REVISTA DA
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA

SITIENTIBUS

PLANEJAMENTO E ORDENAMENTO TERRITORIAL EDIÇÃO ESPECIAL FEIRA DO SEMIÁRIDO

ARTIGO

PELAS ÁGUAS, HISTÓRIAS E MEMÓRIAS DE CIPÓ, BAHIA

FOR THE WATERS, HISTORIES AND MEMORIES OF CIPÓ, BAHIA

EDIVASCO DOS REIS CARNEIRO

Doutor em Geografia, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: edircarneiro2012@gmail.com

RESUMO

Este artigo, que é parte de uma tese de Doutorado em Geografia defendida recentemente, buscou analisar as dinâmicas socioculturais da primeira Estância Hidromineral de Cipó. Para auxiliar nesta busca, descrevi o processo de turistificação deste lugar; caracterizei as dinâmicas socioculturais existentes; analisei os modos de fazer e viver o artesanato local; por fim, discuti o papel do turismo nas dinâmicas socioculturais caracterizadas. Adotou-se, por sua vez, uma abordagem qualitativa de investigação a partir de entrevistas semiestruturadas com os sujeitos da pesquisa (artesãos; gestores públicos e turistas/visitantes). Em Cipó, o turismo acontece de forma desorganizada, sem um planejamento eficaz e participativo; assim, não há o destaque dos seus principais elementos: suas águas e o artesanato. Espera-se com este artigo dar subsídios para pensar políticas públicas e de planejamento territorial tendo o turismo cultural como uma alternativa viável para o desenvolvimento sociocultural e, também, econômico deste lugar.

Palavras-chave: Artesanato; Lugar; Turismo cultural.

ABSTRACT

This article, which is part of a PhD thesis in Geography recently defended, sought to analyze the sociocultural dynamics of the first Hydromineral Resort of Cipó. To assist in this search, I described the process of touristification of this place; characterized the existing sociocultural dynamics; I analyzed the ways of making and living local handcrafts; Finally, I discussed the role of tourism in the characterized sociocultural dynamics. A qualitative research approach was adopted, based on semi-structured interviews with the research subjects (artisans, public managers and tourists/visitors). In Cipó, tourism happens in a disorganized way, without effective and participative planning; thus, there is the highlight of its main elements: its waters and handcrafts. It is expected that this article helps giving subsidies to think of public policies and territorial planning having cultural tourism as a viable alternative for the sociocultural and also economic development of this place.

Keywords: Handicrafts; Place; Cultural Tourism.

INTRODUÇÃO: UM LUGAR CHAMADO CIPÓ

Antes de chegarmos às discussões sobre o lugar pesquisado, é interessante contextualizar sua localização geográfica e justificar sua escolha para além das experiências e relações pessoais que tive no mesmo.

O Semiárido baiano possui características bem peculiares e uma das mais marcantes se refere à questão cultural, através da sua “[...] cultura local [...] particular identidade sertaneja e sua cosmovisão singular [...]” (CYPRIANO, 2007, p.8). Estas características já foram retratadas em vários filmes, músicas, poemas e outras manifestações culturais



pelo Brasil e pelo mundo. E no interior desta região, que abriga tantas peculiaridades, se encontra nosso lugar de estudo, a cidade de Cipó.

Primeiramente, é interessante entendermos o porquê do nome dado a este lugar. Mãe d'Água do Cipó, ou, posteriormente, Cipó, é o nome do lugar que se formou nas proximidades de nascentes termais do rio que corta a cidade, o Itapicuru. Segundo os moradores mais antigos, este nome foi atribuído por um caçador ao descobrir as nascentes de água quente em meio a um cipóal¹, nas margens do rio, enquanto resgatava uma ave por ele abatida (SANTOS NETO, 2013).

Há, neste breve relato, duas referências importantes relacionadas a este lugar: a primeira é a presença desta espécie vegetal, o cipó, e a segunda é que a cidade surge nas proximidades de nascentes termais, que irão influenciar, sobremaneira, em todo o processo de urbanização e turistificação da cidade.

A primeira referência sobre a influência das águas nesta região, que estava relacionada a crença na cura de doenças, foi em 1730 através de uma carta escrita pelo Padre Antônio Monteiro Freire destinada ao vice-rei do Brasil; entretanto, foi apenas em 1829 e 1831 que as primeiras construções destinadas ao termalismo² foram realizadas (SANTOS NETO, 2013).

Mesmo com estas primeiras construções, datadas do século XIX, o termalismo não ganhou força na região (SALLES, 1943, citado por SANTOS NETO, 2013); isto irá acontecer apenas a partir de 1928 com os esforços do médico Genésio Salles com o apoio do Governo do Estado. O referido médico tornou-se concessionário das águas de Cipó por quarenta anos e deu um grande impulso no desenvolvimento do Balneário de Cipó, que foi inaugurado oficialmente em 29 de junho de 1929 (ESTÂNCIA..., 1993b, citado por SANTOS NETO, 2013).

Já sabendo um pouco do histórico deste lugar, vamos agora a sua localização (ver figura 1) e algumas características gerais mais atuais do município. Cipó localiza-se na região do Semiárido baiano, especificamente no Território de Identidade Semiárido Nordeste II. Possui uma população total de 15.764 habitantes, uma área de 128 Km² (IBGE, 2010). Tem 132 metros de altitude e fica a 241 km da capital, Salvador (SEI, 2009)

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) é de 0,601, que situa o município na faixa de desenvolvimento Humano Médio (IDHM entre 0,600 e 0,699), sendo que a dimensão que mais contribui para o IDHM do município foi a Longevidade, com índice de 0,744 seguida de Renda, com índice de 0,589, e da Educação, com índice de 0,496 (ATLAS, 2010). Estes dados, por sua vez, refletem uma evolução positiva, mais de 35%, se comparado ao último censo demográfico, sendo que foi a Educação que mais cresceu em termos absolutos (ATLAS, 2010).

Em relação à estrutura etária e a renda da população local, mais de 60% estão na faixa entre os 15 e 64 anos; ou seja, mais da metade da população faz parte da População Economicamente Ativa (PEA); deste grupo, especificamente das pessoas ocupadas na faixa etária de 18 anos ou mais do município, 20,75% trabalhavam no setor agropecuário, 25,58% na indústria de transformação, 5,44% no setor de construção, 0,84% nos setores de utilidade pública, 16,94% no comércio e 28,46% no setor de serviços (ATLAS, 2010).

O fato de termos mais de 90% da população economicamente ativa trabalhando nos setores agropecuário, indústria de transformação (artesanato, entre outros) e serviços (turismo, entre outros) corrobora as narrativas trazidas pelos entrevistados e as análises feitas nesta

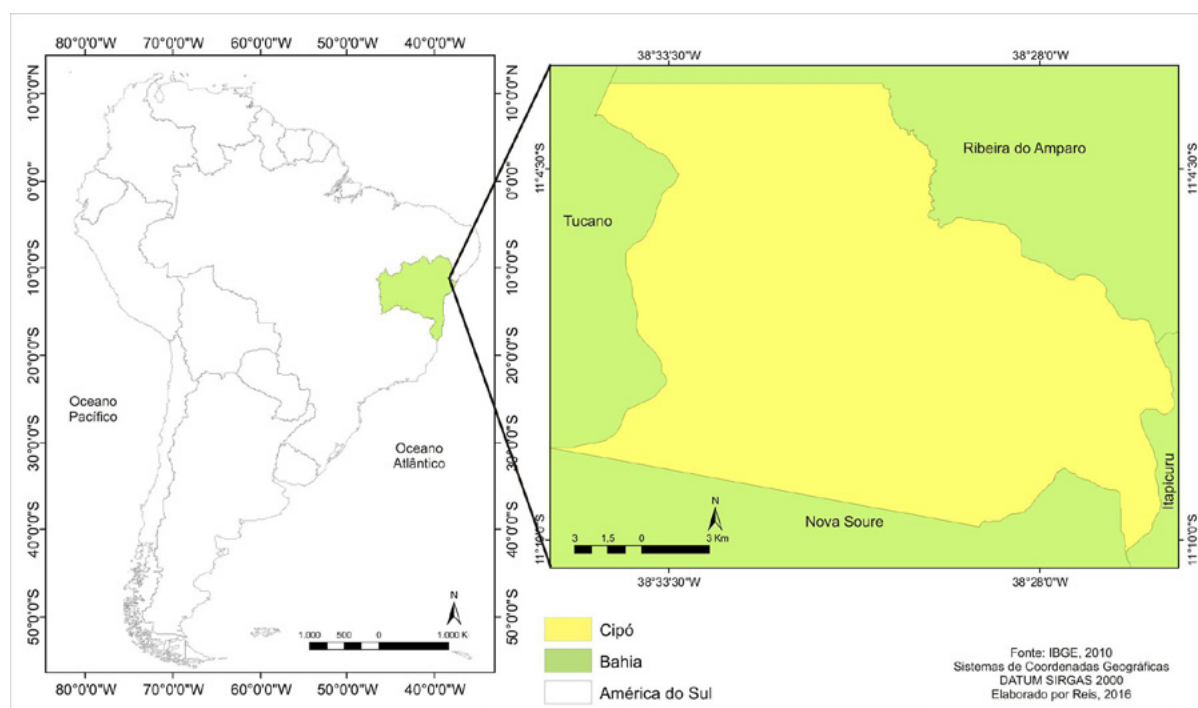


Figura 1. Mapa de localização do município de Cipó.
Fonte: IBGE, 2010; elaborado por Reis, 2016.

pesquisa. Estes três setores da economia realmente são destaque no cenário local e, muitas vezes, como relatado em algumas narrativas, um indivíduo atua em mais de um setor, como, por exemplo, a artesã que também é agricultora.

AS ÁGUAS E O TURISMO

A importância das águas neste lugar é percebida na própria história de sua criação, por estar às margens de um rio, o rio Itapicuru, e, principalmente, por ser uma Estância hidromineral; neste sentido, todo o desenvolvimento sociocultural, urbano e turístico da cidade esteve relacionado às águas.

Como relatado anteriormente, as primeiras construções relacionadas ao termalismo nesta região datam do século XIX, mas o processo de turistificação somente ganhará força a partir de 1929 com a inauguração do Balneário. Este período, que vai dos anos 1930 até 1950 (época conhecida como Era Vargas), foi de bastante investimento econômico, em especial, relacionado a urbanização brasileira; foi neste contexto, pois, que os equipamentos turísticos mais importantes da cidade foram construídos: o Radium Hotel em 1933; a ponte Presidente Getúlio Vargas em 1942 e o Grande Hotel em 1952.

Dentre estes equipamentos turísticos, o que mais chama a atenção é o Grande Hotel de Cipó, que, inclusive, por sua singularidade arquitetônica, foi tombado como Patrimônio Material do Estado pelo Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia (IPAC), autarquia da Secretaria Estadual da Cultura (SECULT), no ano de 2008³.

Este hotel, que começou a ser construído em 1942 e foi inaugurado apenas em 1952, fez parte de um plano maior que envolveu outras construções e melhorias na cidade, tornando-a a primeira Estância Hidromineral do Estado da Bahia (SANTOS NETO, 2013).

Estes planos de turistificação e desenvolvimento de cidades balneárias, por sua vez, não aconteceram apenas na Bahia; outras cidades com potencialidade para o termalismo também foram se desenvolvendo neste mesmo período com projetos bem parecidos, conforme aponta Santos Neto (2013, p. 37).

Com essa configuração de cidades de cura e de diversão foram erigidas muitas estâncias hidrominerais no Brasil ao longo das primeiras décadas do século XX, majoritariamente em locais próximos as nascentes de águas termais. Nos planos realizados para essas estâncias, é recorrente a preocupação em criar um ambiente coadjuvante do tratamento termal, em que a integração com a natureza, através da construção de parques verdes, avenidas arborizadas e jardins, torna-se fundamental.

As melhorias na infraestrutura da cidade, de maneira geral, fizeram com que a Estância Hidromineral de Cipó fosse bastante visitada entre os anos de 1930 e 1950, inclusive,

com a visita de artistas de renome nacionais, como Luiz Gonzaga e Guimarães Rosa, além de várias personalidades da política na época, como o presidente Getúlio Vargas e o vice-presidente Café Filho.

Estes quase vinte anos foram os de maior destaque do turismo em Cipó, pois a partir de meados dos anos de 1950 o turismo local começou a diminuir bastante, visto que:

A urbanização da cidade perdeu força nas décadas seguintes com a diminuição ascendente do seu prestígio. Na década de 1960, foram criadas na Bahia mais três estâncias hidrominerais, sendo uma delas a do Jorro, no município de Tucano – a cerca de 60 Km de Cipó – que se tornou popular desde a perfuração de um poço em busca de petróleo, em 1948, do qual brotou água a uma temperatura superior a 40 °C (SANTOS NETO, 2013, p. 122).

Também, fatores em escala nacional e internacional afetaram o turismo local, como, por exemplo, a Segunda Guerra Mundial e a saída de Getúlio Vargas do poder:

Nesse período, acontecimentos importantes como a Segunda Guerra Mundial, o desenvolvimento da farmacologia com a difusão do uso dos antibióticos, e a saída de Vargas do poder com o fim do Estado Novo, interferiram nos rumos da estância. A Guerra, por um lado, pode ter sido uma das causas do crescimento do número de banhistas em virtude da impossibilidade das viagens turísticas à Europa, mas foi, sem dúvida, responsável pelo atraso na conclusão das obras do Grande Hotel, prejudicadas pela recessão e escassez de materiais (SANTOS NETO, 2013, p. 189).

Por fim, e não menos importante, outro motivo que afetou o turismo local de forma negativa foi a proibição dos jogos de azar no Brasil em 1946, pois muitos turistas eram atraídos pelos jogos no cassino que existia na cidade e esta proibição, por conseguinte, fez com que o fluxo de turistas diminuísse bastante. Vale ressaltar, que a relação entre o termalismo e os jogos de azar, através dos cassinos, foi implementada no Brasil a partir dos modelos de estações balneárias que existiam na Europa, já que, “[...] para manter os custos de infraestrutura de uma estação balneária, era preciso contar com dinheiro advindo da moda veranista, que compreendia, entre outras ‘frivolidades’, o jogo nos cassinos” (SANTOS NETO, 2013, p. 35).

Por conta do pouco fluxo de turistas e, conseqüentemente, decadência do turismo local pelos motivos citados acima, o Grande Hotel acabou sendo fechado ao final dos anos de 1960 e o cassino foi demolido na década de 1980. Dois anos após a demolição do cassino, em 1982, o Grande Hotel passou por uma reforma para uma possível revitalização, mas ao final dos anos de 1980 foi fechado novamente.

Atualmente, segundo Santos Neto (2013, p. 116), o Grande Hotel “[...] encontra-se parcialmente fechado à

exceção da área do antigo cassino, que abriga a Câmara de Vereadores de Cipó e de algumas salas no subsolo ocupadas pela prefeitura”. Vale ressaltar, que durante as visitas de campos, tanto nas observações quanto a partir das narrativas dos entrevistados, foi percebido que este equipamento não passa por manutenção e limpeza regularmente, pois em várias partes do Grande Hotel há uma grande quantidade de lixo, equipamentos danificados, entre outros.

ÁGUAS DE UM NOVO TEMPO⁴

Com o intuito de revitalizar a atividade turística em Cipó, o governo local, em meados da década de 1980, inicia uma nova fase de sua história como destino turístico. Para Teles (2007, p. 127), “A cidade imbuída da função do termalismo havia acabado, agora surgia uma nova Cipó voltada para a diversão. Constituíam-se na cidade o paralelo entre a destruição histórica e a implantação do moderno”.

Neste período, então, a cidade convivia paralelamente com seu passado glorioso, que estava se perdendo nas ruínas e abandono dos equipamentos turísticos construídos entre os anos de 1930 e 1950, e com um presente marcado pela construção de equipamentos de lazer, tais como: piscinas termais, toboágua e diversos bares em volta da praça principal da cidade; vale lembrar, que a inauguração oficial do Parque das Águas de Cipó se deu no ano de 1987.

Neste novo cenário, que em que o lazer passou a ser o atrativo principal da cidade em detrimento da lembrança das termas que curavam, há, segundo Teles (2007, p. 129), um paradoxo, pois “o que certamente movimentaria e atrairia pessoas para o lugar era a lembrança do passado do termalismo, fato que contraria os objetivos presentes [...]”.

Esta observação é bastante pertinente, pois a história deste lugar é muito peculiar, foi a primeira estância Hidromineral da Bahia, e não poderia ser, como pode ser observado em algumas narrativas deste artigo e em outras pesquisas realizadas neste lugar, abandonada pelos gestores públicos.

Desta forma, qualquer iniciativa relacionada ao turismo em Cipó deveria ser feita, antes de tudo, com base em sua importância histórica, preservando seus patrimônios materiais e, também, imateriais; e, obviamente, como deveria acontecer em qualquer destino turístico, vir acompanhada por um planejamento integrado e participativo intimamente relacionado às políticas locais e às características turísticas do lugar; entretanto, não foi o que aconteceu em Cipó, visto que,

As novas formas que a cidade ofereceu a partir dos anos 80 serviram para o lazer de quem procurava por essas terras, além de provocar o seu embelezamento também, porém a história de Cipó além de ter sido enterrada e esquecida no abandono, se resumiu em passeios a bares e banhos para acabar com a ressaca (TELES, 2007, p. 133).

Se por um lado as memórias relacionadas ao passado glorioso de suas águas estavam sendo abandonadas e

ressignificadas a partir da diversão apenas; por outro, uma manifestação cultural muito valiosa passou a ser fortalecida: o artesanato, que já existia, inclusive, antes do processo de turistificação de Cipó nas comunidades negras existentes na região por conta da presença de alguns engenhos às margens do Rio Itapicuru. Mas este artesanato pode ser considerado um atrativo turístico? Como ele surgiu? Quais são os modos de fazer e viver este artesanato? Ele se fortaleceu nesta época, mas como a sua produção se encontra atualmente? Estas questões serão respondidas no item a seguir.

O ARTESANATO COMO POTENCIAL TURÍSTICO

O artesanato em Cipó é algo muito forte e presente na vida de boa parte dos seus habitantes, fato que fica evidente através das narrativas dos artesãos locais que foram entrevistados durante esta pesquisa:

“Eu gostava de ver minha madrinha trabalhando, aí eu aprendi e gostei, desde pequenininha.” (A3 citado por CARNEIRO, 2018, p. 50); “[...] Eu aprendi em casa, com meus parentes, porque aqui é bem forte o artesanato.” (A2 citado por CARNEIRO, 2018, p. 50)

“[...] desde que eu me entendo por gente, já existia e sempre trabalhava com isso [...] eu ficava aprendendo mesmo com a família, irmã, com os vizinhos.” (A5 citado por CARNEIRO, 2018, p. 73); “[...] desde criança eu trabalho com artesanato, minha mãe me ensinou [...] criei meus irmãos fazendo tapetes de sisal [...]” (A6 citado por CARNEIRO, 2018, p. 73)⁵.

A relação do artesanato com este lugar é muito forte e está relacionada às tradições, memórias e identidades locais, sendo bastante antiga, passando por várias gerações. Esta relação, inclusive, é mais antiga que o processo de turistificação que aconteceu nos anos de 1930, em que a cidade passou a receber investimentos específicos para a atividade turística, tornando-se, assim, um importante destino turístico da Bahia.

Destaca-se, neste contexto, a relevância do povo negro no surgimento do artesanato neste lugar; segundo Teles (2007, p. 141),

Primeiramente, quando viviam os negros no centro que originou o município, isso entre os séculos XVII e XVIII, sabe-se que passavam seus dias tecendo redes e objetos artesanais. Esse comportamento sempre acompanhou a história negra e se responsabilizou durante séculos pela sua economia [...]

O princípio do artesanato em Cipó, então, tem um agente principal: o negro⁶, que habitava a região e trabalhava nos engenhos existentes ali. Com o passar do tempo, já em meados do século XX, a miscigenação entre os negros e brancos já era evidente e a produção do artesanato “[...] passou a fazer parte da renda econômica do branco, ou cipoiense como um todo” (TELES, 2007, p. 141).

Mesmo com a produção sendo feita, agora, por mais pessoas dentro e no entorno da cidade, o artesanato não possuía muita força nas dinâmicas socioculturais e econômicas do lugar; isso vai acontecer apenas nas últimas décadas do século XX, em especial a partir dos anos 1980, como aponta Teles (2007, p. 132):

[...] a população cipoense descobriu que as áreas litorâneas da Argentina e sul do Brasil, eram bons campos de trabalho para que se vendesse ali os artesanatos cipoenses. Dessa época em diante, o artesanato que deixou de ser especialidade negra, passou a gerar para os habitantes uma saída para fins de remuneração. Muitos baianos cipoenses deixavam suas casas para trabalharem por dois ou três meses na Argentina e depois retornavam para buscar mais produtos. Dos anos 80 em diante a cidade passou a se modificar e muitas pessoas que moravam na zona rural, por trabalharem como artesãos, vieram para a zona urbana e se responsabilizaram pela expansão da malha urbana da cidade. Há ruas que se identificam como de artesãos [...]

Esta realidade descrita pela autora pode ser percebida até hoje ao visitar Cipó; a cidade é repleta de pessoas fazendo o artesanato nas calçadas ou, em algumas vezes, no meio da rua mesmo. Existe até uma rua com o nome Rua dos Argentinos, em que os moradores são artesãos e vendem suas produções fora do Brasil, em especial na Argentina e Chile.

O artesanato é algo que fez e continua fazendo parte da vida da maioria dos moradores de Cipó, é algo importante não apenas economicamente, mas, também, faz parte da história, das memórias e das identidades deste lugar. Porém, foi apenas a partir do final dos anos de 1990 que o artesanato passou a ter uma atenção maior do poder público, a partir da construção de centros de artesanato, a Casa do Artesão e Mercado Municipal; também, é neste período que começam a ganhar força as primeiras Cooperativas e Associações de artesãos na cidade.

Hoje em dia, alguns destes espaços construídos pelo poder público ainda funcionam, mas com funcionalidades diferentes, como, por exemplo, o artesanato agora não é mais vendido no Mercado Municipal e sim no Galpão do Artesanato. Mas ter apenas espaços para a comercialização de um produto não é suficiente para sustentar o turismo local.

Outras questões também precisam ser analisadas, pois, como relatado pelos entrevistados, há uma falta de integração entre as associações de artesãos, falta de apoio do poder público em relação ao artesanato local e, de maneira geral, há uma desvalorização⁷ do artesanato por parte dos moradores locais.

O artesanato, visto aqui não apenas como um possível recurso econômico, mas, também, como uma manifestação cultural que traduz a cultura deste lugar, tem um enorme potencial turístico e pode vir a ser o principal atrativo turístico da cidade.

Neste contexto, entendendo a atividade turística como “uma atividade vinculada em sua essência a pessoas e lugares, sendo, portanto, um fenômeno eminentemente socioespacial” (MACHADO, 2007, p. 65), ou seja, “uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural [...]” (MOESH, 2002, p. 9), é preciso analisá-la. Mesmo porque, como visto anteriormente, esta atividade influencia as dinâmicas socioculturais locais, provocando alterações não somente nos modos de fazer e viver o artesanato local, mas também, na própria dinâmica regional do Semiárido baiano.

Atualmente, quase toda a produção do artesanato local é comercializada fora da cidade, mesmo havendo alguns pontos de venda e um fluxo de turistas/visitantes, principalmente, durante a época das festas Juninas (Junho e Julho) e de final de ano (Dezembro e Janeiro). Ou seja, o artesanato produzido não é, de maneira geral, para o turista que visita à cidade; isto faz com que este turista/visitante, muitas vezes, fique impossibilitado de levar uma lembrança que faça com que este destino turístico permaneça por mais tempo em suas lembranças. Outro fator importante é que este lugar ainda sofre com a sazonalidade, não tendo um fluxo de turistas/visitantes constante durante o ano.

O turismo em Cipó pode se fortalecer novamente tendo como principal atrativo turístico o artesanato, mas para tanto se faz necessário um planejamento turístico, já que o mesmo é “[...] necessário tanto para acelerar e maximizar os efeitos positivos da atividade, quanto, e principalmente, para que os efeitos negativos sejam mitigados” (IGNARRA, 2003, p. 81).

Este planejamento, por sua vez, tem que estar balizado no modelo de desenvolvimento participativo, no qual os setores público e privado e os representantes da comunidade local possam atuar de forma direta. Para tanto, a participação da comunidade local no turismo “[...] deve estar acompanhada de boa administração pública, preocupada com o bem-estar da comunidade, e envolvida em projetos e programas voltados para a melhoria da qualidade de vida dos moradores da localidade” (DIAS, 2003, p. 115).

Para Dias (2003), o Estado, ou seja, a administração pública deve envolver-se na coordenação, no planejamento, na legislação e na regulamentação, na construção e administração de empreendimentos, nos incentivos aos setores privados, na atuação social e, por fim, na promoção do turismo. Assim, com o envolvimento e a atuação efetiva dos governos locais, seria possível pensar num planejamento turístico para a cidade de Cipó.

Deste modo, a partir da elaboração e implementação de um planejamento turístico realmente participativo, poderia se pensar, também, na oferta de uma maior diversidade de produtos, possibilitando, assim, “[...] o aumento dos gastos e da permanência do turista, estimulando o turismo em períodos de baixa visitação, minimizando os efeitos da sazonalidade” (AVILA, 2009, p. 30).

Atualmente acontece o contrário em Cipó e os turistas percebem esta falta de diversidade de produtos, como relatado por um dos grupos de turistas entrevistados: *“o artesanato é bonito, mas muito fraco [...] só tinha uma lojinha e com pouca diversidade”* (GT1 citado por CARNEIRO, 2018, p. 112).

O artesanato em Cipó, por sua história e características, pode ser a peça fundamental para a revitalização do turismo local, mas o mesmo precisa atender as necessidades e os anseios dos turistas que visitam o lugar, necessitando, por sua vez, estar balizado em projetos e ações de inovação e criatividade; mesmo porque “[...] o sucesso do turismo reside em oferecer experiências diferenciadas [...]” (BARRETO; REJOWSKI, 2009, p. 16) e essas experiências podem ser alcançadas, por exemplo, a partir de produtos que sejam inovadores, criativos e não percam a essência da história e da cultura local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: TURISMO CULTURAL EM CIPÓ

Diante das características históricas e socioculturais deste lugar, faz-se necessário pensar na possibilidade de um tipo de segmento turístico que valorize o patrimônio local, tanto materiais, como o artesanato e a arquitetura, quanto imateriais, através de suas memórias e histórias. Sugere-se, então, o turismo cultural.

Este tipo de segmento turístico, segundo Beni (2004), diferencia-se das formas tradicionais de turismo por ser caracterizado por um público consumidor mais sensível aos impactos resultantes de sua visita aos destinos; ou seja, consiste numa demanda seletiva que incorpora, em suas viagens, as preocupações em torno da problemática de preservação do patrimônio cultural:

O Turismo Cultural, assim, pressupõe um público educado e informado que compartilhe com os órgãos de patrimônio uma definição sobre o que constitui lugares, eventos e coleções corretas. Por outro lado, o Turismo Cultural deve ser visto pelos órgãos de preservação como um meio de arrecadar recursos para a manutenção de lugares e manifestações, bem como um instrumento de informação ao público visitante (GOODEY, 2002, p. 135).

O aspecto educativo faz-se presente nesta definição e revela que a inserção do patrimônio cultural (neste caso, principalmente, o artesanato e as memórias e histórias relacionadas às águas) no circuito turístico amplia as possibilidades de valorização das manifestações culturais, contribuindo, sobremaneira, para o fortalecimento e dinamização dos aspectos econômicos, sociais e culturais de diversos lugares.

No entanto, o turismo, quando desenvolvido de forma deliberada sem o envolvimento da comunidade, pode ocasionar desestabilizações nos sistemas culturais das comunidades receptoras, como a espetacularização de manifestações culturais de um povo, como o próprio artesanato.

A este respeito, Vaz e Jacques (2003) consideram que a apropriação da cultura pela atividade turística não deve ocorrer de forma que a mesma se transforme em mercadoria, ou melhor, em um produto cultural para ser comercializado e consumido, o que, por sua vez, tornaria o próprio conceito de cultura esvaziado.

A cultura, entretanto, de uma maneira geral, vem sendo utilizada como um mero produto de mercado, o que, na concepção de Adorno e Horkheimer (citado por VAZ; JACQUES, 2003, p. 130), “[...] elimina o caráter estético e artístico da cultura refletindo em sua degradação”. A cultura tem que ser apropriada pelo turismo de uma forma que valorize a mesma, reforçando as suas peculiaridades e especificidades.

Para Yúdice (2004, p. 13), “a cultura como recurso é muito mais do que uma mercadoria; ela é o eixo de uma nova estrutura epistêmica”. Mais ainda, nesta nova estrutura epistêmica, o “[...] gerenciamento, a conservação, o acesso, a distribuição e o investimento – ‘em cultura’ - tornam-se prioritários” (YÚDICE, 2004, p. 13).

As transformações da cultura em mercadoria, segundo Markwell (citado por TALAVERA, 2003, p. 44), refletem na despersonalização da cultura, na qual a mesma é descontextualizada “[...] a fim de obter um producto presentable como autêntico, fuera de tiempo, que debe infundir laidea de experiencia inolvidable y única”.

Disto resulta uma reprodução acelerada de modelos de formatação e estruturação da oferta turística em diversos lugares, desconsiderando-se as especificidades locais e inviabilizando o acesso da comunidade aos benefícios do turismo por questões meramente mercadológicas.

Diante dos impactos negativos causados pela atividade turística, atrelada à emergência de novas necessidades, preferências, valores e atitudes da demanda em relação ao meio social e cultural em que o turismo se processa, destaca-se, pois, a oferta de novos produtos e roteiros turísticos cujos princípios balizadores estejam pautados na criatividade e inovação, na interpretação patrimonial e na “autenticidade” das atrações culturais, pressupondo a inserção e participação da comunidade local e a sustentabilidade em todas as etapas do processo. Mesmo por que:

O conteúdo da cultura foi perdendo importância com a crescente conveniência da diferença como garantia da legitimidade. Pode-se dizer que as compreensões anteriores – os cânones de excelência artística; os padrões simbólicos que dão coerência e conferem valor humano a um grupo de pessoas ou sociedade, ou a cultura como disciplina – cedem lugar à conveniência da cultura. Na nossa era, as reivindicações da diferença e a cultura são convenientes à medida que se presume que “dão poder” a uma comunidade (YÚDICE, 2004, p. 454, grifo do autor).

Essa conveniência da cultura, na contemporaneidade, faz com que as culturas locais possam se tornar protagonistas num processo de retomada de práticas culturais específicas

enquanto recurso para melhorias sociopolíticas e econômicas (YÚDICE, 2004), o que pode ser facilitado e potencializado a partir da atividade turística.

Visto o exposto, corroborando as percepções de alguns dos entrevistados, que entendem a importância tanto das águas quanto do artesanato para o turismo local, como aponta um dos gestores entrevistados:

*[...] se **caminhassem juntos**, o potencial da água com o artesanato que por sua vez, é **um produto cultural de tamanha relevância no nosso município**, nós teríamos um acervo muito maior pra **sustentação do próprio turismo cultural, econômico [...] (G1 citado por CARNEIRO, 2018, p. 100).***

Urge a necessidade de apresentação e implementação de um novo modelo e segmento turístico em Cipó que esteja pautado nestas premissas e que tenha como referências principais: as águas, resgatando as memórias e histórias deste lugar e o artesanato, como uma importante manifestação cultural local traduzida em seus modos de fazer e viver.

REFERÊNCIAS

ATLAS do desenvolvimento humano no Brasil. **Perfil**, 2010. Disponível em: http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/cipo_ba#trabalho. Acesso em 02 nov 2017.

AVILA, M. A. Política e planejamento em cultura e turismo: reflexões, conceitos e sustentabilidade. In: AVILA, M. A. (org.). **Política e planejamento em cultura e turismo**. Ilhéus: Editus, 2009. p. 15-37.

BARRETO, M.; REJOWSKI, M. Considerações epistemológicas sobre segmentação: das tipologias turísticas à segmentação de mercado. In: NETTO, A. P.; ANSARAH, M. G. R. (orgs.) **Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009.

BENI, M.C. Um outro Turismo é possível? A recriação de uma nova ética. In: MOESCH, Marutschka Martini; GASTAL, Susana (org.). **Um outro Turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.

CARNEIRO, E. dos R. **Semiárido: lugar de cultura e turismo**. Recife, 2018. 153p. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Recife, 2018.

CYPRIANO, A. **Hospitalidade sertaneja**. 2007 (mimeografado).

DIAS, R. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003. 214 p.

GOODEY, B. A interpretação do Sítio Turístico: desenho e sequência. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (org.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: UFMG: TerritórioBrasilis, 2002.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), 2010. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 10 mar. 2010.

MACHADO, M. de. B. T. Turismo – um conceito socioespacial. In: SEABRA, G. **Turismo de base local: identidade cultural e desenvolvimento regional**. João Pessoa: UFPB, 2007.

MOESCH, M. M. **A produção do saber turístico**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

SANTOS NETO, E. F. D. **Estância hidromineral de Cipó: um balneário no Sertão da Bahia**. Salvador: EDUFBA, IPAC, 2013. 205p.

SEI – SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. **Municípios em síntese**. Bahia, 2009. Disponível em: <<http://www.sei.ba.gov.br>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

TALAVERA, A. S. Turismo cultural, culturas turísticas. In: **Revista Horizontes Antropológicos**, ano 9, n. 20, p. 31-57, out. Porto Alegre, 2003.

TELES, I. C. **Cipó, Bahia: identidade e diversidade cultural de 1700 a 2006**. São Paulo, 2007. 165p. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade São Marcos – São Paulo, 2007.

VAZ, L. F.; JACQUES, P. B. A cultura na revitalização urbana – espetáculo ou participação? **Espaço & Debates: Revista de Estudos Regionais e Urbanos**, São Paulo: NERU, 2003.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

NOTAS

¹ Cipoal refere-se a um conjunto de cipós, espécie vegetal que significa fibra que agarra, galho que prende.

² Termalismo é conjunto de terapias associadas ao uso das águas minero-medicinais; desenvolveu-se no Brasil a partir do século XIX, numa época em que se buscava o conhecimento técnico-científico das propriedades das águas a fim de deslegitimar o seu uso médico, evitando-se a prática do charlatanismo (QUINTELA, 2004, citado por SANTOS NETO, 2013).

³ Disponível em: www.noticiasdabahia.com.br. Acessado em 31 de março de 2009.

⁴ Esta frase foi retirada de uma rede social (Facebook) em uma página mantida pelo governo local e traduz, sobremaneira, mais uma tentativa de revitalização do turismo local.

⁵ Trechos de algumas narrativas dos artesãos entrevistados sobre como eles conhecerem e/ou se envolveram com o artesanato local. Vale ressaltar, que os mesmos foram identificados apenas pela letra A e um número correspondente a ordem das entrevistas, assim como os Gestores públicos, que foram identificados com a letra G1 e G2 e os turistas como identificados como GT.

⁶ Em relação a importância dos negros neste lugar, vale ressaltar, que em Cipó existem três comunidades quilombolas: Várzea Grande, Caboge e Rua do Jorro; elas foram reconhecidas como Comunidade Quilombola oficialmente no ano de 2005.

⁷ O termo desvalorização aqui está relacionado ao não reconhecimento do trabalho dos artesãos como um todo.