



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS I
BACHARELADO EM TURISMO E HOTELARIA**

BRUNA DOS SANTOS GUEDES

CARLA SOUZA DA SILVA

**O FORTE DE SANTO ANTÔNIO DA BARRA: INTERFACE ENTRE
TURISMO, CULTURA E PATRIMÔNIO.**

SALVADOR

2013

BRUNA DOS SANTOS GUEDES

CARLA SOUZA DA SILVA

**O FORTE DE SANTO ANTÔNIO DA BARRA: INTERFACE ENTRE
TURISMO, CULTURA E PATRIMÔNIO.**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Turismo e Hotelaria, Departamento de Ciências Humanas I, da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo e Hotelaria.

Orientadora: Profa. Dra. Natalia Silva Coimbra de Sá

SALVADOR

2013

**BRUNA DOS SANTOS GUEDES
CARLA SOUZA DA SILVA**

**O FORTE DE SANTO ANTÔNIO DA BARRA: INTERFACE ENTRE
TURISMO, CULTURA E PATRIMÔNIO.**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Turismo e Hotelaria, Departamento de Ciências Humanas I, da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo e Hotelaria.

Resultado: _____

Salvador, ____ de _____ de 2013.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Natalia Silva Coimbra de Sá (UNEB - Orientadora)
Doutora em Cultura e Sociedade (UFBA)

Profa. Dra. Francisca de Paula Santos da Silva (UNEB)
Doutora em Educação (UFBA)

Profa. Ma. Debora Safira Andrade (FTC)
Mestre em Desenvolvimento Regional e Urbano (UNIFACS)

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus, primeiramente, por ter nos dado vigor em meio às dificuldades encontradas para cumprimento desta monografia. Aos nossos pais, por todo apoio e dedicação a nós. Aos amigos, colegas e professores que nos ajudaram nessa peleja.

Também queremos deixar registrado o nosso imenso agradecimento à Professora Natalia Silva Coimbra de Sá pela grandiosa orientação.

E a todos que de certa forma contribuíram para realização deste trabalho, o nosso muito OBRIGADA!

Bruna Guedes
Carla Silva

“Entusiasmo é uma palavra grega que significa Deus dentro de
você. Então, sejam pessoas entusiasmadas, pois estas são as
pessoas que realizam!”

Frase dedicada por Anésio Ferreira Leite (Diretor
Presidente da ABRAF) às autoras desta monografia.

RESUMO

O turismo, a história, a cultura e o patrimônio são temas que, ao se relacionarem, apresentam potencial para o desenvolvimento de uma localidade. O turismo cultural têm suas bases na conservação e valorização do patrimônio cultural, e este, por sua vez, se torna um dos principais atrativos para a localidade turística. Neste contexto se insere o Forte de Santo Antônio da Barra, valioso patrimônio histórico e cultural para a cidade de Salvador. Partindo deste tema, o presente estudo busca responder à indagação: até que ponto, o Forte de Santo Antônio da Barra utiliza sua estrutura de patrimônio histórico-cultural para ser um potencializador do turismo da cidade do Salvador- BA? A análise deste monumento tem como objetivo verificar a sua importância para o turismo da cidade e o seu potencial turístico. Trata-se de um estudo exploratório e descritivo realizado a partir de pesquisa bibliográfica e de campo; sendo esta última elaborada a partir de visitas, realização de entrevistas e aplicação de questionários de opinião pública com os turistas e/ou visitantes no forte, e residentes da cidade que frequentam o bairro da Barra. No decorrer da pesquisa, são apresentados conceitos e definições de turismo, cultura e patrimônio; bem como características históricas e culturais do Forte de Santo Antônio da Barra, sua infraestrutura e seus serviços. Por fim, após analisar os resultados das entrevistas e questionários, finaliza-se reafirmando o potencial turístico do forte para a cidade de Salvador. Contudo, destacando a necessidade de medidas de valorização do patrimônio voltadas para os residentes; e de incentivo, para os turistas, buscando despertar a curiosidade para a sua importância histórica, potencializando assim, o seu papel no turismo da cidade.

Palavras-chaves: Turismo. Cultura. Patrimônio. Forte de Santo Antônio da Barra. Salvador.

ABSTRACT

Tourism, history, culture and heritage are topics that relate to the present potential for the development of the locality. Cultural tourism has its bases in the conservation and upgrading of cultural heritage, and this, on the other hand, becomes one of the main attractions for the touristic city. In this context we introduce the Forte de Santo Antonio da Barra, valuable historic and cultural heritage of the city of Salvador. Regarding this topic, this study aims to answer the question: up to what point, the Forte de Santo Antonio da Barra uses its structure of historic and cultural heritage to be a potentiating of tourism in the city of Salvador - BA? The analysis of this monument is due to check its importance for tourism of the city and touristic potential. This is an exploratory study based of literature review and fieldwork, the latter being drawn from visits to the site, interviews and questionnaires of public opinion with tourists/visitors at the fort, and residents of the city used to attend the district of Barra. During the research, some concepts and definitions are presented, which include tourism, culture and heritage. Also the historical and cultural characteristics of the Forte de Santo Antonio da Barra, the infrastructure and the services it offers. Finally, after analyzing the interviews and questionnaires, we end up reaffirming the tourism potential of Forte de Santo Antonio da Barra to the city of Salvador. However, showing the need to implement measures aimed at residents in order to appreciate the city's cultural heritage and its monuments, and as incentive for tourists, seeking to arouse curiosity for its historical importance, increasing thus its role in the city's tourism.

Keywords: Tourism. Culture. Heritage. Forte de Santo Antônio da Barra. Salvador.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Salvador: Cidade Forte	28
Figura 2 – Porto da Barra no Século XVI	42

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Salvador e sua evolução econômica	30
Quadro 2 – Atuais fortificações da cidade de Salvador	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Potencial Turístico do Forte para os Turistas	49
Gráfico 2 – Potencial Turístico do Forte para os Residentes	50
Gráfico 3 – Avaliação dos Turistas sobre o Museu Náutico da Bahia	51
Gráfico 4 – Avaliação dos Residentes sobre o Museu Náutico da Bahia	51
Gráfico 5 – Avaliação dos Turistas sobre o Farol da Barra	52
Gráfico 6 – Avaliação dos Residentes sobre o Farol da Barra	53
Gráfico 7 – Atendimento do Forte para os Turistas	54
Gráfico 8 – Atendimento do Forte para os Residentes	54
Gráfico 9 – Acessibilidade do Forte para os Turistas	55
Gráfico 10 – Acessibilidade do Forte para os Residentes	55
Gráfico 11 – Limpeza do Forte para os Turistas	56
Gráfico 12 – Limpeza do Forte para os Residentes	57
Gráfico 13 – Preço de Entrada do Forte para os Turistas	57
Gráfico 14 – Preço de Entrada do Forte para os Residentes	58
Gráfico 15 – Segurança do Forte para os Turistas	59
Gráfico 16 – Segurança do Forte para os Residentes	59

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 – Vista do Forte para o Oceano Atlântico	38
Fotografia 2 – Vista do Forte para o Bairro da Barra e Baía de Todos os Santos	39
Fotografia 3 – Forte de Santo Antônio da Barra	41
Fotografia 4 – Atual Farol do Forte de Santo Antônio da Barra	43
Fotografia 5 – Réplicas de Embarcações	44
Fotografia 6 – Equipamentos para Embarcações	44
Fotografia 7 – Imagem de Santo Antônio da Barra	45
Fotografia 8 – Destroços do Navio Galeão	47

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRAF	Associação Brasileira dos Amigos das Fortificações Militares e Sítios Históricos
APAC	Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos
ASCOM	Assessoria Geral de Comunicações de Salvador
CODEBA	Companhia das Docas do Estado da Bahia
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MTur	Ministério do Turismo
SALTUR	Empresa Salvador Turismo
SCT	Secretaria de Cultura e Turismo
SECULT	Secretaria de Cultura do Estado da Bahia
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 INTERFACE ENTRE TURISMO, CULTURA E PATRIMÔNIO	16
2.1 TURISMO.....	16
2.2 CULTURA.....	20
2.3 PATRIMÔNIO CULTURAL	22
2.3.1 Patrimônio Material.....	24
2.4 TURISMO CULTURAL.....	25
3 AS FORTALEZAS NO CONTEXTO TURÍSTICO, HISTÓRICO E CULTURAL DA CIDADE DE SALVADOR	28
3.1 TURISMO CULTURAL EM SALVADOR.....	30
3.2 OS FORTES DA CIDADE DE SALVADOR: HISTÓRIA, CULTURA E TERRITÓRIO	32
3.3 O BAIRRO DA BARRA E SUA IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA: PASSADO E PRESENTE	37
4 O FORTE DE SANTO ANTÔNIO DA BARRA	41
4.1 CARACTERÍSTICAS HISTÓRICAS E CULTURAIS	41
4.2 O FORTE COMO PRODUTO TURÍSTICO.....	45
4.3 ANÁLISE QUALITATIVA DA INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS DO FORTE	46
4.3.1 Infraestrutura	48
4.3.2 Serviços.....	53
4.4 POTENCIAL TURÍSTICO DO FORTE PARA A CIDADE DE SALVADOR.....	60
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	65
ANEXO A – Autorização da entrevista com o Diretor de Marketing da Empresa Salvador Turismo (SALTUR).	69
ANEXO B – Autorização da entrevista com o Diretor Presidente da Associação Brasileira dos Amigos das Fortificações Militares e Sítios Históricos (ABRAF).	70
APÊNDICE A – Entrevista com o Diretor de Marketing da Empresa Salvador Turismo (SALTUR).....	71
APÊNDICE B – Entrevista com o Diretor Presidente da Associação Brasileira dos Amigos das Fortificações Militares e Sítios Históricos (ABRAF).....	76

APÊNDICE C – Questionário de opinião pública para turistas e/ou visitantes que visitam o Forte de Santo Antônio da Barra.	78
APÊNDICE D – Questionário de opinião pública para residentes da cidade de Salvador que são frequentadores do bairro da Barra.	79

1 INTRODUÇÃO

O turismo, sendo considerado um fenômeno social e uma atividade econômica importante para a promoção do desenvolvimento em diversas localidades, exerce um efeito social, humano, econômico e cultural positivo quando potencializa seus benefícios e destaca os valores de uma comunidade, sendo de ampla importância para as sociedades.

O turismo pode até mesmo ser uma forma de reativar a vida social e cultural da população residente favorecendo atividades de lazer na região (LICKORISH; JENKINS, 2000). Em razão disso, defende-se a necessidade de análise da potencialidade de equipamentos e atrativos turísticos existentes em Salvador demonstrando como os mesmos afetam o turismo na cidade. Diante disto, o presente trabalho apresenta a importância do patrimônio material e dos equipamentos turísticos como assunto central.

Nesse contexto, tendo o patrimônio material como elemento de destaque para o desenvolvimento do turismo, o tema do trabalho é uma análise do potencial turístico do Forte de Santo Antônio da Barra como patrimônio histórico e cultural para o turismo de Salvador. Trata-se da primeira fortaleza erguida no Brasil, com sua construção datada do século XVI, foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1938. Portanto, uma análise do potencial turístico do Forte de Santo Antônio da Barra revela-se de suma importância para o turismo da cidade, pois este constitui-se em um dos mais conhecidos patrimônios históricos e culturais de Salvador, tanto pela sua história, quanto por seu valor arquitetônico e paisagístico.

Segundo Marconi e Lakatos (2002), a dificuldade teórica ou prática, no conhecimento de alguma questão de real importância, para qual se deve encontrar uma solução, caracteriza um problema. Diante do exposto, é proposto pelo trabalho o seguinte questionamento: até que ponto, o Forte de Santo Antônio da Barra utiliza sua estrutura de patrimônio histórico-cultural para ser um potencializador do turismo da cidade de Salvador-BA?

O Forte de Santo Antônio da Barra, por ser um local de agregação de elementos históricos e culturais, é um local que representa uma diversidade de características relevantes. A hipótese levantada é que o Forte de Santo Antônio da Barra é um potencializador turístico de Salvador, pois consiste em um dos principais cartões-

postais da cidade, que recebe turistas nacionais e internacionais interessados em conhecer este patrimônio e sua contribuição histórica e cultural para a capital baiana.

Para a realização do estudo são determinadas algumas questões para nortear a pesquisa, destacando-se entre elas: De que maneira o turismo é utilizado para o desenvolvimento de uma localidade? Como o turismo se associa à cultura para a valorização do patrimônio? Qual a importância do Forte de Santo da Barra como patrimônio histórico e cultural? O Forte possui potencial como atrativo turístico?

Segundo Marconi e Lakatos (2002), toda pesquisa deve ter um objetivo determinado para que o pesquisador saiba o que vai buscar e o que se pretende alcançar. Diante da ausência de publicações relacionando o Forte com o turismo, portanto, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar o potencial turístico do Forte de Santo Antônio da Barra como patrimônio histórico-cultural para o turismo de Salvador. Para atingir o objetivo principal são propostos alguns objetivos específicos: a) caracterizar o Forte de Santo Antônio da Barra como patrimônio histórico-cultural e sua importância para o turismo de Salvador; b) identificar os serviços de apoio ao turismo oferecidos pelo Forte de Santo Antônio da Barra; c) definir o perfil qualitativo dos equipamentos e serviços turísticos do Forte de Santo Antônio da Barra; d) analisar a opinião de turistas e/ou visitantes e dos residentes sobre a relevância do Forte de São Antônio da Barra do ponto de vista histórico, cultural e turístico; e) qualificar o potencial turístico do Forte de Santo Antônio da Barra para a cidade do Salvador.

Acredita-se que o estudo trará uma contribuição para a comunidade acadêmica e ampliará o conhecimento sobre o tema, um vez que não foi identificado outro trabalho semelhante, com uma abordagem e foco específico para a visitação turística do Forte de Santo Antônio da Barra. E que possibilite mostrar aos estudantes da área um olhar diversificado em relação aos patrimônios materiais existentes na cidade de Salvador, em especial o Forte de Santo Antônio da Barra, pois a valorização da cultura e a utilização turística do patrimônio se fazem necessárias para que os mesmos sejam potencializadores do turismo na localidade.

Para a elaboração do trabalho utiliza-se pesquisa descritiva que, segundo Gil (2002), tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis, sendo a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Para aprofundar a pesquisa descritiva, será usado o estudo de

caso simples que, segundo Gil (2002), consiste no estudo de um ou poucos objetos, servindo para delimitar mais adequadamente a investigação.

Para obter os resultados empíricos, coletados por meio de pesquisa de campo, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, dentre elas: com o senhor Leonardo Galeão, Diretor de Marketing da Empresa Salvador Turismo (SALTUR); e com o Comandante Anésio Ferreira Leite, Diretor Presidente da Associação Brasileira dos Amigos das Fortificações Militares e Sítios Históricos (ABRAF). Também foram aplicados questionários com turistas e/ou visitantes no forte e com os residentes da cidade de Salvador frequentadores do bairro da Barra para a obtenção dos resultados dos objetivos propostos. Com isso, foram aplicados 100 questionários, destes, 50 com turistas e/ou visitantes e 50 com residentes, nos dias 4 e 5 de outubro de 2013, no período da tarde e manhã, respectivamente.

Em seguida, foi feita a interpretação, que significa a exposição do verdadeiro significado do material apresentado (MARCONI; LAKATOS, 2002). Isto porque, para alcançar os objetivos preestabelecidos, após a coleta de informações foram feitos os tratamentos dos dados. Os resultados estão tratados por meio de tabulações, elaboração de gráfico comparativo e produção de texto; e interpretados, à procura de convergência e divergência entre as informações.

Após a presente introdução, a monografia está estruturada em mais três seções principais e, por fim, apresenta as considerações finais, referências e apêndices. O capítulo 2 apresenta uma discussão teórica sobre a interface entre turismo, cultura e patrimônio histórico-cultural. O capítulo 3 descreve as fortalezas no contexto turístico, histórico e cultural da cidade de Salvador, destacando o turismo cultural da cidade, suas principais fortificações e dando ênfase ao bairro da Barra, local onde se encontra o objeto de estudo da presente monografia. O capítulo 4 caracteriza o Forte de Santo Antônio da Barra, trazendo os resultados das observações da pesquisa de campo, entrevistas e questionários aplicados, em relação à análise da infraestrutura, dos serviços e do verdadeiro potencial do Forte de Santo Antônio da Barra. E, por fim, nas considerações finais, são apresentadas as opiniões das autoras e expostas as visões obtidas sobre o trabalho.

2 INTERFACE ENTRE TURISMO, CULTURA E PATRIMÔNIO

Setor que mais cresce na atualidade, já tendo atingido o *status* de principal atividade econômica no mundo, o turismo consiste em um marcante fenômeno social (DIAS, 2003). Sendo uma atividade multifacetada que se desenvolve a cada ano e desperta grandes interesses na sociedade capitalista, gera um significativo fluxo na economia, produzindo efeitos nos mais diferentes setores produtivos. Quanto maior o crescimento dessa atividade, maiores poderão ser os benefícios gerados por ela. Conforme o turismo se desenvolve, ampliando os benefícios econômicos e financeiros, aumentam também as motivações para se conhecer uma região turística, e essas motivações podem ser de cunho gastronômico, religioso, histórico, cultural, entre outros.

O turismo, como uma dinâmica atividade socioeconômica, depende de diversos fatores para a sua realização e de “diferenciadas realidades socioculturais que geram e criam, dinamizam e mantêm, esfriam ou aquecem as mais variadas motivações para viagem”. (ANDRADE, 2001a, p.85) Assim, a localidade receptora deve oferecer subsídios para ser constituída como destino a ser conhecido.

Para Campos e Gonçalves (1998), o turismo se manifesta e se expande devido às modificações históricas, que interferem nos mais diversos aspectos econômicos, culturais e políticos que compõem as relações sociais. Estes aspectos se apresentam de maneiras positivas e negativas devido à sua intensa dinâmica e capacidade de estar em constante mutação.

2.1 TURISMO

Desde o surgimento do turismo, até o seu expressivo desenvolvimento na década de 1950 e seu crescimento durante as décadas de 1980 e 1990, todas as atividades associadas direta ou indiretamente ao setor sofreram modificações que contribuíram decisivamente para o contexto atual do turismo. Segundo Mota (2001), o turismo está diretamente ligado ao processo econômico, à concentração urbana, às facilidades de comunicação e ao desenvolvimento dos transportes, dando um posicionamento novo à atividade, que passou a ser objeto de atenção pública e privada devido à sua importância econômica, cultural, política e socioeconômica.

As instalações e os serviços são desenvolvidos direta ou indiretamente para suportar a indústria do turismo. Quanto mais cresce, mais crescem também os benefícios econômicos, financeiros e outros criados pelo turismo. Cria-se uma certa dependência do turismo, de tal modo que ele pode sustentar de forma considerável as economias locais ou nacionais (LICKORISH; JENKINS, 2000, p.17).

O surgimento do turismo não é um fator isolado, ele está ligado ao capitalismo que determinava quem viajava e ao desenvolvimento tecnológico que dizia como viajar. Segundo Funari e Pinsky (2001), a atividade turística é, portanto, produto da sociedade capitalista industrial e se desenvolveu sob o impulso de motivações diversas, que incluem o consumo de bens culturais. Mota (2001) ratifica dizendo que o turismo é uma atividade que ultrapassa os setores convencionais da economia. Ele possui natureza econômica, social, cultural e ambiental. Neste sentido é descrito como uma atividade multifacetada (LICKORISH; JENKINS, 2000).

O fenômeno do turismo também está associado com as viagens e visitas a locais diferentes da residência atual do viajante, e esses acontecimentos vêm desde tempos históricos, cuja principal motivação era a necessidade de comércio com outros povos. Durante muito tempo a atividade de viajar foi influenciada por vários processos: “o aumento da riqueza, a ampliação da classe de comerciantes e a secularização da educação estimularam o interesse por outras culturas e pelo conceito de que viajar era uma forma de educação” (IGNARRA, 2003, p.4).

Os avanços tecnológicos nos transportes e na comunicação favoreceram a expansão do turismo. De acordo com Ignarra (2003), o advento da televisão, em particular, contribuiu muito para a promoção de uma grande diversidade de atrativos e atrações dos vários destinos em mercados nacionais e estrangeiros.

O turismo é uma combinação de atividades, serviços e indústrias que se relacionam com a realização de uma viagem: transportes, alojamentos, serviços de alimentação, lojas, espetáculos, instalações para atividades diversas e outros serviços receptivos disponíveis para indivíduos ou grupos que viajam para fora de casa. O turismo engloba todos os prestadores de serviços para os visitantes ou para os relacionados com eles. (IGNARRA, 2003, p.14).

A combinação de todos os bens e serviços voltados para o turismo apresenta para seus consumidores potenciais uma infinidade de motivos para viajar, e é a partir

das diversas motivações que eles despertam que os viajantes sentem a necessidade de consumir os serviços turísticos.

O turismo pode ser uma alternativa de desenvolvimento e promoção de uma localidade cujas atividades e estruturas tradicionais, como as manifestações culturais e os monumentos podem ser aproveitados e, assim, valorizar a história, a arquitetura, respeitando as condições regionais, a herança ancestral e o ambiente cultural. Desta forma, “[...] o turismo pode até mesmo oferecer uma forma de reativar a vida social e cultural da população residente, revitalizando assim a comunidade local, [...] e favorecendo as atividades da região” (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 109).

O turismo é um fenômeno que envolve quatro componentes com perspectivas diferentes: o turista, que busca diversas experiências e satisfações espirituais e físicas; os prestadores de serviços, que encaram o turismo como uma forma de obter lucros financeiros; o governo, que considera o turismo como um fator de riqueza para a região sobre sua jurisdição; e a comunidade do destino turístico, que vê a atividade como geradora de empregos e promotora de intercâmbio cultural. (IGNARRA, 2003, p.11).

Para que exista esse desenvolvimento, é também preciso que a atividade seja planejada de forma sustentável, porém, a cidade precisa ter atratividade, elementos que sejam significativos para que possa, através de sua história, cultura, beleza cênica ou outros, atrair o visitante. Pois, segundo Ignarra (2003), o atrativo turístico possui, comumente, maior valor quanto mais acentuado for o seu caráter diferencial. Com isso, o turista procura aquilo que é diferente do seu cotidiano, portanto, o atrativo deve ter algo que seja único, ou se mostre diferente dos outros existentes.

Na busca pela diferenciação e satisfação das necessidades dos visitantes são oferecidos serviços de hospitalidade, transporte, alimentação e profissionais qualificados ao viajante e/ou turista que visita uma localidade. Este leque de serviços é prestado por empresas localizadas no destino e que se organizam no chamado turismo receptivo que oferece aos mesmos facilidades para a realização de seus desejos, necessidades e interesses durante a viagem.

De acordo com Pelizzer (2004), turismo receptivo é o processo empresarial pelo qual se gerencia uma forma ou prática de turismo por ocasião da chegada de pessoas (turistas, viajantes, excursionistas, passageiros, hóspedes) a um destino, cidade ou polo turístico. Do ponto de vista da hospitalidade, o “turismo receptivo trata-se de uma

tendência que precisa ser aprimorada e gerida adequadamente, visando não apenas a formação de um novo produto turístico, mas também a uma nova forma de construção de relações sociais no mundo globalizado” (PELIZZER, 2004, p.71).

Para dar certo, com o turismo receptivo, a localidade precisa dispor de bons hotéis, gastronomia típica, estradas em boas condições de tráfego, fornecimento de água, luz, esgoto, segurança, mão-de-obra preparada, aeroporto, porto, rodoviária, centro de convenções, e outras condições básicas, mas principalmente prestígio (OLIVEIRA, 2002, p.146).

Oliveira (2002) entende por turismo receptivo todo o conjunto de serviços de apoio e assistência destinado à recepção de pessoas, sejam individuais ou em grupos, provenientes de outras regiões do país ou do exterior. O turismo receptivo tem relação com o sentido de fluxo turístico, com entrada e saída de turistas e visitantes em uma localidade.

Esse tipo de organização da atividade requer auxílio das instituições públicas ligadas ao turismo, como as secretarias de turismo municipal ou estadual; e das empresas privadas, como redes hoteleiras, agências e operadoras de viagens, organizadores de eventos, restaurantes e transportes, todos bem habilitados, como relata Andrade (2001a). A boa qualificação do turismo receptivo é de vital importância para qualquer destino, e as agências de viagens com foco receptivo têm importante papel para o turismo de uma localidade. Segundo Pelizzer (2004), as agências têm responsabilidade ética, moral e profissional de controlar a qualidade do produto turístico por elas utilizados.

Sendo o turismo produto de uma sociedade industrializada e que se desenvolve por motivações diversas, entre elas a cultural, o descanso, o lazer e o trabalho, Andrade (2001a) afirma que as principais motivações para se viajar são: desejo de evasão, necessidade de evasão, espírito de aventura, aquisição de *status*, necessidade de tranquilidade, desejo ou necessidade cultural. Assim, a inter-relação entre o turismo receptivo e o desejo ou a necessidade cultural, constitui-se no objetivo de motivar a busca por conhecimento e vivência e, através dessa junção, intermediar o contato do turista com a localidade receptora, tendo como função principal recepcionar os viajantes e contribuir para transformar os equipamentos culturais e de lazer da cidade em atrativos, dispondo da sua infraestrutura e serviços disponíveis e valorizando-os. Isso é fundamental, pois, os turistas viajam para satisfazer diversas necessidades e, ao

chegarem na localidade visitada, esperam ser bem recepcionados e que as pessoas estejam qualificadas para tal função.

Com isso, as localidades detentoras do atrativo cultural devem contribuir na divulgação de seu patrimônio para que fiquem evidentes as diversas expressões de culturas existentes e que estas despertem a curiosidade do visitante em conhecer, apreciar e compreender a cultura e a história local.

2.2 CULTURA

A Revolução Industrial possibilitou um intenso processo de urbanização para as sociedades, com o deslocamento das pessoas para os centros urbanos e, desta forma, o desenvolvimento de novas formas de produção cultural. Assim, as cidades passaram a forjar novos valores e construir novas identidades, assumindo uma grande importância para as ofertas culturais e, conseqüentemente, turísticas.

A noção de cultura é multissignificada. Em alguns contextos, ela quer dizer erudição. Em outros, refere-se ao mundo das artes. Ou ainda, na concepção antropológica, fala-se de cultura como toda e qualquer criação humana, como imaginação simbólica e como estilo de vida (GUERREIRO, 2005). Há uma dificuldade em se definir cultura, pois entende-se a mesma como um conjunto das manifestações artísticas, das religiões, da gastronomia, do patrimônio material ou imaterial, características históricas e culturais, entre outras, que fazem uma localidade ser conhecida e também divulgada turisticamente por estes atrativos.

A cultura agregou e agrega valor para o turismo. Cultura é o conjunto de ideias, técnicas de fazer objetos e utensílios, hábitos, valores e atitudes de distintos grupos sociais (AVILA, 2009). Por assim dizer, é o conjunto de toda história de vida de um povo, passada de geração para geração e envolvendo todos os seus aspectos. Para Bonald Neto (1983), a cultura pode ser encarada como um conjunto integrado de elementos que perfazem o patrimônio vital de um grupo humano, dentro de um determinado espaço geográfico e temporal.

Dessa forma, a música, os folguedos, as brincadeiras, a gastronomia, a religiosidade, a dança, a literatura, a linguagem, o folclore, as lendas, os hábitos e os costumes, entre outras manifestações das comunidades, caracterizam-se como cultural e têm sido utilizadas pelo turismo como atrativo (AVILA, 2009, p.20).

Sendo a cultura um motivo de atração dos turistas para um destino, esta é transformada, muitas vezes, em produto para o consumo, por meio de um processo que é conhecido como indústria cultural. Essa relação entre cultura e turismo pode trazer impactos positivos ou negativos. A transferência de conhecimentos e a valorização das tradições culturais são exemplos dos impactos positivos do turismo sobre uma localidade o que, para Oliveira (2002), acontece quando não ocorre interferência na autenticidade das manifestações e no meio ambiente da localidade visitada. Já os impactos negativos podem ser exemplificados como a comercialização do acervo cultural e a perda da autenticidade cultural. Segundo o autor, cabe à população local valorizar suas manifestações culturais, preservando suas tradições, para que elas não sejam prejudicadas com os efeitos negativos do turismo.

As comunidades e localidades que buscam o desenvolvimento da atividade turística se diferenciam entre si através de práticas e manifestações culturais tanto materiais quanto imateriais, e estas visibilizam as singularidades de seu povo, representando, assim, suas identidades, que se constituem em fator de atratividade para o turismo. A cultura pode ser um diferencial para o destino, atraindo o turista para a visita e, assim, esses aspectos culturais devem ser cuidados e valorizados para não se tornarem apenas mercadorias, mas serem mediadores das trocas interculturais, de experiências e vivências entre os visitantes e as comunidades locais.

Ao comercializar produtos culturais na forma de arte e artesanato, o turismo se utiliza desses artefatos para atrair o turista. Com isso, nasce a necessidade de conservação dos diversos tipos de atrativos e atrações culturais, para que os mesmos não percam seu significado cultural e transformem-se em meros produtos a serem comercializados. Assim, Dias (2003) afirma que é importante assinalar que o turismo afetará de qualquer modo a vida da comunidade. Por isto, quanto maior a participação efetiva dos moradores locais no processo de planejamento e tomada de decisões em relação ao turismo, mais benefícios a atividade trará para o destino.

A atratividade de uma localidade é, em grande parte, decorrente da existência de sua diversidade cultural. Com isso, devem ser elaboradas políticas públicas que considerem o turismo cultural como instrumento valioso para a dinamização sociocultural local, possibilitando, segundo Dias (2003), seu crescimento físico. Quanto a isso, o autor se refere às melhorias nos patrimônios arquitetônicos locais, o desenvolvimento econômico, com a ampliação dos postos de trabalho e a criação de

novas oportunidades de negócios direcionados ao atendimento do turista. Além desses efeitos, deverá contribuir para a coesão social, a valorização das identidades locais e regionais e o desenvolvimento comunitário participativo.

Mediante esses efeitos, a cultura apresenta-se como fator essencial para a prática do turismo, possibilitando a percepção e valorização do legado cultural presente na localidade, a qual serve como elemento de reflexão, e modificador de ações, fixando na lembrança do visitante sua interação com os grupos sociais e os patrimônios visitados. Assim, um dos elementos essenciais e que envolve a relação entre o turismo e a cultura é o patrimônio cultural.

2.3 PATRIMÔNIO CULTURAL

Um bem pode ser considerado patrimônio devido à sua relevância histórica reconhecida, mas, para que esse seja considerado oficial, é necessário que o mesmo passe pelo processo de tombamento ou reconhecimento para que seja protegido e preservado. Para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), o patrimônio é o legado que recebemos do passado, vivemos no presente e transmitimos às futuras gerações (UNESCO, [s.d.]).

A palavra patrimônio, originalmente esteve relacionada à herança familiar, mais diretamente aos bens materiais, e também significa algo construído para ser uma representação do passado histórico e cultural de uma sociedade (FUNARI; PINSKY, 2001). Concomitantemente, patrimônio cultural funciona como um elemento de distinção entre os grupos sociais, dando-lhes identidade (AVILA, 2009, p. 19).

Para a UNESCO, o patrimônio cultural é de fundamental importância para a memória, a identidade e a criatividade dos povos e a riqueza das culturas. Barretto (2002) afirma que a noção de patrimônio cultural é muito ampla, que inclui não apenas os bens tangíveis como também os intangíveis. Ou seja, são todos os bens de natureza material ou imaterial. O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) define que:

O patrimônio cultural não se restringe apenas a imóveis oficiais isolados, igrejas ou palácios, mas na sua concepção contemporânea se estende a imóveis particulares, trechos urbanos e até ambientes naturais de importância paisagística, passando por imagens, mobiliário, utensílios e outros bens móveis. Por este motivo é possível

realizar uma das mais importantes distinções que se pode fazer com relação ao Patrimônio Cultural, pois sendo ele diferente das outras modalidades da cultura restritas apenas ao mercado cultural, apresenta interfaces significativas com outros importantes segmentos da economia como a construção civil e o turismo, ampliando exponencialmente o potencial de investimentos (BRASIL, [s.d.], não paginado).

Funari e Pinsky (2001) afirmam que patrimônio cultural é tudo aquilo que constitui um bem apropriado pelo homem, com suas características únicas e particulares. Os autores ainda destacam que o turismo tende a considerar o patrimônio cultural como aquele que se volta para certos tipos de atividades mais propriamente culturais, tais como visitas a museus, cidades históricas, fortes ou roteiros temáticos. E Bastos (2004) complementa que trata-se de um amplo e diversificado conjunto de bens culturais, expressões e fazeres das classes populares, além do tradicional patrimônio histórico e artístico.

O patrimônio cultural adquire valor para o turismo, pois, por meio dele, é possível a disseminação do saber. E os homens, por sua natural curiosidade, sempre querem saber mais e conhecer. Assim, os patrimônios culturais do mundo todo se tornam atrativos turísticos, que motivam turistas a sair de suas residências e a viajar para poderem conhecer de perto tal monumento, festa, cultura, [...] ou conjunto arquitetônico (LOHMANN, 2008, p.435).

Mediante isso, o patrimônio passa a ser mais conservado e valorizado na medida em que houver interesse turístico, pois, enquanto eles tiverem relevância turística torna-se viável economicamente conservá-los.

Medidas de preservação e reutilização do patrimônio cultural constituem uma forma de envolvê-la, possibilitando a conscientização e a revitalização das tradições. A valorização da identidade cultural permite que se intensifique o sentimento de pertencimento à comunidade. Em contrapartida, o abandono e a desvalorização do patrimônio cultural expressam a nossa dependência cultural. (BASTOS, 2004, p. 81).

Estando o patrimônio cultural em toda parte, faz-se necessária a existência de políticas de proteção e valorização dos bens, para não apenas serem consumidos pelos turistas, mas para servirem como elementos ou espaços de vivências e contemplação para os moradores das cidades onde estes patrimônios estão localizados. Tendo forma

imaterial ou material, todo patrimônio tem valor cultural, e pode ser facilitador ao acesso educativo-cultural, estabelecendo integração entre o bem cultural e a comunidade. Assim, Bastos (2004) afirma que não se deve priorizar apenas os bens tombados ou estabelecer a hierarquização ou categorização do patrimônio, deve-se valorizar sua importância social e seu potencial de atratividade.

2.3.1 Patrimônio Material

Como já foi dito, o patrimônio cultural pode ser um bem de natureza material ou imaterial, e, dependendo de sua simbologia e representatividade para localidade, reproduz uma identidade própria, com características específicas, e seus elementos serão indicadores do “modo de ser, de sentir e de agir de um grupo, que se reflete nas ações e na cultura material” (PIRES, 2001, p.102).

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) define patrimônio cultural material como:

Conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza nos quatro Livros do Tombo: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. Eles estão divididos em bens imóveis como os núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; e móveis como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos (BRASIL, [s.d.], não paginado).

Representada pelo patrimônio material – que são os bens edificados e objetos que tiveram valor significativo para o desenvolvimento da cultura de um local – é possível serem conhecidas características da identidade de um povo. E essas particularidades são registradas no livro do tomo arqueológico, paisagístico e etnográfico. Nesse contexto, podem ser encontradas as fortificações, consideradas como um bem imóvel. Os fortes constituem-se em importantes atrativos turísticos de uma cidade, sendo classificados pelo IPHAN como patrimônio cultural material.

As fortificações tiveram suas origens em imponentes castelos medievais. As fortalezas eram estruturas funcionais e militares que desempenhavam o papel de defesa e eram destinadas a prevalecer na paisagem como símbolo de poder, construídas para

servir como instrumentos práticos e visíveis de sua capacidade de guerrear, um símbolo político de domínio territorial.

Situadas em locais estratégicos, à beira-mar, rios ou elevações, para Prata (2011) as fortificações podem ser descritas como uma estrutura arquitetônica construída com fins militares para defesa de um lugar, podendo ser dividida em duas categorias: permanentes ou provisórias. As estruturas permanentes são erguidas com materiais duráveis, tais como pedra e cal, ao contrário das provisórias, edificadas no curso de um combate, empregando materiais próprios da região como madeira ou terra.

O objetivo principal de uma fortificação era manter afastados os inimigos utilizando um pequeno contingente de pessoas, hoje, vemos em vários países, assim como no Brasil, que as fortificações militares ganharam novos objetivos com fins culturais, turísticos, patrimoniais e até mesmo econômicos.

Mais do que edifícios militares e cartões-postais das cidades históricas, os fortes exercem grande importância para o turismo cultural e para o patrimônio material das cidades onde estão localizados. Os fortes são exemplos de força, preparados para resistir a ataques e invasões. Assim, as localidades que são detentoras desse tipo de patrimônio material podem utilizar sua estrutura de bem imóvel para despertar o interesse dos visitantes ou mesmo tornarem-se turisticamente conhecidas por ele.

Na observação da relação entre patrimônio material e a atividade turística, pode-se atentar que, juntamente com a cultura, os fortes se tornam um diferenciador entre as localidades, sendo uma forma de incrementar o poder de atração das mesmas. Este poder de atração afeta principalmente os chamados turistas culturais que também buscam aproveitar da cultura através do turismo.

2.4 TURISMO CULTURAL

Do ponto de vista da segmentação do mercado turístico, a motivação que combina a busca por desfrutar de turismo e de cultura simultaneamente representa o turismo cultural. É através da busca do conhecimento, de novos costumes, hábitos, atrações culturais consideradas “típicas” de um local que o turismo amplia seu direcionamento para esse segmento. Porém, a relação entre eles pode ser vista de forma mais complexa e menos mercadológica. Para Guerreiro (2005) o turismo é visto como campo do conhecimento e a cultura como modo de vida de um povo.

Na delimitação conceitual do turismo cultural, a utilização do termo cultura é colocado de forma ampla, pois abrange tanto a cultura própria do turista como o conjunto de hábitos, ideias e criações que ele pode assimilar ou não, em seu contato com novas realidades e convivências diferentes (ANDRADE, 2001b). A valorização das culturas locais, do patrimônio material e imaterial e a geração de oportunidades trazida pelo turismo são alguns dos motivos para a valorização do turismo cultural.

O turismo cultural teve sua origem na Europa do século XIX. Segundo Andrade (2001b), eram considerados detentores de cultura apenas quem tivesse sua educação ou formação profissional coroada por um *Grand Tour* através da Europa. O *Grand Tour*, também conhecido como “viagem de estudo” tinha sua motivação no conhecimento de novas culturas, e pode ser considerado como o embrião do turismo cultural (ANDRADE, 2001b).

Este segmento tem suas bases na conservação e valorização do patrimônio. Como relata Barretto (2002), o turismo que tem como base o legado cultural é aquele que apresenta como principal atrativo o patrimônio cultural. Porém, todo turismo é cultural, segundo o Ministério do Turismo (MTur) (BRASIL, 2006). Isso porque, ao sair de seu ambiente, o turista entra em contato com os novos sabores da culinária local, com as músicas mais pedidas nas estações de rádio do local, com a forma dos habitantes locais lidarem com visitantes etc. Assim, para o MTur, turismo cultural compreende as 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.

O turismo cultural é uma das segmentações do que passou a ser chamado, a partir dos anos 1980, de turismo de interesse específico, baseado na diversificação da atividade em modalidades, tais como: turismo ecológico, esportivo, gastronômico, religioso, étnico, cultural, entre outros (GUERREIRO, 2005). A partir de então, reafirma-se que todo turismo é cultural, porém, o turismo voltado para o conhecimento ou valorização dos bens culturais de uma localidade é segmentado do ponto de vista do mercado como turismo cultural de fato.

Contudo, o que define o turista cultural é a motivação da viagem. Para Avila (2009), o turista cultural é movido pelo desejo de conhecer particularidades de determinados grupos sociais, principalmente aquelas manifestações culturais distintas das suas e pouco comuns em seu cotidiano. Este autor defende que o turista cultural é

um ator social quando se está falando em turismo cultural, uma vez que o turista decide para onde ir e o que conhecer em uma localidade diferente da sua de origem.

Já para Guerreiro (2005), o turista cultural busca visitar tanto territórios autóctones quanto espaços ocupados por etnias específicas em cidades cosmopolitas, que geralmente detêm uma produção artística e/ou religiosa expressiva. Ou seja, o turista cultural procura conhecer realidades diferentes. Ele busca com a sua viagem, especificamente, a possibilidade de conhecer culturas diferentes da sua vivenciada cotidianamente.

Conforme visto anteriormente, o turismo cultural engloba diversos tipos de atrativos culturais que são vistos como elementos relevantes para despertar o interesse dos turistas em conhecerem uma determinada localidade. Entre estes atrativos, as fortalezas possuem um papel de destaque, principalmente pelo importante papel que desempenharam para a história das cidades litorâneas. E é este tipo de patrimônio que caracteriza o Forte de Santo Antônio da Barra.

3 AS FORTALEZAS NO CONTEXTO TURÍSTICO, HISTÓRICO E CULTURAL DA CIDADE DE SALVADOR

A história de Salvador apresenta uma mescla de múltiplas influências: indígena, portuguesa, africana, espanhola, italiana e de tantos outros povos que residiram na cidade ao longo dos tempos, em especial, no período de sua formação étnica. Por isso, configura-se a sua identidade por múltiplas manifestações culturais.

A cidade do São Salvador da Bahia, como era conhecida nos anos que sucederam a sua “descoberta”, quando a esquadra de Portugal desembarcou em uma grande baía, já nasceu como uma cidade-fortaleza. Nos anos que sucederam a sua “descoberta” foram erguidos muros em volta da cidade para garantir sua defesa contra tropas invasoras da época. A partir de então, Salvador tornava-se uma cidade forte. A princípio, seus limites ao sul eram feitos pela Porta de São Bento, que leva esse nome por estar próxima ao convento dos padres beneditinos, na atual ladeira de São Bento e ao norte pela Porta do Carmo, pois ficava próximo à capela dos padres carmelitas (Figura 1), hoje o hotel Pestana Convento do Carmo. Tempos depois, esses muros foram ampliados com a tecnologia da época e ficaram mais resistentes, até que os mesmos foram destruídos por motivos temporais. (OLIVEIRA, 2008; SILVA, 2005).

Figura 1 – Salvador: Cidade Forte.



Fonte: Elaborada por Guedes e Silva (2013), a partir do Guia Geográfico da Cidade do Salvador (2013).

Para Silva (2005), o Governador-Geral Tomé de Souza escolheu um local favorável para construir uma fortaleza que pudesse abrigar a administração colonial e

sustentar a posse portuguesa das terras brasileiras. Foi então que, em 1549, foi fundada a primeira sede do Governo Geral do Brasil, que futuramente seria chamada a cidade do São Salvador da Bahia.

A cidade-fortaleza teve seu nome escolhido por alcunhar Jesus Cristo. Ou seja, a cidade ganhou este nome, pois fazia alusão à Igreja Católica. São Salvador da Bahia está localizada às margens da Baía de Todos os Santos, que recebeu esta denominação, pois fora descoberta no dia 1º de novembro que, seguindo o calendário religioso, representa o dia de todos os santos (BOMFIM, 2010).

Sua localização geográfica tem parte setentrional voltada para a região costeira. Salvador foi dividida em duas partes: Cidade Alta e Cidade Baixa, assemelhando-se à cidade de Lisboa em Portugal, dividida conforme essas categorias. Pinheiro (2011) diz que o que está sobre a falha geológica e onde se encontra o centro administrativo, político e religioso, além das residências, é denominado Cidade Alta. A outra parte, que se encontra no nível do mar, abriga o porto e seus armazéns, é conhecida como Cidade Baixa. Essa divisão geográfica permanece válida até os dias atuais.

Para Bomfim (2010), Salvador teve cinco períodos de evolução econômica ao longo de sua trajetória (Quadro 1). O primeiro ocorreu com a fundação da cidade. O segundo com a idade do ouro, quando foram implantados os principais edifícios arquitetônicos da cidade e a economia do açúcar estava em seu apogeu; e, logo após o declínio dessa economia, a capital do Brasil fora transferida para o Rio de Janeiro. O que marcou o terceiro período da Cidade da Bahia foi da consolidação a independência do Brasil, no dia Dois de Julho de 1823, com a expulsão das últimas tropas Portuguesas do território brasileiro em Salvador. O quarto período foi marcado por crises relacionadas à perda da importância marítima que Salvador possuía, precedido pelas crises do açúcar, fumo, café e algodão, que também marcaram esse período. E foi no quinto e último período que Salvador teve seu desenvolvimento econômico regional com o avanço da indústria brasileira para o Nordeste do país, mesmo que tardia, se comparado a outras regiões do país.

Quadro 1 – Salvador e sua evolução econômica.

Período	Século	Acontecimento
1º	XVI	Fundação da Cidade
2º	XVII	Implantação dos edifícios arquitetônicos; economia do açúcar.
3º	XIX	Independência da Bahia
4º	XIX	Crises: marítima, açúcar, fumo, café e algodão.
5º	XIX	Desenvolvimento regional, avanço da indústria.

Fonte: Elaborado por Guedes e Silva (2013), a partir de Bomfim (2010).

O período de urbanização de Salvador se deu ao longo de século XIX, pois a cidade crescia e precisava de maior e melhor estrutura para abrigar seus moradores (PINHEIRO, 2011). A partir de então foram inseridos serviços de infraestrutura para a modernização da cidade, como trilhos para os bondes, rede de esgoto e iluminação, ruas asfaltadas e pavimentadas, modernização do porto e, mais tarde, inclusão do transporte rodoviário: carros e depois ônibus urbanos.

Salvador é uma cidade de ampla historicidade, onde as transformações se processaram rapidamente, tendo evoluído de um simples porto e vilarejo, para uma das cidades mais importantes da atualidade brasileira. Cujas potencialidades turísticas são expressivas e plurais, podendo ser apreciadas e valorizadas por muitos que visitam a cidade, na qual dispõe de uma variedade de segmentações do turismo, sendo o de Sol e Praia, o Étnico, o Religioso, o Ecológico, o Esportivo, o de Negócios e de Eventos e principalmente o turismo cultural, fazendo da cidade uma pluralidade de cultura.

3.1 TURISMO CULTURAL EM SALVADOR

Como já apresentado anteriormente, o turismo cultural é um turismo de interesse específico que tem sua origem na busca de contato com diferentes culturas. Em Salvador a cultura local é decorrente de articulação entre elementos da cultura africana,

indígena, portuguesa, espanhola, holandesa, jamaicana, entre outras. Trata-se de uma importante representante da cultura nordestina e brasileira, mas, às vezes, é considerada como a cultura de toda a Bahia, o que não é exato, uma vez que o estado possui uma grande diversidade cultural em todo o seu território (VASCONCELOS, 2008). Porém, a cultura de Salvador e do Recôncavo representa, com suas especificidades, a predominância da cultura de matriz africana, muito valorizada pela atividade do turismo.

Salvador é uma cidade cujos produtos culturais possuem diversas particularidades e teve seu turismo cultural baseado em sua identidade étnico-cultural. Guerreiro (2005) exemplifica com a cidade de São Paulo, uma cidade que soube usar essa estratégia para fomentar seu turismo cultural:

São Paulo é uma das cidades brasileiras que apostam na importância das particularidades culturais para divulgar seu produto. A cidade apresenta o turismo cosmopolita para veicular seu produto e alimentar seu potencial turístico [...], já Salvador oferece um turismo étnico - de herança africana como uma possibilidade de turismo cultural.

Se cada cidade torna-se única na maneira como se constitui e se apresenta a moradores e visitantes, antes de tudo, cada cidade será um produto cultural único. Portanto, do ponto de vista turístico, Salvador é um produto cultural único (GASTAL apud GUERREIRO, 2005).

Salvador é uma das cidades que mais investem nas conexões entre cultura e turismo e busca se diferenciar no mercado turístico pela singularidade e diversidade de sua produção artístico-cultural. Dessa forma, a produção cultural de Salvador tem sido um dos principais elementos divulgadores da imagem da Bahia, tanto no Brasil quanto no exterior.

O turismo de sol e praia, negócios, eventos, étnico-cultural e o carnaval são alguns dos responsáveis por essa diferenciação. Contudo, existem muitas potencialidades na cidade de Salvador que podem ser melhor aproveitadas para o turismo, com é o caso das fortificações existentes na cidade.

3.2 OS FORTES DA CIDADE DE SALVADOR: HISTÓRIA, CULTURA E TERRITÓRIO

Determinadas cidades podem ser analisadas quanto ao seu patrimônio, para que possa ser averiguado o grau de valores simbólicos existentes. Nesse contexto, a cidade do Salvador possui inúmeros bens simbólicos e, entre esses símbolos, estão suas fortificações. Por ser uma cidade-fortaleza em sua origem e, podendo exibir muitas delas em estado razoável de conservação até hoje, estas são capazes de evocar o passado e as memórias culturais de seu povo. Assim, como exemplo, podemos citar os Fortes de Santo Antônio da Barra, Santo Antônio Além do Carmo, São Marcelo, entre outros, que mantiveram vivas as lembranças das revoltas e invasões no solo da cidade.

Com suas construções e ampliações de defesa, Salvador cresceu, tendo cerca de 14 fortificações no final do século XVII, e tornando-se a cidade mais protegida entre os séculos XVII e XVIII. Atualmente, na cidade são encontradas oito fortificações (Quadro 2), sendo que apenas seis ainda podem ser visitadas. Segundo Silva (2005), com o passar do tempo, os fortes perderam a sua função de defesa e, com o crescimento de Salvador, alguns deles desapareceram, porém, outros são de extrema importância para o turismo da cidade.

Quadro 2 – Atuais fortificações da cidade de Salvador.

Fortes	Século	Localidade
Santo Antônio da Barra	XVI	Porto da Barra
Mont Serrat (Monserrate)	XVI	Península de Itapagipe
Santa Maria	XVII	Porto da Barra
São Diogo	XVII	Porto da Barra
São Marcelo	XVII	Baía de Todos os Santos
São Pedro	XVII	Campo Grande
S. Antônio Além do Carmo (Forte da Capoeira)	XVII/XVIII	Largo do Santo Antônio
N. Senhora do Monte do Carmo/Carmelo (Forte do Barbalho)	XVII/XVIII	Barbalho

Fonte: Elaborado por Guedes e Silva (2013), a partir de Oliveira (2008) e Silva (2005).

Para a memória de Salvador, os edifícios históricos são alguns dos patrimônios mais importantes. Entre eles, estão as fortificações militares, que se tornaram obrigatórias nas imagens dos cartões postais, nas peças de propagandas turísticas e em outros documentos sobre a cidade (OLIVEIRA, 2008). Para este autor, a presença de uma só fortaleza é um item que justifica uma visita a qualquer cidade. E Salvador ainda exhibe muitos de seus fortes em bom estado de conservação.

A construção dos fortes militares de Salvador se deu em decorrência das inúmeras invasões vividas pela cidade no período em que foi sede do Governo Português no Brasil. Algumas dessas invasões perduraram por alguns anos na Cidade da Bahia, porém, todas elas foram tentativas frustradas, algumas vezes dos franceses, outras dos holandeses.

Para Pires Jr. ([199-?], p.2) havia:

[...] o desejo dos portugueses em manter a integridade da Colônia dentro dos limites de sua expansão, também por outro lado representaram o esforço, o heroísmo e o denodo dos brasileiros para se defenderem contra os invasores. Sob o aspecto político, essas fortificações permitiram, não só a fixação de nossas fronteiras, mas ainda a manutenção destas, através dos tempos, a despeito das investidas estrangeiras.

Muitas fortalezas foram erguidas na cidade de Salvador entre os séculos XVI e XVII para a defesa das riquezas da capital; e é na Baía de Todos os Santos que está localizada a maior concentração de fortes construídos pelos portugueses no período colonial. Em relação às principais fortificações da cidade, algumas não existem mais, sendo que outras sim, e se constituem em importante representação do patrimônio histórico e cultural da cidade, sem contar em sua importância para o turismo, como é o caso do Forte de Santo Antônio da Barra.

O Fortim de Nossa Senhora de Monserrate (ou Mont Serrat), originalmente chamado de Castelo de São Felipe é hoje mais conhecido como Forte de Monserrate (ou Mont Serrat), foi construído no século XVI, em meados de 1583. Localizado na península de Itapagipe, tinha a função de guardar o limite norte da cidade de Salvador na época colonial. Durante a primeira invasão holandesa foi tomado pelos soldados, sendo recuperado apenas um ano depois, em 1624. Cerca de 13 anos depois, em 1638, foi novamente ocupado pelos holandeses, que não obtiveram êxito na invasão. Apenas em 1837 “teve sua terceira aventura guerreira” (OLIVEIRA, 2008, p.78) quando foi ocupado pelos revolucionários da Sabinada. Apenas em 1863, o Fortim de Nossa

Senhora de Monserrate (Forte de Mont Serrat) foi reformado, porém, sem grandes alterações em sua estrutura atual. Hoje, o forte é administrado pelo Exército Brasileiro, sendo aberto a visitas e, desde 1993, abriga o Museu de Armas que expõe diversas armas de fogo, inclusive canhões.

Segundo Oliveira (2008), naquele período, foi necessária uma maior defesa do porto da cidade de Salvador, então também foram construídos os Fortins de Santa Maria e São Diogo. Ambos estão situados no Porto da Barra, um em cada extremidade da praia e, juntamente com o Forte de Santo Antônio da Barra, reforçavam a defesa da cidade.

O Forte de Santa Maria, datado de fins do século XVII, sofreu reformas que lhe deram o aspecto atual. De acordo com este autor, não se sabe exatamente a data da sua construção, porém, na primeira invasão holandesa, em 1625, ele ainda não existia, sendo estimado que a sua atual estrutura foi inaugurada no ano de 1694. Seu principal momento histórico foi no século XIX, quando foi ocupado pelos rebeldes da Sabinada. Foi tombado pelo IPHAN em 1928. Hoje é administrado pela Marinha do Brasil, abriga o Serviço Hidrográfico e é utilizado com residência oficial do Comandante de Sinalização Náutica do Leste.

A fortificação de São Diogo, tendo seu fogo combinado com o do Forte de Santa Maria, foi bem efetivo na defesa do Porto da Barra, conforme destacado por Oliveira (2008). Em parceria com o Forte de Santo Antônio da Barra e o de Santa Maria tinha a função de impedir desembarque de invasores no único porto natural da cidade (SILVA, 2005). Localiza-se na Praça Azevedo Fernandes, Porto da Barra, em Salvador. Está protegido pelo morro de Santo Antônio, do lado direito da praia do Porto da Barra. Sua estrutura é datada entre meados de 1625 e 1626, sendo que sofreu alterações na estrutura e no traçado a partir de 1722, período em que lhe conferiram a atual estrutura.

O Forte de São Diogo é administrado pelo Exército e encontra-se restaurado e aberto ao público, contando com um centro de lazer que possui programação de *shows* e lazer como, por exemplo, o evento de Réveillon do Forte São Diogo, e também exibição de obras audiovisuais e outras atividades sociais e de turismo.

Outra importante fortificação da cidade é o Forte de Nossa Senhora do Pópulo, posteriormente chamado de Forte de São Marcelo, também popularmente conhecido como Forte do Mar, o único de forma cilíndrica no Brasil (TEIXEIRA, 2007). Está localizado na Baía de Todos os Santos, próximo ao porto, sendo seu acesso feito por meio de pequenas embarcações que saem do Terminal Marítimo Turístico de Salvador.

O forte foi erguido sobre uma coroa de areia dentro do mar, e tem sua construção datada entre 1605 e 1608, sendo inspirado no Forte São Lourenço do Bugio, que também apresenta forma cilíndrica, e fica localizado no meio das águas da foz do Rio Tejo, em Portugal, na altura da Vila de Oeiras (TEIXEIRA, 2007). Foi apenas em 1812 que tomou a forma que conhecemos hoje. Contudo, mesmo com algumas modificações ocorridas no decorrer da sua história, ainda exibe a mesma configuração, conforme afirma Oliveira (2008). Também foi invadido em 1624 pelos holandeses e, sem o mesmo sucesso, em 1638. Posteriormente, no século XIX, o forte esteve envolvido em conflitos como, por exemplo, a Guerra dos Farrapos, recolhendo preso o líder farroupilha Bento Gonçalves; e na revolta da Sabinada, onde ficou aprisionado o seu líder, Francisco Sabino Álvares da Rocha Vieira, além de outros 280 revoltosos (TEIXEIRA, 2007).

O Forte do Mar já teve muitas utilidades e administrações. Em 1855 foi entregue ao Ministério da Marinha; em seguida, o Ministério da Guerra assumiu o comando das instalações; e serviu como prisão até 1900. Anos depois a Marinha do Brasil reassumiu o seu comando e alojou uma Companhia de Fuzileiros Navais; e, apenas em maio de 1938, foi tombado pelo IPHAN. Desde então foi fechado; depois recebeu reforma em sua estrutura, onde sofreu restaurações, sendo aberto à visitação em março de 2006. Nesse período abrigou o Centro Cultural Forte de São Marcelo, sendo fechado novamente em março de 2011.

Há relatos que o forte será reaberto a visitação no ano de 2014. Conforme divulgado pelos meios de comunicação: “O Forte do Mar vai ser reaberto no próximo verão. A decisão foi anunciada depois de uma reunião, entre prefeitura de Salvador, governo do estado e Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan)” (CORREIO DA BAHIA, 2013, não paginado).

Vale destacar também uma importante construção militar do século XVII, o Forte de São Pedro, que teve sua obra iniciada em 1624, e teria sido construído pelos holandeses (SILVA, 2005). Porém, apenas em 1723 que o Forte foi inaugurado, apresentando sua atual estrutura. Este está localizado na Cidade Alta em Salvador, no bairro atualmente conhecido como Campo Grande, e que foi palco de grandes batalhas no período colonial. O forte participou de todos os movimentos armados que ocorreram na Bahia (OLIVEIRA, 2008) incluindo desde o início da Guerra da Independência (1821), a Revolta dos Malês (1835), sendo quartel general da Sabinada (1837), até encerrar sua trajetória, sendo palco da revolta do 19º Batalhão dos Caçadores. Ao perder

sua função original, como também aconteceu com as demais fortificações militares da cidade, o Forte de São Pedro tornou-se quartel. Encontra-se tombado pelo IPHAN desde 1957 e está aberto à visitação pública.

Outra imponente construção no final do século XVII e início do século XVIII é o Forte de Santo Antônio Além do Carmo, denominado popularmente como Forte da Capoeira, que está situado na Praça Barão do Triunfo ou Largo do Santo Antônio, localizado no Bairro Santo Antônio Além do Carmo. Foi a partir da antiga igreja, que tinha como padroeiro Santo Antônio, que o nome se estendeu à fortaleza (OLIVEIRA, 2008). No local onde o Forte foi erguido havia antes uma trincheira, porém, essa trincheira não oferecia muita proteção, por isso, algum tempo depois foi erguida uma nova trincheira, que não resistiu a algumas invasões e, somente no ano de 1659, foi edificado o Forte.

Este forte exerceu várias funções fora de seu contexto militar, pois nunca entrou em combate ou defendeu a cidade, não tendo, em toda a sua história, disparado um só tiro de canhão. Foi, entre diversas funções: prisão, casa de correção, abrigou o bloco carnavalesco “Os Lords”, ensaios do bloco afro Ilê Aiyê, chegando ao ápice de seu declínio, como abrigo de moradores de rua. Somente no ano de 2006, após uma obra de revitalização fomentada pelo Governo do Estado da Bahia, o Forte passou a ser o Centro de Referência, Estudos, Pesquisa e Memória da Capoeira. O Forte de Santo Antônio Além do Carmo teve o seu tombamento pelo IPHAN no ano de 1981.

O Forte do Barbalho, cujo nome original é Nossa Senhora do Monte do Carmo ou Carmelo é a maior e uma das mais ilustres fortificações construídas na cidade de Salvador. Sua construção é datada do ano de 1638, mas foi inaugurado somente em 1736, acabou por dar nome ao bairro, e sempre esteve envolvido em sua história (OLIVEIRA, 2008).

Assim como o Forte de Santo Antônio Além do Carmo, o Forte do Barbalho teve outras atribuições. Foi prisão, assim como o Forte de São Marcelo, abrigando prisioneiros ilustres, como o líder da Sabinada Cipriano Barata. Foi utilizado como cadeia pública e quartel general e até mesmo abrigou os enfermos do leprosário de São Lázaro, antes de serem transferidos para o local de origem.

Tombado como Patrimônio do Brasil desde 1957, e propriedade da União administrado pela Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT), hoje o Forte do Barbalho encontra-se fechado. E, segundo site da SECULT (BAHIA, 2013), o forte passou por obras emergenciais que foram finalizadas no mês de julho de 2013.

Salvador ainda possuiu muitas construções militares significativas para sua história e cultura, como o Forte de São Paulo da Gamboa, Torre de Santo Alberto, Fortim da Lagartixa, Bateria do Rio Vermelho, Forte Real ou da Cidade Baixa, Forte de São Fernando, Forte de São Francisco, Forte de São Bartolomeu, entre outros, que não resistiram à ação do tempo e dos homens. Alguns não existem mais, outros apresentam estruturas danificadas e são impróprios para a visita de residentes e/ou turistas, porém, todos estão inseridos no contexto histórico, cultural e turístico da cidade de Salvador.

3.3 O BAIRRO DA BARRA E SUA IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA: PASSADO E PRESENTE

Desde o “descobrimento” do Brasil, o bairro da Barra teve importância estratégica para defesa da colônia pelos portugueses, devido às inúmeras invasões ocorridas durante os primeiros séculos da cidade. Um dos bairros mais tradicionais de Salvador, de fundamental importância histórica e turística para a cidade, preserva um importante acervo histórico, arquitetônico e paisagístico.

Localizado entre a Baía de Todos os Santos e o Oceano Atlântico (Fotografia 1), o bairro foi fundado junto com a cidade de Salvador. Chamado inicialmente de Vila do Porto da Barra, conhecido também como Vila Velha ou Vila do Pereira – uma referência a Francisco Pereira Coutinho, primeiro donatário da Capitania da Bahia que desembarcou no porto em 1535 –, surgiu no início do século XVI. É na Barra, especificamente no porto, que se encontra o marco comemorativo, construído em 1949, destacando o desembarque do capitão Tomé de Souza, fundador de Salvador em 1549, e é nessa área que os princípios da história da cidade se localizam.

Fotografia 1 – Vista do forte para o Oceano atlântico.



Fonte: Guedes e Silva (2013).

Pelo fato da geografia local apresentar um litoral cercado por recifes, trata-se da única localidade que, segundo Silva (2005), é possível o desembarque de pequenas embarcações em segurança e o ponto mais avançado da cidade sobre o mar, portanto, é neste lugar que está localizado o Forte Santo Antônio da Barra. Fazem parte dessa área da cidade monumentos históricos como o Forte de Santa Maria e São Diogo, as Igrejas de Santo Antônio da Barra, Nossa Senhora das Graças e Nossa Senhora da Vitória e o Centro de Cultura e Artesanato do Instituto Mauá. Na atualidade, esses monumentos e instituições são de ampla importância para o turismo cultural da cidade nessa região.

Hoje, em 2013, a Barra é uma área privilegiada da cidade de Salvador (Fotografia 2), com suas belas praias, delineadas por edifícios modernos e hotéis de padrão nacional e internacional, os quais, juntamente com a riqueza do patrimônio histórico e cultural, fazem deste bairro um atrativo turístico da cidade do Salvador. É um bairro com perfil residencial, com predominância de uma população de classe socioeconômica alta, conta com uma grande quantidade de estabelecimentos comerciais, além de diversos bares e restaurantes ao longo de sua orla marítima, sendo atualmente palco de um controverso projeto de revitalização.

Fotografia 2 – Vista do Forte para o bairro da Barra e baía de todos os santos.



Fonte: Guedes e Silva (2013).

O bairro foi escolhido através de votação realizada por baianos e turistas como um dos Sete Pontos Mágicos da cidade, juntamente com o Centro Histórico, Península de Itapagipe (Bonfim-Ribeira), Contorno-Comércio, Itapuã, Dique do Tororó e Baía de Todos os Santos. Esta pesquisa foi realizada com o apoio da Empresa Salvador Turismo (SALTUR), com o intuito de atualizar e diversificar o turismo receptivo da cidade.

A Barra também é palco de várias manifestações culturais da cidade. Como exemplos, pode-se citar: a trezena de Santo Antônio, que acontece no Forte de mesmo nome do Santo padroeiro; o Carnaval, quando o bairro tem visibilidade internacional, e é durante a festa que o bairro se transforma em um dos circuitos oficiais do carnaval de Salvador, onde desfilam grandes artistas baianos, nacionais e internacionais.

Em agosto de 2013 foi lançado pelo atual Prefeito da cidade de Salvador um projeto de revitalização da orla da cidade que contemplará o bairro da Barra. Segundo o site da Assessoria Geral de Comunicação de Salvador (ASCOM) o projeto de revitalização envolve diversos aspectos como: mudanças no paisagismo, iluminação, implantação de piso compartilhado para veículos e pedestres, definição de espaço para a prática do ciclismo e caminhada, piso tátil para pessoas com deficiências, rampas de acesso à praia, quiosques para informações turísticas e para comércio de coco e acarajé, sanitários públicos, posto salva-vidas, entre outras intervenções (RIBEIRO, 2013).

De acordo com Leonardo Galeão (2013), as reformas no bairro da Barra afetarão de forma positiva o turismo no Forte e irão potencializar ainda mais o local devido às obras de paisagismo, do calçadão e da ciclovia, possibilitando uma estrutura mais

diversificada do que se tem hoje, pois, por exemplo, atualmente não é possível parar ônibus em frete ao farol porque não há local adequado para estacionar.

Contudo, apesar das mudanças temporais que aconteceram no bairro durante todos esses anos, podemos destacar a conservação do patrimônio material existente no bairro, sendo que um grande exemplo disto é o Forte de Santo Antônio da Barra que anteriormente possuía a função de proteção e hoje representa um monumento de valor histórico, cultural, patrimonial, paisagístico e turístico.

4 O FORTE DE SANTO ANTÔNIO DA BARRA

O destaque do Forte de Santo Antônio da Barra na paisagem da cidade (Fotografia 3) representa um valor simbólico importante para a localidade, tornando-o uma construção atraente para residentes, turistas e/ou visitantes, pois sua estrutura fixada em local estratégico possibilita uma ampla visão para quem se desloca pelo bairro.

Fotografia 3 – Forte de Santo Antônio da Barra.



Fonte: Uchoa (2013).

Por representar o encontro entre a história e a cultura local, o forte desperta lembranças do passado, reproduzindo na memória das pessoas os acontecimentos vividos pela cidade, destacando sua importância e seu valor cultural. Assim, este monumento histórico se torna peça importante para a imagem do turismo de Salvador.

4.1 CARACTERÍSTICAS HISTÓRICAS E CULTURAIS

Primeira fortaleza construída no Brasil, o Forte de Santo Antônio da Barra, atualmente mais conhecido como Farol da Barra, está localizado sobre uma colina na entrada norte da Barra. Este local era chamado na época de 1583 de Ponta do Padrão (Figura 2) e, hoje, é conhecido como Cabo de Santo Antônio ou Largo do Farol da Barra. Sua construção é do século XVI, tendo sido criado por ordem do rei de Portugal D. João III, para servir como marco de posse da terra recém-descoberta, e tinha a função

de impossibilitar a entrada de inimigos na Baía de Todos os Santos (OLIVEIRA, 2008; SILVA, 2005).

Figura 2 – Porto da Barra no Século XVI.



Fonte: Guia Geográfico da Cidade do Salvador (2013).

De acordo com Teixeira (2005), a missão do forte era impedir a penetração do inimigo na entrada da barra e atuar, juntamente com o Forte de Monte Serrat, contra o desembarque dos invasores nas praias vizinhas. Com isso, para reforçar a proteção da capital, construíram-se outras duas importantes fortalezas: o Forte de Santa Maria e o Forte de São Diogo, com o propósito de impedir o desembarque das tropas inimigas e para solidificar o apoio de fogo mútuo entre eles, reforçando a linha de defesa na Baía de Todos os Santos.

Com estrutura de alvenaria, sua edificação passou por muitas mudanças ao longo dos seus 430 anos de história e seu perímetro foi aumentado com o tempo. O Forte possui ao centro de sua estrutura um farol edificado no ano de 1696, sendo de madeira, alimentado a óleo de baleia, que indicava a entrada da baía, alertando sobre os perigos do coral ou banco de areia. Mas, em 1836, foi construído um novo farol de ferro (Fotografia 4), alimentado à eletricidade, para substituição.

Fotografia 4 – Atual Farol do Forte de Santo Antônio da Barra.



Fonte: Guedes e Silva (2013).

Por estar localizado em uma área privilegiada, o forte possibilita uma bela vista da enseada da baía e do rico patrimônio histórico que contribui para fazer da cidade um atrativo turístico. Em 24 de maio de 1938, o Forte foi tombado pelo IPHAN e atualmente é administrado pela Marinha.

De acordo com o portal Fortalezas.org (2002), o forte pode ser considerado um relevante atrativo turístico do ponto de vista do planejamento do turismo na cidade, inclusive, integrou o Projeto de Revitalização das Fortalezas Históricas de Salvador, da antiga Secretaria de Cultura e Turismo (SCT) em parceria com o Exército Brasileiro. Tendo sofrido várias intervenções de restauro ao longo dos últimos anos, desde 1998 abriga o Museu de Hidrografia e Navegação, conhecido como Museu Náutico da Bahia, que mantém em acervo peças de arqueologia submarina, réplicas de embarcações (Fotografia 5), equipamentos para navegação (Fotografia 6), cartas náuticas e outros documentos.

Fotografia 5 – Réplicas de embarcações.



Fonte: Guedes e Silva (2013).

Fotografia 6 – Equipamentos para embarcações.



Fonte: Guedes e Silva (2013).

Segundo o Museu Náutico da Bahia [s.d.], a grande inclinação católica do país é o que atesta a adoção como primeiro padroeiro da cidade de Salvador e a patente militar, no grau de soldado, concedida à imagem do Santo Antônio do Forte da Barra em meados do século XVII, elevado a capitão em 1705. Sua imagem (Fotografia 7) ganhou promoções e vencimentos correspondentes durante séculos, com isso, anualmente, o museu realiza a tradicional Trezena de Santo Antônio, realizada entre 1º a 13 de junho. Nesse período a comunidade local se reúne no forte para louvar e agradecer às bênçãos recebidas, em grande confraternização, homenageando aquele que foi o primeiro padroeiro da cidade.

Fotografia 7 – Imagem de Santo Antônio da Barra.



Fonte: Guedes e Silva (2013).

Por sua história e arquitetura, o Forte de Santo Antônio da Barra representa para a cidade de Salvador um importante atrativo para o turismo, por sua localização privilegiada, estrutura, e ser um dos símbolos de Salvador. Trata-se de um dos principais cartões postais da capital baiana, juntamente com outros patrimônios histórico-culturais, como é o caso também do Pelourinho, Elevador Lacerda, Mercado Modelo e a Igreja do Bonfim, uma vez que suas imagens são amplamente divulgadas na promoção oficial do turismo e na internet. O forte se tornou um dos pontos mais visitados do turismo na cidade e é um produto turístico de destaque para Salvador, afirma Leonardo Galeão (2013), em entrevista cedida às autoras.

4.2 O FORTE COMO PRODUTO TURÍSTICO

A cidade de Salvador traz, em relação aos monumentos históricos, uma variedade de produtos atrativos para serem usufruídos pelo turismo e para atender à satisfação dos consumidores são oferecidos bens e serviços necessários que, segundo Ignarra (2003), são os produtos de uso nas instalações turísticas, as prestações de serviços, tais como o receptivo, a acolhida e a informação.

Diante disso, o Forte de Santo Antônio da Barra por fazer parte do contexto dos Sete Pontos Mágicos de Salvador, e por ser um dos seus principais cartões-postais, complementa a oferta turística da cidade. Devido ao seu valor cultural e considerando sua antiguidade, seu estado de conservação e sua importância histórica para a cidade, torna-se um atrativo, que é entendido como todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-lo (OLIVEIRA, 2002).

Para Leonardo Galeão (2013), o Forte de Santo Antônio da Barra está em um ponto estratégico de localização da cidade, pois se encontra no início da Baía de Todos os Santos o que amplia sua potencialidade turística. Contudo, é preciso lançar um olhar aos seus aspectos de infraestrutura, assim como dos serviços de apoio ao turismo associados, para que este potencial possa ser verificado de fato. E, simultaneamente, realizar uma análise da opinião dos residentes e turistas sobre a sua importância do ponto de vista do patrimônio histórico e cultural, sua infraestrutura e serviços.

4.3 ANÁLISE QUALITATIVA DA INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS DO FORTE

Para complemento desta pesquisa, foram levantados dados através de pesquisa de campo. Utilizando de diferentes instrumentos, tais como duas entrevistas semiestruturadas. Uma delas foi realizada com o senhor Leonardo Galeão, Diretor de Marketing da SALTUR (Apêndice A), que afirmou que o Forte está muito bem mantido com relação à sua estrutura, pois a Marinha mantém todos os equipamentos bem conservados. A outra entrevista, com o Comandante Anésio Ferreira Leite, Diretor Presidente da ABRAF (Apêndice B), reafirmou a opinião dada pelo senhor Galeão quanto à estrutura do forte.

Foram também aplicados 100 questionários de opinião pública, sendo 50 com turistas e/ou visitantes¹ que visitaram o Forte de Santo Antônio da Barra (Apêndice C); e 50 com residentes da cidade de Salvador que frequentam o bairro da Barra (Apêndice

¹ A título de esclarecimento metodológico, destaca-se que o presente estudo não diferenciou, na aplicação de questionários, as categorias de turista e visitante, por não considerar as diferenças entre elas relevantes para os resultados da pesquisa. O objetivo da coleta de dados exigia apenas que os turistas e/ou visitantes fossem considerados como pessoas que visitam o Forte mas não moram na cidade; e que suas opiniões fossem contrapostas às dos residentes. Portanto, na monografia quando as autoras analisam as respostas dos questionários referem-se aos turistas e/ou visitantes apenas como turistas, independente de estarem pernoidando ou não em Salvador.

D). Além disso, foi realizada uma visita guiada dentro do forte com o funcionário Antônio (nome fictício) que é museólogo e trabalha no setor educativo, autorizado pelo Comandante Reubem Bello Costa, Diretor Administrativo do Forte a explicar sobre como está organizado a estrutura interna do Museu Náutico. Este contém uma loja de conveniência e artigos artesanais relacionados ao forte, sete salas de exposições sendo divididas em: sala de cartografia; de instrumentos náuticos; da navegação; do acervo do Galeão, navio que naufragou na Baía de Todos os Santos, sendo o primeiro salvamento arqueológico ocorrido no Brasil (Fotografia 8); Baía de Todos os Santos; das miniaturas e corredor linha do tempo. Contando com a visita à torre do Farol.

Fotografia 8 – Destroços do Navio Galeão.



Fonte: Guedes e Silva (2013)

Na análise dos questionários foi possível verificar que a faixa etária mais representativa, tanto para turistas quanto para residentes, foi entre 19 e 28 anos. Dos 50 turistas e/ou visitantes que participaram da pesquisa de campo, 90% eram de procedência nacional, em sua maioria do município de Juazeiro, no interior do estado da Bahia; Rio de Janeiro e Brasília. Os 10% de procedência internacional vinham, em parte, de Angola e Portugal. Desses 50 turistas, 10 deles visitaram o interior do monumento e 40 não entraram, sendo que os motivos principais alegados para não terem entrado no forte foram a falta de tempo e oportunidade, deixando também evidente que havia por parte dos mesmos o interesse e a curiosidade de conhecê-lo pela sua história.

Dos turistas entrevistados, a maioria ficou sabendo da existência do forte por internet e amigos. Informaram que era sua primeira vez visitando-o, e o principal motivo da visitação era turismo e a história. E todos os turistas entrevistados disseram que indicariam o forte como ponto turístico da cidade pela sua história e a paisagem, sendo que 80% desses turistas voltariam ao forte e 20% não voltaria só se existisse algo de novo para ser visto.

Dos entrevistados residentes na cidade de Salvador o bairro mais constante da pesquisa foi o próprio bairro da Barra, onde está localizado o Forte, deixando evidente para as pesquisadoras que os moradores utilizam constantemente a área para passeio, esporte e lazer. Depois, o bairro do Rio Vermelho, Brotas e Bonfim foram os mais representativos na pesquisa. Do universo de residentes entrevistados, 20 visitaram o interior do forte e o maior motivo da visitação foi por causa do turismo e a curiosidade de saber como era internamente, e os 30 que nunca entraram alegaram motivos como, por exemplo, o preço e falta de oportunidade. Mas a maioria expressava disposição em conhecê-lo, pois é um ponto turístico da cidade e a entrevista despertou neles a curiosidade. A partir das perguntas, verificou-se que todos os residentes indicariam o forte como ponto turístico por ser um patrimônio histórico-cultural da cidade.

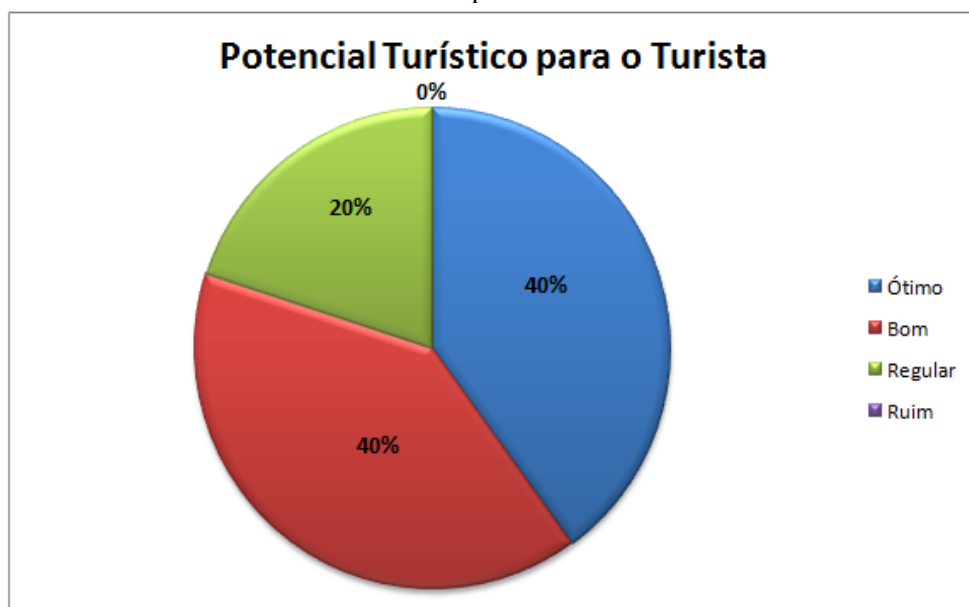
Estes procedimentos de pesquisa foram utilizados como forma de permitir uma avaliação da infraestrutura e dos serviços oferecidos pelo forte aos visitantes. Por isso, foram utilizadas as respostas dos turistas e/ou visitantes e dos residentes que responderam aos questionários aplicados para demonstrar o grau de satisfação dos mesmos com relação a infraestrutura e serviços oferecidos pelo forte.

4.3.1 Infraestrutura

Na elaboração e execução de planos, programas e ações para desenvolver o produto turístico, a infraestrutura do local deve permitir a integração para a promoção turística, permitindo a articulação de ações com o visitante e a localidade, de modo que sejam estabelecidas medidas que não afetem o patrimônio e possibilitem o desenvolvimento do turismo de forma consciente. Assim, faz-se necessário que exista um conjunto de bens e serviços à disposição do turista como parte integrante da infraestrutura turística, pois a inter-relação do meio com o visitante permitirá a expansão da atividade e a melhoria da qualidade do produto na região.

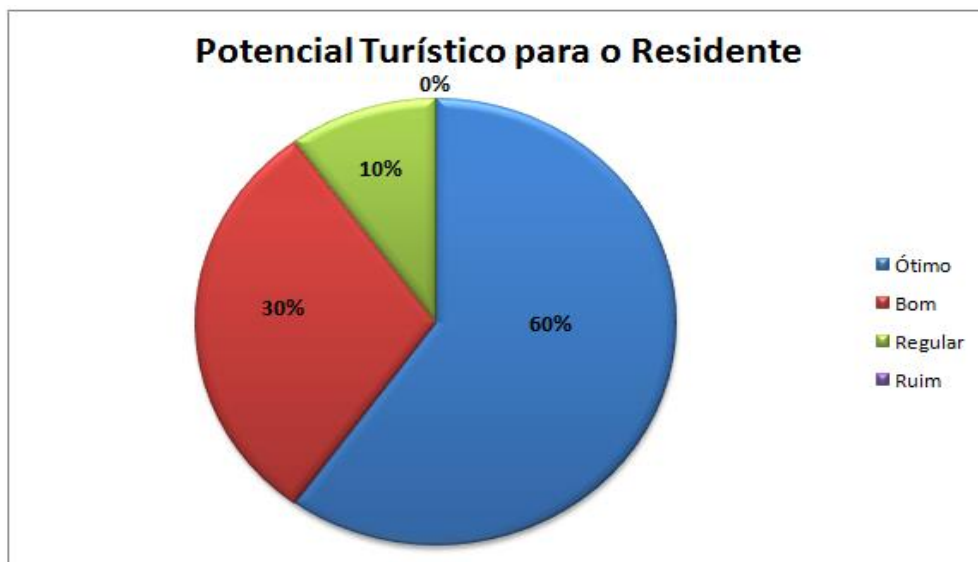
Visto dessa forma, fez-se necessário perguntar aos turistas que visitaram o Forte de Santo Antônio da Barra e aos residentes da cidade de Salvador que frequentam o bairro da Barra qual a sua avaliação quanto a alguns quesitos de infraestrutura e serviços do forte, dando-lhes a opção de resposta ótimo, bom, regular ou ruim para todas as perguntas. Primeiramente, foi perguntado sobre o potencial turístico do forte, sendo possível observar as respostas no Gráfico 1 para os turistas e no Gráfico 2 para os residentes.

Gráfico 1 - Potencial Turístico do forte para os turistas.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Gráfico 2 – Potencial Turístico do forte para os residentes.

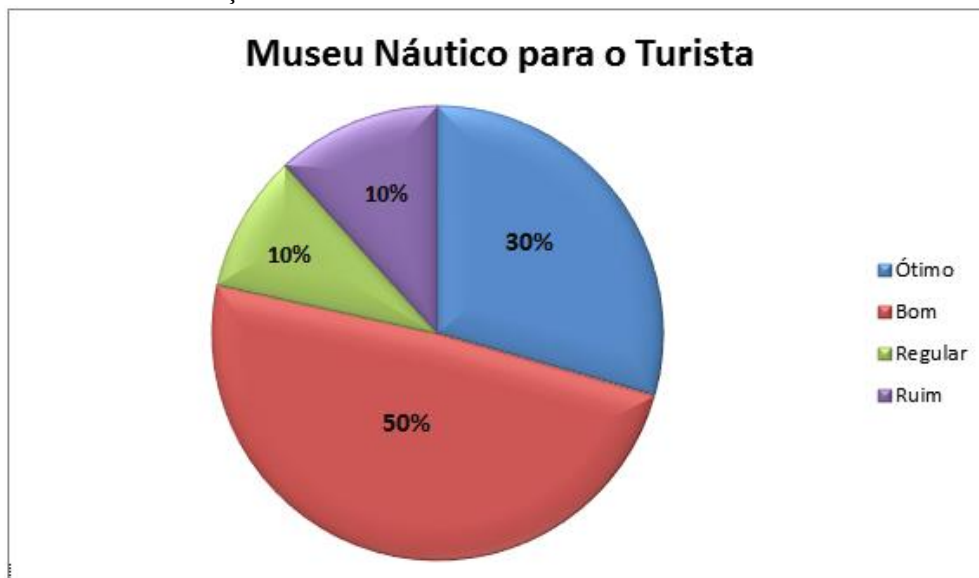


Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Observa-se no Gráfico 1 que houve uma igualdade de opiniões dos turistas entre ótimo e bom. Já no Gráfico 2 os residentes, em sua maioria, acharam ótimo. Essas respostas reafirmam o ótimo potencial turístico do forte como patrimônio histórico e cultural para a cidade e visitação turística. Para Leonardo Galeão (2013) o forte   de uma grande potencialidade, até mesmo pela sua estrutura. Já para o senhor An sio Leite (2013) o potencial turístico do forte   incontestável, pois ele tem uma inser o paisagística de destaque, sendo talvez a mais importante de Salvador. Assim,   possível verificar a concordância de opiniões em rela o   potencialidade turística do forte entre os representantes da SALTUR, da ABRAF e dos entrevistados.

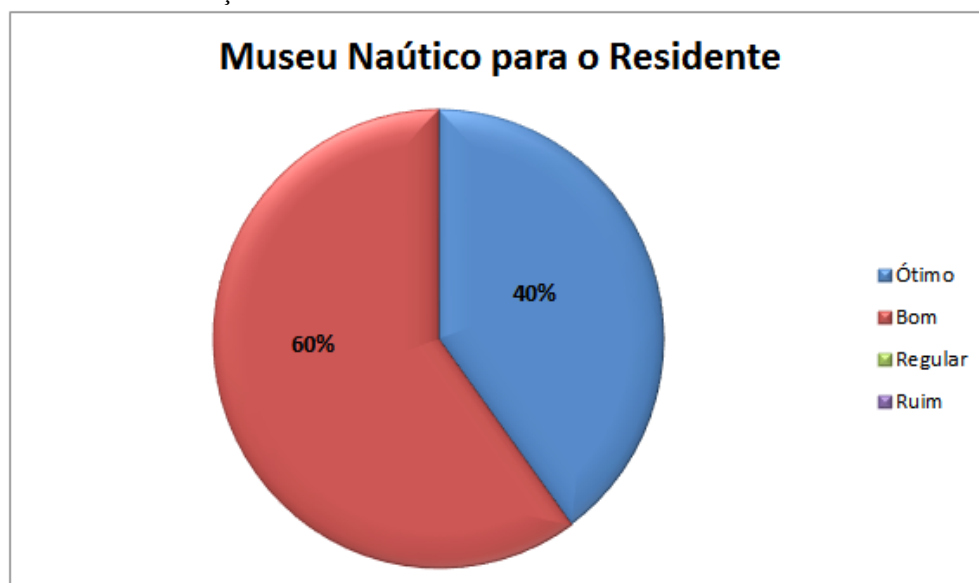
A localiza o do forte foi questionada e, de acordo com as respostas obtidas tanto pelos turistas quanto pelos residentes, afirma-se que o forte está em um ótimo local. Já a questão sobre o Museu Náutico revelou que a maioria dos turistas e residentes têm a mesma opinião, sendo suas respostas destacadas no Gráfico 3 e Gráfico 4.

Gráfico 3 – Avaliação dos turistas sobre o Museu Náutico da Bahia.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Gráfico 4 - Avaliação dos residentes sobre o Museu Náutico da Bahia.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Os resultados observados no Gráfico 3 apontam que 50% dos turistas entrevistados acham o museu bom; enquanto no Gráfico 4, 60% dos residentes também acham que o Museu Náutico tem uma boa atratividade. Contudo, foi possível ser constatado que, entre os turistas entrevistados, alguns consideraram o museu regular ou ruim. Já entre os residentes não foi observada essa opinião.

O comandante Anésio Leite (2013) afirma que o Museu Náutico não poder ser algo estático, pois um museu estático é coisa do passado; hoje deve-se fazer dos museus

uma instituição dinâmica. O museu vivo encanta. Para Leonardo Galeão (2013) o museu é um *plus*, ou seja, um adicional que se torna um potencializador para o turismo no forte. Sabe-se que o Museu Náutico agrega um significativo valor para o forte de Santo Antônio da Barra, assim como o farol que o mesmo possui.

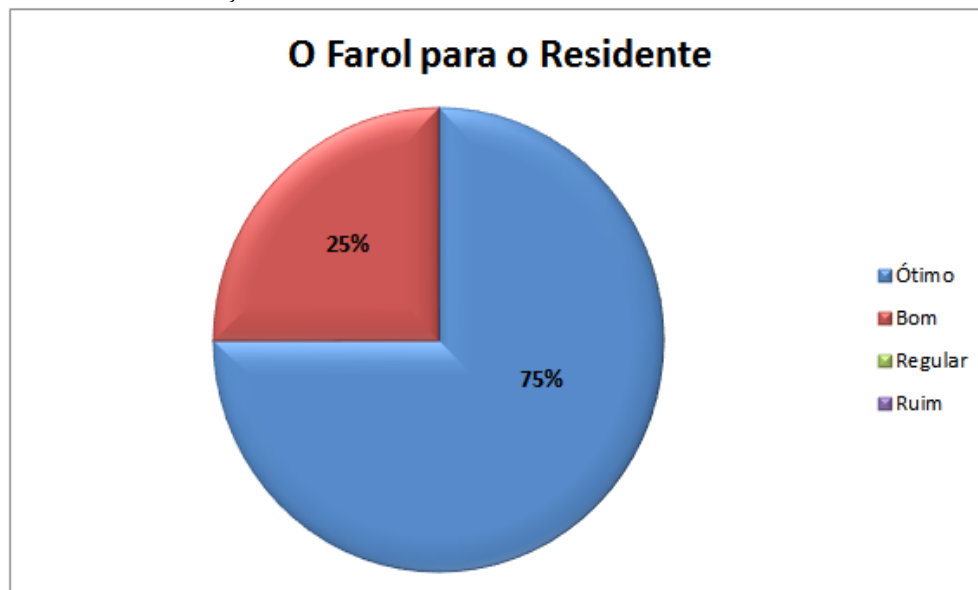
De acordo com as respostas dos turistas entrevistados sobre a avaliação do farol (Gráfico 5) a maioria deles, assim como os residentes (Gráfico 6), concorda que o farol é um ótimo atrativo do forte, sendo que 70% dos turistas informaram que é ótimo, mesmo existindo alguns que consideram o farol como regular. Para os residentes, 75% fizeram uma avaliação ótima, não apresentando percentual algum para as alternativas regular e ruim. Essa resposta informa que, para os moradores da cidade de Salvador, o farol é um ótimo atrativo para ser visitado no Forte de Santo Antônio da Barra.

Gráfico 5 – Avaliação dos turistas sobre o Farol da Barra.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Gráfico 6 – Avaliação dos residentes sobre o Farol da Barra.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

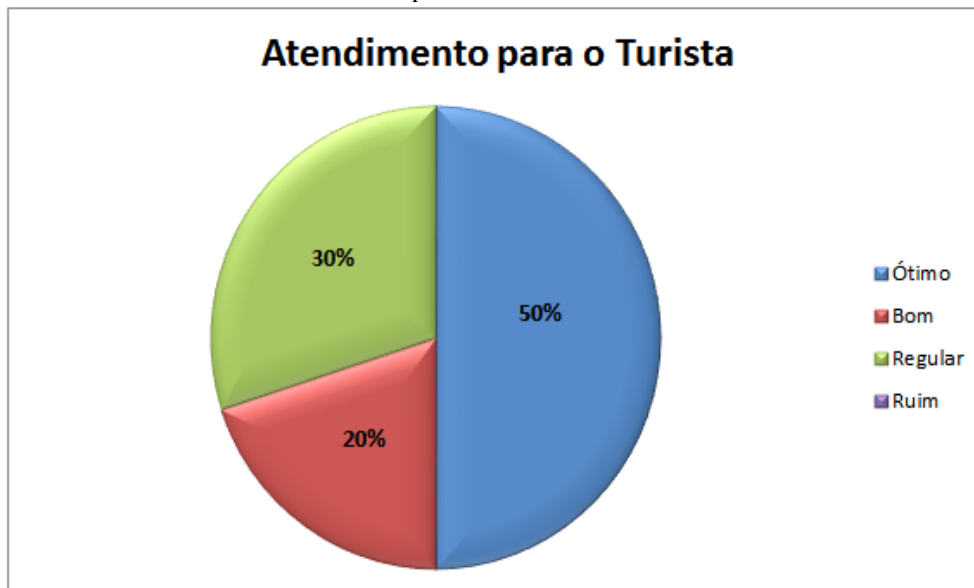
Para Leonardo Galeão (2013) o farol e o museu são adicionais que ajudam a potencializar o forte e que, em conjunto, trabalham muito melhor que sozinhos. Já na concepção do senhor Anésio Leite (2013) o farol é um item “sem comentários”, pois o mesmo agrega valor histórico e paisagístico para o forte.

O que pode-se observar, quanto à infraestrutura dos atrativos dentro do forte, é que as opiniões dos turistas que visitaram o Forte de Santo Antônio da Barra e dos residentes da cidade de Salvador frequentadores do bairro da Barra, é que ambos enxergam e avaliam o forte como um ótimo equipamento de potencial turístico. O que falta é incentivo para que, não somente os turistas frequentem o patrimônio do forte, mas também os residentes aproveitem dos produtos oferecidos por sua localidade, tendo sensibilidade da conservação dos mesmos, focando na sua importância histórica e cultural para a cidade de Salvador.

4.3.2 Serviços

Visto como elemento importante da oferta turística, os serviços fornecidos pelos atrativos possuem valor significativo para a atividade, pois o bom atendimento ao turista é um dos principais fatores de avaliação dos produtos oferecidos. Na busca pela satisfação do visitante, foi perguntado quanto ao atendimento fornecido pelo forte. No Gráfico 7 para os turistas e no Gráfico 8 para os residentes é possível verificar as respostas dos mesmos quanto ao atendimento recebido por eles no forte.

Gráfico 7 – Atendimento do Forte para os turistas.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Gráfico 8 – Atendimento do Forte para os residentes.

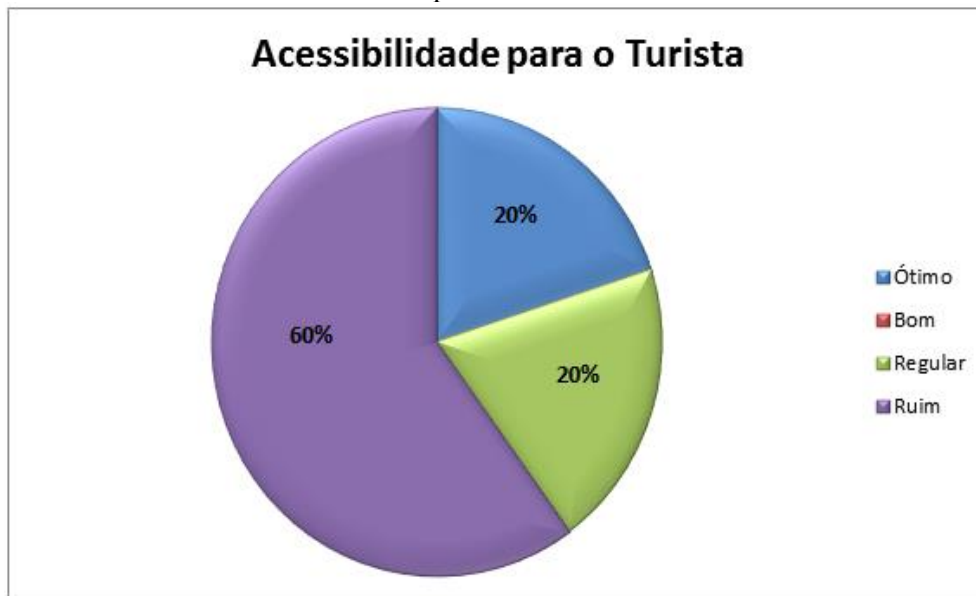


Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

No Gráfico 7 é possível verificar que, para 50% dos turistas, o forte é avaliado como tendo um atendimento ótimo; seguido por 20% de turistas que o avaliaram como bom. Já no Gráfico 8 observa-se que, entre os residentes, ele é avaliado como tendo um bom atendimento para a maioria (55% dos respondentes), ficando evidente um significativo nível de diferença de opiniões entre turistas e residentes.

Quanto à acessibilidade do forte, tanto o Gráfico 9, para turistas, quanto o Gráfico 10, para residentes, apresentam uma similaridade de opiniões, podendo ser observadas a seguir:

Gráfico 9 – Acessibilidade do Forte para os turistas.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Gráfico 10 – Acessibilidade do Forte para os residentes.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

O alto índice de respostas correspondentes ao item ruim mostra que, tanto para os turistas (60%) quanto para os residentes (45%), a acessibilidade do forte é precária. Esta deficiência foi justificada pelo senhor Antônio (nome fictício) durante visita

realizada ao forte, pois, segundo ele, sendo o forte um patrimônio tombado não podem ser feitas mudanças para adaptação. Para que a estrutura física de um bem tombado seja modificada é preciso consultar o órgão responsável pela proteção do bem patrimonial, neste caso o IPHAN, para que as devidas intervenções sejam analisadas e aprovadas pelo mesmo.

Para o senhor Anésio Leite (2013) a acessibilidade no forte é uma questão complicada, apresentando vários obstáculos, pois o forte não tem elevador para se conhecer o pavimento superior e nem rampas de acesso. Questionado se existe a possibilidade de se realizarem tais mudanças para atingir os visitantes com necessidades especiais, ele afirmou que no mundo todo existem monumentos históricos e muitos adaptaram suas condições para atenderem às exigências de acessibilidade.

No quesito limpeza, existem divergências de opiniões entre turistas e residentes, conforme respostas que podem ser observadas no Gráfico 11 e Gráfico 12:

Gráfico 11 – Limpeza do Forte para os turistas.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Gráfico 12 – Limpeza do Forte para os residentes.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2013.

Parte significativa dos turistas, correspondendo a 70%, considerou boa a limpeza do forte. Já entre os residentes, 40% dos entrevistados consideraram ótima, demonstrando satisfação dos residentes quanto ao item questionado.

Observa-se no item preço cobrado para entrada no forte (R\$10,00) que entre os turistas (Gráfico 13) existiu um equilíbrio entre as diversas opiniões. Contudo, esse item não foi avaliado da mesma forma pelos residentes (Gráfico 14), apresentando uma disparidade.

Gráfico 13 – Preço de entrada do Forte para os turistas.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Gráfico 14 – Preço de entrada do Forte para os residentes.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Na avaliação dos turistas o valor cobrado para entrada é quase proporcional, não sendo considerado o mesmo para os residentes. Para os moradores locais, 50% consideram o preço cobrado como ruim. Segundo relataram às pesquisadoras, justificam sua insatisfação por acreditarem que não deveria ser cobrada entrada para moradores, já que o forte é um patrimônio da cidade. Em conversa com o senhor Antônio (nome fictício), durante a visita ao forte, o mesmo afirma que durante a Semana Nacional de Museus, que ocorre no mês de maio, não só o Forte de Santo Antônio da Barra é gratuito, mas todos os museus que participam desta programação. Para Anésio Leite (2013) esta é uma questão polêmica. Contudo, ele afirma que o preço cobrado para a entrada no forte é razoável, visto que o forte recebe suporte da Marinha do Brasil.

Quanto à última indagação feita no questionário sobre segurança, é possível verificar no Gráfico 15, para turistas; e no Gráfico 16, para residentes, suas respostas que apresentam apenas alguma variação.

Gráfico 15 – Segurança do Forte para os turistas.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Gráfico 16 – Segurança do Forte para os residentes.



Fonte: Pesquisa de Campo (2013).

Nota-se que tanto para os turistas (60%) quanto para os residentes (55%) a segurança fornecida pelo forte é boa em geral, porém, no Gráfico 16 é possível ver que existe uma parte dos residentes (10%) que não concorda com a boa segurança do mesmo, considerando-a ruim.

Todos os quesitos respondidos pelos entrevistados foram significativos para a avaliação do Forte de Santo Antônio da Barra. E, pelas respostas, estabeleceu-se uma expectativa de reafirmar sua potencialidade turística para a cidade, a partir da análise das respostas tanto dos turistas quanto dos residentes. A pesquisa pode detectar também para as pesquisadoras que independente do visitante ter entrado ou não no forte para visitação, nenhum deles viria a Salvador e deixaria de vir ao forte.

4.4 POTENCIAL TURÍSTICO DO FORTE PARA A CIDADE DE SALVADOR

Diante do exposto, observa-se que os atrativos turísticos que a cidade de Salvador possui correspondem a alguns dos principais componentes para atrair o turista. Portanto, embora existam algumas insatisfações dos visitantes quanto à infraestrutura e aos serviços oferecidos; o Forte de Santo Antônio da Barra, conforme foi possível perceber por meio da pesquisa de campo, é reconhecido e de certa forma valorizado como patrimônio histórico e cultural por quem frequenta o local.

Para ser um potencializador do turismo para uma cidade, um atrativo tem que representar um elemento de utilização turística efetiva, com potencial de atração já aproveitado, total ou parcialmente, e deve contar com a presença de estruturas receptivas, tais como: acesso, serviços de alimentação ou outros (TEXEIRA, 2008). A Secretaria Municipal de Turismo de Salvador sabendo do potencial turístico que o Forte de Santo Antônio da Barra possui, utiliza-se de divulgação através de folhetarias, de vídeos promocionais da cidade e do bairro da Barra para promoção turística da cidade.

Salvador possui inúmeros atrativos de utilização efetiva, o que pode-se perceber na estratégia utilizada pela SALTUR para divulgação do turismo na cidade com o roteiro dos Sete Pontos Mágicos de Salvador. Sua potencialidade é reforçada pelas suas praias, sua história e seu patrimônio; seja ele cultural, natural, material e imaterial. E em todas essas categorias o Forte de Santo Antônio da Barra está inserido, até mesmo no que diz respeito às belas praias, pois o mesmo está diante de uma das praias mais famosas e frequentadas da cidade tanto por residentes quanto por turistas: a praia do Porto da Barra.

De acordo com Galeão (2013) é notório o amplo potencial turístico do forte para a cidade e, independente de ter um museu ou não dentro dele, o forte possui um potencial enorme para o turismo da cidade por sua estrutura física. Isso merece ainda

mais destaque porque, atualmente, são poucos os fortes abertos à visitação em Salvador. Para Leite (2013), o mesmo considera o forte como o mais importante ponto turístico da cidade, e complementa afirmando que não existe algo que tenha tanta visibilidade.

Visto como referência para a divulgação do turismo da cidade e como local ideal para encontros e para a prática de atividades culturais, de lazer e esporte, devido à sua belíssima paisagem, o Forte de Santo Antônio da Barra constitui-se como um dos mais importantes patrimônios históricos e culturais da cidade de Salvador.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa apresentada reafirma-se que o turismo é de ampla importância para a economia de uma localidade visto que, desde seu surgimento, passando pelo seu desenvolvimento até os dias atuais, ele traz benefícios às economias das localidades em que está inserido. E, por meio de um planejamento adequado, seus impactos positivos podem ser potencializados enquanto os negativos serão minimizados.

É notória a relação entre o turismo e a cultura. A cultura envolve a música, a dança, as manifestações culturais, a gastronomia e também os patrimônios imateriais e materiais; e, com suas particularidades, potencializa a experiência turística, se tornando importante objeto de motivação para os turistas. A partir desta relação é estabelecido o chamado turismo cultural que, apesar de ser observado em todas as segmentações do turismo, se refere principalmente ao turismo que se revela sensível à história e ao patrimônio.

Salvador é um destino de destaque para o turismo cultural, tanto pela sua história quanto por seu patrimônio material e imaterial, como no caso de suas festas. No que se refere ao turismo cultural em Salvador, destacamos o patrimônio material da cidade, bens imóveis que retratam sua história e trajetória desde os tempos de sua fundação, como é o caso das fortificações militares que estão presentes na cidade até os dias atuais e que são reconhecidas pelo turismo como importantes atrativos.

A cidade da Bahia nasceu como uma cidade-fortaleza e possui algumas de suas fortificações em considerável estado de conservação, como podemos perceber com o Forte de Santo Antônio da Barra, que foi a primeira fortificação militar do Brasil e hoje encontra-se como um dos atrativos turísticos mais visitados da capital baiana.

Diante disto, o primeiro objetivo específico desta monografia consistiu em caracterizar o Forte de Santo Antônio da Barra como patrimônio histórico e cultural e sua importância para o turismo de Salvador e, com o auxílio da pesquisa bibliográfica e de campo, esse objetivo foi alcançado. O forte é um monumento de destacada importância para o turismo da cidade e contextualizá-lo permitiu entender como sua história e estrutura alimentam o turismo local. O segundo objetivo específico teve a finalidade de identificar os serviços de apoio ao turismo oferecidos pelo Forte de Santo Antônio da Barra. A partir da realização da pesquisa chegou-se à conclusão de que não há nenhum tipo de apoio no que se refere aos serviços diretamente ligados às

informações turísticas. Contudo, existe um projeto de ampliação dos postos de informações da SALTUR, visando a implantação de um posto de informações para turistas no bairro, mas não especificadamente no Forte de Santo Antônio da Barra.

O terceiro objetivo específico visava definir o perfil qualitativo dos equipamentos e serviços turísticos do Forte de Santo Antônio da Barra. Em relação aos equipamentos foi pesquisado sobre a infraestrutura e, em sua maioria, as opiniões sobre os equipamentos que potencializam o forte – ou seja, o farol e o museu náutico – foram ótimas e boas, respectivamente. Para as autoras, o farol é um ótimo potencializador do turismo no forte, já o museu poderia atender melhor às expectativas dos visitantes. Para os serviços foram avaliados: o atendimento, a acessibilidade, a limpeza, o preço e a segurança. Foi boa a avaliação do atendimento na opinião das autoras, porém observou-se que os turistas se sentiram mais satisfeitos do que os moradores. A acessibilidade foi um quesito de elevada similaridade, tanto para turistas quanto para moradores, pois o forte não possui nenhum tipo de instrumento que facilite a visitação de pessoas com dificuldades de locomoção, o que prejudica a avaliação do patrimônio. A limpeza foi um item de destaque na satisfação. O preço, na opinião das pesquisadoras, é regular, pois é necessária a cobrança de uma taxa para a manutenção do forte. Por último, foi analisada a segurança ficando claro que, por ser um patrimônio de administração militar, sua segurança corresponde às expectativas para o patrimônio.

Outro objetivo analisado foi a opinião de turistas e residentes sobre a relevância do Forte de São Antônio da Barra do ponto de vista histórico, cultural e turístico. Nesse ponto, ficou claro que a beleza cênica e o patrimônio histórico-cultural que o Forte de Santo Antônio da Barra representa faz dele um reduto do turismo cultural na cidade do Salvador.

Como último objetivo foi verificado o potencial turístico do Forte de Santo Antônio da Barra para a cidade do Salvador. Diante do exposto ao longo desta monografia, e apesar das dificuldades encontradas para a realização da pesquisa – como por exemplo: o impasse para obter informações dos gestores do forte; a divergência de datas nas fontes estudadas; e a existência de poucas publicações referentes ao objeto de estudo –, percebe-se que o Forte de Santo Antônio da Barra é um grande potencializador para o turismo da cidade do Salvador, seja pela sua arquitetura, história, ou pelo seu *plus*, que são o museu e o farol.

Porém, defende-se que não adianta somente afirmar que existe tal potencialidade destacada por todos os entrevistados, é importante também compreender como um

patrimônio pode se tornar um produto turístico de qualidade que atenda às expectativas dos turistas e, principalmente, da comunidade local que, muitas vezes, não desfruta dos equipamentos turísticos de sua cidade devido à falta de projetos e atividades que a inclua no processo de divulgação e manutenção do atrativo.

Assim, é proposto pelas autoras que torna-se necessária a implantação de projetos que proporcionem tanto ao visitante quanto à comunidade a valorização e o aproveitamento do patrimônio. E que esses projetos devem conter em suas ações e metas, diretrizes que busquem convidar a população local a desfrutar dos equipamentos turísticos que a cidade oferece, pois esses fazem parte da sua formação histórica e cultural.

Por fim, ficou claro, tanto pela análise dos questionários aplicados com turistas e/ou visitantes e com os residentes, e também por meio das entrevistas com os representantes da SALTUR e a ABRAF, que o Forte de Santo Antônio da Barra é de fato um potencializador para o turismo da cidade do Salvador. Porém, deve ser mais aproveitado pela comunidade, pois ficou aparente a sua importância quanto a ser um importante patrimônio da cidade, mas a utilização de sua estrutura para aproveitamento dos cidadãos da cidade praticamente não é observada.

Ser referência de qualidade no serviço prestado é de suma importância para desenvolvimento do produto, com isso, sugere-se que o forte deveria utilizar melhor sua estrutura de importância singular para história de Salvador na captação de recursos para desenvolver melhor seu museu, possibilitando ao mesmo uma amostra rotativa de acontecimentos históricos da cidade, a qual possibilitaria ao visitante aprender sobre a formação da localidade e à comunidade relembrar sua importância na construção da cidade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente. **Gestão de lazer e turismo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001a.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2001b.

AVILA, Marco Aurélio. **Política e planejamento em cultura e turismo**. Ilhéus, BA: Edítus, 2009.

BAHIA. Secretaria de Cultura do Estado. **Obras de consolidação do Forte do Barbalho terminam em julho**. Salvador, 2013. Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br/2013/06/19/obras-de-consolidacao-do-forte-do-barbalho-terminam-em-julho/>>. Acesso em: 18 out. 2013.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. 3^a ed. São Paulo: Papirus, 2002.

BASTOS, Sênia Regina. Patrimônio cultural e hospitalidade: subsídio ao planejamento turístico. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti. (Org.). **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Thomson, 2004.

BOMFIM, Juarez Duarte. **O Centro Histórico da cidade de Salvador: sua integração sociourbana**. Feira de Santana: UEFS Editora, 2010.

BONALD NETO, Olímpio. **Cultura, turismo e tempo: fruição do intangível**. Rio de Janeiro: FUNDARPE, 1983.

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico Artístico e Nacional (IPHAN). **Patrimônio material**. [s.d.]. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=12297&retorno=paginaIphan>>. Acesso em: 17 jun. 2013.

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico Artístico e Nacional (IPHAN). **Patrimônio cultural**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=20&sigla=PatrimonioCultural&retorno=paginaIphan>>. Acesso em: 17 jun. 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo; Unicamp. **Estudos de competitividade do turismo brasileiro: o turismo cultural no Brasil**. Brasil: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/SERVIXOS_DE_TURISMO_NO_BRASIL_AGxNCIAS_E_OPERADORAS.pdf>. Acesso em: 16 set. 2013.

CAMPOS, Luiz Cláudia de A. Menescal; GONÇALVES, Maria Helena Barreto. **Introdução a turismo e hotelaria**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 1998.

CORREIO DA BAHIA. **Forte de São Marcelo vai ser reaberto no Verão**. Salvador, 12 de Maio de 2013. Notícias. Disponível em: <<http://www.correio24horas.com.br/noticias/detalhes/detalhes-1/artigo/forte-de-sao-marcelo-vai-ser-reaberto-no-verao/>>. Acesso em: 03 out. 2013.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

FORTALEZAS.ORG. **Forte de Santo Antônio da Barra**. 2002. Disponível em: <http://fortalezas.org/index.php?ct=fortaleza&id_fortaleza=77>. Acesso em: 10 out. 2013.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.

GALEÃO, Leonardo. **Entrevista concedida às pesquisadoras**. Salvador, 23 de outubro de 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUERREIRO, Goli. **Cidade imaginada: Salvador sob o olhar do turismo**. Revista Gestão e Planejamento, Salvador, Ano 6, Nº 11, jan./jun. 2005.

GUIA GEOGRÁFICO DA CIDADE DO SALVADOR. **Povoação do Pereira em 1536**. Disponível em: <<http://www.cidade-salvador.com/seculo16/vila-pereira.htm>>. Acesso em: 30 out. 2013.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

LEITE, Anésio Ferreira. **Entrevista concedida às pesquisadoras**. Salvador, 02 de novembro de 2013.

LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LOHMANN, Guilherme. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisas, análise e interpretação de dados**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

MUSEU NÁUTICO DA BAHIA. **Histórico**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.museunauticodabahia.org.br/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**. São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, Mario Mendonça de. **As Fortalezas e Defesas de Salvador**. Brasília: IPHAN/Programa Monumenta, 2008.

PELIZZER, Hilário Ângelo. Planejamento e gestão da hospitalidade no turismo receptivo. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti. (Org.). **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Thomson, 2004.

PIRES JR., Cristovão Dias de Avila. **Fortificações históricas no Brasil: documentação, difusão e turismo cultural**. Rio de Janeiro: [199-?]. Disponível em <<http://www.casadorre.org.br/CVI16.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2013

PIRES, Mário Jorge. **Lazer e turismo cultural**. São Paulo: Manole, 2001.

PINHEIRO, Eloísa Petti. **Europa, França e Bahia: difusão e adaptação de modelos urbanos (Paris, Rio e Salvador)**. 2ª ed. Salvador: EDUFBA, 2011.

PRATA, Maria Catharina Reis Queiroz. **Fortificações: símbolos políticos de domínio territorial: o papel desempenhado pela engenharia militar na América portuguesa**. Rio de Janeiro, 2011.

RIBEIRO, Ana Virgínia de Oliveira Vilalva. **Prefeito apresenta a moradores projeto de revitalização da Barra**. 21 de agosto de 2013. Disponível em: <http://www.comunicacao.salvador.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=42161%3Aprefeito-apresenta-a-moradores-projeto-de-revitalizacao-da-> Acesso em: 10 out. 2013.

SILVA, Cecília Luz da. **A cidade de Salvador nos seus 450 anos**. Salvador: EdUNEB, 2005.

TEIXEIRA, Paulo Roberto Rodrigues. **Fortes: Santo Antônio da Barra, Santa Maria, São Diogo**. Revista Da Cultura. Salvador, ano V, n. 8, Jun. 2005, edição 8. Disponível em: <http://www.funceb.org.br/images/revista/17_5n3q.pdf> Acesso em: 20 set. 2013.

TEIXEIRA, Paulo Roberto Rodrigues. **Forte São Marcelo**. Revista Da Cultura. Salvador, ano VII, n. 13, dez. 2007, edição 13. Disponível em: <http://www.funceb.org.br/images/revista/6_9h7l.pdf>. Acesso em: 03 out. 2013.

TEXEIRA, Aline. **Estudo do potencial turístico visando a elaboração de sugestões de roteiros regionais integrados na raia Mato Grosso do Sul, Paraná e São Paulo apoiados em técnicas de geoprocessamentos**. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Campus de Rosana-SP, 2008. Disponível em: <<http://biblioteca.rosana.unesp.br/upload/AlineTeixeira.pdf>> Acesso em: 31 out. 2013.

UCHOA, Alex. **Fotografia Brasileira: Forte de Santo Antônio da Barra**. Brasil. Disponível em: <<http://alexuchoa.photoshelter.com/image/I0000EgfYY7z1oIo>>. Acesso em: 04 nov. 2013.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **O Patrimônio: legado do passado ao futuro**. [s.d.]. Disponível em:

<<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/heritage-legacy-from-past-to-the-future/>>. Acesso em: 13 set. 2013

VASCONCELOS, Cláudia Pereira. Ser-tão baiano: a baianidade e a sertanidade no jogo identitário da cultura baiana. In: **IV Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura** (ENECULT). Salvador: Faculdade de Comunicação/UFBA, 2008.

ANEXO A – Autorização da entrevista com o Diretor de Marketing da Empresa Salvador Turismo (SALTUR).

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O(A) senhor(a) está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso cujo título é a análise do Potencial Turístico do Forte de Santo Antônio da Barra como Patrimônio Histórico e Cultural para a Cidade de Salvador e que está realizado por estudantes do curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

O objetivo geral da pesquisa é analisar o potencial do Forte de Santo Antônio da Barra como patrimônio histórico-cultural para o turismo de Salvador. Trata-se de um projeto de pesquisa acadêmico, com caráter descritivo, analítico e exploratório, o qual está organizado em alguns pressupostos que orientam a sua metodologia e está sendo acompanhado pela Professora Natalia Coimbra de Sá.

Salienta-se que, se assim desejar, basta indicar no campo correspondente abaixo e sua identidade será sigilosamente preservada, sendo os dados fornecidos identificados por um codinome para fins de divulgação e publicação técnica e/ou científica da pesquisa. Portanto, solicitamos a sua autorização para o uso dos dados fornecidos.

Desde já agradecemos a atenção dispensada e o interesse em participar dessa pesquisa, e colocamo-nos à disposição para quaisquer esclarecimentos por meio do e-mail: cssilva_12@hotmail.com/ b-guedes1@hotmail.com e dos telefones: 71 8879-1257(Carla) / 87811749(Bruna).

DECLARAÇÃO

Declaro que fui informado(a) pelo(a)s pesquisador(a)s Bruna dos Santos Guedes e Carla Souza da Silva sobre os procedimentos e objetivos da pesquisa.

Fui também informado(a) que posso retirar a minha participação a qualquer momento. Portanto, concordo em participar voluntariamente da pesquisa e assino o presente termo em duas vias.

Nome por extenso do(a) respondente: Leonardo Galeão .
Instituição que representa: SALTUR (Empresa Salvador Turismo)

- (x) Autorizo a divulgação do meu nome e instituição, assim como dos dados fornecidos na entrevista.
() Desejo manter meu nome e instituição em sigilo, autorizando apenas a divulgação dos dados fornecidos na entrevista.

Local (cidade/bairro): Sede da Saltur – Av. Vasco da Gama.

Data: 23 de Outubro de 2013.

Assinatura: Leonardo Galeão

ANEXO B – Autorização da entrevista com o Diretor Presidente da Associação Brasileira dos Amigos das Fortificações Militares e Sítios Históricos (ABRAF).

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O(A) senhor(a) está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso cujo título é a análise do Potencial Turístico do Forte de Santo Antônio da Barra como Patrimônio Histórico e Cultural para a Cidade de Salvador e que está realizado por estudantes do curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

O objetivo geral da pesquisa é analisar o potencial do Forte de Santo Antônio da Barra como patrimônio histórico-cultural para o turismo de Salvador. Trata-se de um projeto de pesquisa acadêmico, com caráter descritivo, analítico e exploratório, o qual está organizado em alguns pressupostos que orientam a sua metodologia e está sendo acompanhado pela Professora Natalia Coimbra de Sá.

Salienta-se que, se assim desejar, basta indicar no campo correspondente abaixo e sua identidade será sigilosamente preservada, sendo os dados fornecidos identificados por um codinome para fins de divulgação e publicação técnica e/ou científica da pesquisa. Portanto, solicitamos a sua autorização para o uso dos dados fornecidos.

Desde já agradecemos a atenção dispensada e o interesse em participar dessa pesquisa, e colocamo-nos à disposição para quaisquer esclarecimentos por meio do e-mail: cssilva_12@hotmail.com/ b-guedes1@hotmail.com e dos telefones: 71 8879-1257(Carla) / 87811749(Bruna).

DECLARAÇÃO

Declaro que fui informado(a) pelo(a)s pesquisador(a)s Bruna dos Santos Guedes e Carla Souza da Silva sobre os procedimentos e objetivos da pesquisa.

Fui também informado(a) que posso retirar a minha participação a qualquer momento. Portanto, concordo em participar voluntariamente da pesquisa e assino o presente termo em duas vias.

Nome por extenso do(a) respondente: Anésio Ferreira Leite.

Instituição que representa: ABRAF

Autorizo a divulgação do meu nome e instituição, assim como dos dados fornecidos na entrevista.

Desejo manter meu nome e instituição em sigilo, autorizando apenas a divulgação dos dados fornecidos na entrevista.

Local (cidade/bairro): Livraria Cultura do Shopping Salvador

Data: 02 de novembro de 2013.

Assinatura: Anésio Ferreira Leite

APÊNDICE A – Entrevista com o Diretor de Marketing da Empresa Salvador Turismo (SALTUR).

Entrevistado: Leonardo Galeão

Cargo: Diretor de Marketing

Local/Data da entrevista: SALTUR/23 de Outubro de 2013

1. Há alguma parceria da SALTUR com a administração do Forte de Santo Antônio da Barra?

Sr. Leonardo: Bom, atualmente, hoje, dia vinte e três de outubro não, mas existe um projeto que iremos fazer uma interação entre os fortes e a cidade como um todo. É um projeto que ainda está em andamento e a gente não pode dizer nem que sim, nem que não, porque ainda não foi batido o martelo final. Mas hoje em dia não existe nenhuma parceria administrativa da prefeitura ou da SALTUR com o forte, visto que é uma Associação da própria Marinha, então a gente não tem nenhuma interferência na administração do forte.

2. Quais meios de comunicação a SALTUR utiliza para a divulgação do forte como atrativo turístico da cidade de Salvador?

Sr. Leonardo: Sim. Vocês já pegaram aquele mapa nosso que tem o material dos Sete Pontos Mágicos? Dentro da parte da Barra que é um dos Pontos Mágicos, tem o Forte de Santo Antônio da Barra, que é citado como um dos atrativos a serem visitados pelos visitantes. Se você for no site da SALTUR que é saltur.ba.gov.br também tem a mesma indicação do mapa. Assim, hoje, a gente divulga o próprio forte através do próprio material impresso que é nosso mapa, que está sendo refeito, inclusive, até ano que vem. Acredito que em janeiro. Até o carnaval a gente terá uma folheteria nova, a gente vai retirar aquela de linha e sugerir outras folheterias, inclusive, e também através do nosso site que também está sendo refeito. Até o carnaval ele deve estar com um outra configuração. E, por exemplo, sempre que alguém solicita fotos de divulgação de Salvador a gente manda fotos, inclusive do Farol da Barra, porque o Farol da Barra é um ícone para a cidade do Salvador. Você não pode desassociar o farol da Barra do turismo da cidade do Salvador, até porque ele fica na entrada da Baía de Todos os Santos.

Primeiro, a Barra é um bairro extremamente turístico. Segundo, ele é um dos principais pontos turísticos da Barra e que tem uma visitação muito forte durante o ano inteiro, não só no verão, mas ele tem uma grande visitação, então, assim ele é divulgado através de folheteria, através de sites, através de fotos, nos nossos vídeos que também incluem o farol da Barra. A gente tem um vídeo geral de Salvador que tem imagens do farol, quer dizer, do forte. Temos um vídeos da Barra que incluem a imagem do farol e um vídeo do carnaval que automaticamente incluem o farol que está no circuito do carnaval e, geralmente, quando a gente faz capacitação de agentes e operadores de turismo, tanto no Brasil quanto no exterior, em alguns países da América do Sul, não especificadamente do forte, mas sim da Barra como um todo. Divulgamos o conjunto arquitetônico do local, mas não temos um folder específico do Farol da Barra.

3. Para o senhor o forte tem potencial turístico? Qual o maior potencial turístico do Forte de Santo Antônio da Barra?

Sr. Leonardo: Sim. Isso aí não tenha dúvida. O forte, atualmente, você pode fazer a visita tanto do forte em si, que é uma estrutura que por si só já atrai uma grande quantidade de visitas e tem o Museu Náutico, um café, e você pode subir no farol para ver a vista panorâmica da cidade como um todo.

Bruna: O nosso trabalho fala justamente disso. Queremos saber do forte sem o museu. Sem o farol não há possibilidade, mas sem o museu o senhor pensa que ele tem essa potencialidade?

Sr. Leonardo: Sim, claro. É um ponto estratégico da cidade, até pela localização dele. Em uma ponta você tem a Baía de Todos os Santos, por exemplo, na Barra você tem vários navios afundados, ou seja, a Barra em si você tem vários segmentos você pode pensar. Tem igrejas, por exemplo, a Igreja de Santo Antônio da Barra, você tem aquela Igreja ali do Jardim Brasil, outras igrejas como a de Santa Terezinha que fica ali perto do Shopping Barra. Você tem fortes como o Forte de São Diogo, o de Santa Maria que não é aberto à visita, mas tem um grande apelo fotográfico, querendo ou não, pela localização dele, o Forte de Santo Antônio da Barra, porque essa estratégia dele de local que é bem na ponta, ou seja, na entrada da Baía de Todos os Santos. Querendo ou não, todos os barcos que fazem aquele roteiro noturno pela Baía de Todos os Santos, o que é que eles fazem? Ou eles saem da Marina ou eles saem da Cidade Baixa, vão até a ponta do Farol da Barra, ou seja, ele pega aquele contorno, pega o Forte São Diogo e depois pega o Forte de Santa Maria e vai até o Forte de Santo Antônio da Barra. Então, assim, independente de você ter um museu ou não dentro, o forte é de um potencial enorme pela estrutura dele. Se você parar para analisar hoje, você tem poucos fortes em Salvador, o Forte São Marcelo, a gente está com o processo de revitalizá-lo, então, assim, há um processo para ele ser restaurado e aberto à visita novamente como ele foi no ano de 2005 ou 2006, mais ou menos, e a gente está fazendo um processo de integração de todos os fortes, ou seja, a gente vai tentar unir o Santo Antônio da Barra, o Santa Maria, o São Diogo, o de Mont Serrat e o Forte de São Marcelo. Então, assim, esse cinco estão aí para ver como é que faz esse projeto ano que vem.

4. Em sua opinião, o Museu Náutico é um potencializador turístico para o Forte de Santo Antônio da Barra? E o farol?

Sr. Leonardo: Com certeza. É como a gente falou é um *plus*, na verdade você vai para o forte e lá você tem o Museu Náutico você tem o farol, que é um adicional que você potencializa. É como se, por ventura, vamos por assim dizer, você vem ao carnaval de Salvador e fosse no largo da Dinha comer um acarajé, ou ir à Igreja do Bonfim e pegar a primeira sexta-feira do ano, então, assim, você tem um ponto principal e outros adicionais que vão potencializar aquele, que em conjunto trabalha muito melhor do que somente uma coisa separada. Então, é assim, possa ser que se fosse apenas um forte não tivesse tanto apelo como se fosse um forte e um museu; não tivesse tanto apelo se fosse um forte, um museu e um farol, então, assim, você reúne tudo isso em um local. E fora a vista, né?! Ali no final da tarde, não no forte em si, mas ali na área externa, as pessoas sentam, batem palma ao ver o pôr-do-sol, então assim, você tem uma série de fatores. É, você tem uma baiana, uma água de coco, você tem alguém jogando capoeira, você tem a própria praia do Porto da Barra ali do lado que já foi considerada diversas vezes como

uma das praias mais lindas do mundo, e já saiu em diversos jornais, diversas revistas. Então, assim, você está agregando valor ao seu produto não é só um local que as pessoas acham bonitinho “Vamos tirar uma foto aqui” e pronto! Não, fora que o museu, como é um Museu Náutico, você tem toda uma história, toda uma estrutura por trás dele. Com certeza é um grande potencializador, disso não tenha dúvida. E o farol também, que foi reaberto há pouco tempo. Tinha sido aberto antes, passou um tempo fechado, e agora reabriu. Então assim, você está agregando valor. Imagina você chegar em Salvador, por exemplo, e ir no Forte de São Marcelo. O Forte de São Marcelo é um dos únicos fortes que estão no mar. É o segundo, se não foi o primeiro a ser construído, é o segundo. Então assim, já é um diferencial, forte por forte é só um forte, mas é um forte no mar, já é um diferencial. Então, muitas vezes você fala Forte de Santo Antônio da Barra, ninguém sabe onde é, mas se você falar Farol da Barra, todo mundo sabe, ou seja, é um forte que você tem um parâmetro e a vista de lá de cima é muito linda, aí potencializa com certeza.

5. A SALTUR disponibiliza alguma política de apoio para atividades culturais no Forte de Santo Antônio da Barra?

Sr. Leonardo: Não porque não depende da gente. A gente está com o projeto de fazer essa integração dos fortes, mas hoje a gente não tem nenhuma política porque não é um bem público. Não é nosso.

Bruna: Mas a SALTUR não realiza nenhum evento no forte?

Sr. Leonardo: No forte não. A não ser que, por exemplo, a gente fez a divulgação do calendário de eventos, a gente fez aonde? No forte. Mas é porque foi um espaço para eventos. Poderia ter sido na Cabana da Barra, um espaço para eventos, poderia ter sido no hotel Porto Belo, então a gente fez em um local de eventos, que foi o farol. A gente não tem nenhuma política de que a gente faça nada no farol, não temos nada documentado de parceria.

6. O senhor poderia comentar como está atualmente a infraestrutura do forte no que se refere a questões como: segurança, limpeza, manutenção, acessibilidade, etc.?

Sr. Leonardo: Bom, aí eu já não posso, essa questão... Est muito bem mantido, se é isso que você quer saber, porque a Marinha e o Exército, eles mantêm todos os equipamentos, eles mantêm tudo muito bem conservado. O São Diogo e o Santa Maria estão muito bem conservados. O São Marcelo que não está. Há dois anos que não acontece nada, aí ele está muito matagal. As edificações precisam passar por uma reforma. O que no momento não está sendo usado e não está sendo explorado e fora que a responsabilidade não é nossa e do IPHAN, no caso do São Marcelo e o Farol da Barra é da própria associação. Só no entorno que ali é nossa, mas a SALTUR, a prefeitura, não têm nenhum poder de ação.

7. Existe posto de informações turísticas da SALTUR no forte?

Sr. Leonardo: Não. Existe um projeto de outros postos de informações na cidade e um será no bairro. Onde? Não sei ainda. Pode ser que seja próximo ao forte ou shopping, pode ser no porto, a gente ainda não sabe a localização, está sendo estudado ainda. Assim, hoje, a gente tem um posto no Elevador, um no Mercado Modelo e tem o da

CODEBA [Companhia das Docas do Estado da Bahia] que funciona de acordo com a chegada dos navios. Mas assim, existe esse projeto de se estender mais sete, oito ou nove postos pela cidade. Mas esse projeto está sendo ainda estudado, mas enfim, no forte hoje, ainda não.

8. Qual a quantidade de visitantes que o forte recebe no período de alta e baixa estação do turismo em Salvador? E quais as principais origens desses visitantes?

Sr. Leonardo: A gente não pode responder, mas eu acho que recebe 100 mil por ano em média.

Bruna: Mas e os registros que a SALTUR tem nos postos de informações, você não tem condições de responder?

Sr. Leonardo: Não porque a gente registra quem chega até a gente, mas a gente não pergunta onde é que foi.

Bruna: Porque no posto vai marcado o que a pessoa procura...

Sr. Leonardo: Marca o que a pessoa procura. Mas se a pessoa foi, só com o próprio Farol da Barra, se houver esse controle. Geralmente tem o livro de registro, mas eu não sei como é a forma de controle deles lá. Então, realmente, eu não tenho como te informar. O que e posso te dizer é assim, no posto da gente quantas pessoas procuraram o Farol da Barra? Dez mil pessoas, mas não quer dizer que essas dez mil pessoas tenham ido até lá.

9. Qual sua opinião sobre as reformas que ocorrerão no bairro da Barra? Como isso afetará a visualização do forte como patrimônio histórico-cultural da cidade de Salvador?

Sr. Leonardo: Não vai afetar de forma negativa, isso vai afetar de forma positiva. Porque o forte não fica na parte física da cidade, ele fica na área reservada. Assim, o que vai ser reformado vão ser as ruas, o entorno obviamente do forte, quer dizer em frente, mas muito pelo contrário. Ao invés de piorar vai melhorar. Vai potencializar ainda mais, até porque a questão do paisagismo, a questão da pista para andar, você vai ter uma estrutura muito mais viável do que você tem hoje. Hoje em dia, você não pode parar um ônibus em frente ao farol porque você não tem onde parar.

Bruna: a gente fez uma pesquisa na rua com os passantes, turistas e residentes, e muitos deles falaram que isso poderia prejudicar durante a reforma o forte...

Sr. Leonardo: Mas isso é obvio. Qualquer obra que você faça, até em sua casa traz transtornos. Não tem jeito, durante a reforma vai ser prejudicado, suja tudo, engarrafa tudo. Mas depois que tiver feito, vai lá perguntar como está depois que estiver pronto. Assim, durante a reforma vão esculhambar, mas depois... “Todo bônus tem seu ônus...” O ônus é durante a reforma. E fora a valorização dos imóveis. A gente tem que pensar nisso.

Então, assim, aquele gramado vai permanecer o mesmo não vai ser cimentado, então assim, o forte vai continuar da forma que ele está. O que vai ser diferente é o entorno do

forte, mas o forte não. Então, assim, durante a reforma não tem como ser prejudicial para qualquer coisa. Para um hotel, para um restaurante, um residente, até para um turista parar porque, assim, enquanto tiver reforma ali na frente não tem com parar ônibus, entendeu?

10. Existem projetos para a melhoria na divulgação do forte como atrativo turístico da cidade de Salvador? Quais?

Sr. Leonardo: Assim, o que é que acontece... Salvador em si, ela já tem uma boa divulgação. Se você parar para analisar qualquer pessoa de fora: “[Quais] pontos que você pensa em Salvador?”. Vai dizer: Elevador Lacerda, Mercado Modelo, Igreja do Bonfim e Farol da Barra. Por incrível que pareça, o Farol da Barra está entre os principais pontos lembrados por qualquer pessoa que venha a Salvador. Por exemplo, durante uma semana, um dia inteiro, veja a quantidade de pessoas que param na frente do Farol da Barra. Vá até lá e veja a quantidade... [Risos].

Assim, tirando a Igreja do Bonfim, Mercado, Elevador e Farol; compare o farol com outro ponto turístico de Salvador e veja a movimentação de pessoas. O que eu vejo de vans ou de ônibus, ou com amigos, assim, é uma movimentação de pessoas muito grande. Porque, assim, o farol por si só já é conhecido em Salvador. Se você colocar o farol em qualquer lugar as pessoas vão dizer “Pô, Salvador, Salvador...”. Então, assim, o farol já tem uma grande aceitação lá fora, aí você coloca um foto do Largo de Santana as pessoas vão dizer “Poxa, o que é isso? Aonde é isso?”. E olha que Dinha para a gente é muito grande e todos nós baianos conhecemos. Uma foto antiga da Igreja de Santana com aquele largo, ninguém sabe onde é. Mais coloque uma foto do Farol da Barra. Todo mundo identifica, ou seja, o próprio farol já tem um apelo muito grande turístico, assim, todo mundo conhece só o farol.

Eu não sei se deve existir algo específico para melhorar a visibilidade do farol, acho que o que tem que ser feito é algo para melhorar a visibilidade da cidade e não do farol em si, até porque o farol vai estar inserido nessa melhoria. Até porque, assim, “quem não é visto não é lembrado...”. Se teve uma divulgação há cinco ou dez anos atrás e não tiver hoje, obviamente daqui a sete ou oito anos você vai ter uma queda de visibilidade. Então assim, não há necessidade de melhorar a divulgação do Forte de Santo Antônio da Barra, o que eu acho que precisa ser sempre melhorado e precisa ser, é a divulgação da cidade de Salvador. E aí, atrelado a isso, vai estar a imagem do forte, do farol enfim, o próprio Museu Náutico também já está inserido nisso. O forte em si não acho viável, não acho interessante. A não ser, por exemplo, que você faça uma ação que esteja falando de fortificações em Salvador, que aí você vai estar promovendo todos os fortes de uma forma conjunta integrada. Fazer apenas do forte em si não vejo por que.

Agradecimentos.

APÊNDICE B – Entrevista com o Diretor Presidente da Associação Brasileira dos Amigos das Fortificações Militares e Sítios Históricos (ABRAF).

Entrevistado: Anésio Ferreira Leite

Cargo: Diretor Presidente da ABRAF

Local/Data da entrevista: Livraria Cultura/02 de Novembro de 2013

1. O que é a ABRAF e qual sua função?

Sr. Anésio: A ABRAF é um sonho. Não sei se é ainda, mas era um grande sonho. No ano de 1998 eu fui designado para acompanhar 35 portugueses da APAC (Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos) e achei interessante porque eles reuniam pessoas que viajavam pelo mundo todo, nessa época eu já estava trabalhando com as fortificações aqui na Bahia. Naquele mesmo ano nós criamos a ABRAF e tudo que fazia parte da memória da defesa nacional interessava à ABRAF. A partir de então nós, inicialmente designados pelo Exército, cuidávamos dos fortes de Mont Serrat, Santo Alberto, Barbalho, São Pedro e São Diogo. A partir daí começamos a incentivar eventos, atividades, projetos ao longo desses anos todos. Mas no ano de 1999, eu fui designado para acompanhar uma delegação que vinha de Brasília e queria conhecer os fortes de Salvador e queria visitar especificamente o Forte de São Marcelo. Mas o mesmo se encontrava em estado de inteira destruição. Pedi autorização ao IPHAN para tomar conta do forte. No ano seguinte foi assinado um contrato com o IPHAN para cuidar do Forte de São Marcelo por dez anos.

2. Há algum tipo de parceria entre a ABRAF e a administração do Forte de Santo Antônio da Barra?

Sr. Anésio: A ABRAF durante todos esses anos teve muitas parcerias, e o forte é atualmente administrado pela Marinha.

3. Para o senhor o forte tem potencial turístico? Qual o maior potencial turístico do Forte de Santo Antônio da Barra?

Sr. Anésio: Ele tem uma inserção paisagística fantástica, talvez a mais importante de Salvador. Ali era quem primeiro via os navios que chegavam a Salvador. Importantíssimo. Hoje eu considero o mais importante ponto turístico da cidade pela sua visibilidade, não existe nada que tenha tal visibilidade. O potencial turístico do forte é incomensurável.

4. O senhor poderia comentar como está atualmente a infraestrutura do forte no que se refere a questões como: segurança, limpeza, manutenção, acessibilidade, etc.?

Sr. Anésio: A acessibilidade não é boa. Tem vários obstáculos para estar. Não tem um elevador para se conhecer o superior, pois a acessibilidade é complicada.

Bruna: Nós ouvimos dizer que não se faz reformas porque é um monumento tombado, o que o senhor pensa sobre isso?

Sr. Anésio: Não, você viaja o mundo todo e onde você vai tem monumentos históricos e se cria condições para tal. E ali é um patrimônio histórico e foram feitas mudanças na entrada, na parte de cima para aumentar a área de exposição. Por que não se fez logo um elevador?

5. Em sua opinião, o Museu Náutico é um potencializador turístico para o Forte de Santo Antônio da Barra? E o Farol?

Sr. Anésio: A visitação ali sempre existirá porque ele está em um local que não podia ser diferente, porque a Ponta do Padrão é única. A história, o passado, tudo isso. Agora é preciso ter ideias, não pode ser uma coisa estática. O museu estático é coisa do passado, hoje temos que fazer dos museus uma coisa dinâmica. O museu vivo encanta.

Tem um fato histórico que aconteceu bem ali na frente do forte, o naufrágio do Galeão Santíssimo Sacramento. No entanto, se você visita o forte, nem isso é realçado. Você tem dois canhões que passaram 308 anos debaixo do mar e estão intactos, fantásticos. E isso deveria ser realçado, mostrado para as pessoas. A maioria do material que foi encontrado com o Galeão não está ali exposta, nem ficou na Bahia, porque não existe uma legislação que proteja o material retirado do mar. Muita coisa está com particulares, outras foram vendidas para fora a maior parte esta no Rio, na base aérea. Não é assim. Não faz sentido, não tem uma relação de identidade. A história, o passado tudo isso. É preciso que exista o museu para que ele mostre o produto de uma época, mas também é preciso que ele esteja antenado com as coisas atuais e ter um aspecto dinâmico. O farol não precisa nem comentar.

6. Qual a opinião do Senhor no que se refere à cobrança para a visitação do forte?

Sr. Anésio: Olha essa é uma questão muito polêmica, vou tecer alguns comentários. Quando eu estava no Forte de São Marcelo as pessoas diziam que teria que ter um dia que não cobrasse ou que tivesse um preço diferenciado para os nativos e para os turistas. Eu acho até bacana isso, agora ninguém me dava absolutamente nada, e ainda tinha uma lei de obrigatoriedade de estudante pagar meia, mas a despesa é a mesma! É uma problemática enorme. No caso específico do forte, eu acho que o preço é razoável e acho que eles são muito condescendentes em termo de atender as pessoas. Primeiro que eles têm o suporte da marinha e eles recebem nove mil pessoas por ano. Cerca de 30 mil pessoas por mês e podem se dar o luxo de dispensar 10 mil pagantes.

7. Qual sua opinião sobre as reformas que ocorrerão no bairro da Barra? Como isso afetará a visualização do forte como patrimônio histórico cultural da cidade de Salvador?

Sr. Anésio: Vai potencializar com certeza. Quanto mais a gente tirar os carros, melhor é para a população. A cidade é para as pessoas e não para os carros. Você precisa vivenciar a cidade e hoje você não tem mais isso .

Conversa e agradecimentos.

APÊNDICE C – Questionário de opinião pública para turistas e/ou visitantes que visitam o Forte de Santo Antônio da Barra.

- 1- Local de origem: _____
- 2- Sexo: () M () F
- 3- Idade: () Até 18 () 19 a 28 () 29 a 40 () + 40
- 4- Já visitou o Forte de Santo Antônio da Barra? () Sim () Não
(Caso a resposta seja não responda a partir do item 10)
- 5- Como ficou sabendo da existência do Forte?
() Internet () Agências/ Operadoras de Turismo
() Revistas/ Jornais () Amigos
- 6- Quantas vezes já visitou o Forte Santo Antônio da Barra?
() 1ª Vez
() Algumas vezes. Quantas? _____ () Muitas vezes. Mais de? _____
- 7- Qual o principal motivo da visitação?
() Turismo () Museu Náutico
() História () Estudo/ Pesquisa
- 8- Avalie o Forte de Santo Antônio da Barra quanto:
8.1 Potencial turístico () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
8.2 Atendimento () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
8.3 Localização () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
8.4 Acessibilidade () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
8.5 Limpeza () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
8.6 Museu Náutico () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
8.7 Farol () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
8.8 Preço da entrada () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
8.9 Segurança () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 9- Quanto ao Forte de Santo Antônio da Barra, você:
9.1 Voltaria: () Sim () Não
9.2 Recomendaria: () Sim () Não
9.3 Por quê?

10- Cite qual o principal motivo (ou motivos) para que você ainda não conheça o Forte?

11- Tem interesse em conhecê-lo? () Sim () Não

11.1 Por quê?

APÊNDICE D – Questionário de opinião pública para residentes da cidade de Salvador que são frequentadores do bairro da Barra.

- 1- Bairro de residência: _____
- 2- Sexo: () M () F
- 3- Idade: () Até 18 () 19 a 28 () 29 a 40 () + 40
- 4- Já visitou o Forte de Santo Antônio da Barra? () Sim () Não
(Caso a resposta seja não responda a partir do item 10)
- 5- Quantas vezes já visitou o Forte Santo Antônio da Barra?
() 1ª Vez
() Algumas vezes. Quantas? _____ () Muitas vezes. Mais de? _____
- 6- Qual o principal motivo da visitação?
() Turismo () Museu Náutico
() História () Estudo/ Pesquisa
- 7- Avalie o Forte de Santo Antônio da Barra quanto:
- 7.1 Potencial turístico () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 7.2 Atendimento () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 7.3 Localização () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 7.4 Acessibilidade () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 7.5 Limpeza () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 7.6 Museu Náutico () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 7.7 Farol () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 7.8 Preço da entrada () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 7.9 Segurança () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
- 8- Você indicaria o Forte de Santo Antônio da Barra como ponto turístico da cidade de Salvador? () Sim () Não
- 9- Por qual motivo indicaria o Forte de Santo Antônio da Barra?
- 9.1 Patrimônio histórico cultural da cidade ()
- 9.2 Museu Náutico ()
- 9.3 Farol ()
- 9.4 Paisagem ()
- 9.5 Outros. Qual? _____
- 10- Cite qual o principal motivo (ou motivos) para que você ainda não conheça o Forte?
- _____
- _____
- 11- Tem interesse em conhecê-lo? () Sim () Não
- 11.1 Por quê?
- _____
- _____