PLANEJAMENTO E SUSTENTABILIDADE: UMA ANÁLISE DA GESTÃO DO TURISMO 2006-2008 A PARTIR DAS REPRESENTAÇÕES DOS TERMOS DENDÊ, CVI E MARICULTURA NO MUNICIPIO DE VALENÇA/BAHIA

Fernanda Meneses de Miranda Castro

Moema Maria Badaro Cartibani Midlej

RESUMO

O objetivo central desta pesquisa foi analisar como as representações das palavras dendê, CVI e maricultura são contempladas no planejamento turístico do município de Valença a partir da percepção dos atores sociais envolvidos no segmento turístico. Para isso, foi realizada uma pesquisa utilizando dados primários e secundários onde se buscou interpretar qual a imagem econômica e sócio-cultural que os representantes do segmento tem acerca destes termos no desenvolvimento do turismo da cidade.Os resultados obtidos apontaram dificuldades em integrar atividades de cerne econômico (consideradas estruturais) como o turismo e o planejamento, a questões de ordem ideológica (ou superestruturais), como cidadania, identidade, topofilia, responsabilidade social, ética e sustentabilidade (ORTIZ, 1998). A pesquisa conclui que o processo de estruturação do turismo baseado na participação e integração dos setores público, privado e da comunidade local, pode trazer resultados mais efetivos e condizentes com a realidade da região.

Palavras Chave: planejamento turístico; sustentabilidade; Valença-Bahia, participação.

ABSTRACT

The objective of this research was to examine how representations of the words palm, CVI and mariculture are addressed in the planning of the tourist city of Valença from the perception of social actors involved in the tourism sector. For this, a search was conducted using primary and secondary data where we have analyzed the image which economic and socio-cultural segment of representatives about these terms in the development of tourism in the city. The results indicated difficulties in integrating the core economic activities (considered structural) as tourism and planning, issues of ideological (or superstructure), such as citizenship, identity, topophilia, social responsibility, ethics and sustainability (ORTIZ, 1998). The research concludes that the structuring process of tourism based on participation and integration of public and private sectors and the local community, can yield more effective and consistent with the reality of the region.

Key-words: tourism planning, sustainability, Valença-Bahia; participation.

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística atua como um sistema, portanto, há necessidade que os elementos componentes sejam desenvolvidos de maneira integrada, proporcionando aos agentes envolvidos possibilidade de melhorias em todas as etapas do processo.

Este segmento, concebido pelo viés econômico, é consumidor intensivo na produção de territórios, e deve ser considerado numa ótica que aponte claramente quais objetivos econômicos se deseja alcançar, quais espaços devem ser protegidos e qual identidade que será adquirida ou fortalecida. Através dos vieses social e cultural, percebe-se o turismo como um elo entre os povos, um elemento aproximador e propulsor do entendimento entre distintas esferas de poder e comunicação.

Segundo Petrocchi (2001), o planejamento turístico identifica os segmentos específicos que poderão ser trabalhados com a oferta de produtos particulares que atendam as necessidades e desejos da demanda localizada, mas, para tanto há a necessidade do envolvimento da população residente neste processo, pois, o principal vendedor deste produto é quem mais o consome, ou seja, a comunidade local.

O Sul da Bahia, no Nordeste do Brasil, um dos lugares turísticos mais promovidos do país, encanta o turista por seu abundante patrimônio natural, que percorre desde a aridez da caatinga até as praias cercadas pela Mata Atlântica remanescente. Lugar de onde se originou o Brasil, o Sul da Bahia é um paradoxo, seduzindo e chocando quem o visita, pois está situado numa região com graves problemas sócio-econômicos, com um histórico de uma sociedade orientada pelos acontecimentos políticos.

Não obstante, a importância e o crescimento da atividade turística na economia baiana definem destinos com particularidades no cenário sócio-cultural brasileiro, recomendando ações de planejamento integrado que estimulem um

desenvolvimento equilibrado da atividade, dentro dos princípios da sustentabilidade social, econômica, ecológica, espacial e cultural (SACHS, 1993).

O município de Valença é o ponto central deste estudo. Este município apresenta algumas dificuldades para o desenvolvimento turístico. Atualmente, é utilizado, majoritariamente, como passagem de turistas em direção ao Morro de São Paulo, em Cairú, funcionando como "corredor turístico". Além do turismo, a economia da cidade tem como importantes elementos propulsores do seu desenvolvimento o cultivo do dendê, a maricultura e a fabricação de tecidos, visto que a cidade cedia a Companhia Valença Industrial (CVI), a primeira fabrica de tecidos dos Brasil.

Nesse perspectiva, surgiu o interesse em investigar qual a importância destes três elementos da economia: dendê, maricultura e CVI, no planejamento turístico do município. A preocupação em relação ao estudo se refere à dificuldade de relacionar atividades de cerne econômico (consideradas estruturais) como o turismo e o planejamento, a questões de ordem ideológica (ou superestruturais), como cidadania, identidade, topofilia, responsabilidade social, ética e sustentabilidade (ORTIZ, 1998).

Desse modo, este estudo caracteriza-se como numa pesquisa descritivo-explicativa, pois levantou opiniões, comportamentos, atitudes e crenças buscando identificar as representações sobre os símbolos materiais e imateriais dos termos dendê, maricultura e CVI.

Dentro da pesquisa de campo foram realizadas pesquisas exploratórias bibliográficas, em fontes primárias e secundárias, nas Entidades Oficiais, para levantamento de dados sobre os aspectos do planejamento turístico no município, além de levantamento de dados sobre os aspectos históricos, infra-estruturais, geográficos, socioeconômicos e culturais do município. A população de interesse foi os diversos atores sociais residentes no município, nascidos ou não em Valença, que estão diretamente ligados à atividade turística. A compilação e análise dos dados foram elaboradas com o auxílio da técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004). Este instrumento se constitui em um conjunto de técnicas para analisar formas de comunicação e foi a base da organização, inferência, análise e interpretação dos dados.

2 VALENÇA: HISTÓRIA, ECONOMIA E IDENTIDADE TURÍSTICA

O plano turístico do Estado da Bahia designou algumas áreas consideradas prioritárias para o desenvolvimento turístico e, entre estas, encontra-se a "Costa do Dendê", que tem como pólo principal o município de Valença. O município de Valença, área de estudo do presente trabalho, está localizado no Baixo-Sul do Estado da Bahia, na qual se encontra a "Costa do Dendê", que abrange os municípios litorâneos de Valença a Maraú. Está situado entre as áreas mais dinâmicas do Estado da Bahia - Salvador e a região cacaueira ("Costa do Cacau") - ocupando 1.294 km² de superfície.

Historicamente, foi o primeiro município brasileiro a receber uma tecelagem movida a energia hidráulica. A economia do município obedecia ao ciclo econômico da capitania de Ilhéus. Desenvolveu o cultivo do pau-brasil, cana-de-açúcar, arroz, mandioca. Mais tarde se cultivou ainda café, cacau, além do dendê, da piaçava e do côco-da-praia" (OLIVEIRA, 2006, p. 126). Dentre as atividades extrativas registra-se o cultivo da piaçava, que até os dias atuais ainda é considerada uma atividade econômica de destaque. Registra-se também o cultivo do cravo da índia e do dendê. Este último, segundo Oliveira (2006),

> Sobre esta palmeira africana, que foi introduzida aqui pelos portugueses, tão associada á nossa cultura, que até hoje é vista como símbolo e sinônimo da Bahia, seria interessante se localizar o momento histórico em que o azeite extraído de sua polpa começou a ter importância econômica, além da que lhe davam os escravos (OLIVEIRA, 2006, p.127).

O dendê exerce destaque não apenas na economia, mas também como atrativo turístico haja vista a Secretaria de Cultura e Turismo ter atribuído a esta parte da Costa, o nome do fruto.

A fabricação de tecidos também merece destaque. Dentre os patrimônios culturais do município pode-se destacar, como já fora citado, dentre muitos outros, a Câmara Municipal e a Companhia Valença Industrial (CVI), por se tratarem de marcos na história da comunidade.

A Fábrica Têxtil de Valença, mas conhecida com Companhia Valença Industrial (CVI) é a mais antiga em atividade no Brasil. Funciona a 160 anos na

cidade de Valença, que deu origem e carrega o seu nome. Foi fundada em 1844 e conviveu por mais de quarenta anos com o regime escravocrata, apesar de não ter utilizado este tipo de mão-de-obra (empregava mulheres). Desde aquela época esta indústria exerce práticas consideradas inovadoras, como treinamento dos trabalhadores, ensino da leitura e escrita e incentivo à arte e à dança no local de trabalho.

Na época do Império, a Companhia Valença Industrial chegou a responder por 35% de todo o tecido fabricado no Brasil. Sua importância era tamanha, que D. Pedro II chegou a visitá-la. Além dessa tradição, fortemente vinculada a conceitos de modernidade e inovação, atualmente a Valença Têxtil ainda é considerada uma das mais modernas fábricas têxteis do país.

Entretanto, segundo Oliveira (2006), mesmo tendo sido um dos pólos do nascimento da indústria têxtil do Brasil, alguns autores acreditam que Valença chega ao século XXI com o turismo como única expectativa de subsistência econômica. Contudo, ainda de acordo com Oliveira (2006) essa atividade somente ganhará força se a mentalidade de parte das elites governantes abandonar velhos vícios predatórios, em particular aqueles que se referem à destruição sistemática da natureza, compreendendo por tal a criminosa poluição do rio Una; a destruição dos manguezais, ocasionada por instalação de palafitas, recolhimento deficiente do lixo, a prática da pesca predatória, principalmente em relação ao turismo cultural,

> "Há que se lutar pela conservação do que ainda resta de casarões históricos e do seu patrimônio paisagístico. Se estas medidas não forem tomadas a sério, até o turismo estará destinada ao fracasso" (op. Cit. p. 131).

Outra atividade que deve ser considerada economicamente na região é a maricultura. A atividade representa na região uma das fontes mais rentáveis, embora não seja um atrativo turístico, visto que não há parceria com a Secretaria de Turismo.

Na praia do Guaibim, em Valença, existe um laboratório onde ocorre o acasalamento dos reprodutores e se inicia o processo de criação de camarões. A empresa responsável pelo cultivo do marisco pertence a uma multinacional e atua no município desde 1995 e tem alta capacidade de reprodução.

A organização destinava em 2002[1] 75% de sua produção ao mercado externo, com destaque para os Estados Unidos que respondiam por 60% das vendas. O maior foco da empresa sempre foi o mercado externo, já que no Brasil a clientela é formada por restaurantes e redes de *fast food* e no exterior eles abastecem redes de supermercados.

3 SUSTENTABILIDADE SOCIAL, CULTURAL E AMBIENTAL DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

A sustentabilidade pode ser considerada o maior desafio do governo visto que objetiva alcançar desenvolvimento sustentável amparado na lógica da interface entre três importantes processos: crescimento econômico, com equidade social e equilíbrio ecológico.

Destarte, o turismo por ser um setor da economia com elevado potencial para investimentos e grande capacidade de alocação de mão-de-obra, adquire função relevante, integrando as estratégias governamentais de conservação e desenvolvimento sustentável para uma região, estado ou nação como um todo. O desempenho do setor turístico vem se destacando na economia mundial, apresentando resultados superiores quando comparado a outros setores tradicionais e, naturalmente, hoje se apresenta como um dos principais setores econômicos. Em consonância com essa realidade, ocorre o aumento geométrico de destinos que desejam se lançar nesse setor a fim de auferir seu desenvolvimento através ou com a ajuda dele (VALLS, 1996).

O turismo é, indubitavelmente, uma das atividades que mais pode gerar divisas. No Brasil, a criação do Ministério do Turismo, em 2003, é um exemplo da importância que a atividade tem para o desenvolvimento da nação. O Governo, por intermédio deste Ministério vem implementando políticas que estabelecem metas econômicas desafiadoras para o setor.

Outrossim, num país que busca seu desenvolvimento, tendo como alicerces ideais de justiça, cidadania e bem-estar social, a dimensão econômica e a dimensão social, cultural e ambiental não podem ser consideradas de forma dicotômica. Desse

[1] Dados obtidos em www. herbário.com.br/dataherb16/16maricultura.htm. Acesso em 21jan2008.

modo, a recomendação é que os resultados econômicos do turismo sejam direcionados para os benefícios sociais, com total preservação dos aspectos culturais e ambientais.

Torna-se indispensável, portanto, a eficácia na formulação, implementação e avaliação de políticas públicas que assegurem a sustentabilidade das atividades turísticas, tendo em conta a justa distribuição dos benefícios para a sociedade e a proteção adequada do ambiente natural e cultural da área anfitriã.

A partir do que fora colocado pode-se perceber que a competitividade entre os destinos torna-se mais exacerbada, o que reafirma a necessidade da criação de diferencias por parte dos destinos. No caso do município de Valença e dos elementos estudados nesta pesquisa, o reconhecimento e utilização de elementos que movimentam a economia (o dendê, a maricultura e a CVI) em prol do turismo possivelmente traria um grande valor agregado aos produtos e uma maior sensibilização da comunidade em relação à importância destes elementos para o desenvolvimento do município.

Desta maneira, competitividade e sustentabilidade se apresentam como uma verdadeira tautologia, constituindo, desse modo, um grande diferencial para qualquer destino (MAZARO; VARZIN, 2004). Tal afirmação pressupõe que ser e manter-se competitivo no turismo é necessariamente passar por um permanente processo de mudança e adaptação às tendências globais e às necessidades dos turistas e da comunidade. Tais necessidades a cada dia estão mais voltadas para a eminência dos sérios problemas sócio-ambientais que nas fizeram surgir a inquietação em rever os caminhos e valores assumidos pela sociedade.

Assim, percebe-se nitidamente o surgimento de um novo paradigma de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável e expande-se o envolvimento destas questões com o turismo. Neste sentido, a sustentabilidade a partir das novas formas de concepção do turismo, enquanto um sistema sócio-econômico e da preocupação em conservar e preservar os recursos que ele utiliza, passa então a ser considerada como uma ferramenta chave na promoção da competitividade de destinos e passa a ser encarada não apenas como uma meta ambiental, mas, sobretudo social e econômica (ROCHA, 2004).

4 METODOLOGIA

Para analisar a relação entre elementos pertencentes à sustentabilidade econômica e o planejamento turístico do município foram utilizados alguns instrumentos de pesquisa. Num primeiro momento foi feita uma entrevista com membros da então Secretaria de Turismo e analisados dados secundários sobre o planejamento turístico do município disponibilizados pela Secretaria. Como instrumento de pesquisa primária foi utilizada uma entrevista semi-estruturada, privilegiando-se a livre expressão dos depoentes. Este processo refere-se à tomadas de informações em profundidade das representações e impressões do grupo.

A população de interesse foi os diversos atores sociais residentes no município, nascidos ou não em Valença, que estão diretamente ligados à atividade turística. Para tanto, compõe-se da população pesquisada atores sociais envolvidos em cada segmento deste trade, organizados ou não, que expressem as manifestações históricas, sociais, econômicas, culturais e simbólicas dos elementos tangíveis ou intangíveis presentes na mentalidade local que se constituem produtos ou atrativos turísticos. Para cada segmento foi escolhido o seu representante oficial. Não havendo organização formal do segmento, o critério de escolha recaiu sobre um membro do segmento que apresentasse maior visibilidade entre seus pares.

No processo de sistematização, interpretação e análise das informações foi utilizado o método da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004), através dos seguintes procedimentos: a determinação das palavras-chave, as co-ocorrências e as relações.

As palavras-chave, previamente escolhidas conforme citado, foram instrumentos de análise, que foram submetidos a um tratamento quantitativo de aparecimento nas falas. Neste procedimento de quantificação, excluíram-se os termos semânticos e os conectivos, privilegiando-se os substantivos, adjetivos, verbos e advérbios. No processo de levantamento das palavras-chave, foi feito um agrupamento de palavras - identidades, tendo como critério significados semelhantes, ou pelo sentido dado pelos sujeitos.

As palavras com maior freqüência foram destacadas nas unidades de análise (frases), de onde foram extraídas as co-ocorrências e relações, etapas preparatórias para a Análise de Conteúdo. A partir da organização dessa grade, procedeu-se à classificação, por ordem de freqüência, das co-ocorrências e de suas respectivas relações (positivas ou negativas), classificadas como “Associações” ou “Oposições” feitas a partir das leituras dos textos explicativos, sistematizadas em “Quadros de Apurações” e “Quadros de co-ocorrências”. Os quadros de análise foram extraídos destes instrumentos. Estes resultados deram base à discussão da pesquisa.

Para a realização desta pesquisa foram aplicados formulários de entrevista. O formulário iniciava com a formação do perfil do entrevistado e em seguida, apresentava perguntas referentes à idéia de turismo, planejamento turístico e a sua importância, como cada ator social se vê inserido no planejamento turístico e a importância desta participação, sobre os atrativos turísticos do município que os atores consideram como principais, sobre a importância da história do município na constituição dos produtos turísticos e como o ator social apresentaria a cidade para quem não a conhecesse, coletando assim o que foi classificado com co-ocorrências livres. Ademais, o formulário apresentava as palavras-chave previamente escolhidas e o pesquisador solicitou a cada ator social que dissesse uma ou mais palavras que viessem a cabeça quando ouvisse cada termo (co-ocorrências induzidas). As palavras-chave estimuladoras escolhidas para este recorte foram: dendê, maricultura e Companhia Valença Industrial (CVI).

4.1 DENDÊ, MARICULTURA, CVI E SUAS REPRESENTAÇÕES EM VALENÇA

No âmbito da presente pesquisa, busca-se compreender como a sustentabilidade é percebida através da representação dos principais elementos que movimentam o contexto socioeconômico do planejamento turístico de Valença – dendê, CVI e maricultura – a partir da percepção dos atores sociais envolvidos no segmento turístico.

No tratamento da análise de conteúdo do presente estudo, partindo-se da seleção de palavras-chave, do levantamento da freqüência com que ocorreram no texto e da identificação das co-ocorrências com associações positivas e/ou

negativas, montou-se um quadro geral que possibilitou uma análise preliminar dos resultados. Na interpretação dos resultados mediante a análise de conteúdo, procedeu-se a reescritura dos discursos mediante utilização de recursos gráficos, onde as percepções dos sujeitos tomadas das co-ocorrências e relações produzidas são grafadas em negrito e itálico.

Nos quadros gerais demonstrativos das co-ocorrências e relações correspondentes a cada palavra-chave, identificou-se para as comunidades interna (Secretaria de Turismo) e externa (Representantes do Segmento Turístico) as respectivas Associações Positivas (Associações) e Negativas (Oposições).

Analisando a palavra-chave **DENDÊ** pode-se constatar que os representantes do segmento apresentaram como co-ocorrência livre mais marcante o fato dele ser um ***atrativo turístico*** (36,35%) associado à ***culinária baiana*** (27,27%) e à ***Costa do Dendê*** (27,27%). Vale ressaltar que o termo foi utilizado apenas onze vezes nesta co-ocorrência, contudo apresentando unanimemente relações positivas.

Em relação às co-ocorrências induzidas, o termo **DENDÊ** associou-se ao ***azeite*** (13%), integrante da ***culinária brasileira*** (9,66%), que é a ***principal atividade econômica da região*** (9,66%) e será o ***futuro combustível do Brasil*** (9,66%). O termo também foi associado às demais elementos típicos de subsistência da região como o ***cravo***, a ***piaçava*** e a ***pesca*** (9,66%), conforme apontam os quadros e figura a seguir:

Quadro 1 – Quadro Geral Demonstrativo das Co-Ocorrências Livres e Relações Articuladas à Palavra-Chave DENDÊ

Palavra-chave Estimuladora	**Co-ocorrência livre**	**Freqüência**	**Percentual**	**Relações**	
				Positivas ASSOCIAÇÕES	**Negativas OPOSIÇÕES**
		11	**100**	**11 (100%)**	**0 (0%)**
Dendê	Atrativo turístico Culinária Costa do Dendê	04 03 02	36,35 27,27 18,18	É um chamariz da cidade Forte apelo da culinária baiana através do dendê. Desenvolvimento integrado da Costa do Dendê	

		01	9,1	História do município	
	Valença	01	9,1	Cidade do dendê, do cacau...	

Fonte: Dados da pesquisa, 2007.

Quadro 2 – Quadro Geral Demonstrativo das Co-Ocorrências Induzidas e Relações Articuladas à Palavra-Chave DENDÊ

Palavra-chave Estimuladora	**Co-ocorrência induzida**	**Freqüência**	**Percentual**	**Relações**	
				Positivas ASSOCIAÇÕES	**Negativas OPOSIÇÕES**
		31	100	31	0
Dendê	Dendê (azeite)	04	13	Deleite	
	Riqueza	01	3,22		
	Tempero forte	01	3,22		
	Nossa região	02	6,44	Fazer boas comidas, representa a região, produto histórico	
	Culinária brasileira	03	9,66		
	Futuro combustível do Brasil	03	9,66	Mundo novo, ecológico	
	Cravo, piaçava, pesca	03	9,66	São produtos que fazem parte da região: cravo, piaçava, pesca, água de coco.	
	Cultura negra	01	3,22		
	Cheiro da Bahia (Salvador)	02	6,44	Relacionado com a cultura negra e muito relacionado com Salvador.	
	Valença	01	3,22	Valença é a cidade que a maior agricultura é o dendê	
	Acarajé	01	3,22	Feito com o dendê	
	Principal atividade econômica da região	03	9,66	Resgata a cultura	
	Religiosidade	01	3,22		
	Moqueca	01	3,22		
	Coisa gostosa	01	3,22		
	Alimento	01	3,22		
	Índio	01	3,22	Toda região tem heranças indígenas	
	Pesquisa	01	3,22		
	Pequeno produtor	01	3,22		

Fonte: Dados da pesquisa, 2007.

Somando-se as co-ocorrências livres às induzidas pode-se verificar que termo DENDÊ evoca no imaginário destes sujeitos a ***nossa região*** (14,29%) e a ***culinária brasileira*** (14,29%).

Nenhuma co-ocorrência do termo teve associação negativa, o que indica que o **DENDÊ** além de ser um ***chamariz para a região***, pois é um ***produto típico*** dela, é uma das suas ***fontes de renda*** e ***no mundo novo, ecológico***, será um dos ***combustíveis do país.*** Além disso, a sua utilização como ingrediente culinário também teve bastante destaque, pois o fruto foi caracterizado como um ***tempero***

forte que cozinha ***coisas gostosas*** como a ***moqueca*** e o ***acarajé*** representando a ***cultura negra*** e o ***cheiro da Bahia***.

A próxima palavra a ser analisada será a Companhia Valença Industrial (**CVI**). A indústria têxtil de Valença, representada pelas fábricas Todos os Santos, fundada em 1844, e Nossa Senhora do Amparo, instituída em 1859, guardaram lugar preponderante na formação e constituição da cidade de Valença. Como verificado na historiografia local, Valença atinge o foro de cidade cinco anos após a instalação da fábrica Todos os Santos, sob a denominação de Industrial Cidade de Valença, o que marca forte vinculação da cidade ao modelo organizacional implantado pela fábrica. A primeira fábrica absorvia inovações organizacionais e tecnológicas trazidas na concepção de industrialização moderna da época, "inspirada nas indústrias mais modernas da Nova Inglaterra", assentada num modelo em que elementos de reprodução da força de trabalho eram promovidos pela empresa e os modos de vida cotidianos estavam teoricamente emoldurados pelo processo produtivo. A segunda fábrica, concebida em moldes semelhantes, veio reforçar o peso desse segmento industrial, ampliando a influência da indústria na cidade. Adotam uma concepção industrial-urbana que estende seu grau de influência para além dos limites da unidade produtiva, representada pela fábrica, vila operária e espaços de transição, tais como os destinados à instrução, lazer e religião, chegando-se ao espaço mais amplo da vila de Valença. Contudo, atualmente alguns historiadores lamentam o destino que a presença da fábrica tomou na cidade. Segundo Oliveira (2006):

> Valença é a fábrica, e a fábrica é Valença... Quantas vezes não se lê ou se ouve esta sentença? Mas será ela verdadeira? Perigosa, como toda verdade acabada, ela também prima por não possuir nenhuma profundidade, pois fica na superfície dos fatos, sem analisá-los. Se aquela assertiva fosse real, hoje que o papel da fábrica é praticamente nulo, sem esquecer que ficou um bom tempo fechada, Valença não mais existiria. Ou será que a cidade acabou e nós, seus habitantes, ainda não notamos? (OLIVEIRA, 2005, p. 35)

Como se pode verificar a **CVI** representa um marco histórico na cidade que já foi a principal fonte de renda da região. As apurações de co-ocorrências livres indicam em sua totalidade a fábrica é o ***cartão postal da cidade*** (100%), ou seja, há

um imaginário totalmente positivo em relação ao termo. Contudo, nota-se que os sujeitos não se referem à **CVI**, mas apenas a ***fábrica***. Conforme indica o quadro houve apenas dez evocações livres ao termo, sempre apresentando a Companhia como um ***cartão –postal da cidade***, ou ***apresentando a cidade através da fábrica*** (20%), ou como ***atrativo histórico da cidade*** (60%) ou como ***importante na construção da história do município*** (20%). Com relação às co-ocorrências induzidas pode-se constatar que majoritariamente as relações também são positivas. Relacionam a indústria a uma ***fonte de renda da região*** (25%), integrante da ***história do município*** (42,86%), à ***indústria e tecnologia*** (17,85%), contudo, algumas oposições indicam que a indústria ***poderia transformar a cidade num pólo industrial*** (7,15%), mas há um ***contraste*** (3,57%), pois a fábrica é ***omissa*** (3,57%). É importante observar que, embora se atribua ao termo **CVI** o papel de cartão-postal da cidade, numa crença que esta, por ser uma das fundadoras do município, existe um sentimento de distanciamento nas relações que esta mantém com a sociedade. A **CVI** não é utilizada como atrativo turístico e ainda de acordo com Oliveira (2006) poderia explorar com maior profundidade o fato de pertencer à fundação do município e ser um chamariz para a cidade, tanto em relação ao turismo como ao desenvolvimento industrial em si.

Quadro 3 – Quadro Geral Demonstrativo das Co-Ocorrências Livres e Relações Articuladas à Palavra-Chave CVI

Palavra-chave Estimuladora	**Co-ocorrência livre**	**Freqüência**	**Percentual**	**Relações**	
				Positivas ASSOCIAÇÕES	**Negativas OPOSIÇÕES**
		10	100	10 (100%)	0 (0%)
CVI	Cartão postal da cidade	6	60	- Atrativo histórico da cidade	
		2	20	- Importante na constituição da história do município	
		2	20	- Apresentar a cidade através da fábrica	

Fonte: Dados da pesquisa, 2007.

Quadro 4 - Quadro Geral Demonstrativo das Co-Ocorrências Induzidas e Relações Articuladas à Palavra-Chave CVI

Palavra-chave Estimuladora	Co-ocorrência induzida	Freqüência	Percentual	Relações	
				Positivas ASSOCIAÇÕES	Negativas OPOSIÇÕES
		28	100	24	04
CVI	História	12	42,86	Associado à história de Valença, gerando empregos. Pioneira em tecelagem Marco para o desenvolvimento do município chamariz	
	Fonte de emprego e renda	07	25		
	Indústria, comércio	05	17,85	Produz tecido tecnologia	
	Pequeno produtor	02	7,15		Poderia transforma Valença em pólo industrial
	Pioneirismo	02	7,15		
	Contraste	01	3,57		
	Omissa	01	3,57		Omissa
	Prosperidade de outrora	01	3,57		
	Exemplo	01	3,57	De modo de vida	
	Tecidos	01	3,57	Tecidos	

Fonte: Dados da pesquisa, 2007.

Além da **CVI**, outra atividade econômica que merece destaque é a **MARICULTURA**. São apresentados abaixo os quadros e figura com os resultados das apurações de co-ocorrência livre, induzida e total.

Quadro 5 – Quadro Geral Demonstrativo das Co-Ocorrências Livres e Relações Articuladas à Palavra-Chave MARICULTURA

Palavra-chave Estimuladora	Co-ocorrência livre	Freqüência	Percentual	Relações	
				Positivas ASSOCIAÇÕES	Negativas OPOSIÇÕES
		04	100	04 (100%)	0 (0%)
Maricultura	Camarão	04	100	Eventos com o nome do alimento	

Fonte: Dados da pesquisa, 2007.

Quadro 6 – Quadro Geral Demonstrativo das Co-Ocorrências Induzidas e Relações Articuladas à Palavra-Chave MARICULTURA

Palavra-chave Estimuladora	**Co-ocorrência induzida**	**Freqüência**	**Percentual**	**Relações**	
				Positivas ASSOCIAÇÕES	**Negativas OPOSIÇÕES**
		28	100	18 (64,3%)	10 (35,7%)
Maricultura	Camarão	05	17,86	Produto vendável, riqueza	
	Renda	04	14,28		Deixa a desejar
	Tecnologia	02	7,15		
	Emprego	02	7,15		
	Desenvolvimento	02	7,15	Indústria	
	Re-estruturada	02	7,15		Re-estudada para melhorar
	Divorcio com a realidade local	01	3,57		Por causa do capitalismo
	Predador	01	3,57		A cultura do marisco não se sustenta
	Administração negativa	01	3,57		
	Progresso	01	3,57		
	Cativeiro	01	3,57		Prisão - não acha "coisa boa" na maricultura
	Mão-de-obra	01	3,57	Emprego para a comunidade	
	Negócios internacionais	01	3,57		
	Economia	01	3,57	Produção econômica	
	Capitalismo	01	3,57		

Fonte: Dados da pesquisa, 2007.

Os resultados da pesquisa indicam que a maricultura tem pouca representatividade para o turismo. Nas co-ocorrências livres não houve evocação espontânea da palavra. A palavra que surgiu foi **CAMARÃO**, e apenas quatro vezes, sempre fazendo menção ao Festival do Camarão (evento com o nome do

alimento que ocorre na região que também é conhecida como Capital do Camarão por razão da presença da maricultura).

As co-ocorrências induzidas apresentaram majoritariamente associações (64,3%). O termo **MARICULTURA** está associado ao ***camarão*** (17,86%) como fonte de ***renda*** (14,28), ***tecnologia*** (7,15%), ***emprego*** (7,15%) e ***desenvolvimento*** (7,15%).

Ainda que as associações tenham tido maior expressividade, convêm ressaltar que os representantes do segmento turístico acreditam que a maricultura é ***predadora***, tem ***divórcio com a realidade local***, que precisa ***ser re-estruturada*** para melhor servir à comunidade, que é ***predadora*** e ***sem comprometimento*** com o município. Estes foram dados de co-ocorrência isolados (cada um com 3, 57%), mas que em conjunto representam uma visão bastante negativa da **MARICULTURA**. Visão esta que condiz com os objetivos da empresa, que destina maior parte da sua produção à exportação e não utiliza a mão-de-obra local.

> As próprias pessoas que trabalham lá (na maricultura) se queixam do mau pagamento de salários e da falta de contribuição para com a cidade (S15) [2]

> Eles vêm, produzem e vão embora. Não tem retorno. (S2)

Após a realização das entrevistas foi elaborada uma analise comparativa entre os dados coletados (primários) e os dados fornecidos pela então Secretaria de Turismo (secundários), conforme item a seguir.

4.2 O PLANEJAMENTO TURISTICO DO MUNICIPIO E AS REPRESENTAÇÕES ECONOMICAS NA GESTÃO 2006-2008

Conforme já fora citado em linhas anteriores, fez parte da metodologia de realização deste trabalho, pesquisas em dados secundários sobre o planejamento turístico do município e entrevista com os membros da Secretaria do Turismo de Valença. Foram realizadas duas entrevistas com a Secretaria de Turismo

[2] A codificação dos sujeitos da pesquisa para fins de citação é S15 para a comunidade externa, genericamente denominada “Sociedade”.

(SECTUR). A primeira foi realizada no ano de 2006, quando os gestores ainda contavam com a realização de um Planejamento Emergencial de Turismo, que seria executado entre os meses de Março de 2006 a Março de 2007. Este projeto contemplava as ações consideradas prioritárias e emergenciais pela Secretaria, objetivando colocar a cidade em um melhor patamar dentro da zona turística da Costa do Dendê. Baseado nos quatro vértices do desenvolvimento sustentável (econômico, social, cultural e ecológico) e na inter-relação do mercado e todo o sistema turístico, os então gestores do turismo no município defendiam que se a cidade é boa para o seu morador, será boa para o visitante.

Na segunda entrevista, realizada no ano de 2007, a SECTUR apresentou um Plano de Ação com vigência de dois anos (2007-2008). Tal plano pretendia através de um diagnóstico situacional aproximar a visão do planejamento às visões das comunidades e mercados. Foram analisadas as dimensões organizacionais, operacionais e da sustentabilidade e dentre elas, destaca-se a dimensão da sustentabilidade, onde a um dos objetivos seria o maior envolvimento e participação das comunidades nos projetos municipais.

Apesar de considerar a sustentabilidade um dos aspectos mais relevantes para o planejamento turístico a SETUR infelizmente ainda precisava considerar as questões estruturais, consideradas por Ortiz (1998) como de cerne econômico, como infra-estrutura básica e turística. Embora a gestão das representações dos elementos analisados nesta pesquisa também seja considerada de cerne econômico pressupõe-se que a SETUR ainda não conseguiu incorporar as representações de elementos da economia ao seu planejamento. Talvez uma parceria entre as Secretarias de Turismo e Planejamento viesse a fortalecer esta representação e fazer com que o município, relacionando o turismo e o planejamento econômico, conjugasse efetivamente a participação popular e a democracia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os resultados da pesquisa, os representantes do segmento turístico acreditam que dendê, CVI e maricultura são elementos importantes para a história, economia e turismo do município de Valença. O planejamento é o

instrumento que põe em prática eficazmente esta relação com questões consideradas de sustentabilidade. Aparentemente não há uma sintonia teórico-conceitual entre os termos dendê, CVI e maricultura enquanto ciência e as representações estabelecidas no universo mental dos atores sociais e gestores do turismo visto que, não há nenhuma ação com objetivo de operacionalizar esta relação.

A partir dos resultados da pesquisa conclui-se que o planejamento turístico do município de Valença, para conseguir efetivamente relacionar os termos dendê, CVI e maricultura ao planejamento turístico do município faz-se necessário um mecanismo de comunicação entre gestores e representantes do *trade*, com vistas a tornar a interlocução entre os dois segmentos mais eficientes e as idéias discutidas, transformadas em ações concretas para o desenvolvimento do turismo no município.

O processo de estruturação do turismo baseado na participação e integração dos setores público, privado e da comunidade local, pode trazer resultados mais efetivos e condizentes com a realidade da região. Destarte, pode-se concluir que a orientação da gestão participativa no desenvolvimento turístico de Valença se posiciona como um elemento chave para solucionar seus pontos fracos, ressaltar os fortes e inserir o município competitivamente no mercado, trazendo resultados mais condizentes com suas potencialidades.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

PETROCCHI, M. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2004.

SECRETARIA DE CULTURA INDÚSTRIA E TURISMO DE VALENÇA. **Plano de Ação 2007-2008**. Valença: 2007 (Apresentação de slides).

_____. **Plano Emergencial de Turismo de Valença**. Valença: 2006. (Apresentação de slides).

MAZARO, Rosana Mara; VARZIN, Giovani. **Sostenibilidad estratégica para destinos turísticos:** Comp&tenible Model. In: FÓRUM BARCELONA GLOBALIZATION E DESARROLLO, 2004. Barcelona (ES).

OLIVEIRA, Edgard Otacílio da Silva. **Valença: dos primórdios à contemporaneidade.** Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2006.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

ROCHA, Margarida Maria de Fraga. **Turismo e desenvolvimento sustentável**: referências e reflexões. Disponível em: <www.braziltour.com/sit/br/>. Acesso em: 31 mar. 2006.

SACHS, I. **Estratégias de Transição para o Século XXI**: Desenvolvimento e Meio Ambiente. São Paulo: Studio Nobel: Fundação do Desenvolvimento Administrativo, 1993.

VALLS, Josep Francesc. **Las claves del mercado turístico**: cómo competir en el nuevo entorno. Bilbao: Deusto, 1996.