

# **HOSPITALIDADE E PRODUÇÃO TURÍSTICA NO SANTO ANTÔNIO: OS DESAFIOS DE UM TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA**

**Nadja PESSOA DOS SANTOS**

UFBA - Universidade Federal da Bahia, Rua Professor Aristides Novis, 02, Federação, CEP 40210-630  
Salvador – Bahia, nadjapessoa@hotmail.com

## **RESUMO**

Com base na teoria do turismo comunitário, considerando que esta é uma modalidade de turismo que se desenvolve pelos próprios moradores de um lugar, passando a articular e a construir a cadeia produtiva, o presente trabalho examina a hospitalidade local como fator integrador e a produção turística como meio viável para essa integração na atividade turística local, tomando como evidência empírica o bairro do Santo Antônio, em Salvador. Sendo o emprego um dos elementos importantes na definição da identidade, relaciona-se nesse trabalho a questão da inclusão no mercado de trabalho como uma forma de acolhimento do bairro. A metodologia foi desenvolvida através de análise de pesquisa de natureza exploratória realizada no local, em que foram observados a hospitalidade, a produção turística e o trabalho associativo. Nas considerações finais, procurou-se refletir sobre as questões que envolvem as relações entre os moradores e a inclusão destes na produção turística de base comunitária.

**Palavras-chave:** Hospitalidade. Produto turístico. Turismo de base comunitária. Associativismo.

## 1. INTRODUÇÃO

Com o advento da nova ordem internacional, o desenvolvimento cultural e a estabilidade social, o setor turístico cresceu progressivamente. A recuperação econômica, especialmente da Alemanha e do Japão, elevou os níveis de renda dos setores mais importantes da população destes países fomentando uma classe média estável, a chamada sociedade do bem-estar, que uma vez com as suas necessidades básicas atendidas passa a buscar o atendimento de novas necessidades, sobrevivendo, dessa forma, interesse pela formação educacional e o interesse por viajar e conhecer outras culturas.

Simultaneamente, desenvolvem-se os grandes núcleos urbanos e a massificação, conseqüentemente, surge também o desejo de evasão e escape da rotina das cidades, a fim de descansar as mentes da pressão. O turismo massificado reproduz o estresse do qual o turista busca escapar durante as viagens: superlotação, cronogramas pré-fixados, eventos padronizados. O turismo alternativo de base comunitária, por seu turno, contrapõe-se ao turismo massificado, uma vez que requer menor densidade de infraestrutura e serviços, valorizando uma vinculação situada nos ambientes naturais e na cultura de cada lugar.

Este trabalho se propõe a estudar os desafios do turismo de base comunitária enquanto variável interveniente na articulação da cadeia produtiva, onde este possibilite a inclusão da população local na produção turística, tomando como evidência empírica a hospitalidade e o produto turístico no bairro do Santo Antônio, em Salvador, orientado para valorização e preservação da cultura local. Nessa perspectiva, pretende-se analisar o aproveitamento do conjunto de recursos locais para a produção turística, tendo como objeto de análise os moradores do próprio bairro, já que na gestão do turismo, deve-se considerar não apenas as suas finalidades econômicas, mas também às finalidades dos seres humanos envolvidos de acordo com a ordem: população local, turistas e empresários.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

Este capítulo tem como enfoque central apresentar a) a natureza sistêmica do turismo, realçando a interação entre atores sociais e comunidade receptora; b) a hospitalidade na hotelaria, questionando a hospitalidade do próprio sitiante c) e o turismo de base comunitária.

De acordo com Beni (2003), tendo como alicerce a Teoria Geral do Sistema, o turismo pode ser compreendido como um sistema, o (Sistur), por ser composto por diversas partes que interagem visando um fim. Sendo, o Sistur, um sistema aberto, no qual mantém um processo contínuo de relações, a exploração dos recursos, de uso turístico deveria ser constante. Ou seja, teoricamente o sistema exploraria seus atrativos turísticos de tal forma que a degradação ocasionada pelo uso fomentasse uma força oposta, impulsionada pelo próprio homem, sendo esta força de caráter regenerador, visando garantir a duração do sistema no longo prazo. Todavia, verifica-se na prática a inibição das forças regeneradoras pela ação de outras forças.

Quanto à atividade turística ao ambiente, o turismo é eficiente, uma vez que promove a difusão de informação sobre a região, como seus valores, tendo como produto o desenvolvimento econômico e cultural, ao propiciar a abertura de novas perspectivas, além da integração social, instigando, dessa forma, o desenvolvimento e a criatividade em vários campos. No entanto, além de considerar os efeitos econômicos, ecológicos e culturais gerado pela atividade turística, deve-se observar a hospitalidade tanto de quem chega quanto para quem já reside. Pois, como ressalta Beni (2003), o turismo pode provocar no meio visitado “ausência de perspectivas para a população local, que não obtêm benefícios diretos das visitas dos turistas”. Outro risco consiste na perda da autenticidade da cultura local. Devido a isto, é preciso aproximar quem visita de quem é visitado fomentado uma cumplicidade e um respeito pela região que está sendo explorada.

Portanto, os estudos relacionados à questão da hospitalidade têm procurado abranger mais do que os aspectos ligados à hotelaria e à alimentação. Sente-se a necessidade de trabalhar também a receptividade turística que está relacionada com o modo de receber e acolher o visitante. Para dar conta desta questão, adotou-se a perspectiva dos sítios simbólicos de pertencimento de Zaoual (2006), onde o autor define o sítio como sendo uma região imaginária social moldada pelas trajetórias de vida comum dos sitiantes. A partir desta definição procurou-se contextualizar a hospitalidade, presente nos laços e vínculos existentes entre os moradores do bairro do Santo Antônio, no qual a atividade turística vem paulatinamente se instalando. O autor discorre ainda que o sítio representa, proximidade e cumplicidade. De fato, a proximidade ocorre com inúmeras idas e vindas, onde o autor nos diz, “voltas que têm o *tom da proximidade*, o sentido que se busca e é vivido. O

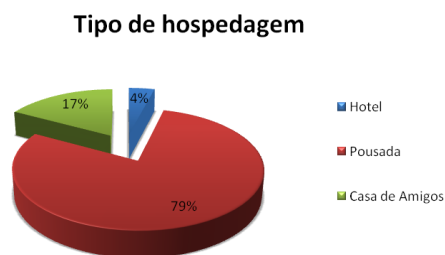
longe surge do próximo, um faz pensar ao outro e reciprocamente” (grifo do autor). Esta citação permite-nos dizer que a proximidade, vale-se do encontro face a face. Afinal, nas palavras do autor “sítio é memória e ação, é virtualidade, mas também passado, futuro perdidos, experiências acumuladas, falas alternativas, regras de sociabilidade e compromissos comunitários”.

O turismo de base comunitária, segundo Sampaio (2005) “não se limita apenas à observação ou, ainda, à convivência com as populações autóctones, mas consiste, também, no envolvimento no sentido de aprendizado com os próprios projetos comunitários”. A relação entre o turista e a comunidade receptora consiste numa relação de diálogos e trocas e não na sobreposição da comunidade ao turista. Para respaldar essa linha de raciocínio, segundo Sampaio (2005), estes “são os agentes de ação socioeconômico-ambiental os quais devem repensar as bases de um novo tipo de desenvolvimento, regulando padrões de consumo e estilo de vida, regulando a oferta de bens e serviços bem como seus impactos ambientais”. Para ele, “o turismo comunitário se aproxima de uma experimentação alternativa ao modo de vida consumista em que a população autóctone torna-se protagonista criando atrativos e serviços turísticos próprios.” Ou seja, não resume-se apenas a um novo tipo de mercado, mas de aprender a viver, sendo autor da própria vida.

A promoção de um turismo de base comunitária constitui, nesse aspecto, em uma revitalização do turismo cultural, já que neste, o ente que visita torna-se o elo na cadeia de transmissão sobre as qualidades da sociedade visitada; de interpretação e respeito à cultura local, portanto, é vital a participação da população local, uma vez que é esta a responsável pela preservação da cultura, tradição e costumes visitados. Ressalta-se, dessa forma, o vínculo, a aliança do dar, receber e retribuir, aspectos viáveis e exequíveis na atividade turística. Contudo, observado os impactos socioculturais nas comunidades receptoras do turismo, de acordo com Beni (2003), “podem chegar até o ponto extremo de provocar total desencanto [...] percorrendo a seguinte sequência: euforia / apatia / imitação / antagonismo / consciência de mudança e falta de interesse em transformar-se”. Zaoual (2006) corrobora que “o homem só se sente bem onde encontra seu lugar, seu sítio” e, caso não sinta-se acolhido no seu espaço tende a afastar-se. Por isso é importante analisar a influência, que cada subsistema exerce, de que modo este venha incluir a comunidade local na atividade turística, respeitando os aspectos socioculturais da região. A Teoria Geral do Sistema desenvolvida por Beni, a reflexão a cerca de sítio simbólicos de pertencimento de Zaoual assim com definição trazida por Sampaio sobre turismo de base comunitária são a base para o desenvolvimento deste trabalho.

### 3. BAIRRO DO SANTO ANTÔNIO: REGIÃO DO SÍTIO

A região do sítio corresponde ao bairro do Santo Antônio Além do Carmo, inserido no Centro Histórico da cidade de Salvador, vizinho ao Pelourinho e ao IFBA. No que concerne ao bairro do Santo Antônio, o mesmo se distingue pelo caráter singular de bairro de moradia e tranquilidade. Tal perspectiva pode ser comprovada através da pesquisa realizada por Santos (2008) na região, no instante que ao entrevistar turistas que se hospedaram no bairro notou que a escolha pelo bairro era motivada pela localização. Segundo a autora, o bairro “além de ser parte do centro histórico da cidade, é próximo a Baía de todos os Santos e a pontos turísticos famosos da cidade como Pelourinho, Elevador Lacerda e Mercado Modelo.” Portanto, a característica residencial e localização contribuíram para valorização turística, a ponto de o turismo tornar-se a atividade produtiva principal do bairro. E por ter uma forte conotação turística, tornou-se objeto de intervenções de restauro, onde seu patrimônio arquitetônico possui valor histórico como o Plano Inclinado do Pilar e o Forte do Santo Antônio Além do Carmo. A pesquisa de Santos (2008) nos revela que as pousadas são o principal tipo de hospedagem escolhido pelo turista (Figura 1), correspondendo a 79% da amostra.

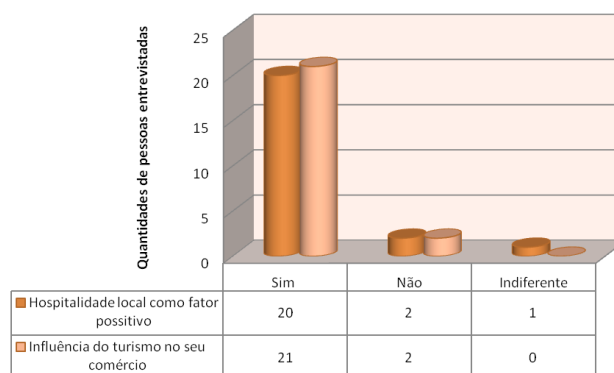


**Figura 1 – Tipo de hospedagem**

**Fonte: Adaptação da pesquisa Produto Santo Antônio: percepções dos visitantes**

O turismo possui um efeito multiplicador sobre a oferta e a produção de outros produtos, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e inclusão social. Podemos citar, por exemplo, quando o mesmo opera a ruptura do isolamento, provocando contato e interações entre múltiplas culturas. Com isso, propicia o conhecimento de ambientes, estimulando respeito e interesse pela sua preservação. No entanto, ao considerar o desenvolvimento do turismo como fenômeno social e econômico, deve-se ter cautela, pois haverá impactos sobre a comunidade anfitriã. Por exemplo, a hospitalidade e o turismo local influenciam significativamente no comércio do bairro do Santo Antônio, por meio de pesquisas realizadas no local, Santos (2009) observou que parcela expressiva dos proprietários das pousadas são estrangeiros, e justificaram a escolha do bairro por manter suas características históricas, onde pôde-se notar o conhecimento, por parte destes, do potencial existente no bairro para o turismo. A figura 2, a seguir, mostra o resultado desta pesquisa.

**Visibilidade da Hospitalidade e Turismo local para o comércio**



**Figura 2 – Visibilidade da hospitalidade e do turismo local para o comércio**

**Fonte: Pesquisa Potencialidades Produtivas Populares para o Turismo no Santo Antonio - Salvador**

No entanto, apesar de reconhecer a importância desse espaço para o turismo, não percebem que o morador, do bairro faça parte desta realidade, ou seja, apesar do desenvolvimento do turismo local, o efeito desse desenvolvimento não atingiu a todos que lá reside, refletindo na cultura local, à medida que o espaço e os bens culturais perdem significado para a população local em detrimento daqueles que fruem turisticamente esses bens. Nessas condições, Zaoual discorre que, “o retraimento comunitário se torna uma das soluções para muitos grupos da população, [...]. O homem precisa crer pertencer a algo e ser integrado em uma sociedade. Quando essa não lhe oferece mais tais conteúdos simbólicos, ele tende a procurá-los em outros lugares”. (2006, p.16). Todavia, o mesmo fenômeno não repete na perspectiva do visitante por perceber a importância do morador para o turismo cultural local, de acordo com a pesquisa feita por Santos (2008) no bairro, percebeu-se interação direta entre turistas e moradores do bairro, demonstrando uma proporção entre a interação com os moradores e a satisfação com o produto turístico. A pesquisadora concluiu, portanto, que os turistas do bairro Santo Antônio vêem os moradores como parte integrante da experiência turística vivenciada. Todavia, as intervenções que vem ocorrendo, podem torná-lo um novo Pelourinho, bairro vizinho ao Santo Antônio, onde o poder público promoveu o aburguesamento, despejando compulsoriamente a população primitiva substituindo-a por outra de maior recurso, e por não investir em espaços públicos que possibilitasse laços de convívio, tornou, hoje, um bairro sem sustentabilidade.

Sendo o turismo um elo que promove interação entre o turista e o núcleo receptor, o produto turístico, por sua vez, compõe elementos e percepções intangíveis que implica ganhos sociais não apenas para quem desenvolve o produto ou o comercializa, mas para quem o consome e, por seu turno, para a comunidade local (na medida em que contribuirá para uma imagem competitiva do produto turístico). No que concerne ao bairro do Santo Antônio, percebeu-se que um turismo cultural de qualidade implica necessariamente na participação da população local, e para que isso ocorra é vital que esta tenha um papel mais ativo, protagonista, ao contrário do que naturalmente vem ocorrendo em que o papel relegado ao sitiante é pouco qualificado, desprezando as especificidades culturais e sociais. O produto turístico inclui não apenas serviços de agência de viagens, alojamentos e transportes, mas também, contatos sociais. Portanto, se os moradores perderem seus costumes ou se deixarem a região, se o ambiente natural for destruído o meio social tornar-se-á conturbado. E, dessa forma, a destinação perderá seu valor, tornando-se inviável para o turismo e até para

sobrevivência. Esse processo ocasionará a destruição do turismo pelo próprio turismo! Em outros termos, é o patrimônio humano que torna um lugar especial, na medida em que dá sentido ao imprimir na cultura local um conjunto de significados e símbolos. Consiste no reflexo do sitiante que o gera, permitindo, portanto, a produção de conhecimento a respeito da mesma em relações turísticas com aquele que vivencia. Comprovando essa assertiva, é suficiente dizer que o turista ao visitar o local escolhido, pretende vivenciar modos, costumes, arte, ou seja, a tradição do ambiente visitado. Segundo Angelo (2003),

Esta reflexão perpassa formas de resistência e mudanças oriundas da atualidade, percebidas por meio da circularidade cultural em todas as suas vertentes, seja no comportamento da comunidade que acolhe o turista, seja por meio do “olhar” do turista. Resta agregar a este olhar a percepção do que realmente é tradição e o que é inventado para a vulgarização das tradições como meio de subsistência do turismo.

Deste relato percebe-se que, ao adquirir um produto, os turistas levam consigo um artefato carregado de tradições e trajetórias de vida que fazem parte do universo desta comunidade. Os sítios são comunidades de sentido, e, tratando-se do bairro do Santo Antônio, é possível afirmar que existe potencialidades produtivas, todavia, não são absorvidas pela atividade turística local, conforme desabafa a moradora A, “[...] sei trabalhar, mas não tenho oportunidade [...] querem apenas que eu ensine, mas não me contratam” (informação verbal)<sup>1</sup>. Percebeu-se também, o reconhecimento dos moradores do bairro no associativismo como um ganho significativo para a comunidade. E, de acordo com Singer, “para que tivéssemos uma sociedade em que predominasse a igualdade entre todos os seus membros, seria preciso que a economia fosse solidária em vez de competitiva. Isso significa que os participantes em uma atividade econômica deveriam cooperar entre si em vez de competir.” (2006, p.9). Segundo Lisboa (apud BUSNARDO, 2006),

[...] hoje vivemos numa sociedade de trabalhadores sem trabalho. Diz-se isso porque somos construídos em torno da ética do trabalho, porque o temos como princípio fundamental organizador da vida – vivemos para trabalhar. É pelo exercício de uma profissão que as pessoas adquirem identidade social. Entretanto, esse mercado se encolhe como resultado tanto do surgimento de novos padrões de organização produtiva (terceirização, flexibilidade, com a conseqüente precarização das relações do trabalho), quanto do advento de novas tecnologias e conseqüente redução na quantidade do trabalho socialmente necessário. (p.64)

Diante desta nova organização produtiva, muitos organizam-se em cooperativas e associações com o intuito de garantir a subsistência. E, essa cultura propicia o conhecimento de prática socioeconômica popular, bem como sua implantação, fundamentando-se no interesse da comunidade em promover a pessoa humana e a integração social. E, com efeito, as práticas da sócioeconomia solidária são orientadas para valores e princípios como confiança e ajuda mútua, reciprocidade e solidariedade contínua. Em outros termos, a experiência, além de constituir um meio viável de sobrevivência e melhoria da qualidade de vida, possibilita o aperfeiçoamento profissional e o exercício da autonomia, cooperação e envolvimento com questões sociais, políticas e comunitárias. Issa (2007), por seu turno, corrobora afirmando que “o homem possui um *sítio* simbólico de pertencimento, que é uma estrutura imaginária de coordenação econômica e social que associa as duas dimensões, diferente da do mercado, que são antagônicas.” A teoria do mercado prioriza o capital, que é reducionista, já que não considera as motivações do sitiante do conjunto de relações, prevalecendo o planejamento em escala global, cabe mencionar, todavia, que esse será materializado no *sítio*, portanto, deveria estar em sintonia com o homem da situação. Dessa forma, dada a mudança de valores, a demanda turística utiliza outros caminhos e se expressa com outras exigências. Em conformidade com Zaoual (2006),

Esta exigência que altera a autonomia do econômico e lhe impõe a necessidade de incorporar outras dimensões, levou, aliás, a uma proliferação de novas concepções na área particular do turismo: turismo solidário, turismo intercultural, turismo da natureza, ecoturismo, turismo durável, turismo de proximidade, turismo de memória e de história, turismo de valores.

A priorização da função social do turismo permite o desenvolvimento de modalidades alternativas de turismo e a proposição de novos circuitos. E, por conseguinte, possibilita o fortalecimento de segmentos turísticos como o cultural e o étnico, o que fomenta a hospedagem doméstica e a qualificação da hotelaria de pequeno porte. Concordando com Zaoual (2006), quando diz, que “concretamente, a clientela procura verdadeiros sítios que combinam a autenticidade e a profundidade do intercâmbio intercultural de uma parte e a harmonia com a natureza e a memória dos lugares visitados em outro lugar”. Zaoual (2006) nos mostra ainda que,

Não se trata, apenas, de percorrer *rotas exóticas*, diferenciadas daquelas do turismo de massa. Trata-se de um outro *modo de visita e hospitalidade*, diferenciado em relação ao turismo massificado, ainda que porventura se dirija a um mesmo destino. Esse turismo respeita as heranças culturais e tradições locais, podendo servir de veículo para revigorá-las e mesmo resgatá-las.

É nesse contexto que o turismo de base comunitária torna-se uma alternativa viável por contrapor-se ao turismo massificado, uma vez que valoriza a vinculação situada nos ambientes naturais e na cultura de cada lugar. Em vista disso, é viável oportunizar aos visitantes conscientes o contato com temas relacionados à preservação de sistemas ecológicos e a conservação de modos de vida tradicionais (sistemas sociais), Sampaio (2005) afirma que, “o que possibilita encontrar no seu âmbito o principal atrativo do turismo comunitário, e a convivencialidade, de inspiração solidária. Característica esta que se tornou exótica no âmbito do modo de vida materialista-consumista. Embora o turismo comunitário tenha como alicerce integrar vivências, serviços de hospedagem e alimentação é preciso considerar também a atividade turística como um sistema que deve interconectar-se a outros subsistemas, como educação, saúde e meio ambiente; é pensado como um projeto de desenvolvimento territorial sistêmico (sustentável) a partir da própria comunidade, constituindo. Observando essa assertiva, Bartholo (2009) afirma que “no caso específico dos serviços turísticos os padrões relacionais de acolhida e hospitalidade são elementos-chave para práticas situadas de turismo de base comunitária”, onde o elo comum entre as iniciativas de turismo de base comunitária é o comprometimento ativo dos atores locais e as redes informacionais. Ou seja, para viabilizar o turismo de base comunitária no bairro do Santo Antônio a gestão deve considerar às finalidades dos seres humanos envolvidos de acordo com a ordem: população local, turistas e empresários. A opção pelo desenvolvimento turístico deve, dessa maneira, conciliar-se aos objetivos de manutenção do patrimônio, do uso cotidiano dos bens culturais e da valorização das identidades culturais locais. Em que o uso turístico deve sempre atuar no sentido do fortalecimento das culturas. Assim, a atividade turística será incentivada como estratégia de preservação do patrimônio, em função da promoção de seu valor econômico.

#### **4. HOSPITALIDADE COMO VARIÁVEL AO TURISMO**

O que leva um lugar a ser mais hospitaleiro que outro? O surgimento de uma nova demanda, de conhecimento e informação, nos conduz a solução de tal questionamento. Segundo Lumertz (2006) “[...] a diferença seria o elemento primordial para o despertar do desejo pela visitação, levando o sujeito a locomover-se em busca do encontro com esse outro, que devido a sua estranheza, atrai o olhar”. Desse modo, sustentado pela leitura que o visitante fará do bairro, onde o traço característico será o grau de hospitalidade local, nota-se a importância da região ser hospitaleira, de criar laços sociais, relações mais sólidas, tendo em vista que, a sociedade hoje necessita prezar pelo bem-estar coletivo, o que implicará na qualidade de vida do lugar. Feito esse intróito, devem ser levado em consideração, às palavras de Bastelli (2004) ao dizer que:

É a partir do contato presencial, da empatia e do bem servir que se formarão os laços de sincera amizade, onde compartilharão suas vivências e experiências pessoais dentro de um ambiente acolhedor e que, sob ótica da hotelaria convencional seria visto como um comportamento politicamente incorreto entre colaboradores e hóspedes; a sinceridade – que deve ser o alicerce de qualquer relacionamento. (p.5).

A hospitalidade viabiliza a comunicabilidade entre quem visita o bairro e quem é visitado, fomentando ao turista anseio para consumir tudo o que o local lhe oferece, dessa forma, aquele que outrora era um ser estranho agora se torna, parte do contexto. E, com efeito, como menciona Bastelli (2004), tal integração inicia-se com a prestação de serviço de hospedagem e “o resultado dessa integração [...], traz ao hóspede enquanto turista, enriquecimento cultural imensurável e ao gestor, a formação de uma rede de divulgação do empreendimento”. (p.6). Entende-se, a vista disso, que a hospitalidade presente no bairro do Santo Antônio não deve restringir-se a uma oferta apenas comercial de hospedagem e restauração, mas se enquadrar no âmbito das relações humanas. Ou seja, é preciso criar uma hospitalidade voltada para questões sociais e não meramente associada à área de hotelaria e serviços. Ora, sabemos que a hospitalidade vai desde a satisfação de necessidade de ordem psicológica, passando pelas trocas culturais, até as relações socioeconômicas. Sente-se, a esse tempo, a necessidade de trabalhar também a receptividade turística que está relacionada com o modo de receber, de acolher o visitante. A ida de um viajante a um local, por exemplo, constitui-se em uma possibilidade de compartilhar a experiência de sentido que ali se dá, compreende um conjunto de experiências vividas, com relação ao tempo, a natureza, ao habitat, à arquitetura, entre outros. Um aspecto fundamental da hospitalidade refere-se ao ato de se relacionar! A troca de experiências em que tanto os anfitriões quanto os hóspedes saem totalmente modificados. Vale a pena ressaltar que esse fato ocorre apenas se houver interação entre as partes. Isso implica e requer, tanto daquele que visita quanto do visitado, uma relação dialógica, onde há um encontro com outro que podia ser eu.

Desse modo, a hospitalidade não resume tão somente em acolher o outro, torna necessário incluir o sitiante em sua singularidade. É preciso acolher, entreter, estabelece vínculos entre aquele que está recebendo e aquele que é recebido. Issa (2007) discorre ainda que: “a hospitalidade, portanto, não pode ser observada empiricamente; o que se observa são relações de troca que se estabelece entre as pessoas em suas atividades de abrigar, alimentar ou entreter o outro, que teoricamente seriam orientadas de forma inconsciente por regras não escritas de hospitalidade.” Com base nesse referencial, julga-se pertinente refletir a inclusão do morador, seja pelo mercado de trabalho, seja pelo fornecimento de produtos, proporcione um relativo grau de qualidade no produto turístico, uma vez que se sustentado pelos próprios moradores, constituirá numa vantagem estratégica na configuração de seus produtos, já que este também é um produto turístico da região. Obtendo, dessa forma, um turismo hospitaleiro tanto para quem é visitado quanto para quem visita. E para que o turismo seja hospitaleiro para ambas as partes, é preciso qualificar a hospedagem doméstica, desde a hospitalidade local até a organização dessa produção de forma associativa possibilitando aos produtores o desenvolvimento de condições adequadas à manutenção dessa atividade em longo prazo. Portanto, a inclusão da população local na atividade turística torna-se, um elemento fundamental para a continuidade do ambiente na atividade turística, sendo um indicativo de hospitalidade do local. Então, a idéia de que o turismo deve gerar emprego e renda para a população local estará em sintonia com a idéia de formação de territórios mais hospitaleiros, sendo a inclusão uma variável da hospitalidade; em que o desenvolvimento do conceito de hospitalidade no bairro do Santo Antônio implique, aos sitiantes, maior participação no processo de produção à medida que suas atividades possam ser organizadas e ofertadas como parte da produção local.

#### **4.1 Turismo de base comunitária no Santo Antônio: Desafios**

Já é do nosso conhecimento que para desenvolver as potencialidades turísticas de uma região, é imprescindível que haja planejamento, assim como o turismo, por possui um mercado dinâmico exige um planejamento integrado que reflita as necessidades da comunidade receptora, seu envolvimento e participação nas decisões da atividade turística. Uma participação genuína caracterizada pela voluntariedade, cooperação, descentralização de poder, espontaneidade e, principalmente, conscientização; requisitos para o associativismo. Posto que seja a conscientização o elemento fortalecedor do grupo que o diferencie de uma comunidade alienada, instrumento fácil de manobra. Aliada à democracia, que se manifesta na igualdade participativa e na criação de regras própria do grupo, são os dois requerimentos imprescindíveis para implementar o modelo associativo esperado e o desenvolvimento de uma cidadania deliberativa. A construção de estratégias alternativas baseadas em maior participação das comunidades e melhor coordenação por parte do Estado no planejamento da atividade turística, favorecendo o “turismo alternativo” consiste na estratégia mais apropriada para a consecução dessa participação; em que a valorização da população pertencente ao sítio, bem como seus valores seja uma variável para a conquista dessa participação.

#### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Por meio de pesquisa exploratória no bairro do Santo Antônio percebeu-se como consequência do desenvolvimento turístico atual, uma pequena parcela da população local na atividade turística. Com a saída dos moradores a partir das vendas dos imóveis para pessoas de fora da região o bairro perde a identidade local, uma vez que os mesmos integram o patrimônio cultural intangível. Portanto, o patrimônio humano coloca-se como uma referência para um turismo de base comunitária onde a inclusão da comunidade local na produção do turismo se justifica pela sustentabilidade que confere ao produto turístico “Santo Antônio”. E, num contexto em que reside a falta de participação da comunidade, é de vital relevância inserir os moradores do bairro num posicionamento ativos em relação ao ambiente sociopolítico e econômico do seu sítio.

A sustentabilidade e o desenvolvimento, tanto do turismo quanto das diversas atividades produtivas e sociais, só ocorrerão se houver equidade, ética, equivalência de oportunidades e de parcerias. É suficiente dizer que, num contexto de grandes transformações no mundo do trabalho (flexibilização das leis trabalhistas, desemprego, economia informal) emergem organizações cujos princípios norteadores passam pela cooperação, solidariedade e democracia. Ou seja, as iniciativas devem está associada à sustentabilidade econômica, em que às ações de inclusão social visem o fortalecimento e desenvolvimento local. Ora, como mencionado, estas atividades provocarão repercussões para o ambiente ecológico, cultural, social e econômico. Portanto, para que seja viável um turismo de base comunitária é vital a participação da

população local. E, a consciência dessa participação será dada pela inversão dessa situação através da inserção dos moradores não mais como atores passivos, alienados em relação ao processo de produção turística, mas como produtores associados para o turismo local de qualidade.

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ANGELO, E. B. **A Continuidade do Passado e o Turismo**. Revista Eletrônica Turismo & Hospitalidade. 2003. ISSN1679-4168. [online]. Artigo disponível em <[http://www.turismoehospitalidade.hpg.ig.com.br/revista\\_cont\\_pass\\_tur.htm](http://www.turismoehospitalidade.hpg.ig.com.br/revista_cont_pass_tur.htm)> Acesso em: 02 ago. 2009.

BARTHOLO, R. **Sobre o sentido da proximidade: implicações para um turismo situado de base comunitária**. In: **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras e experiências brasileiras**. BARTHOLO, R. SAN SOLO, D. G., BURSZTYN, I. (Org.) p.45-54. Editora Letra e Imagem. Ministério do Turismo. 2009. [online]. Disponível em: <<http://www.ivt-rj.net/ivt/bibli/Livro%20TBC.pdf>>. Acesso em: 10 de jan. 2010.

BASTELLI, V. **Relações Interpessoais de Hospitalidade nos Bed And Breakfasts**. Faculdade SENAC de Turismo e Hotelaria de São Paulo. 2004. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/9686008/Relacoes-interpessoais-de-hospitalidade-nos-bed-and-breakfasts>>. Acesso em: 10 de jan. 2010.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 8ª edição atualizada. São Paulo: Editora SENAC, 2003.

BUSNARDO, Elaine Araújo. **Autogestão em construção: uma cooperativa de construção civil do Rio de Janeiro**. Cad. Psicol. Soc. Trab. São Paulo, jun. 2006, vol.9, no.1, p.53-71. Disponível em: [http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-37172006000100005&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-37172006000100005&lng=pt&nrm=iso). ISSN 1516-3717. Acesso em 04 jan. 2010.

ISSA, Y. S. M. M. **Produção do Turismo e Sítios Simbólicos de Pertencimento: inserção da comunidade local como fator de hospitalidade**. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2007.

LUMERTZ, J., SELISTER, M. G., GAYER, P., MICHELIN R. **Interfaces entre fenômeno turístico, lazer e inclusão: por uma experiência turística dos residentes em seu espaço urbano**. Revista Partes – 21 abr. 2006. [online]. Disponível: <<http://www.partes.com.br/turismo/interfaces.asp>>. Acesso em: 15 jun. 2009.

SAMPAIO, C. A. C. (et. al). **Arranjo Socioprodutivo de Base Comunitária: Análise Comparativa de Experiências de Turismo Comunitário no Brasil e no Chile**. Revista de Negócios, Blumenau, v. 10, n. 4, p.288-301, out/dez, 2005. [online]. Disponível em: <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewPDFInterstitial/245/220>>. Acesso em 11 jan. 2010.

SANTOS, A. C. S. **Produto Santo Antônio: Percepções dos Visitantes**. V Seminário de Iniciação Científica, IFBA. Salvador, 2008.

SANTOS, N. P. **Potencialidades Produtivas Populares para o Turismo no Santo Antonio - Salvador**. VI Seminário de Iniciação Científica, IFBA. Salvador, 2009.

SINGER, Paul. **Introdução à Economia Solidária**. 2ª reimpressão. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

ZAOUAL, H. **Nova Economia das Iniciativas Locais: Uma introdução ao pensamento pós-global**. 1ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. 256p.

\_\_\_\_\_. **Do turismo de massa ao turismo situado de base comunitária**. In: **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras e experiências brasileiras**. BARTHOLO, R. SAN SOLO, D. G., BURSZTYN, I. (Org.), p. 55-75. Ed. Letra e Imagem. Ministério do Turismo. (2009). [online]. Disponível em: <<http://www.ivt-rj.net/ivt/bibli/Livro%20TBC.pdf>>. Acesso em: 10 de jan. 2010.

---

<sup>1</sup> Informação fornecida pela moradora A da Rua dos Carvões, durante pesquisa: Potencialidades Produtivas Populares para o Turismo no Santo Antônio-Salvador. (SANTOS, 2009).