincular a insegurança da imagem do meio de hospedagem.

A relação com a cultura local, caracterizada no estudo pelo envolvimento com as festas e tradições e a abordagem da gastronomia local, não é ostensiva, ou seja, não se pode dizer que a hospedagem no Centro Histórico implique diretamente em maior contato com essas manifestações da cultura local.

Ainda assim, em alguns momentos, podem ser observados eventos de inclusão extraordinários em se tratando de hotelaria, como o caruru da Pousada do Boqueirão ou as confraternizações do Albergue das Laranjeiras. No lugar de grandes bailes para hóspedes, essas empresas promovem a reunião de funcionários, moradores locais e turistas para pequenas comemorações.

A mão de obra empregada recebe treinamento na maior parte dos estabelecimentos. O trabalho requer conhecimentos básicos de ao menos uma língua estrangeira mesmo para aqueles que não lidam diretamente com o público. É interessante notar que alguns empreendimentos, embora recorram a terceiros para o recrutamento de novos colaboradores, se queixam da qualidade da formação obtida e fazem do treinamento interno uma espécie de requalificação do trabalhador.

Chama atenção ainda o caso dos uniformes do Hotel Villa Bahia. As roupas masculinas, largas, em algodão, à primeira vista remetem ao regime de trabalho

escravo que está profundamente ligado ao sentido do Centro Histórico. As roupas femininas, junto com os turbantes, reforçam essa impressão, que se amplia pela natureza do trabalho hoteleiro em si e do público do hotel de luxo em particular.

A explicação do proprietário do Hotel Villa Bahia para o caráter histórico e o desenho aristocrático do uniforme sana essa questão, mas remete a um segundo pensamento: são esses trabalhadores, certamente descendentes de escravos, parte de uma nova sociedade livre e igualitária? Ou essa é apenas uma condição diferente de submissão social validada pelo trabalho remunerado?

A comercialização de serviços de turismo é compatível com o poder aquisitivo dos hóspedes e sua propensão para explorar a região. Vai desde receptivos para o litoral norte e as ilhas à simples companhia para caminhadas e eventos. O desdobramento da hospedagem em outros serviços é precário, pois consiste em sua maioria em parcerias informais e na confiança mútua.

Assim, a rotina dos turistas instalados no Centro Histórico difere daqueles que lá chegam em ônibus com guias e percursos estabelecidos. Em geral, a busca de profissionais serve para orientar e esclarecer sobre o contexto histórico ou as formas de acesso aos monumentos e acervos. O olhar é mais livre e as experiências resultantes mais diversas, pode-se afirmar.

Por fim, é preciso escutar a voz unânime dos entrevistados quanto à precariedade da administração do Centro Histórico com relação à segurança e à organização dos serviços. Há um consenso quanto ao declínio da capacidade do Estado de prover as condições básicas para a atratividade do turismo: Se os pedintes e os usuários de drogas que vagam pelo Centro Histórico são uma queixa frequente dos visitantes, os hoteleiros se preocupam ainda mais com a fragilidade das instituições ligadas ao turismo como os museus e as igrejas, a precariedade das informações prestadas, o colapso do transporte público e o transporte ilegal, os ascensores e planos inclinados desativados, as condições das praias, o planejamento das ações de turismo, enfim.

O que se pode oferecer como resultado deste estudo é a constatação de que há um conjunto de fatores que buscam transmitir ao turista hospedado no Centro Histórico uma identificação do contexto cultural soteropolitano e brasileiro. Assim como nos não-lugares, o resultado desses fatores não é, no entanto, definitivo, pois como afirma Augé (1994) há lugares nos não-lugares, assim como o inverso é verdadeiro.

Quando alguém hospedado ali se propõe a trocar algumas palavras com os trabalhadores, aprender uma expressão ou questionar a organização espacial e as práticas locais, o resultado, dadas as condições favoráveis existentes, pode ser o princípio de uma relação profícua de identificação e questionamento que leve à formação de uma nova identidade do visitante e de uma nova imagem do lugar. Da mesma forma, pode apontar os turistas do Centro Histórico como *outros* em relação àqueles que lá chegam em cruzeiros ou a partir dos resorts do litoral norte.

Por outro lado, quando a viagem é uma condição de isolamento e de escape, apoiada por sessões de massagem e de academia, onde pouco se vê e se fala, pode-se pensar que a dinâmica do não-lugar nunca foi tão verdadeira. Trata-se, portanto, da motivação do visitante e de sua opção por formas de viagem propícias ao contato.

A existência dos meios de hospedagem no Centro Histórico pode ser considerada um elemento favorável ao seu entendimento e à sua vivência, e a amostra estudada revela que há boas condições para a imersão e a contemplação do Patrimônio Cultural na sua forma mais ampla, englobando não só os imóveis, mas as pessoas e suas formas de viver.

No entanto, há uma carência de condições para o turismo e para a valorização do Patrimônio Imaterial, a forma mais frágil e mais suscetível ao desaparecimento. Sem que haja a conscientização de que o Centro Histórico é um espaço integrado à cidade, de um lado, e de outro o planejamento do turismo em integração com a pesquisa histórica, as instituições do Patrimônio Cultural, o que restará para ser vivenciado nas viagens será a decadência e o desaparecimento.

Ironicamente, se forem consideradas as viagens a zonas de guerra e aos cenários de tragédias naturais, pode-se dizer que o turismo, por sua inventividade, não está ameaçado. Há sempre um viajante disposto e um preço aceitável para alguns. O que está em jogo são a motivação cultural do turismo e a possibilidade dele se revelar uma fonte de identificação com Salvador, a Bahia e o Brasil.

O espaço é o ponto de partida desta pesquisa, por sua profunda relação com o turismo. Naturalmente, o lugar em que o turismo se realiza não é o mesmo no qual ele se origina, mas há o espaço global que contém esses dois lugares. As transformações globais que se sucedem e se relacionam determinam uma contemporaneidade de acelerações e de sobreposições, exercendo sobre cada ente particular uma pressão de generalização, impondo padrões e comunicando saberes

e artes de fazer.

O processo de resistência e participação na globalização é distinto em cada lugar e também uma função de sua capacidade de exercer hegemonia sobre os demais lugares. A dita pasteurização das diferenças é uma condição atribuída aos não-lugares, e o turismo, um campo onde os não-lugares podem ser multiplicados de várias formas, desde os sistemas de transporte à organização das cidades e monumentos.

Localizando este fenômeno nos meios de hospedagem, tomados como agentes transformadores da experiência do lugar, a pesquisa buscou encontrar os elementos utilizados para qualificar esta experiência e verificar se estes correspondiam ou não à descrição dos não-lugares proposta na teoria.

Dentre as hipóteses levantadas, confirmou-se aquela que diz que a hospedagem pode reverter o esvaziamento do sentido da experiência turística ocorrido nos não-lugares, despertando o turista e o inspirando a compreender a cultura local e relacionar-se com ela, produzindo um sentido pessoal desta cultura.

O esforço que envolve a oferta de hospedagem qualificada e plena de significado demonstra o comprometimento de empresários e trabalhadores desses meios de hospedagem em fazer do turismo uma oportunidade de troca e de tradução do Patrimônio Cultural.

A evidência de que os programas de recuperação do Centro Histórico resultaram num cenário de dependência de contínuos investimentos públicos, por outro lado, se confirma após os relatos ouvidos em campo e a observação das condições em que o turismo acontece no Centro Histórico de Salvador.

A pesquisa em turismo tem de buscar elementos que favoreçam a vivência da cultura em harmonia com as necessidades das comunidades receptoras a despeito do poder desproporcional que as forças do capital possuem à sua disposição para investir na transformação dos lugares em centros de consumo.

Ao redor do mundo e ainda mais nas regiões pobres, o turismo representa um recurso econômico indispensável, mas a forma com que é explorado não permite mais do que o subemprego e a remessa de lucros a um fundo de investimento ou rede internacional.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA Boutique Travel Workers. Blog. Disponível em: <<http://agenciaboutiquetravelworkers.blogspot.com.br/2010/12/hotel-villa-bahia.html>>. Acesso em: 20 fev. 2012.
- AUGÉ, M. **Antropologie de la mobilité**. Paris: Payot, 2009.
- _____. **L'impossible voyage**: le tourisme et ses images. Paris: Payot & Rivages, 1997. 187 p.
- _____. **Não-lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.
- _____. **O sentido dos outros**: atualidade da antropologia. Petrópolis: Vozes, 1999.
- AULETE, C. **Mini Caldas Aulete**: dicionário contemporâneo da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2004.
- BAHIA. Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. Homepage Institucional. Salvador, 2011. Disponível em: <<http://www.setur.ba.gov.br/>>. Acesso em 20 nov. 2011.
- BARNUEVO, S. Investidores desistem do Centro Histórico de Salvador. **Tribuna da Bahia**, Salvador, 11 ago, 2011. Gente e Negócio. Disponível em: <<http://www.tribunadabahia.com.br/news.php?idAtual=90221>>. Acesso em 02. jan. 2012.
- BAUMAN, Z. **Globalização**: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- _____. **Vida para consumo**. A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BAZIN, G. **A arquitetura religiosa barroca no Brasil**. Rio de Janeiro, RJ: Record, 1983.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 10. ed. atual. São Paulo: SENAC, 2004.
- BENJAMIN, W.; KOTHE, F. R. **Walter Benjamin**: sociologia. 2. ed. São Paulo: Ática, 1991.
- BONFIM, J. D.; SILVA, P. R. G. O Caso do Parque Histórico do Pelourinho: Investigação de originalidade numa ação do governo local. **Sitientibus**, Feira de Santana, n. 13, p. 15-33, jul./dez. 1995.
- BOYER, M. **História do turismo de massa**. Bauru: EDUSC; Salvador: EDUFBA, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. Portaria nº 100, de 16 de junho de 2011. Institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), estabelece os critérios de classificação destes, cria o Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass) e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 21 jun. 2011. n. 118. Seção 1, p. 83.

BUTLER, P. **Visualizing friendships**. 2010. Disponível em: <http://www.facebook.com/note.php?note_id=469716398919>. Acesso em: 05 nov. 2010.

CARLOS, A. F. A. O Turismo e a produção dos não-lugares. In: YAZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. 2. ed. Sao Paulo: Hucitec, 1999. p. 25-37.

CASTELLI, G. **O hotel como empresa**. Porto Alegre: Sulina, 1982.

CENTRO antigo de Salvador: plano de reabilitação participativo. Salvador: Secretaria de Cultura, 2010.

CERTEAU, M.; GIARD, L. **A invenção do cotidiano**. Petropolis: Vozes, 1990. 2 v.

ECO, U. **Travels in hyperreality**. New York: Harcourt Brace, 1986.

FACEBOOK. Newsroom. Salvador, 2012. Disponível em: <<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>> Acesso em 22/04/2012

FEATHERSTONE, M. **O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Nobel, 1997.

FERNANDES, A. Projeto Pelourinho: operação deportação x ampliação do direito. In: CURSO de capacitação - programas de reabilitação de áreas urbanas centrais. Lincoln Institute of Land Policy, 2006.

Disponível em: <http://www.cidades.gov.br/secretarias-nacionais/programas-urbanos/biblioteca/reabilitacao-de-areas-urbanas-centrais/materiais-de-capacitacao/curso-de-capacitacao-programas-de-reabilitacao-de-areas-urbanas-centrais-lab-hab/textos/T_Ana_Fernandes.pdf>. Acesso em 17/12/2009.

FOUCAULT, M. Des espaces autres. **Michel Foucault, info**, 1967. Disponível em: <<http://foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.heteroTopia.fr.html>>. Acesso em: 07 dez. 2010.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. Caracterização e dimensionamento do Turismo Receptivo na Bahia, 2008. In: BAHIA. Secretaria de Turismo do estado da Bahia. **Fluxo Turístico**. Salvador, 2011. Disponível em: <<http://www.setur.ba.gov.br/indicadores/principais-indicadores/fluxo-turistico/>>. Acesso em 20 jan. 2012.

GOMES, M. A. F.; FERNANDES, A. Operação Pelourinho: o que há de novo, além das cores?. In: ZANCHETTI, S.; MARINHO, G.; MILLET, V. (Org.). **Estratégias de intervenção em áreas históricas**. Recife: MDU / UFPE, 1995, p. 46-52.

GOOGLE MAPS. Mapas e endereços. Disponível em:
<<http://www.maps.google.com.br/>>. Acesso em: 20 mar. 2012.

GOTTSCHALL, C. S; SANTANA, M. C. (Org.). **Centro da Cultura de Salvador**. Salvador: EDUFBA, 2006.

GRASSI, M. Hospedaria: do Albergue ao Hotel. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalidade**: Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: SENAC, 2011. p. 533-539.

HOGERS, E. N.; SERT, J. L.; TYRWHITT, J. **El corazón de la ciudad**. Barcelona: Hoepli, 1955.

HOTELONLINE. **Tivoli apresenta condomínio de luxo integrado**. 2010. Disponível em:
<<http://www.hotelonline.com.br/asp/news2/results1.asp?codigo=10989>>. Acesso em: 28 jul. 2010.

_____. **Sol Meliá adia investimento na Bahia**. 2009. Disponível em:
<<http://www.hotelonline.com.br/asp/news2/results1.asp?codigo=9154>>. Acesso em: 29 jul. 2010.

HOTEL VILLA BAHIA. Homepage institucional. Disponível em:
<<http://www.hotelvillabahia.com.br>>
Acesso em: 20 jan. 2012.

HOUAISS, A.; VILLAR, M.; FRANCO, F. M. M. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia; Objetiva: 2009.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL DA BAHIA. **Centro histórico de Salvador**: Programa de Recuperação. Salvador: Corrupio, 1995.

JHSF. Homepage Institucional. Disponível em: <<http://www.jhsf.com.br/>>. Acesso em: 25 fev. 2012.

JUSTIÇA fecha hotel Meridien em Salvador. **Estadão**, São Paulo, 17 maio, 2000. Disponível em:
<<http://www.estadao.com.br/arquivo/suplementos/2000/not20000517p14414.htm>>. Acesso em: 23 fev. 2012.

KOOLHAAS, R. **Três textos sobre a cidade**: grandeza, ou problema do grande, a cidade genérica, espaço-lixo. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3 ed. São Paulo: Aleph, 2001.

LARANJEIRAS Hostel. Homepage institucional. Disponível em: <<http://www.laranjeirashostel.com.br/>>. Acesso em: 25 fev. 2012.

LARSEN, J.; URRY, J.; AXHAUSEN, K. **Mobilities, networks, geographies**. Aldershot: Ashgate, 2006.

MARTÍN-BARBERO, J. Cartografias da sensibilidade e da tecnicidade. **Globo Universidade**, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://globouniversidade.globo.com/GloboUniversidade> >. Acesso em: 06 jan. 2011.

NETTO, A. P. **O que é Turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2010. (Coleção Primeiros Passos).

NOBRE, E. A. C. Intervenções urbanas em Salvador: Turismo e “gentrificação” no processo de renovação urbana do Pelourinho. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL, 10. 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ANPUR, 2003. p. 1-11.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Homepage institucional. 2011a. Disponível em: <<http://unwto.org/fr>>. Acesso em: 06 jun. 2011.

_____. **Understanding Tourism**: basic glossary. 2011b. Disponível em: <<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>>. Acesso em: 06 jun. 2011.

_____. **Faits saillants OMT du tourisme**. 2011c. Disponível em: <<http://www.e-unwto.org/content/m62344/fulltext.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2011.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PAPASTERGIADIS, N. **The turbulence of migration**: globalization, deterritorialization and hybridity. Polity Press: Cambridge, 1999.

PELLEGRINI FILHO, A. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas: Papyrus, 1993.

PESTANA Convento do Carmo. Homepage institucional. Disponível em: <<http://www.pestana.com/br/pestana-convento-do-carmo/pages/home.aspx>>. Acesso em: 25 fev. 2012.

POUSADA do Boqueirão. Homepage institucional. Disponível em: <<http://www.pousadadoboqueirao.com.br>>. Acesso em: 18 jan. 2012.

RECUPERAÇÃO do Centro Histórico de Salvador quarteirões 02/M, 05/M, 06/M e 10M: Termo de Referência. Salvador: CONDER; IPAC, 1992.

RISÉRIO, A. **Uma história da cidade da Bahia**. Rio de Janeiro: Versal Editores, 2004.

SAMADZADEH, M. **Wo finde Ich Heimat**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <pedrolaurentino@yahoo.com.br> em 20 mar. 2011.

SANTAELLA, L. Os espaços líquidos da cibermídia. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Belo Horizonte, abr. 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/26>>. Acesso em: 04 jan. 2011.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo. razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2009.

_____. **Espaço e método**. 3 ed. São Paulo: Nobel, 1992.

_____. Salvador: centro e centralidade na cidade contemporânea. In: GOMES, M. A. F. (Org.). **Pelo Pelô: história, cultura e cidade**. Salvador: EDUFBA, 1995. p. 11-30.

_____. **Técnica, espaço e tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, P. L. P. **Turismo e Patrimônio Cultural: análise da oferta de hospitalidade doméstica no Santo Antônio Além do Carmo**. 2007. 86f. Monografia (Graduação em Administração) – Centro Federal de Educação Tecnológica da Bahia, Salvador, 2007.

SILVA, I. O. F. O avanço da rede hoteleira em Salvador e Costa dos Coqueiros – 1996 a 2006. **Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 2007.

SOL MELIA. **Sol Meliá obtuvo un beneficio neto de 51,2 millones de euros en 2008**. 2009. Disponível em: <http://prensa.solmelia.com/view_object.html?obj=84,c,4095>. Acesso em: 28 jul. 2010.

TIVOLI. **Tivoli Ecoresidence Praia Do Forte**. 2010. Disponível em: <<http://www.tivoliecoresidencespraiadoforte.com/>>. Acesso em: 29 jul. 2010.

TUAN, Y. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: DIFEL, 1983.

URBAIN, J. **L'idiote du voyage: histoires de touristes**. Paris: Plon, 1991.

URRY, J. **Mobilities**. Cambridge: Polity Press, 2007.

_____. **O olhar do turista:** lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

VIEIRA, N. M. **O lugar da história na cidade contemporânea:** revitalização do bairro do Recife x recuperação do Pelourinho. 2000. 260 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

WARNIER, J. **A mundialização da cultura.** Bauru: EDUSC, 2003.

WOOD, R. C. Hotel culture and social control. **Annals of Tourism Research,** Glasgow, v. 21, n. 1, p. 65-80, 1994.