



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO E
HOTELARIA**

MARÍLIA GABRIELA ALVES DE OLIVEIRA

**TURISMO DE EVENTOS: uma análise da histórica e
receptiva Cachoeira – BA sob a perspectiva do 19º Encontro
da ANPAP**

SALVADOR

2011

MARÍLIA GABRIELA ALVES DE OLIVEIRA

**TURISMO DE EVENTOS: uma análise da histórica e
receptiva Cachoeira – BA sob a perspectiva do 19º Encontro
da ANPAP**

**Monografia apresentada ao Curso de
Graduação em Turismo e Hotelaria,
Departamento de Ciências Humanas
da UNEB, como requisito parcial
para a obtenção do grau de Bacharel
Turismo e Hotelaria.**

Orientadora: Clélia Dantas

SALVADOR

2011

MARÍLIA GABRIELA ALVES DE OLIVEIRA

**TURISMO DE EVENTOS: uma análise da histórica e
receptiva Cachoeira – BA sob a perspectiva do 19º Encontro
da ANPAP**

**Monografia apresentada ao Curso de
Graduação em Turismo e Hotelaria,
Departamento de Ciências Humanas
da UNEB, como requisito parcial
para a obtenção do grau de Bacharel
Turismo e Hotelaria.**

**Aprovada em 14 de Março de 2011 pela Comissão Examinadora constituída dos
seguintes professores:**

Prof. Clélia Dantas

Orientadora da Monografia e Presidente da Banca Examinadora
Universidade do Estado da Bahia - UNEB

Prof. Rosana Santana Reis

Especialista em Administração Hoteleira

Prof. Francisca De Paula Santos Da Silva
Pós-doutora em Educação

SALVADOR

2011

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter permitido que eu concluísse o trabalho e por proporcionar conforto em meu coração nos momentos em que eu mais pedi.

A minha família pela paciência e compreensão, principalmente, minha mãe por sempre ter me apoiado em todas as minhas decisões e me acalmado nos momentos mais difíceis da minha vida. A minha vó por todo o seu amor e compreensão. A meu pai, meus irmãos e minha linda sobrinha.

A família Hot & Tur por fazer parte desta jornada e proporcionar momentos inesquecíveis.

As amigas lindas – Luanna, Lorraine, Liziane e Vivi - que mesmo distantes estão sempre me apoiando e me dando força.

A turma de formandas 2010.2 pelas mensagens de apoio.

A minha orientadora Clélia por ter me ajudado na construção deste trabalho.

E a todos os entrevistados pelo tempo disponibilizado e atenção, sem os quais este trabalho não estaria completo.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a oferta turística da cidade de Cachoeira para o turismo de eventos. A pesquisa realizou um levantamento da infraestrutura básica, turística e dos atrativos locais de Cachoeira que são utilizados pelo segmento de eventos, também identificou de que forma a iniciativa pública atua no desenvolvimento da atividade. Para avaliar a situação da oferta turística da cidade de Cachoeira para o turismo de Eventos, o estudo teve como referência o 19º Encontro da Associação de Pesquisadores em Artes Plásticas (ANPAP), portanto, trata-se de um estudo de caso. Para cumprimento deste estudo foram utilizados os procedimentos exploratório, em que se fez uso de técnicas de pesquisa documental e de levantamento de dados. Na pesquisa de campo foram empregados alguns instrumentos para a coleta de dados como: aplicação de entrevistas, questionários enviados por e-mail e observação de campo, como forma de se alcançar os objetivos aqui propostos. Como resultado deste estudo, foi entendido que a cidade de Cachoeira possui atrativos suficientes para atrair o turista de evento, no entanto ainda apresenta alguns pontos a serem melhorados, como infraestrutura básica e turística, o que demonstra a necessidade de maiores investimentos públicos e privados.

Palavra-chave: Turismo de Eventos. Cachoeira - BA. 19º Encontro da ANPAP

ABSTRACT

This study aims to analyze the tourist town of Cachoeira for events tourism. Research conducted a survey of basic infrastructure, tourist attractions and sites that are used by Waterfall segment of events, also identified ways in which public action works in the development of the activity. To assess the situation of the tourist town of Cachoeira for tourism events, the study was to reference the 19th Meeting of the Association of Researchers in Arts (ANPAP), so it is umo work it is a study case. To fulfill this case study were used exploratory procedures, which made use of techniques of documentary research and data collection. In the field research instruments were used to collect some data as: additional interviews, questionnaires sent by e-mail and field observation, in order to achieve the goals proposed here. As a result of this study, it was understood that the city of Cachoeira has enough attractions to attract tourists to the event, however still has some points to be improved, such as basic infrastructure and tourism, which demonstrates the need for greater public investments and Private.

Keywords: Tourism Events. Cachoeira - BA. 19th Meeting of ANPAP

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	MAPA DO TERRITÓRIO DE IDENTIDADE – BAHIA	34
Figura 2	PÓLOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DA BAHIA – SALVADOR E ENTORNO 2003.....	35
Figura 3	ATRATIVOS POR CATEGORIA – PÓLO SALVADOR E ENTORNO	38
Quadro 1	OFERTA TURÍSTICA.....	21
Quadro 2	TIPOS DE EVENTOS.....	28
Quadro 3	MEIOS DE HOSPEDAGEM EM CACHOEIRA – 2010.....	51
Quadro 4	RESTAURANTES EM CACHOEIRA – 2009.....	51
Quadro 5	EVENTOS OCORRIDOS NO AUDITÓRIO LEITE ALVES – 2009 A 2010.....	56
Quadro 6	QUANTIDADE ESTIMADA DE PARTICIPANTES NO 19º ENCONTRO DA ANPAP.....	58
Quadro 7	RENDA BRUTA MENSAL.....	63
Quadro 8	GASTOS COM A VIAGEM EM REAIS.....	64
Quadro 9	AValiação DOS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS DE CACHOEIRA (%)	66
Quadro 10	AValiação DA INFRAESTRUTURA BÁSICA DE CACHOEIRA (%)	67
Quadro 11	AValiação DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE CACHOEIRA (%).....	67
Mapa 1	LOCALIZAÇÃO DA CIDADE DE CACHOEIRA – BA.....	40
Tabela 1	RECEITA TRIBUTÁRIA DO PÓLO SALVADOR E ENTORNO...	37

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Foto 1	RIO PARAGUAÇU.....	41
Foto 2	IGREJA NOSSA SENHORA DA AJUDA.....	43
Foto 3	CASA DA CÂMARA E CADEIA.....	53
Foto 4	ENCERRAMENTO DO EVENTO COM O GRUPO JEJE NAGÔ...	58

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	RENDA BRUTA MENSAL.....	63
Gráfico 2	RESULTADO DA ASSEMBLÉIA PARA REALIZAÇÃO DO EVENTO EM CACHOEIRA.....	63
Gráfico 3	GASTOS EM REAIS DOS PARTICIPANTES.....	64
Gráfico 4	TEMPO DE PERMANÊNCIA NA CIDADE.....	65
Gráfico 5	MEIOS DE HOSPEDAGEM UTILIZADOS NO PERÍODO DO EVENTO.....	65
Gráfico 6	GRAU DE OPINIÃO SOBRE A CAPACIDADE QUE A CIDADE DE CACHOEIRA TEM PARA RECEBER EVENTOS.....	68

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REVISÃO DA LITERATURA	15
2.1 TURISMO.....	15
2.2 MERCADO TURÍSTICO.....	18
2.2.1 Demanda Turística.....	19
2.2.2 Oferta Turística.....	20
2.3 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO TURÍSTICO.....	22
3 ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO DE EVENTOS	25
3.1 CONCEITUAÇÃO.....	25
3.2 TIPOS DE EVENTOS.....	27
3.3 PERFIL DO TURISTA DE EVENTOS.....	29
3.4 ASPECTOS DA OFERTA TURÍSTICA PARA O TURISMO DE EVENTOS.....	30
4 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	33
4.1 REGIONALIZAÇÃO.....	33
4.2 O MUNICÍPIO DE CACHOEIRA – BA.....	40
4.2.1 Localização e Aspectos Geográfico.....	40
4.2.2 Aspectos Históricos e Formação do Patrimônio Arquitetônico.....	43
4.2.3 Aspectos Socioeconômicos.....	46
4.2.4 Aspectos da Infraestrutura Básica.....	48
4.2.4.1 Abastecimento de Água.....	48
4.2.4.2 Energia Elétrica.....	48
4.2.4.3 Transporte.....	49
4.2.4.4 Comunicação e Sistema Bancário.....	49
4.2.5 Aspecto da Infraestrutura Turística.....	50
4.2.5.1 Empresas Organizadoras e Espaços de Eventos.....	50
4.2.5.2 Equipamentos e Serviços de Acomodação.....	50
4.2.5.3 Equipamentos e Serviços de Alimentação.....	51
4.2.5.4 Agência de Viagem e Postos de Informações Turísticas.....	52
4.2.6 Atrativos Locais.....	52
4.2.7 Panorama do Turismo de Eventos.....	54
5 A CIDADE DE CACHOEIRA DENTRO DO CONTEXTO DO TURISMO DE EVENTOS: o caso 19º Encontro da ANPAP	57
5.1 O EVENTO.....	57

5.2 LEVANTAMENTO E AVALIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA E SUA RELAÇÃO COM O EVENTO.....	59
5.3 O OLHAR DO PARTICIPANTE.....	62
6 CONCLUSÃO.....	70
REFERÊNCIAS.....	72
APENDICE A – QUESTIONÁRIOS ENVIADOS POR E-MAIL AOS PARTICIPANTES DA ANPAP.....	77
ANEXO A – MAPA DOS ATRATIVOS LOCAIS DE CACHOEIRA	81
ANEXO B – HISTÓRICO DOS ENCONTROS DA ANPAP.....	82
ANEXO C – PROGRAMAÇÃO DO 19º ENCONTRO DA ANPAP...	83
ANEXO D – PLANTA DA UFRB.....	84

1 INTRODUÇÃO

O turismo enquanto atividade econômica tem acompanhado a diversificação da oferta turística mundial em relação às tendências da demanda, entre outros fatores, ocasionando a expansão do mercado e o surgimento e consolidação de vários segmentos dessa área. Com esta perspectiva, o segmento de eventos vem se destacando como uma tendência promissora que gera movimento econômico e social para o lugar que se insere. Para Matias (2007) o turismo de eventos envolve um grande número de agentes, o que dinamiza e incrementa as atividades econômicas, ocasionando:

- Aumento da renda;
- Aumento do número de empregos (diretos e indiretos);
- Criação novas profissões;
- Ampliação da arrecadação de impostos;
- Melhora da capacitação de mão-de-obra empregada no setor;
- Redistribuição de renda individual, local e regional;
- Outros.

No Brasil, os eventos técnicos e científicos vem apresentando números expressivos, visto que vários são os fatores que contribuíram para o seu desenvolvimento: a profissionalização do setor, o crescente investimento na infraestrutura turística e de eventos - em especial a construção de centros de eventos e modernização dos aeroportos, propiciando aumento do fluxo de vôos -, a qualificação da prestação de serviços, a multiplicação e capacitação dos Convention & Visitors Bureaux (CVBx), além das opções de lazer relacionadas à diversidade dos recursos naturais e culturais.

Para evidenciar o fortalecimento do setor no País para captação de eventos, o Ministério do Turismo apresenta os seguintes dados:

O País tem atraído muitos eventos internacionais e, em três anos (2002 a 2005), passou da 21ª para a 11ª posição do ranking dos países que mais realizam eventos internacionais segundo os critérios da International Congress and Convention Association (ICCA). Por sua vez, alcançou a 8ª colocação no ranking 2005 por número de participantes, obtendo a melhor classificação entre os países da América Latina e a segunda posição nas Américas. (BRASIL, 2008, p. 11).

Os eventos, de modo geral, podem ajudar para o equilíbrio do mercado turístico, já que possuem programações organizadas com a finalidade de motivar e orientar a clientela em sua visita à cidade, principalmente nos períodos sazonais, propiciando, assim, um melhor aproveitamento dos seus serviços e da oferta turística.

Os autores Januário e Oliveira (2007, não paginado) ressaltam que

[...] aspecto relevante em relação aos eventos é sua necessidade de infra-estrutura adequada, seja básica (saneamento, água tratada, redes e tratamento de esgoto), de apoio (transporte, hospitais, segurança pública) ou turística (meios de hospedagem, restaurantes, agências de receptivo). A realização de eventos em um município pode estimular então, a melhoria desses serviços urbanos e, conseqüentemente, trazer a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes.

Sendo assim, o presente trabalho propõe uma análise da oferta turística da cidade de Cachoeira-BA para o turismo de eventos sob a perspectiva do 19º Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores de Artes Plásticas (ANPAP), em setembro de 2010.

Os encontros organizados anualmente pela ANPAP tem sido relevante para o desenvolvimento da pesquisa em Arte no país, promovendo intercâmbios entre universidades, entre artistas autônomos e a comunidade científica, bem como discutindo e divulgando as pesquisas levadas a efeito em todo o país.

Os anais desses Encontros, os quais publicam os trabalhos apresentados na íntegra, hoje consistem na coletânea mais expressiva da pesquisa na área de artes visuais, bem como em um modo privilegiado de registro da memória da produção intelectual brasileira no campo da visualidade. Os anais da ANPAP estão classificados pela CAPES como qualis A. (OLIVEIRA; MAKOWIECH, 2008, p.8).

Dos atrativos turísticos localizados no Estado da Bahia, a região conhecida como Recôncavo Baiano constitui-se como uma das áreas de maior potencialidade. No

Plano de Turismo do Recôncavo – PTR de 1971, depois de Salvador, Cachoeira era a segunda cidade que apresentava condições satisfatórias (infra-estrutura e atrativos) para o desenvolvimento da atividade turística já que toda a cidade possui um conjunto de interesse histórico inestimável, justificando por si só uma visita independente de outras atrações. (CASTRO, 2005).

Com uma população de 32.035 habitantes, segundo IBGE (2010), o município de Cachoeira está localizado à margem esquerda do Rio Paraguaçu. A cidade foi tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN em 1971, e pela UNESCO como Patrimônio da Humanidade, por causa de suas riquezas históricas, arquitetônicas e naturais. Cachoeira foi uma importante base durante o Brasil Império e presenciou algumas batalhas pela independência do Brasil; parte da sua história pode ser conferida nos prédios coloniais em estilo barroco, nas diversas igrejas e capelas espalhadas pela cidade, e nos museus locais, onde estão documentos, fotografias e imagens sacras, capazes de despertar um maior interesse do turista em eventos locais.

O estudo proposto foi inovador por propor uma análise da oferta turística de Cachoeira para o turismo de eventos sendo que os trabalhos existentes na presente conjuntura focam no patrimônio histórico-cultural e na Festa da Boa Morte, além de utilizar-se de um evento específico que ocorreu na cidade pela primeira vez.

O conteúdo poderá contribuir para auxiliar e orientar profissionais e estudantes de diversas áreas, tais como: turismo, história, artes plásticas, além de auxiliar, organizadores de eventos bem como, a prefeitura da cidade de Cachoeira, que poderá utilizar o trabalho para incrementar a oferta turística e contribuir para o desenvolvimento da economia local, de modo a fortalecer o papel do Recôncavo como um vetor de expansão turística do Estado da Bahia e, dessa forma, atrair diversos eventos possibilitando a atração de novos fluxos e a ampliação do tempo de permanência do turista na cidade.

Com o propósito de entender em que medida, a oferta turística da cidade de Cachoeira atendeu as necessidades do 19º Encontro da ANPAP, em setembro de 2010, pode-se perceber que levando em consideração que o local do evento possui um poder de concentrar o público-alvo, a cidade de Cachoeira satisfaz o turismo de eventos bem como, ao 19º Encontro da ANPAP. Isto por que a cidade possui uma historiografia no âmbito nacional, beleza natural, um valioso conjunto arquitetônico capaz de atrair os

participantes. Porém, no que diz respeito aos bens e serviços de infraestrutura; vias de acesso e meios de transporte turístico a cidade é carente e, por isso, não consegue atender as necessidades de grandes eventos.

Desta forma, analisar a oferta turística da cidade de Cachoeira para atender as necessidades do 19º Encontro da ANPAP é o objetivo principal desta pesquisa, mas os objetivos específicos são essenciais para o desenvolvimento do trabalho. Com isso, o estudo ainda se propõe em aprofundar o referencial teórico no que tange ao turismo, mercado turístico, segmentação do mercado turístico e turismo de eventos; caracterizar a cidade de Cachoeira revelando a sua importância histórico-cultural; demonstrar a oferta turística da cidade de Cachoeira para o turismo de eventos e caracterizar o 19º Encontro da ANPAP.

No que diz respeito a metodologia adotada no trabalho, de acordo com Lakatos e Marconi (2003), os métodos de procedimento seriam etapas mais concretas da investigação, com a finalidade mais restrita em termos de explicação geral dos fenômenos e menos abstratos. Dessa forma, define-se como método de procedimento deste trabalho o monográfico, pois será analisado um determinado evento, o 19º Encontro da ANPAP, e todos os fatores que influenciaram para que ele ocorresse na cidade de Cachoeira e todos os seus aspectos, com a finalidade de demonstrar o potencial para o turismo de eventos.

No que tange aos objetivos, o trabalho utilizou-se da pesquisa descritiva e exploratória, trata-se da melhor metodologia no alcance da descrição das características de determinada população ou fenômeno, bem como, o estabelecimento de relação entre as variáveis, de modo a proporcionar maior familiaridade com o problema estudado.

Quanto aos procedimentos foram utilizados métodos como: pesquisa bibliográfica; documentação direta, através da pesquisa de campo; e observação intensiva por meio de questionário aplicado aos participantes.

Na pesquisa bibliográfica foram utilizadas fontes secundárias como livros, artigos científicos, monografias, teses e meios eletrônicos ligados aos temas de interesse do trabalho, buscando sempre assuntos referentes a oferta turística e turismo de eventos e os encontros da ANPAP.

Na pesquisa de campo foram realizadas entrevistas semi estruturadas com o Secretário de Cultura e Turismo no intuito de descobrir a existência de projetos e programas desenvolvidos para o segmento de eventos; com o vice presidente da

associação de guias e condutores de Cachoeira para constatar as opções de lazer existentes na cidade para atender aos turistas de eventos que permanecem na cidade; e para obter informações específicas do 19º encontro foram realizadas entrevistas com a coordenadora geral do o diretor geral da agência de viagem oficial do evento.

A aplicação do questionário foi direcionada aos turistas que participaram do evento a fim de perceber o grau de satisfação a cerca da oferta turística da área de estudo específico para o turismo de eventos. Sobre esta, pode-se dizer que os questionários foram enviados por e-mail a 135 pessoas e obteve-se 25 questionários devidamente respondidos. O questionário é composto de 15 questões fechadas 3 medidas de opinião e 1 questões aberta.

No que tange ao tratamento dos dados houve o cruzamento das informações obtidas tanto por meio das pesquisas bibliográficas quanto através da pesquisa de campo, dispostas através de texto, quadros e gráficos.

Para facilitar o entendimento do estudo a estrutura do trabalho está disposta da seguinte forma: no segundo capítulo obtém-se uma revisão do campo teórico referente a conceitos de turismo, mercado turístico e segmentação do mercado turístico; no terceiro capítulo são realizadas abordagens para o entendimento da estruturação do segmento de eventos em uma determinada região; no quarto capítulo trata-se de uma caracterização da cidade de Cachoeira quanto aos aspectos geográfico, históricos, socioeconômico, assim como, da infraestrutura básica e turística e um panorama do turismo de eventos; no quinto capítulo caracteriza o 19º Encontro da ANPAP e apresenta-se à visão obtida em campo. Para finalizar o trabalho a conclusão onde serão apresentadas as considerações finais sobre o estudo.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Este capítulo tem como finalidade promover uma revisão do campo do conhecimento referente aos aspectos teóricos e conceituais de termos como: Turismo, Mercado Turístico, Segmentação do Mercado Turístico como forma de evidenciar o grau de desenvolvimento destes conceitos e sua aplicabilidade no local de estudo deste trabalho.

2.1 TURISMO

O conceito de turismo pode ser estudado de diversas perspectivas e disciplinas, dada a complexidade das relações entre os elementos que o formam. Desde o final do século XIX e no início do século XX existem vários debates para chegar a um conceito único e padrão que reflita uma definição universal.

Entre as inúmeras definições existentes sobre turismo, há que se destacar aquela adotada por um organismo oficial, a Organização Mundial do Turismo (OMT), que compreende o turismo:

As atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outros. (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2001, p.38).

Pode-se entender da definição da OMT que todo tipo de viagem é considerado turismo, independente da motivação. Por isso, que a organização classifica as viagens de negócios como turísticas por considerar prioritária a demanda significativa e constante dos empresários e executivos ao mercado de bens e serviços turísticos. Porém, a importância de destacar esta definição consiste no fato de orientar o trabalho realizado por organismos oficiais de turismo em todo o mundo e, conseqüentemente, influenciar nas estatísticas turísticas e, sobretudo, no planejamento e a gestão da atividade.

Seguindo este pensamento e considerando o turismo como uma atividade não estática, alguns autores incluíram em seus conceitos segmentos turísticos, inclusive os de negócios e de eventos.

Turismo é o deslocamento de pessoas de seu local de residência habitual por períodos determinados e não motivados por razões de exercício profissional constante. Uma pessoa que reside em um município e se desloca pra outro diariamente para exercer sua profissão não estará fazendo turismo, mas um profissional que esporadicamente viaja para participar de um congresso ou fechar um negócio em outra localidade que não a de sua residência, sim. (IGNARRA, 2003, p. 14).

Observa-se que o conjunto de conceitos até aqui apresentados mostram como o a atividade turística é múltipla e complexa, pois lida com motivações, viagens, e ainda segmentos dessa área, porém não destacaram esta atividade como fenômeno social, já que o ser humano é o epicentro do fenômeno turístico. De La Torre define o Turismo como um fenômeno social, conforme afirmação abaixo:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (LA TORRE, 1992 apud IGNARRA, 2003, p. 24).

Considerando as idéias já apresentadas, a investigação realizada neste trabalho adota o conceito de turismo como atividade que se apropria do espaço, no intuito de satisfazer e atender as necessidades da sua demanda.

Na concepção de Cruz, turismo é:

Turismo é uma prática social que envolve deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu principal objetivo de consumo [...] e disso decorre uma das mais importantes especificidades da prática social do turismo: o consumidor-turista tem de se deslocar até o produto a ser consumido. (CRUZ, 2001, p. 5).

O turismo, tal como outras atividades, introduz no espaço objetos definidos pelas possibilidades de permitir o desenvolvimento da atividade, mas também se apropria de objetos preexistentes, como objetos naturais (rios, praias, montanha) e objetos culturais (infra-estruturas, edifícios, patrimônio histórico) atribuindo-lhes novos significados e, muitas vezes, novas feições. Além disso, objetos preexistentes em dado espaço podem ser igualmente absorvidos pela e para o turismo, tendo seu significado alterado para atender a nova demanda de uso, a demanda de uso turístico. (CRUZ, 2001).

Isto é o que acontece, por exemplo, com farmácias, supermercados, bancas de jornal, igrejas, entre outros objetos preexistentes ao aparecimento e, principalmente, independente do aparecimento do turismo em determinado lugar.

A intensificação do uso turístico de dada porção do espaço geográfico leva a introdução, multiplicação e, em geral, concentração espacial de objeto cuja função é dada pelo desenvolvimento da atividade. Entre esses objetos, destacam-se os meios de hospedagem, os restaurantes, prestação de serviço e a infra-estrutura de lazer, ou seja, a oferta turística. (CRUZ, 2001).

Por isso, enquanto a teoria clássica ou convencional centra-se num enfoque de demanda, visões alternativas elegem a oferta como o principal mecanismo do mercado turístico.

Os autores Mathieson e Wall (1982 apud ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2001, p. 38) definem turismo como “movimento provisório das pessoas, por período inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas”.

Este conceito acrescenta a idéia de oferta turística e faz refletir que independente da motivação e da sua importância, o turismo inclui os serviços e produtos criados para atender e superar as expectativas dos turistas. Entende-se produto turístico como o “conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertados de forma organizada por um determinado preço”. (BRASIL, 2010b, p 24).

Para Andrade (2002), o turismo como um todo é um produto composto ou uma combinação de bens e serviços, cuja funcionalidade depende de uma série de conhecimentos operacionais e de paciente dedicação para atendimento completo dos

requisitos da oferta e das exigências da demanda. Com base neste pensamento, o autor considera o turismo como “o conjunto de serviços que tem por objetivos o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais”. (ANDRADE, 2002, p. 38).

Quando se avalia a atividade turística, através dos fatores já apresentados, percebe-se que existe um setor produtivo que rege o seu funcionamento. Este setor é recebe a denominação de mercado turístico onde a produção no turismo é feita por uma cadeia de setores produtivos que se agrupam para formar e oferecer os produtos turísticos as pessoas que se interessam.

2.2 MERCADO TURÍSTICO

Do ponto de vista econômico, o mercado turístico é onde ocorre o contato entre os turistas e aqueles que comercializam produtos turísticos, sejam indivíduos ou empresas. E, de modo geral, pode-se afirmar que o mercado é constituído basicamente pela oferta e pela demanda. (DIAS, 2005).

Então, o mercado do turismo é constituído pelo conjunto de consumidores e pela totalidade da oferta de produtos turísticos. Trata-se de um conceito econômico e extremamente amplo e diversificado utilizado por economistas. No entanto, para uma avaliação minuciosa faz-se necessário uma análise de questões políticas, sociais e culturais para entender melhor os movimentos do mercado que está constantemente atualizando-se, junto com o modismo e as novas tendências.

Para Balanzá e Nadal (2003), a atividade turística é um complexo resultado de relações entre diferentes fatores que devem ser considerados conjuntamente como um sistema, e que evoluem de forma dinâmica. Concretamente, quatro elementos básicos fazem parte do mercado turístico:

a) A demanda: fornada pelo conjunto de consumidores reais ou potenciais (possíveis consumidores) de bens e serviços turísticos que tem necessidades e desejos a serem satisfeitos.

b) A oferta: composta pelo conjunto de produtos, serviços e organizações envolvidas ativamente na experiência turística.

c) O espaço geográfico: a base física onde ocorre o encontro entre a oferta, a demanda e a população residente ou nativa, isto é, o ambiente onde acontecem todas as relações, o contato físico e as diversas situações.

d) Operadores de Mercado: empresas e organizações cuja função principal é facilitar a relação entre a oferta e a demanda. Entram nesta consideração as agências de viagens, as companhias de transporte regular e os organismos públicos e privados que mediante seu trabalho profissional, se ocupam da organização e/ou promoção do turismo.

No âmbito do Programa de Regionalização do Turismo (BRASIL, 2009a, p. 49), “mercado turístico deve ser entendido como: o encontro e a relação entre a oferta de produtos e serviços turísticos e a demanda individual ou coletiva, interessada e motivada pelo consumo e pelo uso destes produtos serviços”.

A partir da afirmativa, é importante esclarecer algumas peculiaridades acerca dos conceitos de demanda e, principalmente, de oferta visto que é o foco do trabalho.

2.2.1 Demanda Turística

Não há como tratar do processo de comercialização sem falar no turista, sem mencionar o principal personagem nesse processo. Como o turista é o agente econômico responsável pelo consumo, o valor e a qualidade dos produtos e serviços ofertados devem atender e satisfazer as necessidades, demandas e desejos dos turistas.

A demanda pode ser definida como o “conjunto de turistas que de forma individual ou coletiva estão motivados por uma série de produtos e serviços turísticos com o objetivo de cobrir suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias” (DIAS, 2005, p. 52).

Para este mesmo autor há diversos fatores que condicionam o aumento ou redução do fluxo de pessoas nos destinos turísticos, bem como: disponibilidade de tempo; disponibilidade econômica;

Além dos fatores descritos acima, para entender os movimentos realizados pela demanda, suas modificações e nuance, o planejador da estratégia do turismo e os empresários de uma localidade, região ou cidade, devem entender o comportamento do mercado turístico, da oferta turística de sua localidade e dos produtos oferecidos para os

clientes. Esse entendimento servirá para ajustar a oferta de produtos e serviços, visando estar de acordo com a expectativa do turista. (BRASIL, 2010b).

2.2.2 Oferta Turística

A oferta é um fator expressivo para definir o posicionamento que uma localidade ou região terá para o perfil do turista que deseja atrair.

Em linhas gerais pode-se definir a oferta básica em turismo como:

O conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante. (BENI, 1998, p. 153).

Como é evidente que tudo que o local dispõe para ocupar o tempo dos turistas envolve outros fatores, Oliveira (2002, p. 66), completa afirmando que “oferta turística engloba seus recursos naturais e artificiais, bem como os bens e serviços públicos e privados”.

A Organização Mundial do Turismo (2001) define oferta turística como o conjunto de produtos turísticos e serviços postos à disposição do usuário turístico num determinado destino, para seu desfrute. Para determinar as diferentes categorias da oferta turística, ela se apóia no conceito de gastos turísticos realizado por um visitante, durante seu deslocamento e sua estada no lugar de destino. Caso fossem classificados por partes, os principais conceitos de gastos turísticos e, conseqüentemente, a oferta turística, seriam obtidas as seguintes combinações:

1. Alojamento.
2. Alimentação
3. Transporte
4. Lazer, cultura, atividades esportivas
5. Compras
6. Outros

Conforme o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR (1984 apud LOHMANN; NETTO, 2008), a oferta turística pode ser subdividida em três grandes

grupos: atrativos turísticos; equipamentos e serviços turísticos; e infra-estrutura básica.

Conforme tabela abaixo:

ATRATIVOS TURÍSTICOS	EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	INFRA-ESTRUTURA DE APOIO TURÍSTICO
1. Atrativos Naturais;	1. Meios de Hospedagem;	1. Informações Básicas do Município;
2. Atrativos Histórico-Culturais;	2. Alimentação;	2. Sistemas de Transportes;
3. Manifestações e Usos Tradicionais e Populares;	3. Agenciamento e Transportes;	3. Sistemas de Comunicação;
4. Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas;	4. Instalações para Eventos;	4. Sistemas de Segurança;
5. Eventos/Acontecimentos Programados.	5. Entretenimentos;	5. Sistemas Médico Hospitalar;
	6. Outros Serviços.	6. Sistema Educacional.

Quadro 1 – Oferta Turística

Fonte: EMBRATUR, 1984 *apud* LOHMANN; NETTO, 2008

Logo, a oferta turística envolve vários fatores que fazem parte, direta e indiretamente, do consumo do turista. Pode ser bens e equipamentos, serviços públicos e privados, recursos naturais e culturais, eventos, atividades recreativas, dentre outros.

Dentro do campo do conhecimento existe outro conceito de oferta turística que está dividida em oferta turística natural e oferta turística artificial.

A matéria prima da oferta turística natural compõe-se de recursos cuja criação não houve interferência humana direta ou indiretamente, como o clima, a configuração geográfica, paisagens, elementos silvestres, flora e fauna. Já oferta turística artificial se divide em cinco categorias: bens históricos, culturais e religiosos; bens e serviços de infra-estrutura; vias de acesso e meios de transporte; superestruturas indispensáveis e modo de vida e comportamento dos habitantes do receptivo. (ANDRADE, 2002).

Do exposto, percebe-se que a oferta turística não esgota seu leque de opções necessárias ao apoio do turista. Para cada segmento do mercado turístico existe um conjunto de bens e serviços fundamentais para o seu desenvolvimento.

2.3 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO TURÍSTICO

Segmentação de mercado é um tema bastante tradicional na literatura de marketing. Segundo Kotler e Bloom (1988), segmentar o mercado é a primeira etapa que ajuda as organizações a identificarem as melhores oportunidades.

Segmentação de mercado é o ato de dividir o mercado em grupos distintos de clientes que poderiam desejar serviços e/ou composto de marketing separados. A organização identifica maneiras diferentes de segmentar o mercado, cria perfis de segmentos resultantes e avalia a atratividade de cada um. (KOTLER; BLOOM, 1988, p. 125).

De uma maneira geral, a segmentação está presente em todos os mercados, inclusive no mercado do turismo. Os produtos devem ser oferecidos de forma a atender as necessidades e demandas específicas de cada cliente, pois o mesmo produto pode atender a demanda de um perfil de cliente e ser inadequado para outros.

Com a diversificação da oferta turística mundial em relação às tendências da demanda, o desenvolvimento tecnológico dos transportes, o maior tempo livre e as melhores condições econômicas, as pessoas estão sendo impulsionadas a buscar novas experiências em diferentes destinos. Seguindo essas mudanças mercadológicas, originadas primeiramente em função dos atrativos, que a segmentação ocorre naturalmente ou de forma planejada.

Do ponto de vista do turismo, segmentação de mercado é o processo utilizado para agrupar pessoas com desejos e necessidades semelhantes, possibilitando conhecer os principais destinos geográficos, tipos de transportes, o perfil do turista (faixa etária, capacidade de compra, condições sociais, escolaridade, ocupação, estado civil) e outros aspectos, que facilitam o atendimento dos desejos dos turistas. (ANSARAH, 2001).

Vários são os benefícios obtidos a partir de uma atuação segmentada do mercado turístico. (DIAS, 2005).

- Facilita a identificação dos públicos mais rentáveis;
- Percebe-se em quais segmentos a concorrência tem menor atuação, podendo focar em mercados menos concorridos;

- Definem-se mais claramente as necessidades já satisfeitas dos consumidores, e as soluções que devem ser criadas para as demandas ainda não satisfeitas, representando novas oportunidades de negócios;
- Facilita a adaptação dos produtos às mudanças do mercado e das preferências dos turistas;
- Reduz o desperdício de investimento, pois as ações passam a ser direcionadas e com objetivos específicos;
- Melhora a comunicação do produto e do destino, pois a linguagem e a mensagem passam a ser direcionadas para um público com características distintas.

Para obter estes benefícios de forma efetiva no mercado turístico é necessário conhecer profundamente as características do destino: a oferta (atrativos, infraestrutura, serviços e produtos turísticos) e a demanda (as especificidades dos grupos de turistas que já o visitam ou que virão a visitá-lo). Ou seja, quem entende melhor os desejos da demanda e promove a qualificação ou aperfeiçoamento de seus destinos e roteiros com base nesse perfil, terá mais facilidade de inserção, posicionamento ou reposicionamento no mercado. (BRASIL, 2010b).

Um bom planejador de turismo sabe que nem todos desejam conhecer o destino turístico com o qual ele trabalha ou consumir os seus produtos e serviços. Na realidade, não existe no mundo um destino que seja valorizado e aceito por todos os consumidores. A segmentação de mercado é quem vai delimitar esse público e, conseqüentemente, também definirá os futuros esforços do marketing, pois, conhecendo bem o mercado a que se destina, a empresa terá maior retorno do investimento feito em promoção, divulgação e venda do produto. (LOHMANN; NETTO, 2008).

Vale lembrar que os profissionais que atuam em turismo, ou mesmo em qualquer outra atividade econômica, não criam os segmentos, apenas identificam e decidem para quais segmentos os esforços de criação e oferta dos produtos serão direcionados. Este entendimento dos segmentos preferenciais possibilita melhor ordenação dos esforços para atração e fidelização dos turistas.

A segmentação com base na oferta, de modo geral, define o tipo de turismo que será oferecido ao visitante. Esta definição é realizada a partir da existência de

certas características comuns em um território que o Ministério do Turismo (2010b) aponta como sendo:

- Aspectos e características comuns (geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas, sociais);
- Atividades, práticas e tradições comuns (esportivas, agropecuárias, de pesca, manifestações culturais, manifestações de fé);
- Serviços e infraestrutura comuns (serviços públicos, meios de hospedagem e de lazer).

Este mesmo órgão em 2006, para fins estratégicos, segmentou o turismo no Brasil da seguinte forma: Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Esportes, Turismo de Estudo e Intercâmbio, Turismo de Pesca, Turismo Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e praia, Turismo Rural, Turismo de Saúde e Turismo de Negócios e Eventos.

Isto não significa que os destinos podem oferecer atividades relacionadas a mais de um tipo de turismo, pois não é adequado que uma localidade dependa de um único produto, principalmente se ele for sazonal (o turismo de sol e praia, por exemplo, aumenta seu fluxo no período de verão), e sim oferecer um cardápio de produtos, tais como eventos na localidade, que possam atender aos turistas em diferentes períodos do ano.

3. ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO DE EVENTOS

Atualmente, o segmento de eventos constitui um importante componente para incremento da atividade turística e da economia internacional, pois, normalmente, “[...] constituem-se numa poderosa força para as atividades turísticas, tornando-se um forte centro de atração, onde gravitam os interesses de todos aqueles que se deslocam para participar, ou que, de algum modo, estão envolvidos. (SILVA, 2000, p. 55)”.

Dentro do turismo este é o segmento mais disputados pelos países, porque nessas ocasiões os produtos turísticos são vendidos no atacado. Passagens aéreas, rodoviárias, diárias de hotéis, refeições, souvenirs e serviços em geral são consumidos em larga escala. (OLIVEIRA, 2002, p. 78).

Além disso, o turismo de eventos possui uma inter-relação com os demais segmentos existentes – isto é, sua característica de transversalidade – deve ser especialmente trabalhada para fins de planejamento, gestão e, principalmente, de promoção e comercialização. Essa particularidade permite sua utilização como uma alternativa para a promoção de outros segmentos e minimização dos efeitos das baixas temporadas. Outro aspecto a destacar é a sua capacidade de ocorrer independentemente da existência de atrativos naturais e culturais exuberantes. (BRASIL, 2008).

Desta forma, os eventos ajudam a reduzir sensivelmente a sazonalidade, criam imagem positiva da cidade-sede, mobilizam o trade turístico e, por conseqüência, os prestadores de serviços, gerando emprego e renda de imediato e propiciando o ingresso de divisas para o país, estado ou cidade, assim define Hoeller (1999) os eventos como multiplicador turístico.

3.1 CONCEITUAÇÃO

Entende-se que os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente às exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações. (ANDRADE, 1999, p. 32).

“Eventos são todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço

físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma idéia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo. (BRITO; FONTES, 1997, p. 66).

O interessante na atividade turística é que a programação principal e secundária, embora diversas na intencionalidade do agente possam integrar-se na atuação, pois é comum do indivíduo unir o útil ao agradável e o supérfluo ao necessário. Mesmo participando de um evento, os hóspedes e os visitantes em algum momento da viagem vão praticar lazer, de acordos com suas preferências pessoais, suas posses, suas necessidades e programação de viagem (ANDRADE, José, 2002).

Assim, a primeira opção, em si, gera a segunda, pois, sendo também um atrativo, cria fluxo turístico. Além disso, não havendo oportunidade de conhecer bem a cidade naquele momento, com certeza, o participante que descobriu o destino turístico pode voltar em outra ocasião, acompanhado da família ou dos amigos (RAMOS, 2007).

Definitivamente, pode-se afirmar que o turismo de eventos impulsiona o turismo de lazer e que o mercado de eventos está profundamente ligado à atividade turística.

Para o contexto deste trabalho, considera-se turismo de eventos como:

O conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de eventos científicos que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesse de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica, técnicos e religiosos para atingir metas profissionais e culturais, técnicos e operacionais, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização. (ANDRADE, 2002, p. 15).

Os encontros técnicos e científicos, por exemplo, são eventos muitos utilizados no campo das ciências humanas e sociais, com o objetivo de expor trabalhos, resultados de estudos, pesquisas e experiências relevantes ao desenvolvimento dessas áreas de conhecimento. Podem também patrocinar os acontecimentos culturais de interesse do público. Possuem porte e duração variáveis e se caracterizam pelo agrupamento de pessoas voltadas a interesses comuns, coordenados por pessoas previamente escolhidas. (FONTES; BRITO, 2002).

3.2 TIPOS DE EVENTOS

Segundo Oliveira (2002), não existe norma oficial, no Brasil, que regularmente a denominação dos eventos, exceto no que diz respeito a feiras, exposições e mostras, que estão regulamentadas pelo Decreto nº 63.672, de 21-11-1968, a classificação dos demais eventos fica sujeita ao bom senso dos autores.

Quanto à abrangência os eventos podem ser mundiais, internacionais, latino-americanos, nacionais, regionais e municipais.

Para Matias (2007), em relação ao público os eventos podem ser classificados em: eventos fechados e abertos. Em relação à área de interesse há uma grande diversidade de eventos realizados. Esses eventos podem ser classificados em:

- **Artístico:** relacionado a qualquer manifestação de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura outras;
- **Científico:** trata de assuntos referentes às ciências naturais e biológicas, como, por exemplo, medicina, botânica e outros;
- **Cultural:** ressalta aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional;
- **Cívico:** trata de assuntos ligados à pátria;
- **Desportivo:** ligado a qualquer tipo de evento do setor esportivo, independente de sua modalidade;
- **Folclórico:** trata de manifestações de culturas regionais de um país, abordando lendas, tradições, hábitos e costumes típicos;
- **Lazer:** proporciona entretenimento ao seu participante;
- **Promocional:** promove um produto, pessoa, entidade ou governo, quer seja promoção de imagem ou apoio ao marketing;
- **Religioso:** trata de assuntos religiosos, seja qual for o credo;
- **Turístico:** explora os recursos turísticos de uma região ou país por meio de viagens de conhecimento profissional ou não.

Conforme as características e peculiaridades que apresentam, os eventos podem ser classificados em diversos tipos, conforme o quadro abaixo:

Assembléia	Brainstorming	Brunch	Colóquio
Simpósio	Conclave	Concurso	Conferência
Congresso	Convenção	Coquetel	Debate
Desfile	Encontro	Workshop	Exposição
Feira	Fórum	Visita	Jornada
Videoconferência	Mesa redonda	Mostra	Oficina
Painel	Palestra	Roda de Negócios	<i>Roadshow</i>
Salão	Semana	Seminário	<i>Showcasing</i>

Quadro 2 – Tipos de Eventos

Fonte: MATIAS, 2007

Uma observação acerca dessa tipologia é que num mesmo espaço pode acontecer isolada ou simultaneamente mais de um tipo de evento. Nos encontros, por exemplo, podem ocorrer ao mesmo tempo seminários, palestras, exposição e até mesmo assembléia.

Não é possível a classificação segura e irrefutável, porque sua tipologia só se determina após completa discriminação dos congressistas ou convencionais, pelos objetivos explícitos na própria programação do evento e pelo próprio tipo de reunião ou de encontro que – em última análise – se não é o fator determinante, pelo menos é o mais importante, superando as próprias motivações temáticas. (ANDRADE, 2002).

Os eventos também podem ser classificados em relação à estrutura jurídica das organizações promotoras de eventos podendo ser associações ou empresas.

Os eventos associativos geralmente estão ligados a área de interesse, como: científica, técnica, comercial, profissional e outras. Conforme Matias (2007), as características principais desses eventos são:

- Participação voluntária de seus delegados na maioria dos casos;
- Número maior de participantes nesses eventos que nos eventos empresariais, porém sem nenhuma garantia de presença;
- Recursos iniciais escassos. Geralmente são financiados por cotas de patrocínios e contribuições diversas registradas como apoio;
- Reuniões anuais na maioria dos casos;

- Por possuir participação voluntária, o sucesso desse tipo de evento depende dos objetivos propostos, do programa, da promoção e, principalmente, do valor de inscrição;
- A incerteza do número de participantes final dificulta as negociações com hotéis, transportadoras e outros prestadores de serviços;
- A elaboração do planejamento requer a máxima atenção e investigação, devendo basear-se em experiências anteriores e com antecipação de resultados;
- O evento pode ser de âmbito local, estadual, regional, nacional e internacional;
- O tempo de organização e os recursos financeiros e humanos necessários do evento são estimados;
- Algumas fontes potenciais que poderão fornecer algum tipo de subsídio para o evento serão levantadas.

3.3 PERFIL DO TURISTA DE EVENTOS

O turista de eventos associativos é usualmente um profissional liberal, dono do seu próprio negócio, e por este motivo os dias preferenciais para realização destes eventos são início ou fim de semana, muitas vezes incluindo sábados e domingos em suas programações. Viaja de forma individual ou em grupos, tem o poder de decidir sobre a participação no evento ou não, assim como as condições da mesma: perfil do hotel a ser utilizado, possibilidade de levar acompanhante, tempo de permanência, etc. É bastante comum agregar algum passeio no pré ou pós evento. (BRASIL, 2009).

Mesmo participando de encontros com diferentes objetivos, o turista de eventos doméstico e internacional apresenta algumas características comuns: escolaridade superior; poder aquisitivo elevado, exige praticidade, comodidades, atendimento e equipamentos de qualidade; representa organizações e empresas; realiza gastos elevados em relação a outros segmentos; permanência média de quatro dias (doméstico) e de oito dias (internacional). (BRASIL, 2008).

No caso do turismo de eventos nem sempre o turista elege a cidade livremente. Em muitos casos, esse tipo de turista viaja a determinado destino

simplesmente porque ali está sendo realizado um evento a que deseja ou precisa assistir.

Considerando esses aspectos, deve haver uma preocupação muito grande, por parte dos agentes do segmento de eventos, quanto à capacidade e a qualidade dos equipamentos e serviços turísticos ofertados pela cidade-sede. Sem esquecer que a localidade, de preferência, ofereça atratividades que provoquem o deslocamento de um maior número de turistas e por um maior período de tempo.

3.4 ASPECTOS DA OFERTA TURÍSTICA PARA O TURISMO DE EVENTOS

Como já foi visto o turismo se apropria do espaço no intuito de oferecer produtos que satisfaçam as necessidades dos turistas. O mercado de eventos, profundamente ligado à atividade turística, também tem o objetivo de superar as expectativas da sua demanda. Para isso, a cidade sede do evento tem que apresentar um conjunto de produtos e serviços indispensáveis para o desenvolvimento do turismo (oferta turística), assim como, qualquer outro segmento do turismo.

No entanto, o segmento de eventos exige altos investimentos, pois é preciso dispor de infraestrutura sofisticada: centro de convenções, hotéis de qualidade, restaurantes, agências de viagem com turismo receptivo, empresas especializadas na organização de eventos, mão-de-obra bem treinada, opções de lazer (visando, sobretudo, aos acompanhantes), disponibilidade de equipamentos auxiliares e de comunicação (recursos audiovisuais, computadores, telefones, fax) para atender à grande demanda. (OLIVEIRA, 2002).

Segundo o Ministério do Turismo (2008) e de Matias (2007), a estruturação do segmento está relacionada à oferta de bens e serviços de qualidade que ofereçam a estrutura adequada para o acolhimento de turistas atendendo às suas necessidades e superando as suas expectativas. Assim, deverão ser observadas questões referentes a:

Agenciamento turístico: Para facilitar e agilizar a prestação de serviços de transportes, hospedagem, atividades sociais, culturais e turísticas é aconselhável a contratação de uma agência de viagem e turismo. As agências oficiais dos encontros

precisam dispor de infraestrutura e pessoal capacitado para receber grande número de pessoas em curto espaço de tempo. Esse atendimento envolve desde serviços de recepção nos aeroportos até a oferta de roteiros turísticos, que podem ser usufruídos nos períodos pré e pós-encontro, além de atividades de entretenimento para possíveis acompanhantes.

Acesso: o destino precisa oferecer facilidades de acesso, para se chegar e movimentar-se. O turista de eventos desloca-se, normalmente, por via aérea. É essencial que o destino ou região possua aeroporto com capacidade para aeronaves de acordo com o porte dos encontros pretendidos ou esteja próximo de uma cidade que ofereça vôos regulares. Nos eventos de abrangência regional, o deslocamento pode ocorrer por via terrestre e, nesse caso, as rodovias devem ser pavimentadas e bem sinalizadas. No local, deve haver táxis, locadoras de automóveis e transporte para traslados.

Meios de hospedagem: fatores como a condição socioeconômica e cultural dos participantes e convidados devem ser considerados no planejamento de hospedagem de um evento, portanto é necessário que sejam feitas visitas para identificar os que atendem as características dos mesmos. Geralmente os meios de hospedagem, que atuam nesse setor, são providos da seguinte estrutura e serviços: pessoal fluente em outros idiomas; isolamento acústico nos centros de eventos; telefone e internet rápida nos apartamentos; bussiness center com equipamentos de aquisição recente; internet rápida; tv por assinatura; restaurante 24h e apartamentos confortáveis.

Alimentos e bebidas: os serviços dessa área precisam, imprescindivelmente, obedecer aos padrões internacionais de qualidade. Isso não significa que a culinária também deva ser internacional, ou seja, a gastronomia regional deve ser ressaltada, oferecendo experiências diferenciadas e autênticas. Esse setor adquire, também, características de entretenimento, como parte da programação de lazer.

Espaços para eventos: locais apropriados para a realização de encontros de diferentes portes e tipos em que devem ser observados os seguintes aspectos: capacidade para acomodar a totalidade de participantes e com infra-estrutura adequada, inclusive com acesso para deficientes físicos; espaço para expositores; possibilidade efetiva para instalar e operar serviços de tradução simultânea e de audiovisuais; espaços disponíveis para a realização de eventos paralelos; facilidade de acesso entre o local do

evento e os hotéis, aeroportos e rodoviárias; boas condições de funcionamento de água, luz, telefone e recolhimento de lixo; sanitários e área de alimentação.

Informação turística: é fundamental a orientação do turista por profissionais capacitados, material informativo atualizado e de qualidade. Deve-se verificar a viabilidade de instalação de postos de informações temporários em locais estratégicos, durante a realização dos eventos.

Para a cidade poder usufruir dos benefícios da presença do turista de eventos, ela deve estar em uma busca constante de profissionalização do setor e do emprego de ferramentas tecnológicas na prestação de serviços de apoio à realização dos encontros.

A correta escolha do local para a realização de um evento é ponto fundamental na soma de probabilidades de sucesso. Sua adequação aos objetivos e porte do evento é imprescindível. O local não envolve apenas o espaço físico onde o evento acontecerá, mas também a própria localização geográfica em que se encontra e as condições turísticas existentes: atrativos naturais, culturais e históricos, folclórico, gastronômico, bem como a produção de bens.

Segundo o Ministério do Turismo (2008), existem várias formas de se agregar atratividade ao segmento, destacando-se:

- Atrativos locais: passeios e visitas aos atrativos turísticos da região, explícitos em folhetos, guias e mapas turísticos, na programação cultural da cidade, com opções de entretenimento e diversão distribuídos nos postos de informações turísticas, hotéis, centros de eventos, restaurantes e comércio em geral e, também, durante os intervalos dos eventos, com apresentação de vídeos.

- Apresentações culturais durante os eventos: uma forma de promover a identidade cultural do destino e valorizar os artistas locais é incluí-los na programação dos eventos, com performances artísticas, demonstrações e exposições de arte e artesanato.

- Roteiros turísticos regionais pré e pós-evento: em períodos que antecedem ou sucedem os encontros, é possível promover viagens curtas na região.

Um evento, por si só, é um atrativo, mas é válido a agregação de atratividade ocorrida pela integração de atividades e segmentos, para fins de atração de um maior número de turistas e por um maior período de tempo, buscando diferenciais, criatividade e competitividade.

4. CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

Em face da importância de uma compreensão mais ampla, antes de caracterizar a área de estudo, faz-se necessário uma contextualização das regiões que integram a cidade de Cachoeira.

4.1 REGIONALIZAÇÃO

O atual cenário econômico mundial traz à tona discussões importantes. Uma delas envolve relações entre desenvolvimento local e o desenvolvimento regional. Há que se evidenciar a emergência dos movimentos regionalistas em um cenário marcado pelo fenômeno da globalização e a sua importância para um desenvolvimento integrado entre os municípios de uma determinada região.

O conceito de regionalização tem sofrido muitas alterações ao longo da história, verificando-se que, desde o século XIX, vem sendo gradualmente reconfigurado, abrangendo desde temáticas como a singularidade, os espaços descontínuos, a homogeneização, as experiências vividas, a ênfase aos processos espaciais, aos espaços históricos e culturais, à questão do desenvolvimento *versus* o subdesenvolvimento, a heterogeneidade, o espaço autônomo, dentre outros aspectos. (CAMINHOS..., 2009, p. 16).

Embora sem um consenso sobre sua definição, percebe-se que o conceito de região vai além da localização geográfica, ou seja, “pode ser vista enquanto *locus* contínuo ou não, que guarda singularidades em termos de administração territorial e política, em função de aspectos naturais, econômicos, culturais, entre outros critérios”. (CAMINHOS..., 2009, p. 16).

A partir da especificidade das características sociais, econômicas, culturais e geoambientais, o governo da Bahia, em seu planejamento territorial, reconheceu uma nova regionalização para Bahia propondo a existência de 26 Territórios de Identidade (observar Mapa a seguir).



Figura 1 - Mapa do Território de Identidade - Bahia
 Fonte: BAHIA, 2011

Nesta nova territorialização proposta pelo governo, o município de Cachoeira mais 19 municípios fazem parte do Recôncavo (conforme mapa abaixo). Com uma área total de 5.250,52 km² e uma população de 575.333 habitantes (SEPLAN, 2008), a região compreende a área geográfica do entorno da Baía de Todos os Santos, maior baía e mais importante ponto de referência da costa brasileira, que abriga outras pequenas baías, enseadas, praias, ilhas, como também recebe as águas de inúmeros rios, inclusive o Paraguaçu, configurando uma Região de grande potencial turístico.

Identificadas características turísticas homogêneas dentre os municípios do Recôncavo destaca-se outra regionalização enquanto Região turística. Na primeira fase do Programa de Desenvolvimento do Turismo da Bahia (Prodetur-BA), os agrupamentos dos municípios foram denominados Zonas Turísticas e assumiram como identidade a existência de uma unidade temática local, capaz de distinguir por atributos naturais e culturais peculiares de cada um dos conjuntos (Costa dos Coqueiros, Baía de Todos, Costa do Dendê, Costa do Cacau, Costa do Descobrimento, Costa das Baleias e Chapada Diamantina), dando relevância também às características particulares de cada

município separadamente e o município de Cachoeira passou a integrar a zona turística da Baía de Todos os Santos (BTS).

Na segunda etapa do Prodetur II, iniciada em 2001, o zoneamento territorial, que havia sido uma iniciativa isolada de alguns Estados, passou a ser uma condição essencial à liberação de recursos deste programa. Para tanto, uma das estratégias do turismo foi a melhor articulação entre estas zonas formando o Pólo de Desenvolvimento turístico da Bahia. Em decorrência, a partir dessa nova etapa, a Bahia foi subdividida em três pólos litorâneos e o pólo da Chapada Diamantina (ver quadro Quadro 1 a seguir). Foram concebidos mais dois novos pólos pelo planejamento turístico estadual, Caminhos do Oeste e São Francisco que não estavam previstos para ser contemplados com recursos liberados no Prodetur II. Nessa nova definição, a Baía de Todos os Santos passa a compor, juntamente com a Costa dos Coqueiros, o pólo turístico Salvador e Entorno.

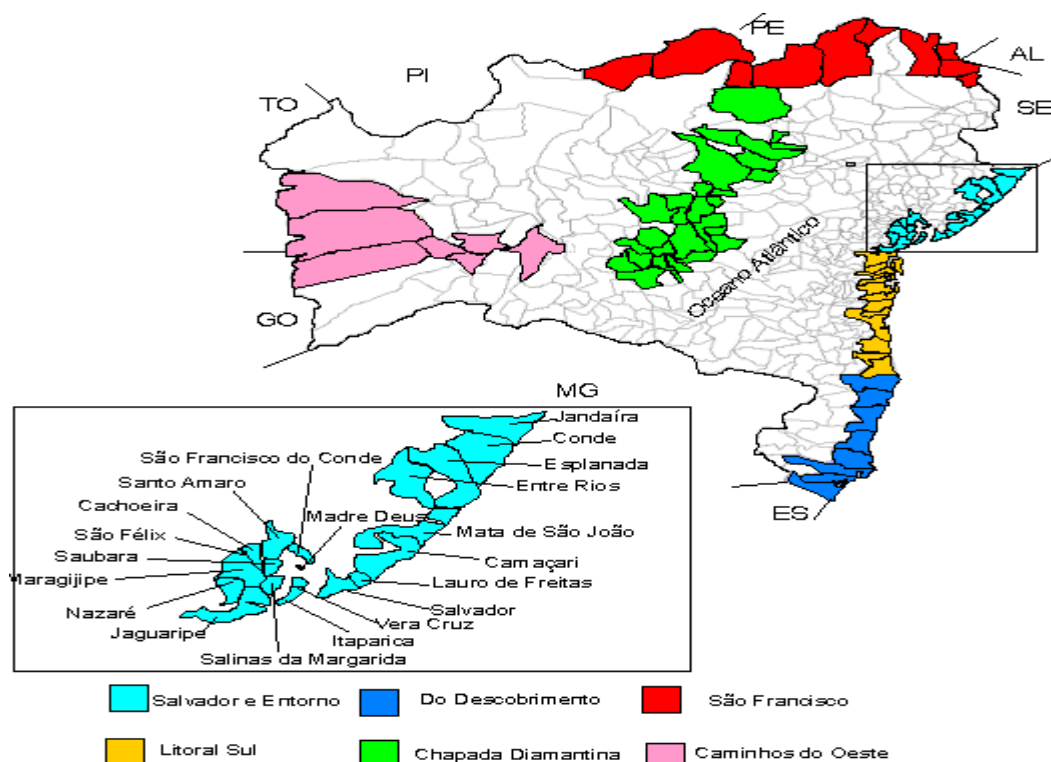


Figura 2- Pólos de Desenvolvimento Turístico da Bahia – Salvador e Entorno 2003
Fonte: SCT, 2001 *apud* SENTO-SÉ, 2003

Esta Região foi uma das mais ricas e industrializadas do país, durante o período colonial e imperial, como principal pólo de produção açucareiro e fumageira do país. A partir da segunda metade do século XIX, a região sofreu um processo de decadência que se prolongou até, praticamente, os dias atuais em 2011, levando à ruína um notável acervo de arte acumulado durante quatro séculos.

A principal atividade econômica desenvolvida na região do Recôncavo baiano é a agropecuária, e, em menores proporções, a indústria e o comércio. Merece destaque a cultura do fumo e o fabrico do charuto das fazendas Danemann, cabendo ainda abordar a questão da exploração turística de toda a região.

Ao analisar a estrutura econômica do Pólo Salvador e Entorno percebe-se que os municípios integrantes são economicamente heterogêneos no porte de seus setores produtivos. O Produto Interno Bruto (PIB), indicador para evidenciar, em termos absolutos, a grandeza dos setores produtivos dos municípios, mostra que Salvador é o município do Pólo que concentra o maior PIB. Segundo estimativas da SEI, a cidade alcançou R\$ 24.072,40 bilhões no ano 2006, sendo que o PIB do Estado da Bahia é de R\$ 96.558, 89 bilhões.

Após Salvador, o município de maior porte econômico é Camaçari com R\$ 9.534,30 bilhões, em seguida tem São Francisco do Conde com R\$ 6.673,67 bilhões. Um pouco abaixo vem Lauro de Freitas que obteve em 2006 um PIB de R\$ 1.170,3 bilhões. Num patamar bem inferior, tem-se Cachoeira com R\$ 155,95 milhões, Jaguaripe R\$ 42,39 milhões e Saubara R\$ 45,55 milhões e Jandaíra R\$ 4,24 milhões.

Além do PIB, outro indicador que demonstra o desnível entre os municípios da região, é a capacidade de arrecadação tributária. Em Salvador, o turismo desempenha importante contribuição na arrecadação municipal, proporcionada pelos empreendimentos hoteleiros, agências, transportadoras, etc. Outro município com boa capacidade de arrecadação onde o turismo possui papel importante é Lauro de Freitas, principalmente pela estrutura de lazer relacionada com empreendimentos hoteleiros, alimentação e segundas residências, dados fornecidos pelo Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (BAHIA, [entre 2001 e 2005]).

Tabela 1 – Receita Tributária do Pólo Salvador e Entorno

Município	Receita Tributária Per Capita (RS)
Salvador	7.754,36
São Francisco do Conde	12.639,06
Baía de Todos os Santos Madre de Deus	8.777,72
Santo Amaro	689,95
Cachoeira	234,00
São Félix	205,26
Saubara	867,45
Maragogipe	452,19
Nazaré	462,16
Jaguaripe	216,38
Itaparica	1.313,62
Vera Cruz	4.821,87
Salinas da Margarida	435,10
Costa dos Coqueiros Jandaíra	194,43
Conde	614,43
Esplanada	1.467,08
Entre Rios	1.448,51
Mata de São João	3.256,10
Camaçari	13.145,92
Lauro de Freitas	7.905,13

Fonte: BAHIA, [entre 2001 e 2005]).

Assim, cabe aos municípios com baixa arrecadação tributária desenvolverem outras vocações produtivas dentre elas, a atividade turística é um caminho promissor.

O Pólo Salvador e Entorno é considerado um dos principais destinos turístico Bahia. Tendo em vista o vasto e rico patrimônio histórico e artístico que resistiu ao tempo - segundo o levantamento do IPAC, nos municípios do Pólo - existem mais de 350 monumentos de importância histórica e cultural – pode ser desenvolvido na Região um tipo de turismo que preserve os bens culturais e proporcione aos municípios melhores condições econômicas e que traga benefícios sociais para população local, como por exemplo, o turismo cultural quanto “atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”. (BRASIL, 2006, não paginado).

O PDTIS confirma, com a figura a seguir, o caráter turístico do Pólo Salvador e Entorno se dá, principalmente, pela forte presença da categoria cultural. Somando as categorias Histórico-Cultural e Manifestações Culturais e Folclóricas, quase 75% dos atrativos da região possuem características culturais. Em seguida, tem-se a presença do caráter natural, principalmente, pelos atrativos naturais da Costa dos Coqueiros.

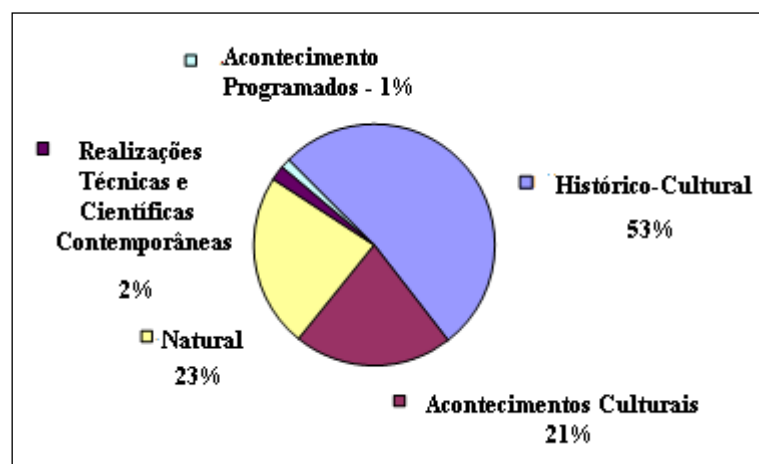


Figura 3 – Atrativos por categoria – Pólo Salvador e Entorno
Fonte: PDTIS, 2010

Embora a Região apresente potencial turístico, são identificadas disparidades no turismo do Pólo Salvador e Entorno, sobretudo, no que diz respeito a pouca expressividade do Recôncavo Baiano em relação à capital e a Costa dos Coqueiros. Estas diferenças decorrem de uma conjunção de fatores, dentre os quais as estratégias governamentais direcionadas para atividade na Bahia alcançam papel de relevo. O turismo baiano, ao longo de sua história, teve no Governo do Estado o seu grande fomentador. Assim, as ações públicas, bem como a falta de ações, foram decisivas no processo de formatação e de expansão da atividade turística estadual (CAMINHOS..., 2009).

Desde o primeiro plano estadual de turismo, o Plano de Turismo do Recôncavo, no início da década de 1970, o Recôncavo tem sido contemplado de forma restrita pelas estratégias de planejamento turístico implementadas na Bahia. Os esforços públicos em prol da expansão da atividade centralizaram-se em Salvador, com ações tópicas no interior, a exemplo da implantação de meios de hospedagem; data desta

época a construção, pelo Governo do Estado, da Pousada do Guerreiro em Cachoeira. (QUEIROZ, 2002).

Uma vez excluído parcialmente das estratégias governamentais efetivadas até este momento para a atividade turística da Bahia, em função de pólos mais atrativos, restringiu-se a exploração do potencial turístico presente nos municípios que o compõem. Este fato, ocorrido concomitantemente à estagnação econômica vivenciada, fez com que os municípios ficassem, por muito tempo, à margem do processo de atração de investidores turísticos vivenciado pela Bahia, sobretudo nas áreas litorâneas.

Por um lado, esta exclusão trouxe benefícios, por que livrou o município de Cachoeira, por exemplo, de um modelo de turismo impactante em termos culturais e ambientais, centrado em grandes empreendimentos que tendem a estabelecer, muitas vezes, restritas relações com o local. Por outro, entretanto, não viabilizou a definição de ações integradas e a implantação de projetos direcionados ao turismo desta área, com ênfase especial nos recursos histórico-culturais, que poderiam ter contribuído significativamente para o crescimento econômico regional.

Atualmente, o Programa Nacional de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo, norteia o turismo do país, na perspectiva de integração espacial desta atividade. Inserindo-se na nova proposta federal, o Recôncavo, em conjunto com o destino indutor Salvador, passa a fazer parte dos roteiros apresentados pelo Fórum Estadual de Turismo ao Ministério do Turismo. Embora já contemplado nos roteiros integrados, as carências do Recôncavo, em termos de sua infra-estrutura básica e turística e de qualificação dos recursos humanos, vêm atuando como fatores inibidores do crescimento e desenvolvimento do turismo regional. (CAMINHOS..., 2009).

Apesar das deficiências apresentadas, dos municípios que fazem parte do Recôncavo Baiano, Cachoeira vem se delineando como o principal centro do turismo desta área, sobretudo em função de seu patrimônio histórico cultural e da sua vocação natural.

O tipo climático predominante está classificado como úmido a subúmido, apresentando temperatura média anual de 23,4°C. O período chuvoso ocorre nos meses de abril a agosto, com uma pluviosidade média anual de 1.139 mm.

Apresenta ecossistema de caatinga, matas estacionais e matas ciliares. Em relação à fauna, as aves predominam correspondendo cerca de 60% das espécies de animais encontrados na Área de Proteção Ambiental (APA) Pedra do Cavalo. Esta APA, que abrange o município de Cachoeira, tem como finalidade básica a preservação das águas do lago formado pela Pedra do Cavalo.

O lago formado pelo barramento do Paraguaçu, com 186km², 40 milhas náuticas de plano d'água navegáveis, ricas de atrativos naturais, inclusivas numerosas ilhas, oferece condições para prática do windsurf, Jet Sky, passeios de barcos pequenos e escunas.

Segundo dados do projeto Caminhos do Recôncavo (2009), os roteiros fluvio-marítimos são procurados, principalmente, por parte dos turistas estrangeiros. Destacam-se entre os roteiros mais demandados: Engenho da Vitória (com duração de 30 minutos, saindo de Cachoeira), Coqueiros (distrito de Maragogipe), Engenho da Ponte (onde está localizado um hotel fazenda), São Francisco do Paraguaçu e Convento de Santo Antônio (com duração de 1 h e meia de viagem), Forte de Salamina, Ilha dos Franceses e Ponta de Souza. É possível alugar um barco diretamente de pescadores, nas margens do Rio Paraguaçu, pagando valores entre R 20,00 e R\$ 30,00 por pessoa.



Foto 1 – Rio Paraguaçu
Fonte: OLIVEIRA, 2010

Distante cerca de 110 km de Salvador e 46 km de Feira de Santana, as principais vias de acesso rodoviário da cidade de Cachoeira são as Rodovias: BR-324/BA-026 via Santo Amaro, BR101/BA -502 via Belém de Cachoeira, BR -101/BA- 492 via Muritiba e BR-101 via Distrito de Capoeiruçu e BR-101 via São Felix. De uma maneira geral todas as estradas citadas necessitam de reparos/manutenção.

O acesso hidroviário, raramente se configura como forma de interligação com a capital baiana. Saindo de Salvador, adentrando-se a Baía de Todos os Santos, chegando à foz do Rio Paraguaçu, com trechos navegáveis e sinalizados, chega-se com relativa facilidade até o município por pequenas e médias embarcações. (CASTRO, 2005).

No período colonial, o porto de Cachoeira constituiu-se na principal zona de escoamento e ligação Salvador/Recôncavo, Sertão/Recôncavo e Salvador, propiciando à Cachoeira o status de uma das vilas mais ricas, prósperas e populosas da Bahia.

4.2.2 Aspectos Históricos e Formação do Patrimônio Arquitetônico

Dentre as incumbências da expedição de Martim Afonso de Sousa, em 1531, quando chegou à Bahia, estavam o projeto de desenvolver e incentivar a cultura de cana de açúcar. Assim, nos primeiros anos da colonização da Bahia, começou o povoamento de Cachoeira.

Na formação da Vila de Cachoeira há que se destacar, conforme Mello (2001), a participação de Paulo Dias Adorno, fidalgo português, genro de Diogo Álvares Correia, o Caramuru, que chegou à Baía de Todos os Santos em 1532, tendo, posteriormente, recebido estas terras em doação efetuada por D. Álvaro da Costa, filho do 2º governador Geral do Brasil, D. Duarte da Costa.

Com a posse das terras iniciava-se a formação de canaviais, a instalação de engenhos e alambiques. Seu estabelecimento na terra e conseqüente processo de colonização



Foto 2 – Igreja Nossa Senhora da Ajuda Reformada
Fonte: OLIVEIRA,2010

foram facilitados devido ao bom relacionamento que Paulo Dias Adorno mantinha com os índios, uma vez que era descendente tupinambá.

Neste espaço foi formado um dos primeiro núcleos de habitação do Recôncavo, situado entorno da pequena Capela de Nossa Senhora do Rosário, atualmente denominada Nossa Senhora da Ajuda. Posteriormente, por causa da localização estratégica da capela, implantada no último ponto, por via fluvial, de acesso ao sertão, e das cobiçadas minas preciosas, este núcleo passou a denominar-se de Porto de Cachoeira, assumindo, em 1698, a denominação de Vila de Nossa Senhora do Rosário do Porto da Cachoeira. (SANTOS, 1998 *apud* CAMINHOS..., 2009).

Do século VXII até XIX, foi um período que se pode chamar de maior desenvolvimento e prosperidade para Cachoeira, pois era a vila mais povoada e mais rica do Brasil. Isso, em função da economia do açúcar do Vale do Paraguaçu e do Iguape, a abertura das estradas que ligavam Cachoeira às regiões das minas e do gado e

a larga produção do fumo. Foi exatamente nesse período que foi construída as melhores peças de arquitetura civil e religiosa as quais contribuíram para a criação do acervo urbanístico em estilo barroco, formando os conjuntos urbanos mais apreciados. Conforme acentua Mello:

Concentrando poder sob a vasta área, a vila passa a atrair um amplo contingente de pessoas, procedentes das localidades de jurisdição, para registro de documentos e outras demandas. Instala-se, assim, a primeira Câmara, que passa a funcionar juntamente com a Cadeia. Com crescimento da população e do número de fiéis dá-se início, em 1694, à construção da Igreja da Matriz e da Igreja da Ordem Terceira do Carmo, fato ocorrido em 1702. (MELLO, 2001, p. 23).

De acordo com Almeida (2008), a vila se expande em forma de cruzeiro.

Na extremidade ou porção sul do cruzeiro, mais precisamente na Praça Teixeira de Freitas, foi erguido o pelourinho, símbolo da justiça, onde eram lidos os decretos régios, os editais e as ordens do Conselho Municipal, como também lugar para executar penalidades aos escravos. (ALMEIDA, 2008, p. 48).

O local era conhecido como Largo Pelourinho, onde ficava também o cais, ou Cais dos Arcos. Esse largo depois ficou conhecido como Largo dos Arcos, a partir da construção dos arcos que serviam como marco do espaço urbano da Vila. Entre o Largo dos Arcos e a Praça da Câmara estava a Rua do Pelourinho, atual 25 de Junho, com casas térreas e assobradadas. (ALMEIDA, 2008).

No século XIX, além da riqueza econômica, a cidade assume importante papel na vida política do país. Cachoeira foi bastante importante nas lutas pela Independência do Brasil, revelando heróis cachoeiranos, como Maria Quitéria, que, transvestida de homem integra a tropas em defesa da pátria. Sua participação nas lutas foi reconhecida por D. Pedro I, que, em retribuição visita a vila em 1826. Alguns anos após, recebeu o título de "Cidade Heróica", em 13 de Março de 1837, que também a elevou a categoria de cidade.

Após a sua elevação à categoria de cidade, Cachoeira continuou assistindo o seu comércio florescer e suas exportações se expandirem. Entretanto, um conjunto de fatores, fez com que, a partir da Segunda Guerra Mundial, o Recôncavo e, com este, as cidades líderes regionais, como Cachoeira e Santo Amaro, mergulhem em uma profunda crise. Na cidade de São Félix, interligada à Cachoeira pela ponte D. Pedro II,

após a derrota da Alemanha, foram encerradas as atividades da fábrica de charutos Dannemann localizada nesta última cidade, era grande fonte de geração de empregos para a região. Em seguida, no ano de 1948, Cachoeira sofre uma grande inundação, com a cheia do Rio Paraguaçu, que resulta em amplos prejuízos para o comércio e seus habitantes.

Outro que contribuiu consideravelmente para o declínio da socioeconomia do Recôncavo: a construção de um novo sistema de transportes no Brasil. De modo a viabilizar a expansão da indústria automobilística, o governo de Juscelino Kubitschek fomentou a implantação de grandes troncos viários interligando o país via rodoviária. As cidades do Recôncavo, e, sobretudo, Cachoeira, que servia de entreposto entre a capital, o sertão e a Chapada, entraram em franca decadência. Como explica Mello,

Cachoeira era o único interposto entre Salvador e as regiões do alto sertão e Chapada Diamantina para embarque e desembarque das mercadorias que chegavam via marítima e eram embarcadas nos trenó da Leste com destino para as citadas regiões. Tal movimento era gerador de empregos para funcionários das empresas de Consignação, despachantes, carregadores, estivadores, carroceiros, empregados de hotéis que hospedavam os passageiros em trânsito vindos do Alto Sertão e Chapada Diamantina para Salvador e vice-versa. Com a abertura das rodovias, as mercadorias passaram a ser enviadas diretamente, em caminhões, até a porta do comerciante, que antes utilizava a rota ferroviária Salvador/ Cachoeira/Alto do Sertão/Chapada Diamantina. Houve, então, o esvaziamento do interposto, e, com ele, o fechamento dos escritórios de consignação, queda no movimento de hotéis e comércio (MELLO, 2001, p. 34).

A cidade vivência ainda novas inundações, em 1960 e em 1964, que agravam o seu empobrecimento. Em 1967, encerram-se as atividades das fábricas de charutos Leite Alves e Suerdieck, que empregavam cerca de mil operários, abalando, ainda mais, a já empobrecida economia municipal. A depressão conduz ao êxodo populacional e à transferência de vários órgãos públicos para outras cidades. Em 1971, já com diversos exemplares do seu patrimônio arquitetônicos entregues à degradação, Cachoeira foi elevada à categoria de Cidade Monumento Nacional.

Esta situação tem sido amenizada por que a cidade está contemplada pelo Programa Monumenta. Este programa, de recuperação do patrimônio cultural urbano brasileiro, executado pelo Ministério da Cultura e financiado pelo Banco Interamericano

de Desenvolvimento (BID) atua em cidades históricas protegidas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Além disso, o mesmo sustenta a proposta de agir de forma integrada em cada um desses locais, promovendo obras de restauração e recuperação dos bens tombados e edificações localizadas nas áreas de projeto. Além de atividades de capacitação de mão-de-obra especializada em restauro, formação de agentes locais de cultura e turismo, promoção de atividades econômicas e programas educativos. (BRASIL, [entre 2009 e 2010]).

A fim de fomentar o uso econômico, cultural e social das zonas restauradas, o Monumenta apresenta os seguintes objetivos de longo prazo: preservar os Sítios Históricos Urbanos e Culturais prioritários sob proteção federal; fomentar o conhecimento e valorização das populações brasileiras a respeito de seu patrimônio; e melhorar a administração do patrimônio e fixar prioridades de preservação.

Entende-se que a tentativa de revitalizar a cidade de Cachoeira através da recuperação de seu patrimônio histórico-arquitetônico, visando um possível crescimento econômico, deverá passar, certamente, pela atividade turística, uma vez que a herança histórica revelada por meio de inúmeras igrejas, conjuntos de casarios, vários sobrados espalhados por quase toda cidade e construções que datam dos séculos XVII, XVIII e XIX, se bem explorada, servirá de fonte atrativa.

4.2.3 Aspectos Socioeconômicos

Em termos econômicos, apesar da representatividade antiga alcançada pela economia agrícola, atualmente há uma forte predominância da economia de serviços em Cachoeira, fato que ocorre em nível estadual e nacional. Este setor responde por 61,6% do PIB municipal, seguido pela indústria (28,6%) e agricultura com 9,8%. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010).

No setor primário predominam o cultivo de lavouras como cana-de-açúcar, mandioca, cítricos e dendê. Cachoeira é o quarto produtor de cana-de-açúcar da Bahia e o segundo maior produtor do Recôncavo, superado apenas por Santo Amaro. No setor secundário registram-se 123 indústrias (51º lugar na posição geral do Estado da Bahia), prevalecendo às atividades da construção civil e fabricação de cigarrilhas e charutos. Além dessas, há que se ressaltar a produção industrial de vassouras, papéis, laticínios,

desinfetantes e madeira. No terciário, o comércio é atividade com maior número de estabelecimentos (cerca de 740), distribuídos entre feiras, pousadas, restaurantes, farmácias, ateliês, bares e quitandas, dentre outros. (CAMINHOS..., 2009).

Na área da educação, estudos realizados pela SEI apresentam um significativo conjunto de dados, que permite uma análise razoável desse setor no Município de Cachoeira. Inicialmente, verifica-se que, na educação infantil, em 2005, o município possuía 25 escolas, aumentando para 30, em 2008, enquanto que a iniciativa privada continuou com a mesma quantidade, 6 escola, no mesmo período. No ensino fundamental, o número de matrículas que em 2005 foi de 7.734 diminuindo para 6.224 em 2008, considerando as redes pública e privada. No ensino médio, o total de matrículas nas redes pública e privada, diminui também, nesse mesmo período, de 2.031 em 2005, para 1596 em 2008. O ensino superior houve aumento tanto na quantidade de instituições quanto no número de matrículas, justificado pela presença da UFRB. O autor Almeida (2008) acredita que um dos fatores que servirá de base para um possível crescimento econômico, não só de Cachoeira, como também de áreas adjacentes, está voltado para a área educacional.

No que diz respeito à área de saúde, o Município de Cachoeira, segundo dados do IBGE 2010, conta 26 estabelecimentos de saúde sendo que 84,6% dos estabelecimentos são municipais e 15,4% privado, não havendo nenhum federal e nem estadual.

Segundo inventário realizado pelo Projeto Caminhos do Recôncavo em 2008, a sede municipal contava com um posto médico e três centros de saúde, o hospital São João de Deus, localizado na Praça Dr. Milton, com atendimento a pacientes do Sistema Único de Saúde (SUS) e particulares, a Santa Casa de Misericórdia, dotada de cem leitos e laboratório de análise clínica, a Climed - Clínica Médica LTDA, também na praça Dr. Milton, a Climod - Clínica Médica e Odontologia LTDA, localizada na Rua 13 de Maio, clínicas de ginecologia, de gastroenterologia, três consultórios dentários e as farmácias Cachoeira, na Praça Maciel, e Sales, na Boa Praça, dentre outras.

4.2.4 Aspectos da Infraestrutura Básica

A cidade de Cachoeira dispõe dos serviços básicos de energia elétrica, abastecimento de água, esgotamento sanitário, drenagem, sistema viário e de transportes e sistema de telecomunicações, ainda que, em alguns casos, requerendo melhorias.

4.2.4.1 Abastecimento de Água

No fornecimento de água, o lago de Pedra do Cavalo, formado a partir do barramento do Rio Paraguaçu, como já foi dito, abastece boa parte do Recôncavo e a cidade de Salvador. A distribuição de água para a cidade e distritos está a cargo da Empresa Baiana de Água e Saneamento (Embasa). O sistema de esgotamento sanitário cobre apenas a área mais antiga da cidade, funcionando de forma precária, com constantes obstruções. Nas áreas mais recentes, o esgotamento é feito através de fossas individuais e todo o resíduo líquido é despejado no Rio Paraguaçu. Segundo Fonseca (2006), a rede de esgoto do Centro Histórico tem 400 anos de idade e está subdimensionada para demanda atual. A mesma corre sob casarões e calçadas tombadas pelo patrimônio, o que dificulta a sua recuperação/expansão necessitando para isto de aprovação do Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural (IPAC). A coleta de lixo, a cargo da Prefeitura Municipal, é realizada diariamente.

4.2.4.2 Energia Elétrica e Segurança

O fornecimento de energia, sob a responsabilidade da Coelba, mantém a iluminação a mercúrio, na maioria das ruas. Apesar do baixo índice de ocorrência de furtos, roubos e agressões físicas, existe patrulhamento motorizado na sede municipal, que conta ainda com delegacia de polícia, situada na Rua Manoel Gomes, e módulo policial, localizado na Praça Teixeira de Freitas.

4.2.4.3 Transporte

O transporte intermunicipal está a cargo da Empresa de Transporte Santana, cujos ônibus partem, de hora em hora, da rodoviária de Salvador com destino a São Felix/Cachoeira, e destes municípios para a capital, e da Empresa Jauá, que faz a linha Salvador - Maragogipe, além do transporte alternativo feito por vans. (CAMINHOS..., 2009). Segundo dados do IBGE (2010), atualmente Cachoeira conta com uma frota municipal no total 2.0252, sendo que 53,9% correspondem aos automóveis, 27,2% as motocicletas, 6,7% as caminhonetes, 4,1% aos caminhões, 3,8% Micro-ônibus, 2,9 ônibus e 1,4% motonetas.

A estrada que corta o Município de Cachoeira, pertence à Ferrovia Centro Atlântica, transporta cargas de Minas Gerais para Salvador, fazendo parada em São Félix. (FONSECA, 2006).

Ligando a Sede do Município de Cachoeira à Sede do Município de São Félix está a ponte ferroviária D. Pedro II construída em 1860, com 365 metros de extensão. Por ela trafegam veículos de todos os portes e trens de carga da Ferrovia Centro Atlântica. Em função desse grande fluxo, em setembro de 2010, período do evento, a ponte ainda estava passando por reformas.

Apesar da navegabilidade da foz do Rio Paraguaçu até Cachoeira, com trechos de bonitas paisagens, atualmente, não existe sistema de transporte hidroviário regular, exceto no período junino, quando a Companhia de Navegação Baiana mantém um serviço especial, com oferta de barcos Cachoeira.

Quanto ao transporte aéreo, não há aeroporto no município, o mais próximo encontra-se em Salvador.

4.2.4.4 Comunicação e Agências Bancárias

Ainda sobre a infraestrutura, a cidade está equipada com três agências bancárias, sendo uma do Banco do Brasil, na Rua Ana Néri, 27, uma do Bradesco, na Praça Dr. Milton, 10A, e outra da Caixa Econômica Federal.

A estrutura de comunicação do Município de Cachoeira esta constituída por uma agência postal telegráfica da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - ECT e

de postos da Companhia Telefônica Telemar na Sede do Município e nos Distritos, oferecendo serviços de chamada local, DDD e DDI.

Encontram-se instaladas na cidade duas emissoras de rádio, a Rádio Comunitária de Cachoeira e a Rio Paraguaçu.

4.2.5 Aspectos da Infraestrutura Turística

Para melhor visualização do potencial de Cachoeira para o turismo de eventos, segue inventário do município elaborado a partir dos dados obtidos na pesquisa de campo e retirados do Projeto Caminhos do Recôncavo (2009):

4.2.5.1 Empresas Organizadoras e Espaços de Eventos

Em Cachoeira não existe uma empresa organizadora de eventos, especializada direta e indiretamente pelos serviços de planejamento e gerenciamento de eventos.

Atualmente, Cachoeira conta com seis auditórios, um palco oficial e uma quadra poliesportiva. Dos espaços existentes, a Universidade Federal do Recôncavo (campus de Artes, Letras e Humanidades), apresenta melhores condições, constando de uma edificação nova, inaugurada em 25 de maio de 2009, contando com vinte e três salas de aulas, sala de vídeo, auditório para 254 lugares, foyer, camarins, além da área coberta para convivência onde podem ser feitas exposições, praça de alimentação, sanitários e subestação de energia elétrica.

4.2.4.2 Equipamentos e Serviços de Acomodação

A cidade de Cachoeira possui alguns meios de hospedagem, como hotéis, pousadas. Essas acomodações são, na sua grande maioria, simples, pois nem todos oferecem quartos com ar condicionado, frigobar e televisão. O valor médio da diária é de R\$ 40, exceto no São João e Festa da Boa Morte que o valor sobe pra R\$ 400. Os meses que ocorrem estes eventos são considerados de maior ocupação pelos hotéis.

Nome do Equipamento de Acomodação	Nº de Quartos	Nº de Leitos
Pousada D'Ajuda	10	34
Pousada do Guerreiro	15	15
Pousada La Barca	12	31
Pousada da Matiz	05	07
Pousada do Convento	26	77
Pensão Tia Rosa	08	16
Pousada Casarão	04	10
Aclamação Apart Hotel	14	24
Cachoeira Apart Hotel	19	25
Pousada e Restaurante Ynaiana	04	04
Hotel Fazenda Villa Rial	47	100

Quadro 3 - Meios de Hospedagem em Cachoeira – 2010
 Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

4.2.4.3 Equipamentos e Serviços de Alimentação

No que diz respeito aos equipamentos de alimentação, a cidade apresenta uma quantidade significativa de restaurantes (conforme quadro a seguir), além de bares, lanchonetes, padarias e pizzarias. A maioria dos restaurantes oferece serviços de Buffet e alguns À La carte. O tipo de culinária servido nos restaurantes é a comida caseira, baiana e regional, ressaltando que o prato típico do município é a maniçoba.

Nome do Estabelecimento	Horário de Funcionamento
Restaurante Beira Rio	09 às 23 horas
Restaurante Maktub	-
Restaurante A Confraria	-
Restaurante Centro de Hospitalidade Rabbuni	11:30 as 15 horas
Lanchonete, Pizzaria e Restaurante Doces e Delícias	11 às 23 horas
Restaurante da Lu	8 às 17 horas
Restaurante Baleia	-
Bar e Restaurante PQTLRV	-
Restaurante Flamboyant	08:30 às 21 horas
Restaurante Sabor da Terra	-
A Baiana Bar e Restaurante	12 às 23 horas
Bar e Restaurante O Garçon	-
Restaurante Wirnei	-
Doidão Bahia Galeria de Arte, Bar e Restaurante	9 às 18 horas

Quadro 4 – Restaurantes em Cachoeira – 2009
 Fonte: CAMINHOS..., 2009

4.2.4.4 Agência de Viagem e Postos de Informações Turísticas

Existe na cidade uma agência de turismo denominada Idéia 3 Consultoria e Serviços Turístico, de caráter familiar, funcionando desde 2003. Dentre os principais serviços destaca-se: elaboração de roteiros turísticos, city tour a Cachoeira e São Félix, palestras sobre a história de Cachoeira, passeios de barco pelo Rio Paraguaçu, elaboração e execução de projetos turístico-culturais, fretamento de ônibus, aluguel de vans, reservas em hotéis e pousadas da região.

O posto de informações turísticas funciona ao lado da Igreja Nossa Senhora do Rosário com horário de funcionamento das 08:00 a 18:00 horas. O posto conta dois funcionários que acumulam funções, visto que ainda trabalham na Secretaria de Cultura e Turismo.

Conforme pesquisa de campo, pode-se constatar que apesar de constar em funcionamento, o mesmo não disponibiliza materiais promocionais da cidade. Os visitantes recebem orientações sobre a cidade e um material sobre a história e um mapa da cidade, nas cores preto e branco, impossibilitando a visualização dos principais atrativos, meios de hospedagens, restaurantes e outros equipamentos indispensáveis ao atendimento do turista.

4.2.5 Atrativos Locais

Dentre os atrativos culturais relacionados a arquitetura civil, estudo, pesquisa e lazer podemos citar a Casa da Câmara e Cadeia, a Casa de Ana Nery, Casa de Augusto Teixeira de Freitas, Mercado Municipal de Cachoeira, Fórum Augusto Teixeira de Freitas, Estação Ferroviária, Ponte Dom Pedro II, Sobrado do Engenho da Vitória, Museu do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Museu da Ordem Terceira do Carmo, Museu Hansen Bahia, Museu Regional do Instituto Brasileiro de Patrimônio Cultural (IBPC).



Foto 3 – Casa da Câmara e Cadeia em Cachoeira
Elaboração: Pesquisa de Campo, 2010

Na lista ainda dos monumentos religiosos inclui-se a Igreja Nossa Senhora D’Ajuda, Igreja Matriz de Nossa Senhora do Rosário, Igreja de Nossa Senhora dos Rosários dos Pretos e Cemitério dos Negros, Igreja Nossa Senhora da Conceição do Monte, Igreja da Ordem Terceira do Carmo, Convento de Santo Antonio do Paraguaçu, dentre outros.

Sem deixar de mencionar os trinta e três terreiros de candomblé espalhados por todo o município que possuem calendário de festa e aceitam visitantes em períodos pré-determinados.

Das casas de Samba de Roda cita-se a Associação Cultural do Samba de Roda Dalva Damiana Freitas, conhecida como Samba de Roda Suerdick, Grupo Cultural Samba de Roda “Filhos Caquende” e Samba de Roda Suspiro do Iguape.

Além da beleza arquitetônica e natural, a cidade possui um calendário significativo de festas populares, com valores culturais tanto de origem africana quanto portuguesa, tais como a Festa de Nossa Senhora D’Ajuda, Festa de Nossa Senhora da Boa Morte, Festa de Nossa Senhora do Carmo, Festa de Nossa Senhora do Rosário e Festa de São João.

2.2.6 Panorama do Turismo de Eventos

A cidade de Cachoeira em 1983 sediou a XII Jornada Brasileira de Curta Metragem que teve como idealizador e organizador o cineasta Guido Araújo. O evento teve a maior receptividade por parte da população, movimentou a cidade pelos inúmeros filmes inscritos e pela extraordinária quantidade de cartas e telefonemas recebidos pela coordenação da jornada inclusive do exterior. (ROCHA, 2002).

No ano posterior, a 13ª edição do evento foi promovida pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e pela Prefeitura Municipal de Cachoeira, com patrocínio da Embrafilme e Fundação Cultural do Estado da Bahia.

A realização da jornada na cidade, segundo o mesmo foi uma grande contribuição ao desenvolvimento no aspecto cultural. Principalmente que um evento como este, além da preparação e realização, tem repercussão duradoura através da exibição de filmes premiados em vários pontos do país.

Pelo fato de Cachoeira ser uma cidade menor e pouco conhecida no cenário mundial a jornalista Margarida Cardoso, que escreveu na época sobre a jornada para o jornal A Tarde, diz que:

Os festivais de cinema, em todas as partes do mundo são quase sempre realizados em cidades menores, o festival de Veneza, por exemplo, é realizado em Lido, o grande festival de cinema da França é realizado em um Balneário, da Cote D'azul, Cannes. Do festival de Oberhauser, muita gente já ouviu falar, embora poucos saibam que se trata de uma pequena cidade alemã. E do festival de Gramado (pequena cidade do Rio Grande do Sul), do qual por certo, a maioria sabe. Essa fama pode estar reservada para Cachoeira cidade ideal para realização de um encontro cultural dessa natureza [...]. (ROCHA, 2002, p. 61).

O evento ofereceu uma ampla programação com mesas redondas, debates, seminários, exposições e mostra de filmes que foram apresentados em telão, na praça pública. “Cachoeira reviveu, no período da jornada brasileira de curta metragem um momento áureo de grandeza, que, infelizmente por falta de apoio das autoridades voltou a ser realizada em Salvador a partir de 1985 até hoje 2002”. (ROCHA, 2002, p. 62).

Segundo informações fornecidas em dezembro de 2010, pelo Secretário de Cultura e Turismo de Cachoeira, a cidade não tem uma estratégia específica para atrair

eventos, pois está no planejamento da secretaria, primeiramente, investimentos em bens e serviços turísticos da atividade como um todo pra depois trabalhar a promoção do destino e o marketing de cada segmento específico desenvolvido na cidade.

Além disso, o mesmo afirma que o município não está preparada para receber eventos de médio e grande porte, para isso será necessário um aumento do número de leitos e a construção de um centro de convenções com uma capacidade de no mínimo quatrocentas pessoas. Incluindo os melhores hotéis da cidade, como o Hotel Fazenda Villa Rial, Aclamação Apart, Cachoeira Apart e Pousada do Convento juntamente com o auditório da UFRB a cidade não conseguiu sediar, por exemplo, o Encontro Nacional de Museu, pois não tinha um auditório e um hotel que pudesse receber seissentas pessoas ao mesmo tempo, assim como, o encontro da Secretaria de Saúde e do Instituto do Meio Ambiente

O Programa de Aceleração do Crescimento das cidades históricas (PAC das cidades históricas) com a iniciativa privada estão com projetos de implantar dois equipamentos hoteleiros em Cachoeira, sendo que um deles será um hotel de luxo e ambos incluem no projeto um centro de convenções.

Outro problema detectado pela Secretaria é a falta de mão de obra qualificada na cidade. Para melhorar esta situação foi disponibilizado um curso do SEBRAE, com duração de 1 ano e 4 meses, para 25 empresários da área do turismo. O curso oferece capacitações, consultoria personalizada, central de negócio, formação de um clube de excelência. Após essa qualificação foi implantada a qualificação dos funcionários: 40 cozinheiros, 17 garçons, 20 caixas, 30 recepcionistas, 30 camareira, e foram abertas 9 turmas voltadas para o turismo étnico.

Ainda assim, houve um aumento do número de eventos ocorridos desde a inauguração, em 25 de maio de 2009 do prédio novo da UFRB, (campus de Artes, Letras e Humanidades), com 23 salas de aula, espaço para instalação de quatro laboratórios, sala de vídeo, auditório para 254 lugares, foyer, camarins e biblioteca, além da área coberta de convivência, praça de alimentação, sanitários e subestação de energia elétrica. A sua chegada gerou transformações na estrutura do comércio/serviços, como o surgimento de apart hotéis, delicatessen, copiadoras, livraria e cafés, se tornando um vetor de desenvolvimento para a cidade.

Foi levantados dados junto ao setor administrativo da UFRB que no período de 2009 a 2011 aconteceram os seguintes eventos em seu auditório (Leite Alves):

NOME DO EVENTO	PERÍODO
XI Encontro Regional de Agroecologia	21 a 25/04/2009
I Fórum Estadual de Radiojornalismo	11 a 12/06/2009
I Encontro das Profissionais da Assistência Estudantil da Bahia	25/03/2010
Colóquio Regional de História Colonial	29 a 30/04/2010
III Bahia Afro Film Festival	13 a 23/05/2010
XIX Encontro de Pesquisadores em Artes Plásticas	21 a 25/09/2010
I Festival de Documentários de Cachoeira	06 a 11/11/2010
I Encontro Baiano de Ensino, Pesquisa, Extensão e Trabalho em Serviço Social	23/11/2010
Festival Instrumental da Bahia	02 a 05/12/2010
X Encontro Estadual de Direitos Humanos	16 a 17/12/2010
Encontro Nacional da Diversidade Sexual	11 a 13/02/2011

Quadro 5- Eventos ocorridos no auditório Leite Alves – 2009 a 2010

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Acrescenta-se a lista de eventos pequenas reuniões, mostras de filmes, apresentação de trabalhos monográficos, dentre outros, com um caráter mais local.

Para o vice-presidente da Associação de Condutores de Cachoeira, os eventos que acontecem na universidade, ao contrário dos promovidos pela Prefeitura, não descaracterizam e desassocia o turista da cultural local.

Para atender aos participantes os condutores oferecem um leque de opções de passeios e visitas, bem como: tour às ruas da cidade de Cachoeira, incluído visita aos monumentos históricos e religiosos, arquitetura civil, dentre outros; passeios de barco no Rio Paraguaçu; visita as comunidades quilombolas; visita a fazendas de farinha e engenhos da região; participação nas cerimônias de candomblé dentre outros passeios. São alternativas que permitem ao turista um mergulho na história do Brasil e na cultural regional e uma maior interação com a comunidade local.

5 A CIDADE DE CACHOEIRA NO CONTEXTO DO TURISMO DE EVENTOS: o caso 19º Encontro da ANPAP

Para avaliar a oferta turística da cidade de Cachoeira para o turismo de Eventos, o estudo teve como referência o 19º Encontro da Associação de Pesquisadores em Artes Plásticas (ANPAP).

5.1 O EVENTO

No intuito de descentralizar a pesquisa na área de artes visuais das regiões do sul e sudeste, a 19ª edição do encontro ocorreu na cidade de Cachoeira – Ba, no Centro de Artes, Humanidades e Letras (CAHL), da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), no período de 21 a 25 de setembro de 2010, sob o tema “Entre Territórios”.

O evento propiciou uma integração entre os membros associados dos cinco comitês da ANPAP, quais sejam: História, Teoria e Crítica da Arte; Educação em Artes Visuais; Poéticas Artísticas; Patrimônio, Conservação e Restauro; e Curadoria. Além dos convidados estrangeiros da Universidade Politécnica de Valencia – Espanha (UPV) e da Universidade da África do Sul na Pretória (UNISA); bolsistas PIBIC, mestrando e doutorandos com os seus respectivos orientadores vindos de várias partes do Brasil; e uma comunidade local expressiva.

Assim sendo, observa-se (conforme quadro a seguir) que houve um público em torno de duzentas e cinquenta pessoas representando as universidades dos seguintes estados: São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Goiás, Brasília, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco e Pará. Além dos inscritos, muitos alunos e professores do CAHL e de outras universidades e escolas do entorno que freqüentaram as apresentações como ouvintes, assim o público oscilou em torno de trezentas e cinquenta pessoas. É significativo destacar que, entre os monitores selecionados para trabalhar no evento, haviam estudantes oriundos de 18 cidades distintas da Bahia.

PÚBLICO	ESTIMADO	EFETIVADO
Professores Pesquisadores	200	200
Alunos de Pós Graduação	100	90
Alunos de Graduação	50	50
Profissionais	50	50
Outros (artistas)	50	25
Total	350	250

Quadro 6- Quantidade Estimada de Participantes no 19º Encontro da ANPAP
 Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Conforme a programação (anexo), o encontro oferece também: reuniões, mostra de painéis, apresentação de trabalhos, lançamento de livros, exposição, mesa redonda e assembléia. Dada a natureza do objeto de investigação da área das artes plásticas e visuais, registra-se ainda, que durante a realização do encontro foi realizada uma feira de arte com uma pequena mostra da produção dos discentes da Escola de Belas da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e CAHL, e dos artesãos de trançado de palha e renda de bilro de Saubara demonstrando que no mesmo espaço pode ocorrer mais de um tipo de evento.

Para complementar a programação houveram algumas apresentações culturais de bandas locais, bem como: a filarmônica da cidade na abertura e no encerramento o grupo de tradição bantu Jeje Nagô com canções genuínas africanas que foi muito apreciado por todos os participantes.



Foto 4 – Encerramento do Evento com o grupo Jeje Nagô.
 Fonte: OLIVEIRA, 2010

Para realização do evento, a organização contou um recurso inicial escasso, oriundo da taxa anual paga pelos associados e, posteriormente, com a taxa de inscrição e com o patrocínio do Centro Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), CAPES, FAPESP e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB).

5.2 LEVANTAMENTO E AVALIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DE CACHOEIRA E SUA RELAÇÃO COM O EVENTO

Para avaliação da oferta turística da cidade de Cachoeira para o turismo de Eventos serão utilizados dados da pesquisa de campo relacionadas com as necessidades apresentadas pelo 19º Encontro da Associação de Pesquisadores em Artes Plásticas (ANPAP).

A) Empresas Organizadoras e Espaços de Eventos

No caso do 19º encontro, a empresa responsável pela sua organização era composta, basicamente, pelos os mesmos integrantes da diretoria da ANPAP: um presidente, um vice-presidente, dois secretários e dois tesoureiros.

Dos espaços existentes, o evento ocorreu na Universidade Federal do Recôncavo, Campus de Artes, Letras e Humanidades (CAHL), com uma edificação nova, inaugurada em 25 de maio de 2009, disponibilizou três salas de aula, o auditório para 254 lugares, foyer, camarins, área para exposições dos painéis, praça de alimentação, sanitários, subestação de energia elétrica e os aparelhos de multimídias, tais como: datashow, retroprojektor, caixa de som, dentre outros.

B) Equipamentos e Serviço de Acomodação

A parte de hospedagem é o item da oferta turística de Cachoeira que apresentou mais carência: tanto em quantidade como na qualidade dos meios de hospedagem para atender às necessidades da demanda do evento.

Nas visitas realizadas pelo diretor da agência de viagem aos meios de hospedagens, foram avaliados os seguintes itens: higiene e limpeza; segurança; serviços de arrumação do quarto e café da manhã; quarto com banheiro privativo, TV, frigobar, ar condicionado ou ventilador e camas com o mínimo de conforto. Dentre os hotéis localizados na cidade apenas 36,4% apresentavam as condições mínimas, destaque para a Pousada do Convento, Pousada, Aclamação Apart Hotel, Cachoeira Apart Hotel, Casarão e Hotel Fazenda Villa Rial que não foi utilizado por estar localizado cerca de 25km do local do evento.

Para garantir a realização do evento na cidade foi necessário o bloqueio de dois hotéis em São Félix e uma pousada em Muritiba e contar com acomodações alternativas, tais como: casas dos professores e alunos da universidade. Outra estratégia adotada pela agência foi vender o mínimo de apartamento para uma pessoa e incentivar e sensibilizar os participantes a se hospedarem em apartamento duplo, triplo e quádruplo.

C) Equipamentos e Serviços de Alimentação

No que diz respeito aos equipamentos e serviços de alimentação, o estudo apontou que haviam poucas opções de cardápio, o atendimento era muito lento e realizada por pessoas não especializadas e, principalmente, a falta de opções de restaurantes ou pizzarias abertas durante a noite uma vez que os estabelecimentos de alimentação podem servir, também, como uma opção de lazer.

D) Agenciamento Turístico

Foi constatada a existência de uma agência de viagem funcionando na cidade desde 2003. Ainda assim, notou-se que a agência oficial que estava responsável pela infraestrutura turística do evento pertencia a Salvador.

E) Atrativos Locais

Para justificar o acontecimento na cidade, a coordenadora explorou bastante os atrativos locais, conforme a coordenadora do evento relata:

Justifiquei muito bem, pois estávamos trabalhando em prol do nordeste. Nós tivemos justificativas muito boas e aí entra o Recôncavo, em momento nenhum falei de turismo, isso é importante você saber, eu usei patrimônio histórico, eu usei a Cachoeira como uma cidade tombada pelo IPHAN, eu falei da cidade como berço da civilização baiana, eu falei como lugar de cultura genuína, matrizes étnicas, o bantu, levei pra parte cultural vi que era uma oportunidade de todo o Brasil conhecer a verdadeira cultura baiana. (Pesquisa de Campo, 2010).

Tal observação demonstrou que os atrativos locais da cidade serviram como diferencial para agregar valor e criatividade ao evento.

F) Meios de Transporte

Outro aspecto que demandou trabalho foi administrar a falta de aeroporto na cidade. Tendo em vista a distância de Cachoeira para Salvador - portão de entrada da maioria dos participantes que vieram de outros estados e utilizaram o meio de transporte aéreo - foi disponibilizado ônibus do aeroporto de Salvador até Cachoeira, assim como, de Cachoeira para o aeroporto de Salvador em horários previamente programados.

O processo de organização da logística de transporte foi criteriosamente planejado, observando a adequação dos horários dos transfers com os vôos dos participantes, a documentação exigida pela AGERBA, escolhas de veículos que apresentassem condições mínimas de segurança e conforto para os participantes, a segurança das vias de acesso para Cachoeira; e sugestão de transportes alternativos - ônibus intermunicipal, taxi e vans - para os participantes que não pudessem desfrutar deste serviço oferecido pela ANPAP.

O receptivo local não foi realizado por uma cooperativa da cidade por que a maioria se encontravam envolvidas com o processo político e também por que não

havia uma cooperativa que passasse segurança para fechar um contrato com a agência responsável. Então, a agência contratou uma empresa de transporte de Salvador.

O transfer interno foi disponibilizado, preferencialmente, para a organização do evento e para participantes com dificuldades de locomoção.

No dia 21 de setembro, a associação disponibilizou 5 ônibus do aeroporto de Salvador para Cachoeira a cada 2 horas, em média, e no dia 22 apenas um ônibus para os participantes que não conseguiram chegar para a abertura do evento. De Cachoeira para o aeroporto de Salvador, no dia 25 de setembro, saíram também 5 ônibus.

5.3. O OLHAR DO PARTICIPANTE

A pesquisa aponta quando observado o perfil dos os entrevistados referente à **Faixa Etária** apresenta proporção de 52% entre 41 a 50 anos. Na sua maioria, eram residentes dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul indicando que os freqüentadores dos eventos da Anpap são oriundos das regiões sudeste e sul do país. Quanto ao **Sexo** dos entrevistados na sua grande maioria (72%) eram do sexo feminino, apresentavam no quesito **Grau de Escolaridade** o maior índice para Doutores (56%) e o menor índice para Ensino Médio (0%) resultado esperado uma vez que o evento está relacionado a pesquisadores das principais universidades da área de arte visuais. A ocupação principal dos entrevistados eram professor (76%) seguido de estudantes (16%) e o restante (8%) tratava-se de artistas autônomos. Observa-se que a renda bruta mensal dos entrevistados a maior proporção (40%) está entre 6 a 10 salários mínimos.

Observa-se que a renda bruta mensal dos entrevistados a maior proporção (40%) está entre 6 a 10 salários mínimos.

RENDA BRUTA MENSAL	PROPORÇÃO
Até 5 salários mínimos	32 %
6 a 10 salários mínimos	40 %
11 a 20 salários mínimos	20 %
A partir de 21 salários mínimos	8 %

Quadro 7 – Renda Bruta Mensal
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

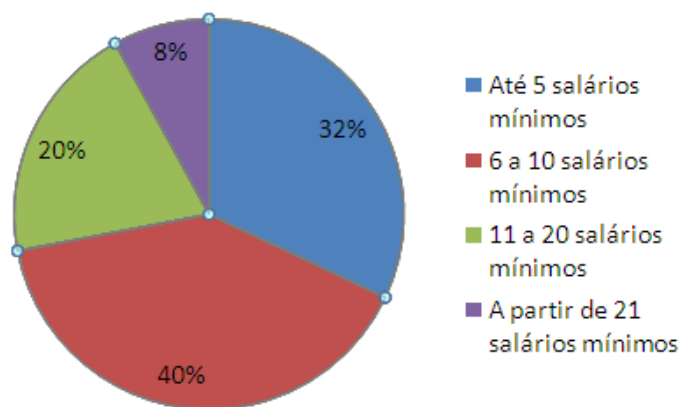


Gráfico 1 – Renda Bruta Mensal
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

A pesquisa indica que na sua grande maioria (60%) dos entrevistados eram associados da Anpap e apenas 20% destes associados estavam na assembléia para decidir a cidade sede do 19º Encontro da Anpap. Quando foi perguntado aos associados presentes na assembléia **sobre a realização do evento na cidade de Cachoeira** a maioria (80%) votou na mesma, resultado esperado uma vez que o evento na cidade foi bem justificado.

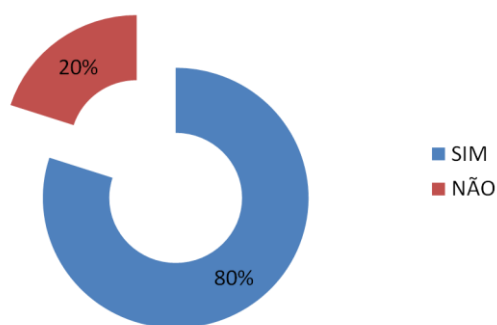


Gráfico 2 – Resultado da Assembléia para realização do evento em Cachoeira
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Quando foi perguntado aos entrevistados se eles **sentiram-se atraídos a participar do evento por sua realização acontecer em Cachoeira** apenas 12% sentiu-se atraídos a participar do evento e 28% não se sentiram atraídos mesmo assim participaram do evento. Vale ressaltar que a proporção de 36% dos entrevistados

respondeu que independentes do local do evento sempre participam do mesmo bem como se observa uma proporção de 24% que aproveitou o **evento** para conhecer outra cidade.

Quando foi perguntado aos entrevistados **quanto gastou pra vir da sua residência até Cachoeira, incluindo transporte, alimentação, hospedagem, diversão observa-se uma proporção conjunta de 62%** que dizem ter tido uma despesa entre 500,00 a 1.500,00 reais.

GASTOS EM REAIS	PROPORÇÃO
Até 500,00	12 %
500,00 a 1.000,00	12 %
1.000,00 a 1.500,00	40 %
1.500,00 a 2.000,00	16 %
Mais de 2.000,00	20 %

Quadro 8 – Gastos com a Viagem em Reais
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

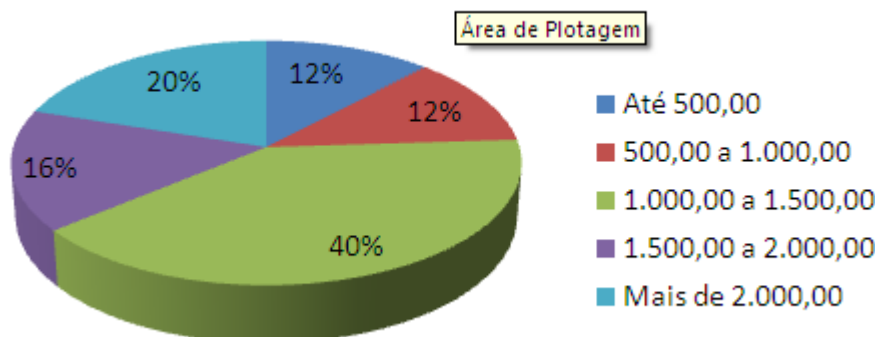


Gráfico 3 – Gastos com a Viagem em Reais
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Foi observado no decorrer da pesquisa que os participantes na proporção de 48% permaneceram na cidade no período do evento seguido de 32% que decidiram aumentar a estada na cidade.

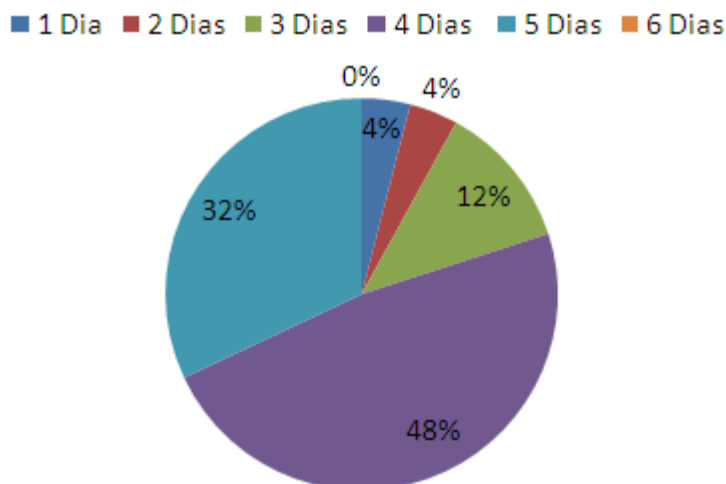


Gráfico 4 - Tempo de Permanência na Cidade
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

A pesquisa aponta que a maioria (52%) hospedou-se em Cachoeira seguido de 40% em São Félix e 8% em Muritiba.

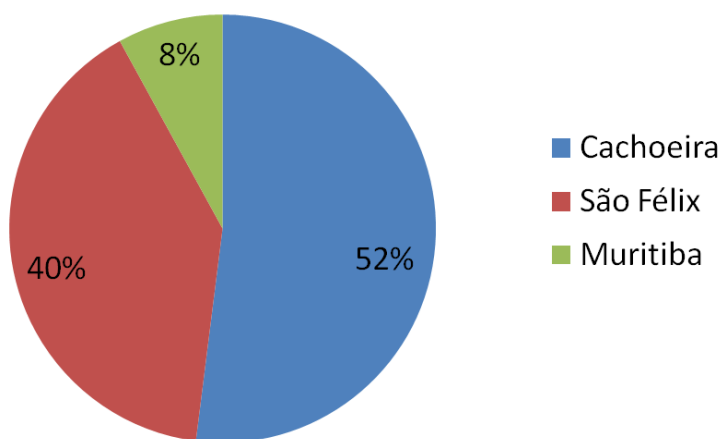


Gráfico 5 – Meios de Hospedagem utilizados no período do evento
Fonte: Pesquisa de campo, 2010

Com o objetivo de verificar a opinião dos entrevistados quanto aos aspectos da oferta turística de Cachoeira para o segmento de eventos utilizou-se o instrumento de medida de opinião. Para mensurar a qualidade dos itens avaliados atribuem-se notas da seguinte forma:

Não avaliou (0)

Péssimo (1)

Ruim (2)

Regular (3)

Bom (4)

Ótimo (5)

ITENS / AVALIAÇÃO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NÃO AVALIOU
HOSPEDAGEM	0	9,5	57,2	23,8	9,5	0
ALIMENTAÇÃO	4	44	28	20	4	0
AGÊNCIA TURÍSTICA	12	44	24	16	4	0
ENTRETENIMENTO E OPÇÃO DE LAZER	4	28	44	16	4	4
INFORMAÇÕES TURÍSTICAS	8	20	40	24	4	4

Quadro 9 – Avaliação dos Equipamentos e Serviços Turísticos de Cachoeira (%)

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Quanto aos serviços e equipamentos turísticos percebe-se que no item hospedagem na proporção conjunta 90,5% dos entrevistados que estavam **hospedados em Cachoeira** avaliaram como regular, ruim e péssimo e apenas 9,5% avaliou como bom. A proporção conjunta do item alimentação aponta 52% regular, ruim e péssimo e 48% ótimo e bom.

Na avaliação do item **entretenimento e opção de lazer** observa-se proporção conjunta 64% como regular, ruim e péssimo seguido de 32% para ótimo e bom e 4% optaram por não avaliar, pois não tiveram tempo para desfrutar deste item.

Para o item informações turísticas a maior proporção conjunta 68% para regular, ruim e péssimo.

ITENS / AVALIAÇÃO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NÃO AVALIOU
LOCAL DO EVENTO (auditório, espaço para exposição, salas, sanitários, outros)	36	56	4	4	0	0
VIAS DE ACESSO (facilidades de acesso do aeroporto e rodovias)	8	36	24	24	8	0
SERVIÇOS DE TRANSPORTE PÚBLICO E PRIVADO	4	12	52	16	8	8
CAPACITAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS	4	36	32	8	8	12
SEGURANÇA	0	48	48	4	0	0
SISTEMA DE COMUNICAÇÃO (rede de telefonia comum e celular, internet, emissoras de TV e rádio local, correio, outros)	0	40	32	24	0	4
FACILIDADES (farmácia, pronto socorro, lojas de conveniências, agências bancárias, outros)	40	48	48	4	0	0

Quadro 10 – Avaliação da Infraestrutura Básica de Cachoeira (%)
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

No que diz respeito a infraestrutura básica da cidade percebe-se que no item local do evento a maior proporção conjunta 92% na avaliação bom e ótimo . Com maior proporção conjunta 76% na avaliação regular, ruim e péssimo o item serviços de transporte público e privado.

Outro destaque apontado pela pesquisa na proporção conjunta ótima e bom são as facilidades (88%) oferecidas na cidade de Cachoeira e para o sistema de comunicação na avaliação conjunta regular, ruim e péssimo 56%.

ITENS / AVALIAÇÃO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NÃO AVALIOU
ATRATIVOS NATURAIS (clima, paisagens, flora e fauna, outros)	48	40	12	0	0	0
ATRATIVOS HISTÓRICOS - CULTURAIS (museus, monumentos, prédios, igrejas, feira livre, artesanato, outros)	32	60	0	8	0	0
MANIFESTAÇÕES ARTÍSTICAS, RELIGIOSAS E SOCIOCULTURAIS	24	56	16	4	0	0
MODO DE VIDA E COMPORTAMENTO DOS HABITANTES LOCAIS	28	52	12	4	0	4

Quadro 11 – Avaliação dos Atrativos Turísticos de Cachoeira (%)
Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Referente aos atrativos da cidade a pesquisa indica na proporção conjunta 92% ótimo e bom para os atrativos histórico-culturais, e para as manifestações artísticas, religiosas e socioculturais 80% resultado esperado uma vez que o caráter turístico da cidade de Cachoeira é caracterizado principalmente pela forte presença da categoria cultural.

Quando foi perguntado aos entrevistados **se eles achavam que a cidade de Cachoeira tem capacidade para atrair e receber outro evento do mesmo porte do 19º encontro da anpap** a maioria (78%) dos participantes responderam que não tem capacidade para receber e apenas (22%) responderam que sim.

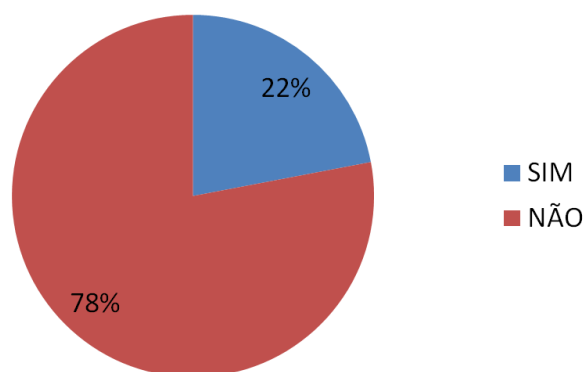


Gráfico 6 – Opinião Sobre a Capacidade que a Cidade de Cachoeira tem para receber eventos.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Para justificar, os entrevistados apresentaram as seguintes respostas:

Sim. As cidades que são patrimônios culturais são por sua natureza educativas e um trabalho dentro da perspectiva da mediação de favorecer ainda mais a fruição desses museus a céu aberto. Discussões e estudos interdisciplinares poderiam ser enriquecidos pela paisagem e pela cultura local. (Pesquisa de campo, 2010).

Não creio que Cachoeira tenha boas condições para sediar um evento como o realizado pela ANPAP, pois sua cadeia de hotéis e pousadas deixam muito a desejar com relação a conforto e infraestrutura. (Pesquisa de campo, 2010).

Não. [...]. Quando encontrados, os poucos táxis da cidade também não eram profissionais, estavam sem taxímetro, não possuíam recibo (o que é essencial quando se viaja com verbas de auxílio público) e em

carros bastante danificados (bancos com estofamento rasgado, fedendo a cigarros, portas e vidros estragados, sem r condicionado). Além disso, não haviam locais para alimentação de forma ágil. Havia poucos restaurantes e com serviços bastantes precários. Houve também dificuldade de pagamento com cartão de débito em diversas lojas [...]. O serviço de celular é bastante fraco. (Pesquisa de campo, 2010).

6 CONCLUSÃO

Analisar a oferta turística da cidade de Cachoeira fez perceber que cidade não estar na vanguarda do turismo de eventos, no entanto, a sua importância histórico-cultural e um conjunto de acontecimento recente, como a chegada da Universidade Federal do Recôncavo, com o campus de Artes, Letras e Humanidades tem atraído eventos de relevância nacional que, de algum modo estão relacionados com assuntos ligados a arte, arquitetura, história e cultural.

Uma vez que existem pessoas que aproveitam o evento para conhecer outras cidades torna-se nítido que o caráter físico-histórico da cidade de Cachoeira é comumente utilizado para agregar valor a imagem do evento para fins de atração de um maior número de participantes.

No entanto, o estudo revelou que os equipamentos de hospedagem existentes, em sua maioria, apresentam estrutura e serviços que não atendem aos padrões desejáveis de qualidade. Os serviços de alimentos e bebidas, em geral, são oferecidos por estabelecimentos dotados de instalações simples, que ofertam poucas opções de cardápio, e, em casos específicos, necessitam de maiores cuidados com higiene e qualidade no atendimento. No tocante aos serviços de transporte e vias de acesso, são indispensáveis melhorias nas estradas que interligam as sedes e alguns distritos. No serviço de transporte interestadual, embora os horários praticados pelas empresas que operam na região sejam regulares e as tarifas acessíveis, são utilizadas alguns veículos que requerem reparos e manutenção, de forma a que possam oferecer conforto e segurança aos usuários.

A imagem negativa dos equipamentos e serviços turísticos pode proporcionar efeitos contrário em relação a particularidade que o turismo de evento tem de permitir a divulgação dos segmentos existentes na cidade.

Para desfrutar dos benefícios trazidos pelos turistas de eventos faz-se necessário um maior envolvimento do setor público junto aos principais problemas infraestruturais da cidade.

Na busca constante de atender as necessidades dos turistas presentes na cidade para participar do evento gerou-se uma integração entre as cidades vizinhas proporcionando desenvolvimento econômico não só para Cachoeira.

A pesquisa ressaltou que o turismo de eventos pode ser um caminho promissor para o aperfeiçoamento e profissionalização da atividade turística desenvolvidas na cidade uma vez que a mesma exige equipamentos sofisticados e mão de obra treinada.

Vale ressaltar que o presente trabalho não esgotou a sua análise em relação ao assunto sugerindo que sejam realizados estudos sobre os efeitos econômicos gerados pelos eventos na cidade de Cachoeira, assim como, estudar a relevância da UFRB para o desenvolvimento da atividade turística.

A ausência de dados mais concretos sobre o segmento de eventos da cidade e sobre o evento específico pode ser justificado pelo fato dos eventos estarem ocorrendo na cidade de forma espontânea e não planejada e por não possuir um órgão que coordene a atividade.

No entanto, as informações adquiridas através da pesquisa de campo tornaram-se suficientes para responder o questionamento do trabalho.

Apesar de tantos problemas apontados, a cidade de cachoeira, como foi apresentado no decorrer do trabalho, acredita-se que a localidade, mediante maiores incentivos públicos e privados, podem vir a se tornar um destino estruturado e de qualidade, propícia ao desenvolvimento do turismo de eventos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Walmir dos Santos de. Revitalização de Centros Históricos através da recuperação do patrimônio arquitetônico e cultural: a experiência de Cachoeira. UNIFACS, 2008, 102p.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2002.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. . **Turismo: segmentação de mercado**. Marília Gomes dos Reis Ansarah (organizadora). São Paulo: Futura, 2001

MARTINS, Maria Virginia Gordilho; HERNANDEZ, Maria Herminia Olivera. Entre Territórios. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM ARTES PLÁSTICAS, 19., 2010, Cachoeira. **Anais...** Salvador: EDUFBA, 2010.

BAHIA. Secretaria de Cultura e Turismo. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável: Pólo Salvador e Entorno**. [S.l]. [Entre 2001 e 2005]. Disponível em:< http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/prodetur/downloads/gerados/pdits_ba.asp >. Acesso em 20 nov. 2010.

_____. Secretaria do Planejamento do estado da Bahia. Relatório perfil territorial: território recôncavo, 2006. Disponível em:< [http://www.sigbahia.ba.gov.br/Cardapio/sigRelTerritorios.asp?escopo1=4&escopo2=10362&TipoRel=4, 5, 6, 7, 11, 12, 13](http://www.sigbahia.ba.gov.br/Cardapio/sigRelTerritorios.asp?escopo1=4&escopo2=10362&TipoRel=4,5,6,7,11,12,13)>. Acesso em: 20 jan. 2011.

BALANZÁ, Isabel Mílio; NADAL, Mônica Cabo. **Marketing e comercialização de produtos turísticos**. Tradução Miguel Cabrera. Revisão Técnica Gleice Regina Guerra. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 1998.

BRASIL. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/14manuais.html>. Acesso em: 03 nov. 2010

_____. _____. Turismo de negócios e eventos: orientações básicas. /Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2008. 46 p. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/14manuais.html>. Acesso em: 03 nov. 2010

_____. _____. Manual Técnico Ribeirão Preto – Destino Referência em Turismo de Negócios e Eventos. Porto Alegre: Nova prova, 2009. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/14manuais.html>. Acesso em: 03 nov. 2010

_____. _____. Secretaria de políticas de Turismo. Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do turismo: roteirização turística, promoção e apoio à comercialização / Ministério do Turismo, coordenação Ana Clévia Guerreiro Lima. 2 ed. – [Brasília]: o Ministério: SEaD/UFSC, 2010a.

_____. _____. Segmentação do turismo e o mercado. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010b.172p. ; 24 cm. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/14manuais.html>. Acesso em: 20 jan. 2011.

_____. Ministério da Cultura. Cidades: Cachoeira (BA). [S.l]: [2009 entre 2010]. Disponível em: http://www.monumenta.gov.br/site/?page_id=177. Acesso em: 12 dez 2010.

BRITTO, Janaína; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002 (Turismo).

CAMINHOS do Recôncavo: proposições de novos roteiros históricos – culturais para o Recôncavo Baiano. Coordenação Lucia Maria Aquino de Queiroz e Regina Celeste de Almeida Souza. Salvador (BA): UNIFACS, 2009.

CASTRO, Armando Alexandre Costa de. **A Irmandade da Boa Morte**: memória, intervenção e turistização da Festa em Cachoeira, Bahia. Ilhéus (BA): UESC, 2005.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert W. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. Tradução Roberto Catalão Costa. 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HOELLER, Elisete Helena. Turismo de Incentivos. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. (Org.). **Turismo**: segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 1999. p. 57-74.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cachoeira-BA**. [S.l.]: 2007. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=290490#>>. Acesso em: 20 jan. 2011.

JANUÁRIO, Marcus Vinícius da Costa; OLIVEIRA, Silvana Toledo de. Os eventos como potencializadores do turismo de eventos regional: O Festival de Inverno Bahia. Espaço do turismo, [S.l.], n. 1, 2007. Disponível em Disponível em: <<http://www.projetu.com.br/Festival%20de%20Inverno%20Bahia.pdf>>.

KOTLER, Philip; BLOOM, Paul N. **Marketing para serviços profissionais**. Tradução Auripebo Simões. Revisão Técnica Ailton Bonfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1988

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2003.

LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre Panosso. **Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008. Série Turismo.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Manole, 2007.

MELLO, Francisco José de. **História da cidade da Cachoeira: Radami**, 2001.

MORAES, Claudia Côrrea de Almeida. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. (Org.). **Turismo: segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 2001. p. 15-33.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 4. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, Sandra Regina Ramalho e; MAKOWIECKY, Sandra. Sobre a ANPAP – Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas. In: _____. (Org). **O Estado da Arte da Pesquisa em Artes Plásticas no Brasil**. 1. ed. Florianópolis: Udesc, 2008. p.7-10.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. Tradução Dolores Martin Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

QUEIROZ, Lúcia Aquino de. **Turismo na Bahia: estratégias para o desenvolvimento**. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2002. 236p. (Coleção Selo Turismo).

RAMOS, Ana Carolina Meireles. **Turismo e eventos para a Terceira Idade em Brasília**. Brasília: Universidade de Brasília, Centro de Excelência de Turismo, 2007.

ROCHA, Rubens. **A fascinante Cachoeira: jóia do Recôncavo Baiano**. Salvador: Grasb, 2002.

RODRIGUES, Maria da Paz de Jesus. **Caminhos da preservação: políticas, patrimônio material e reflexos nas dinâmicas social e urbana de Cachoeira – BA / Maria da Paz de Jesus Rodrigues - 2010. (Dissertação).**

Sento-Sé, Jurema Hughes. **Gestão do turismo cultural no Recôncavo baiano, com ênfase em Salvador, Cachoeira e São Félix.** 2004. 169 f. Dissertação (Mestrado em Análise Regional) – Universidade Salvador, Salvador, 2004.

SILVA, Francisca de Paula Santos da. **Turismo em rede: uma teia de múltiplas relações – O XXIV congresso da ABAV.** Salvador: Faculdade de Turismo da Bahia, 2000.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. Estatística dos municípios baianos. Salvador: SEI, 2010. v. 13; 382 p. : il. Disponível em:<http://www.sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=110>. Acesso em: 25 jan. 2011.

APENDICE A – QUESTIONÁRIOS ENVIADOS POR E-MAIL AOS PARTICIPANTES DA ANPAP

QUESTIONÁRIO AOS PARTICIPANTES DO 19º ENCONTRO DA ANPAP

Prezado cidadão,

Este questionário tem como finalidade observar a situação local relacionada à realização do 19º encontro da ANPAP na Cidade de Cachoeira - Bahia a fim de diagnosticar possíveis problemas e implementar melhorias no serviço prestado pelos organizadores do evento . Todas as respostas serão mantidas em sigilo e sua identidade preservada. Sua participação é de grande importância assim como a veracidade de suas respostas. Desde já agradecemos sua colaboração.

PERFIL DO PARTICIPANTE

1. SEXO:

FEMININO MASCULINO

2. QUAL A SUA IDADE?

ATÉ 20 ANOS DE 21 A 30 ANOS DE 31 ANOS A 40 ANOS

DE 41 A 50 ANOS DE 51 A 60 ANOS A PARTIR DE 60 ANOS

3. ONDE VOCÊ RESIDE?

BAHIA DISTRITO FEDERAL ESPÍRITO SANTOS GOIÁS

MINAS GERAIS PARÁ PARANÁ PERNAMBUCO RIO DE JANEIRO

RIO GRANDE DO SUL SANTA CATARINA SÃO PAULO OUTROS _____

4. GRAU DE ESCOLARIDADE:

ENSINO MÉDIO SUPERIOR INCOMPLETO SUPERIOR COMPLETO

MESTRADO INCOMPLETO MESTRADO COMPLETO DOUTORADO INCOMPLETO

DOUTORADO COMPLETO PÓS-DOUTORADO

5. OCUPAÇÃO PRINCIPAL:

ESTUDANTE PROFESSOR PROFISSIONAL AUTÔNOMO

EMPRESÁRIO APOSENTADO OUTROS _____

6. RENDA BRUTA MENSAL:

ATÉ 5 SALÁRIOS MÍNIMOS

DE 6 A 10 SALÁRIOS MÍNIMOS

DE 11 A 20 SALÁRIOS MÍNIMOS

A PARTIR DE 21 SALÁRIOS MÍNIMOS

7. QUANDO PARTICIPA DE UM EVENTO, COSTUMA VIAJAR:

SOZINHO ACOMPANHADO

8. É ASSOCIADO DA ANPAP?

SIM NÃO

SOBRE O EVENTO E A CIDADE DE CACHOEIRA-BA

9. PARTICPOU DO PROCESSO DE DECISÃO DA CIDADE-SEDE DO 19º ENCONTRO DA ANPAP?

SIM NÃO

10. SE AFIRMATIVO, VOTOU NA CIDADE DE CACHOEIRA - BA? POR QUÊ?

11. DE QUE FORMA TEVE CONHECIMENTO SOBRE A CIDADE DE CACHOEIRA-BA?

JÁ VISITOU A CIDADE ATRAVÉS DA ANPAP TELEVISÃO

REVISTA INDICAÇÃO DE AMIGOS/PARENTES OUTROS

12. QUANDO TEVE CONHECIMENTO QUE O 19º ENCONTRO DA ANPAP ACONTECERIA NA CIDADE DE CACHOEIRA-BA, SENTIU-SE ATRAÍDO(A) A PARTICIPAR DO EVENTO?

INDEPENDENTE DA CIDADE-SEDE SEMPRE PARTICIPO DOS ENCONTROS DA ANPAP

APROVEITO OS ENCONTROS PARA CONHECER OUTRAS CIDADES

- ME SENTI ATRAÍDO(A) PELA CIDADE DE CACHOEIRA
 NÃO ME SENTI ATRAÍDO(A), MAS MESMO ASSIM PARTICIPEI DO EVENTO

13. PERMANECEU POR QUANTOS DIAS NA CIDADE DE CACHOEIRA-BA NA ÉPOCA DO EVENTO?

- 1 DIA 2 DIAS 3 DIAS 4 DIAS 5 DIAS A PARTIR DE 6 DIAS

14. QUANTO GASTOU PRA VIR DA SUA RESIDÊNCIA ATÉ CACHOEIRA-BA, INCLUINDO TRANSPORTE, ALIMENTAÇÃO, HOSPEDAGEM, DIVERSÃO, OUTROS?

- DE 0 A 500,00 REAIS DE 501,00 A 1.000,00 REAIS DE 1.001,00 A 1.500,00 REAIS
 DE 1.501,00 A 2.000,00 REAIS A PARTIR DE 2.001,00 REAIS

15. ONDE FICOU HOSPEDADO?

- ACLAMAÇÃO APART CACHOEIRA APART Pousada do Convento
 Pousada Casarão Casa do Morro Pousada Paraguassu
 Pousada Rio Doce Pensão Tia Rosa OUTROS _____

16. QUALIFIQUE OS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS DE CACHOEIRA-BA:

ITENS / AVALIAÇÃO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO
HOSPEDAGEM (hotéis)					
ALIMENTAÇÃO (restaurantes, bares, lanchonetes, padarias, cafés, outros.)					
ENTRETENIMENTO					
AGÊNCIA RECEPTIVA LOCAL					
INFORMAÇÕES TURÍSTICAS					

17. QUALIFIQUE A INFRAESTRUTURA BÁSICA DE CACHOEIRA-BA:

ITENS / AVALIAÇÃO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO
LOCAL DO EVENTO (auditório, espaço para exposição, salas, sanitários, outros)					
ACESSIBILIDADE (facilidades de acesso do aeroporto e rodovias)					
SERVIÇOS DE TRANSPORTE PÚBLICO E PRIVADO					
CAPACITAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS					
SINALIZAÇÃO					

LIMPEZA PÚBLICA					
SEGURANÇA					
SISTEMA DE COMUNICAÇÃO (rede de telefonia comum e celular, internet, emissoras de TV e rádio local, correio, outros)					
FACILIDADES (farmácia, pronto socorro, lojas de conveniências, agências bancárias, outros)					

18. QUALIFIQUE OS ATRATIVOS DA CIDADE DE CACHOEIRA-BA:

ITENS / AVALIAÇÃO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO
ATRATIVOS NATURAIS (clima, paisagens, flora e fauna, outros)					
ATRATIVOS HISTÓRICOS - CULTURAIS (museus, monumentos, prédios, igrejas, feira livre, artesanato, outros)					
MANIFESTAÇÕES ARTÍSTICAS, RELIGIOSAS E SOCIOCULTURAIS					
MODO DE VIDA E COMPORTAMENTO DOS HABITANTES LOCAIS					

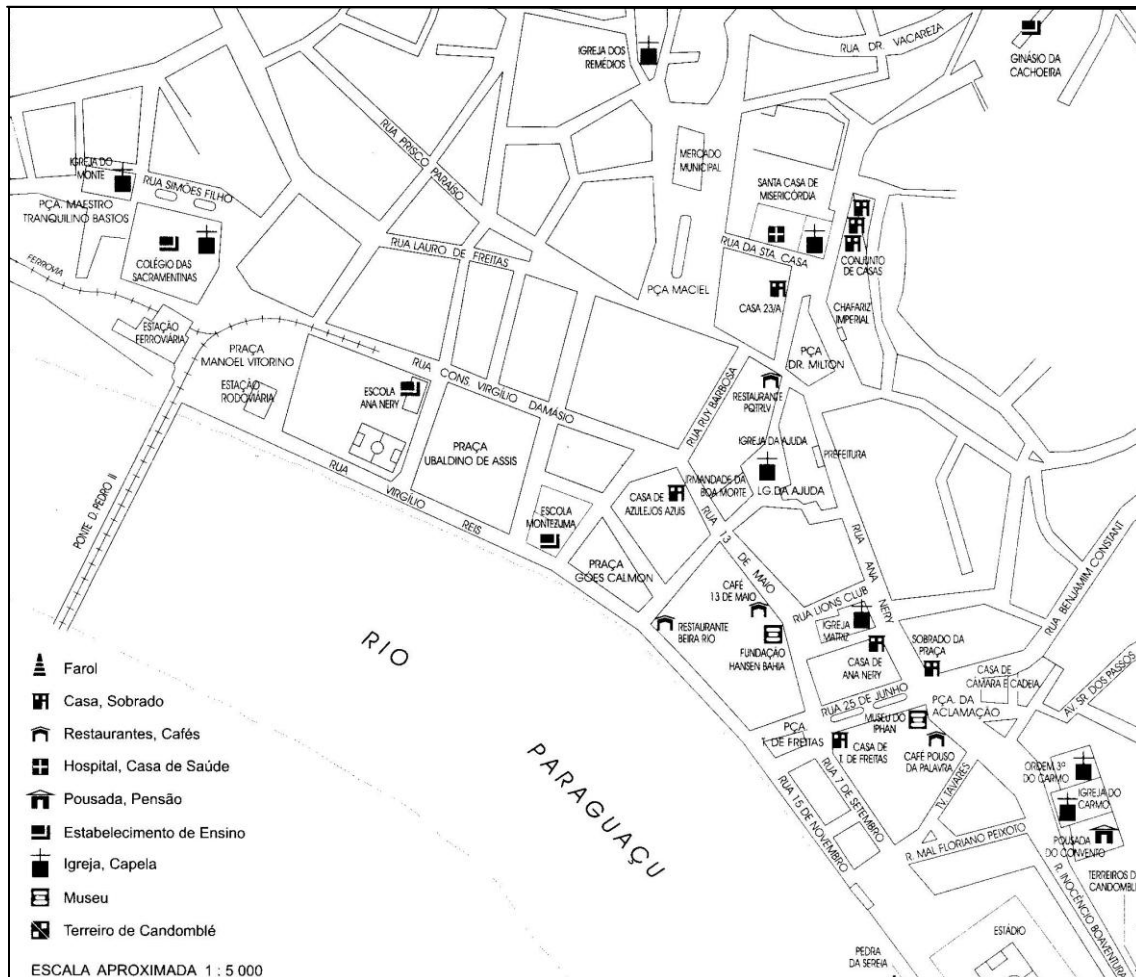
19. VOCÊ ACHA QUE A CIDADE DE CACHOEIRA TEM CAPACIDADE PARA ATRAIR E RECEBER OUTROS EVENTOS DO MESMO PORTE DO 19º ENCONTRO DA ANPAP? POR QUÊ?

SIM

NÃO

MUITO OBRIGADO PELA COLOBORAÇÃO!

ANEXO A – MAPA DOS ATRATIVOS DE CACHOEIRA



Fonte: CAMINHOS ..., 2009

ANEXO B – HISTÓRICO DOS ENCONTROS DA ANPAP

ESTADO	CIDADE	PERÍODO	ENCONTRO	TEMA
SP	SÃO PAULO	17 a 19/11/1988	I	(*)
SP	SÃO PAULO	19 a 20/05/1989	II	Pesquisas Recentes e em Andamento
SP	SÃO PAULO	15 a 18/08/1990	III	Arte, Ciência e Tecnologia
SP	SÃO PAULO	25/05/1991	IV	(*)
RS	CANELA	21 a 23/08/1993	V	(*)
DF	BRASÍLIA	20 a 21/09/1994	VI	(*)
DF	BRASÍLIA	05 a 09/10/1995	VII	(*)
SP	SÃO PAULO	22 a 26/10/1996	VIII	(*)
SP	SÃO PAULO	14 a 18/10/1997	IX	(*)
SP	SÃO PAULO	09 a 12/11/1999	X	O Estado da Pesquisa em Artes
SP	SÃO PAULO	21 a 24/09/2001	XI	A Travessia das Artes
DF	BRASÍLIA	25 a 28/06/2003	XII	O Tempo na/da Arte
DF	BRASÍLIA	10 a 13/11/2004	XIII	A Arte em Pesquisa: Especificidades
GO	GOIÂNIA	05 a 07/10/2005	XIV	Cultura Visual e Desafios da Pesquisa em Artes
BA	SALVADOR	19 a 23/09/2006	XV	Arte: Limites e Contaminações
SC	FLORIANÓPOLIS	25 a 29/09/2007	XVI	Dinâmicas Epistemológicas em Artes Visuais
SC	FLORIANÓPOLIS	19 a 23/08/2008	XVII	Panorama da Pesquisa em Artes Plásticas
BA	SALVADOR	21 a 26/09/2009	XVIII	Transversalidades nas Artes Visuais
BA	CACHOEIRA	21 a 25/09/2010	XIX	Entre Territórios

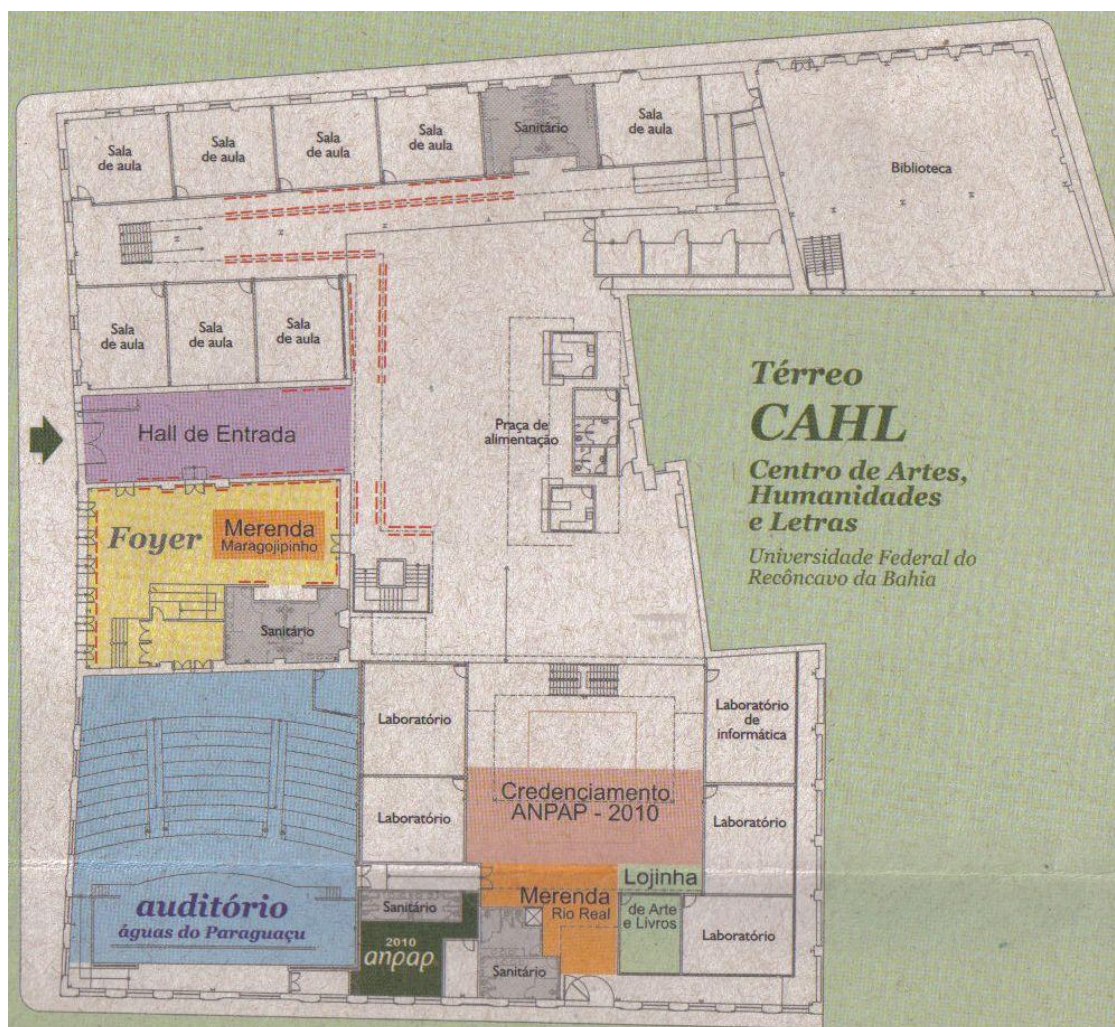
Fonte: MARTINS; HERNADEZ, 2010

ANEXO C – PROGRAMAÇÃO DO 19º ENCONTRO DA ANPAP

	Manhã	Tarde	Noite
21/set			19h - Abertura Oficial Local: Auditório Leite Alves
			- 21h - Abertura do coletivo "Entre Folhas" Local: Centro Cultural Dannemann – São Felix/BA
22/set	- 8 às 12h - Credenciamento ANPAP Local: Pátio CAHL – UFRB		
	- 9 às 12h - Montagem dos painéis Local: CAHL – UFRB	- 14 às 18h -	
	- 10h - Assembléia Extraordinária Local: Auditório Leite Alves	Mostra presencial dos painéis Local: Pátio CAHL - UFRB	- 19h - Lançamentos de livros dos associados da ANPAP Local: UFRB
	- 11h - Reunião dos Comitês Local: Auditório Leite Alves		
23/set	- 9 às 12h - Mesa redonda	14 às 18h - Comunicação de Associados Locais: Auditório Leite Alves e em três salas simultâneas da UFRB	19h - Exposição ENTRE Corpo e Cosmo "O vó do poeta Damário da Cruz" Local: Pousou da Palavra
	9 às 12h - Mesa redonda – Local: Auditório Leite Alves	- 14 às 18h - Comunicação de Associados Locais: Auditório Leite Alves e em três salas simultâneas da UFRB	- 18h - Encerramento Apresentação Gege Nagô Local: Auditório Leite Alves
25/set	- 8h - Reunião dos Comitês Local: Auditório Leite Alves		
	- 10 às 12h - Assembléia Geral Local: Auditório Leite Alves		

Fonte: MARTINS;HERNADEZ, 2010

ANEXO D – PLANTA DA UFRB



Fonte: MARTINS; HERNADEZ, 2010