

# | 204 | SORRIA: VOCÊ ESTÁ NA BAHIA. A URBANIZAÇÃO E A TURISTIFICAÇÃO DO LITORAL BAIANO

*Heliana Comin Vargas, Cristina Pereira de Araújo*

## **Resumo**

Este artigo traz uma discussão sobre o processo de urbanização turística pelo qual vem passando o litoral brasileiro notadamente a região Nordeste. O litoral baiano é o estudo de caso apresentado por se traduzir na melhor equação Estado e mercado que, ancorados no evento da liberalização financeira pós anos 90, contribuíram intensamente para a urbanização de trechos da orla baiana anteriormente deserta ou ocupada de forma rarefeita pela população autóctone. Para tanto, o artigo encontra-se dividido em cinco seções: (i) o turismo e a produção do espaço, (ii) a política nacional de turismo e o seu reflexo na produção do espaço costeiro, (iii) o avanço das redes hoteleiras e a produção do espaço costeiro brasileiro, (iv) turistificação e produção do espaço no litoral baiano e (v) considerações finais. Na primeira seção, busca-se trazer conceitos acerca da produção do espaço e do ambiente construído que possam ser úteis para o entendimento dos mecanismos da atividade turística enquanto indutora de novos usos. Já a segunda seção discute o papel do Estado como importante agente produtor dos espaços turísticos através da consecução de políticas públicas. Na terceira seção, discute-se o avanço dos empreendimentos turísticos à beira-mar capitaneados pelo evento da liberação financeira e como consequência das políticas públicas emanadas para o setor. A quarta seção focaliza o processo de turistificação do litoral baiano nas suas diferentes tipologias (segundas residências, hotelaria de rede, *resorts* e empreendimentos turísticos imobiliários) e por fim, nas considerações finais busca-se avaliar o processo de urbanização ora apresentado.

**Palavras-chave:** produção do espaço urbano, políticas públicas, turismo, litoral brasileiro.

## **O Turismo e a produção do espaço**

Por definição da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001 *apud* Cruz, 2007), o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante as suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. Esta atividade que movimenta mais de 900 milhões de pessoas pelo mundo consome e produz espaço para sua realização.

Para se realizar, o turismo acaba por cooptar o espaço para seu consumo, apropriando-se dos sistemas de objetos existentes e criando novos objetos para seu uso. Para Ouriques (2005:20), “*as paisagens naturais e socialmente construídas tornam-se objetos de consumo turísticos, como se isso fosse uma característica a elas inerente*”. Neste sentido, assume-se que o turismo exacerba o valor de troca dos lugares, porque os toma como um produto, uma mercadoria, suplantando, o seu valor de uso.

Tal afirmação é facilmente verificada se tomarmos como exemplo o litoral brasileiro, cuja singularidade de seu relevo, associado à biodiversidade e à figura da praia em si, traz um cenário sedutor para apropriação pelo turismo que o toma emprestado, como moldura, para a implantação dos meios de hospedagem e demais equipamentos turísticos, de sorte que o metro linear de alguns terrenos à beira-mar são cotados em dólares americanos (Araujo, 2011).

As relações entre turismo e território devem ser pensadas considerando o imenso jogo de relações em que esta atividade se insere, cabendo entender qual o lugar do turismo na produção do espaço (Cruz, 1999).

Santos (2006:21) propõe que *“o espaço seja definido como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e de sistemas de ações”*. A partir desta premissa, torna-se possível reconhecer suas categorias analíticas internas: paisagem, configuração territorial, divisão territorial do trabalho, espaço produzido ou produtivo, rugosidades e formas-conteúdo; e externas: a técnica, a ação, os objetos, a norma, os eventos, a totalidade, a idealização, entre outras.

É através da técnica que ocorre a junção das categorias internas e externas ao espaço, ou seja, do ambiente construído. Assim, o espaço é datado pelas técnicas e marcado pelos eventos, ou seja, ações promovidas pelo Estado ou pelo mercado (avalizadas pelo primeiro) que irão modificar, de forma contundente, a produção do espaço. As políticas públicas federais de turismo, notadamente o Prodetur/NE, como veremos na próxima seção, são eventos determinantes para a atual configuração da zona costeira na região Nordeste.

Todavia, o espaço é marcado por objetos técnicos de diferentes idades, oriundo de diferentes eventos. A forma de combinação destes objetos, presente e passado, é o que Milton Santos, define como rugosidade. *“Chamemos rugosidade ao que fica do passado como forma, espaço construído, paisagem, o que resta do processo de supressão, acumulação, superposição, com que as coisas substituem e acumulam em todos os lugares.”* (Santos, 2006:140).

Assim, quanto mais a sociedade se liberta do espaço, mais o espaço pode ser transformado em uma mercadoria. As relações espaciais enquanto valores de uso, ao ter sua existência alterada por incluir trabalho, incorrem em exacerbar o valor de troca. Para Smith (1988:131):

A acumulação pela acumulação e a necessidade inerente de expansão econômica conduzem à expansão espacial assim como à expansão social do domínio do trabalho assalariado. (...) A universalidade da relação de trabalho assalariado sob o capitalismo liberta não apenas a

classe trabalhadora, mas também o capital, de qualquer laço inerente com o espaço absoluto.

É neste contexto que se inserem os conceitos de verticalidade e horizontalidade propostos por Milton Santos. Para Santos (2006:106; 2006a: 108, 110):

As verticalidades podem ser definidas, num território, como um conjunto de pontos formando um espaço de fluxos. (...) Esse espaço de fluxos seria, na realidade, um subsistema dentro da totalidade-espaço, já que para os efeitos dos respectivos atores o que conta é, sobretudo, esse conjunto de pontos adequados às tarefas produtivas hegemônicas, características das atividades econômicas que comandam este período histórico.

As horizontalidades são zonas de contiguidade que formam extensões contínuas. (...) São contra-racionalidades, isto é, formas de convivência e de regulação criadas a partir do próprio território e que se mantêm neste território a despeito da vontade de unificação e homogeneização típica das verticalidades. A presença dessas verticalidades produz tendências à fragmentação, com a constituição de alvéolos representativos de formas específicas de ser horizontal a partir das respectivas particularidades.

Somam-se às teorias de produção do espaço do Milton Santos, as contribuições de Feagin, Logan e Molotoch (*apud* Wilderode 2000) acerca da atuação do capital financeiro sobre o ambiente construído.

Feagin sustenta que a razão para investimentos em uma região em detrimento de outra, é função da reputação de “um lugar ótimo para investimento imobiliário”, imagem esta difundida pela elite econômica local associada às construtoras e à mídia. A imagem de um lugar “quente” provoca um *boom* imobiliário, subindo o valor de troca do lugar e ocasionando uma oferta acima da demanda. Para o autor em questão, os investidores imobiliários possuem um comportamento gregário, meio que indo pelo faro, observando os investimentos e conversando entre si, sem uma avaliação prévia e objetiva de uma demanda potencial.

A teoria da máquina do crescimento urbano é a contribuição de Logan e Molotoch ao afirmarem que são os atores locais que têm papel determinante na produção do ambiente construído das cidades, seja através dos políticos locais e conseqüente troca de favores para com as construtoras e empreiteiras, seja através da mídia local, forte indutora de

promoção da imagem de um lugar que se queira tornar atrativa aos olhos da população, subindo seu valor de troca.

Cruz (2007) complementaria essa análise reiterando que Estado e mercado são os grandes produtores (e interventores) do espaço, fato este também corroborado por Remy Knafou (2001) ao analisar as três fontes do que ele denomina de turistificação do espaço: o turista, o mercado e o Estado.

Para Knafou (2001), o turista é o ponto principal para que se inicie um processo de turistificação, haja vista que através do seu deslocamento em direção ao objeto de consumo (uma localidade turística), é que se manifesta a atividade turística. Porém, são o mercado e o Estado, juntos, os grandes promotores das localidades turísticas, ou como sugere o autor, dos territórios turísticos.

### **A Política Nacional de Turismo e seu reflexo na produção do espaço costeiro**

Pode-se afirmar categoricamente que anteriormente aos anos 1990 o turismo enquanto política pública era tratado de forma pontual e desarticulada, fato que mudaria a partir de dois importantes eventos: o Prodetur e a promulgação da atual Política Nacional de Turismo (Araujo, 2011).

O Prodetur/NE (Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste) é o principal programa em implementação até então. Inicialmente com foco exclusivo à zona costeira da Região Nordeste, hoje se expande para todo o Brasil como parte integrante da Política Nacional de Turismo.

Criado pela Sudene (Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste) e pela Embratur, através da Portaria Conjunta nº 1, de 29 de novembro de 1991, o Prodetur/NE envolveu a participação de quatro Ministérios e da Presidência da República (gestão Collor de Mello). Sua abrangência compreendia todos os estados nordestinos e a região norte do estado de Minas Gerais (por conta da jurisdição da SUDENE).

Os objetivos gerais consistiam no reforço da capacidade da Região Nordeste *“em manter e expandir sua crescente indústria turística contribuindo assim para o desenvolvimento socioeconômico regional através de investimentos em infraestrutura básica e serviços públicos em áreas atualmente de expansão turística”* e os objetivos específicos vão da atração de atividades turísticas privadas de melhor padrão à geração de oportunidades de emprego e melhora dos níveis de renda, propiciando inclusive, a oferta de serviços de abastecimento de água, esgoto

e pavimentação às regiões atendidas pelo Programa (Brasil, Banco do Nordeste do Brasil, 2010).

Promovido a Prodetur Nacional através do macroprograma 4 do Plano Nacional de Turismo (PNT 2007 – 2010) ainda em vigor, o Programa abrange todos os Estados, Distrito Federal, capitais e municípios com mais de 1 milhão de habitantes. Segundo informações constantes da página eletrônica do Ministério do Turismo (2012), o Programa atualmente conta com a adesão de 20 estados e 12 municípios, totalizando mais de US\$ 870 milhões de propostas de financiamento aprovadas. Dentre os projetos financiados estão investimentos destinados à recuperação e valorização de atrativos turísticos, infraestrutura e serviços básicos (saneamento e drenagem urbana, construção e/ou melhoria de terminais de passageiros), fortalecimento institucional e recuperação de patrimônio histórico e/ou ambiental.

O Prodetur foi recepcionado pela Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, regulamentada pelo Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010, que torna clara a intenção de se ordenar o setor, estabelecendo normas sobre a Política Nacional de Turismo e definindo atribuições do Governo Federal no *“planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico”*, dispondo sobre o *“cadastramento, classificação e fiscalização dos prestadores de serviços turísticos”* (artigo 1º do Decreto). Cabendo ao Ministério do Turismo, criado em 2003, a condução da Política Nacional do Turismo a partir de então (artigo 3º da Lei).

Trata-se do primeiro diploma legal que procura disciplinar a matéria de forma mais abrangente, dando ordem aos fatos, ou seja, estabelecendo claramente quem é quem dentro da estrutura e criando mecanismos para o cadastro dos prestadores de serviços turísticos. E possibilitando, finalmente, a compreensão da dimensão da oferta turística no País.

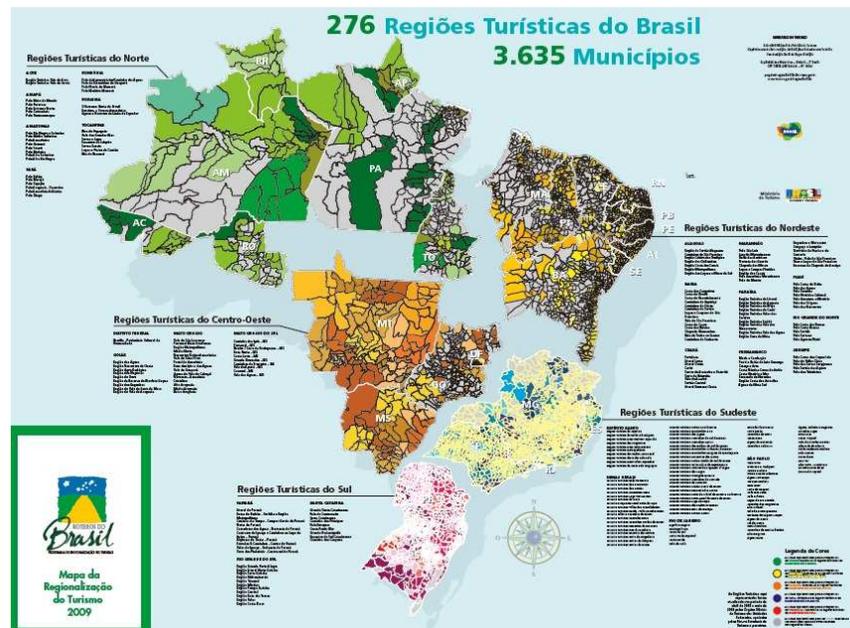
No parágrafo único do artigo 6º, a Lei determina que o Plano Nacional de Turismo andar sempre em consonância com o Plano Plurianual e que suas metas e programas serão revistos a cada quatro anos, o que é ratificado pelo Decreto, em seu artigo 3º: o atual Plano, portanto, é totalmente recepcionado pela referida Lei que o endossa.

Dentre os objetivos, destacam-se o inciso VI que versa sobre a regionalização do turismo (contemplando o macroprograma 4 do PNT 2007/2010) contando com a efetiva participação das comunidades receptoras e preservação da sua identidade cultural, o que consta do inciso IX; o aumento e a diversificação das linhas de financiamento para as pequenas e microempresas (inciso XV); a integração do setor privado como agente complementar de financiamento em infraestrutura e serviços públicos (inciso XVI); o

estabelecimento de normas e padrões de qualidade, bem como a sistematização e intercâmbio de dados estatísticos (incisos XVIII e XX).

No tocante a regionalização do turismo, a figura 1 mostra a formação destes territórios-rede do turismo (Cruz, 2007), bem como a intenção do Estado em dinamizar a atividade turística em todo o País – enquanto geradora de trabalho, renda e divisas –, uma vez que contempla 276 regiões turísticas e 3.635 municípios brasileiros, que estão à priori, sujeitos às dinâmicas da produção do espaço pelo turismo.

Figura 1: Mapa de Regionalização do Turismo 2009.



Fonte: Brasil, Ministério do Turismo, 2012.

Neste sentido, se os incisos mencionados acima sugerem uma política pública direcionada ao que poderíamos chamar de um turismo com base local, construído a partir das relações entre as pessoas de determinado lugar e privilegiando o desenvolvimento econômico e social da população autóctone, o inciso XIII, por sua vez, torna ambígua esta relação, uma vez que referencia a demanda enquanto agente determinante do desenvolvimento do espaço turístico, induzindo a entrada de equipamentos turísticos compatíveis com o destino emissor (como os *resorts*):

XIII – propiciar os recursos necessários para investimentos e aproveitamento do espaço turístico nacional de forma a permitir a ampliação, a diversificação, a modernização e a segurança dos equipamentos e serviços turísticos, adequando-

os às preferências de demanda, e, também, às características ambientais e socioeconômicas regionais existentes. (grifo nosso).

Contudo, se a Lei 11.771/08 por um lado vem consolidar a intenção do Governo de estruturar a atividade e posicionar o turismo como importante item na pauta de geração de divisas, trabalho e renda para o País, por outro, deixa uma lacuna ao não tratar das questões concernentes à produção do espaço pelo turismo. Em nenhum momento a Lei menciona a importância de se observar critérios estabelecidos em instrumentos de planejamento e ordenamento territorial, como o Zoneamento Ecológico-Econômico (ZEE), estabelecido pelo Decreto Federal 4.297/02, que compatibiliza o uso econômico do território com a preservação de ecossistemas frágeis (Araujo, *et al* 2011).

Se houvesse a obrigatoriedade da elaboração do ZEE (e respectiva aprovação, transformando-o em decreto federal, estadual ou municipal – dependendo da abrangência do mapeamento) para o direcionamento da expansão, sobretudo dos empreendimentos hoteleiros, de modo a estabelecer zonas onde tais atividades pudessem ocorrer, certamente deixaríamos de atestar a ocupação de áreas ambientalmente frágeis, como dunas, restingas e mangues, por tais empreendimentos, o que tem sido objeto de denúncias quando da autorização para funcionamento de *resorts* e empreendimentos turísticos imobiliários ao longo da costa brasileira<sup>1</sup>.

## **O avanço das redes hoteleiras e a produção do espaço costeiro brasileiro**

“Eu quero entrar na rede...”, já preconizava a música de Gilberto Gil intitulada “pela internet”, expressando musicalmente o novo momento de intercâmbio que o Brasil vivenciava fortemente, função das medidas macroeconômicas e desregulamentações adotadas, reflexo do processo de liberalização financeira dos anos 90. Embora as redes hoteleiras representem menos de 10% da hoteleira brasileira, seu posicionamento é crescente no mercado: dos atuais 153 projetos hoteleiros em construção ou em fase adiantada de planejamento, todos serão afiliados às principais redes hoteleiras que operam no Brasil, gerando um acréscimo de 24.147 apartamentos (Araujo, 2011).

Os anos 90 marcariam o início de um intenso período de fusões e aquisições entre as operadoras hoteleiras, primeiramente nos países de origem e entre os países

---

<sup>1</sup> O resort Costão do Santinho e o empreendimento de segundas residências Jurerê Internacional foram objetos de investigação da Operação Moeda Verde deflagrada pela Polícia Federal em 2007 que investigava um esquema de vendas de leis e atos administrativos de conteúdo ambiental e urbanístico em favor de grandes empreendimentos na Ilha de Santa Catarina (Fernandes, *et. al.* 2007).

desenvolvidos, para depois se expandir para outras regiões do mundo, onde cada rede apresenta estratégias próprias de expansão.

No Brasil, seria apenas na década passada, sobretudo a partir de 2006, que este processo se intensificaria no tocante a hotéis. Nas fusões tipo *crossborder* – operações que envolvem empresas de capital nacional e estrangeiro –, predominam a fusão e/ou aquisição entre empresas de capital estrangeiro que atuam no País, ou seja, a troca de bandeiras entre redes internacionais, ação inclusive, muito comum no setor de hotelaria, uma vez que as empresas geralmente optam pela administração dos hotéis, sem possuir vínculo com a propriedade. Nas palavras de Milton Santos, a hotelaria de rede se traduz em verdadeiras verticalidades para o território, haja vista a aderência praticamente nula com o lugar, uma vez que responde à logística e comandos externos emanados pela sede.

É assim que os grupos hoteleiros operam hotéis em que são proprietários ou hotéis arrendados, onde pagam aluguéis aos seus proprietários, ou ainda através de acordos de franquia; há casos em que administram os hotéis para os proprietários, mediante contratos de administração e participação nos lucros. Os contratos de gestão, em substituição às franquias, têm sido o principal meio de operacionalização das grandes redes que, para assegurar o funcionamento dos hotéis de forma homogênea, lançam mão de manuais de procedimentos e operações, de instalações e padronizações rígidas, incluindo formação de pessoal, publicidade internacional e central de reservas (Dias, 1993; Proserpio, 2007).

A associação a parceiros locais é condição quase que certa para os investidores estrangeiros e grandes marcas hoteleiras. Estudo da consultoria Ernest Young revela que investidores estrangeiros, por meio de fundos, empreiteiras e bancos de investimento, planejam investir US\$ 1bilhão em hotéis até 2012; cerca de 60% dos interessados, todos atuantes no setor imobiliário, pretendem associar-se a parceiros locais que disponham de terreno e conhecimento da legislação local; a estratégia é investir tanto na construção de novos hotéis quanto na aquisição de empreendimentos em operação (Araujo, 2011).

Em adendo, segundas residências, *resorts* e empreendimentos turísticos imobiliários compõem o cenário dentre as tipologias hoteleiras que irão se somar aos hotéis urbanos.

Se a origem das segundas residências remonta aos anos 70, como consequência do surgimento da classe média e intenso processo de rodoviarização que o País atravessava, possuindo maior incidência na região Sudeste, os *resorts* irão marcar presença a partir dos anos 90 e, sobretudo, no litoral nordestino. Os motivos para a implantação desse tipo de equipamento na região Nordeste podem ser resumidos em três: (i) a aposta no turismo “de

sol e praia”: via de regra, a modalidade mais incentivada pelas políticas públicas federais de turismo; (ii) a disponibilidade de extensas áreas ainda não urbanizadas ao longo da costa nordestina, o que possibilita a implantação deste tipo de equipamento; (iii) as verbas advindas do Prodetur/NE que nos anos 90 priorizavam claramente investimentos que pudessem atrair o público estrangeiro, a fim de atrair divisas em dólares, visto que a nossa dívida externa era atrelada ao dólar.

Os empreendimentos turísticos imobiliários (ETIs), por sua vez, fazem a junção entre o mercado hoteleiro e o imobiliário: trazem às segundas residências, os serviços de hotelaria e os benefícios de usarem a área de lazer do *resort* e, em contrapartida, o componente imobiliário permite maior rentabilidade e antecipação de parte significativa do fluxo de caixa.

Segundas residências, hotelaria de rede, *resorts* e ETIs possuem papel de destaque na produção do espaço litorâneo nordestino, notadamente do litoral baiano que, sabendo lançar mão da máquina de crescimento local e da “imagem quente” do lugar, perfazem a maior quantidade de *resorts* e ETIs à beira-mar do litoral brasileiro. É o que passaremos a examinar na próxima seção à luz da pesquisa realizada por Araujo (2011).

### **Turistificação e produção do espaço no litoral baiano: paraísos privados à beira-mar**

Com 37 municípios litorâneos, a Bahia é detentora da maior costa litorânea nordestina e sem dúvida, dela soube tirar partido desta para fins turísticos. A começar pela divisão da costa em três polos turísticos (Descobrimento, Litoral Sul, Salvador e Entorno) que propiciou ao Estado capitanear recursos do Prodetur e maximizar a oferta de meios de hospedagem. Tal ação, associada à divulgação da “imagem quente” do lugar, gerou um clima para bons negócios, traduzidos nos 66 empreendimentos entre hotelaria, *resorts* e ETIs lá instalados: praticamente o dobro, se contabilizados somente *resorts* e ETIs, do que o constante em qualquer outro litoral da costa brasileira.

No tocante às residências secundárias, o polo Salvador e Entorno apresenta-se de forma consolidada enquanto destino dos soteropolitanos, tendo em Saubara e Vera Cruz, índices excepcionais de residências secundárias; a propósito, o Censo 2010 apontou mudança de posição no *ranking* entre os dois municípios: de 2000 para 2010, Saubara ganha sete pontos percentuais no índice, ao passo que Vera Cruz perde dois, alternando, portanto, a ordem no *ranking*.

Mata de São João, no litoral norte, e Santa Cruz Cabralia, no extremo sul baiano, também ganharam expressiva mudança de uso do solo, caracterizado por maior incidência de residências secundárias em 2010 se compararmos com o ano 2000; o município de Mata de São João provavelmente se beneficia da “imagem quente” provocada pelos ETIs e *resorts* lá instalados, que têm na Praia do Forte o seu chamariz. Já Santa Cruz Cabralia, ao norte do município de Porto Seguro, certamente oferece terrenos mais baratos que sua vizinha, cujo preço é dolarizado por conta das praias de Arraial d’Ajuda e Trancoso, onde se encontram os ETIs dessa região.

Em Salvador prevalece a hotelaria de rede, com destaque para as redes nacionais, responsáveis por onze dos dezoito hotéis de rede instalados na capital baiana; as redes Pestana, Vila Galé e Accor administram cinco hotéis e a BHG, dois hotéis da bandeira GoldenTulip. Embora em número insignificante se comparado com a hotelaria independente, Porto Seguro também possui hotelaria de rede, apenas cinco hotéis, com prevalência da bandeira nacional.

No entanto, são os ETIs e *resorts* que saltam aos olhos na costa baiana, perfazendo uma área total de empreendimentos na ordem de 61 milhões de m<sup>2</sup> que, ao lado da costa cearense, constitui o maior banco de terrenos de empreendimentos desta natureza ao longo do litoral brasileiro. Contudo, diferente do Ceará, quase 90% do montante da área está sob propriedade do capital internacional ou em associação com o nacional. Praia do Forte (município de Mata de São João/ Polo Salvador e entorno), Trancoso (município de Porto Seguro /Polo Costa do Descobrimento) e Itacaré (polo Litoral Sul) foram as destinações precursoras dessa recente<sup>2</sup>onda imobiliária e hoteleira e a partir delas ocorre o espraiamento para todo o litoral baiano.

Segundo Gomes Sobrinho (1998), o processo de ocupação e apropriação do território de Praia do Forte remonta ao período das capitâncias hereditárias, devido à construção da Casa da Torre, fortaleza construída entre 1563 e 1609, fundada e mantida pelos Garcia d’Avila durante sete gerações. Em 1922, a fazenda Praia do Forte teria sido vendida pelo último descendente dos Ávilas (Regis Pacheco, ex- governador da Bahia) a um coronel que, por sua vez, em 1971 realizaria a venda para empresários paulistas de origem alemã. É aqui que começa a história de Klaus Peter e a reconfiguração socioespacial da Praia do Forte, no município de Mata de São João.

---

<sup>2</sup> Se considerado do ano 2000 em diante. Anteriormente a esta data, a costa baiana já apresentava empreendimentos turísticos, mas em menor quantidade: apenas nove. O Club Med Itaparica e o Ilha de Comandatuba, em Una, são os mais expressivos deste período.

Ainda sem concorrência na região, Klaus Peter opta por assumir um caráter preservacionista e constrói o Eco Resort Praia do Forte em 1986, buscando trazer características locais ao empreendimento. Faz parceria com o Projeto Tamar Praia do Forte e sua atuação na Vila, transformando-a num núcleo urbano, torna a Praia do Forte conhecida e sinônimo de destino turístico associado à preservação da natureza, contemplando a inserção da comunidade local o que, segundo Gomes Sobrinho (1998) é objeto de controvérsia, uma vez que a imprensa local registrou conflitos entre o empresário e nativos que mantinham dezesseis barracas de praia em área adjacente ao seu empreendimento e tiveram que se retirar.

Seguiu-se ao Eco Resort um forte movimento especulativo – e de inserção de verticalidades – na região, cujo resultado foi a construção de novos empreendimentos hoteleiros, inclusive aliados às redes internacionais. Muito provavelmente, a forte concorrência gerada pela hotelaria internacional foi um fator relevante para a venda da propriedade que em 2008 passou para as mãos do grupo português Tivoli. O grupo fez uma reforma no hotel – conservando, porém, a sua decoração rústica e a bandeira “preservacionista” – transformando-o em um ETI, através da construção e comercialização de residências que usufruem da mesma área do *resort* (figuras 1 e 2).

Já o Complexo Turístico Costa do Sauípe é pioneiro na região: trata-se do primeiro condomínio de *resorts* do Brasil. Sua construção se iniciou em 1996, abrangendo uma área de 1.760.000m<sup>2</sup>, 6 km de praia e 141.000m<sup>2</sup> de área construída em terras pertencentes à Construtora Odebrecht, idealizadora do projeto que buscou financiamento para a construção dos hotéis junto à Previ – a Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil.

Nesta extensão de 6km de praia, foram inicialmente implantados seis hotéis operados por três redes hoteleiras internacionais: Marriot, Accor e SuperClubs, totalizando 1.562 unidades habitacionais. O complexo criou cerca de dois mil postos de trabalho regulares e trezentos sazonais, porém, com baixo aproveitamento da mão de obra local, destinada às funções mais elementares, consequência da baixa escolaridade (Couto, 2003:41).

Atualmente, todas as redes hoteleiras deixaram o Complexo que passou a ser administrado exclusivamente pela Sauípe S.A. Empreendimentos. A Sauípe S. A. conta também com um escritório em São Paulo e, a exemplo dos demais empreendimentos, oferece pacotes completos, com aéreo e traslados, além do sistema all-inclusive. Ao lado dos hotéis,

fazendo parte do ETI, está em comercialização o *Quintas PrivateResidence* que propõe o sistema fracionado de propriedade<sup>3</sup>.

Figuras 1 e 2: Comercialização do empreendimento TivoliEcoresidences Praia do Forte, tendo como âncora o TivoliEcoresort Praia do Forte, estratégia comum para alavancagem dos ETIs.



Crédito: [www.tivoliecoresidencespraia doforte.com](http://www.tivoliecoresidencespraia doforte.com). Acesso em 30 de janeiro de 2011.

<sup>3</sup> No sistema fracional, o imóvel é escriturado e pode ser revendido ou locado e o direito de uso é proporcional à fração adquirida, geralmente quatro a cinco semanas por ano, podendo também depositar estas semanas no banco de uma intercambiadora e viajar para outros destinos filiados. Já no *timeshare*, o funcionamento é similar, mas não dá direito à propriedade, apenas ao uso. Tanto um quanto o outro são bastante utilizados no modelo ETI (Vida Imobiliária, 2009).

O polo Litoral Sul teve seu primeiro investimento em Una – o *resort* Transamérica Ilha de Comandatuba, em 1989; contudo, seria o município de Itacaré que pouco mais de dez anos depois cairia no gosto dos empreendedores imobiliários e se transformaria em alvo dos ETIs – é o caso do *Txai Resort* e *TxaiResidences*, e do ETI Villas de São José, composto por residências, além do Itacaré Village e do Itacaré Eco Resort. Segundo a CLK, proprietária do empreendimento, mais da metade dos compradores das residências é estrangeira, predominando os franceses, seguidos pelos norte-americanos (Vida Imobiliária, 2009).

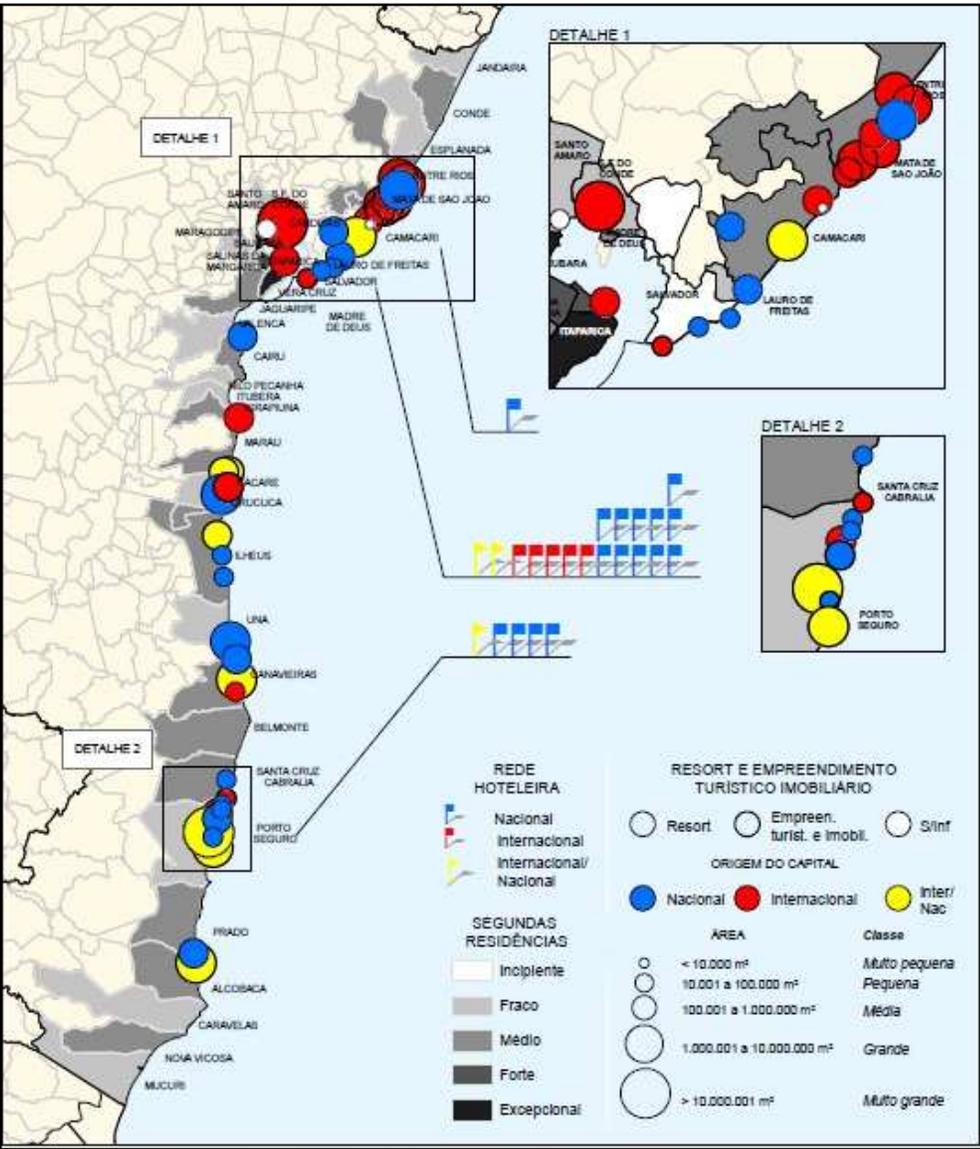
De Itacaré, os investimentos seguem rumo a Ilhéus e a Marauí que enfrenta forte valorização de seus terrenos; por enquanto, o Kiaroa é o único *resort* da região, de propriedade do italiano Ferruccio Bonazzi, com diárias variando entre R\$ 1.500,00 e R\$ 2.500,00.

No polo Costa do Descobrimento, Porto Seguro polariza o desenvolvimento da região. O primeiro *resort* a ser construído data de 1990 e tinha a denominação de Paradise Resort. Tempos depois passou a incorporar o “eco” em seu nome, mudando para Arraial d’Ajuda Eco Resort. A este, seguiu-se o ClubMedTrancoso, inaugurado em dezembro de 2002, parte de um audacioso projeto da Terravista Empreendimentos S.A., um ETI que ocupa uma área de 12 milhões de m<sup>2</sup> sobre as falésias, entre os distritos de Arraial d’Ajuda e Trancoso (figura 3). Além do ClubMed, o ETI dispõe de mais dois empreendimentos hoteleiros, um aeroporto privativo e dois condomínios residenciais que, segundo o empreendedor, foram focados no público brasileiro, mas possuem cerca de 10% dos proprietários, de origem estrangeira (Vida Imobiliária, 2009). A figura 4 sintetiza a turistificação do litoral baiano.

Figura 3: Vista aérea do ETI Terra Vista, implantado sob área de vegetação endêmica e à revelia das recomendações para a criação de um parque no local, o Parque das Barreiras Vermelhas, por conta das falésias ali existentes. Em 2002, quando da inauguração do ClubMed, Porto Seguro não tinha sequer lei de uso e ocupação do solo; hoje, conta com Plano Diretor, mas os investimentos seguem ao sabor dos interesses da máquina do crescimento local. (Araujo, 2004).



Figura 4: Presença de segundas residências, hotelaria de rede, resorts e ETIs no litoral baiano.



Fonte: Araujo (2011).

## Considerações finais

O litoral baiano parece expressar um pouco do que vem acontecendo ao longo da costa brasileira no tocante à produção do espaço pelo turismo. A reboque dos investimentos financeiros no ambiente construído, promovidos pelo cenário favorável da liberalização financeira pós anos 90, somado ao papel do Estado em dinamizar o turismo na região via consecução de políticas públicas de turismo, tendo no Prodetur o seu maior agente alavancador, observa-se uma intensa modificação de uso do solo à beira mar, bem como a urbanização para fins turísticos de extensas áreas outrora desertas.

O comportamento do mercado, no papel dos investidores imobiliários e hoteleiros, parece claro na intenção de introduzir verticalidades no lugar, enxergando oportunidades de investimento e maximização de lucros.

Já o papel do Estado em escala local se revela ausente no tocante ao disciplinamento dos usos, ordenamento territorial e estabelecimento de premissas claras das contrapartidas à municipalidade advindas da implantação de empreendimentos desta monta. Em que pese o Zoneamento Ecológico Econômico possuir força de decreto e está na lida desde 2002, o seu uso efetivo enquanto instrumento de planejamento e ordenamento territorial ainda está longe de sair do papel.

Por conta disso, o que se nota é um comportamento exacerbado e indisciplinado do mercado em busca das melhores áreas para implantação de seus empreendimentos – muitas delas objeto de comodato em áreas da União –. Ao sabor da “imagem quente” do lugar, novas áreas vão sendo adquiridas, novos empreendimentos implantados à beira-mar e à revelia de uma política de planejamento urbano que cumpra o seu dever de atender as necessidades de moradia e infraestrutura para os seus moradores, já que muitas dessas áreas poderiam ser destinadas à construção de moradias populares ou minimamente prever um equilíbrio entre os usos.

Sorria: você está na Bahia. Não importa o entorno. Você está dentro de um *resort* ou ETI, usufruindo o que Ela tem de melhor para oferecer: praia, sombra e água fresca. A periferia e exclusão é apenas um detalhe, longe de ser atrativo turístico.

## Referências bibliográficas

Araujo, C. P., Gattamorta, M.A., Silva, S.B. 2012. "Planejamento Ambiental: um novo olhar sobre a forma de se planejar os usos no território". *Cadernos Proarqn*° 16. Rio de Janeiro, UFRJ, pp 89 – 103.

Araujo, C. P. 2011. "Terra à vista! O litoral brasileiro na mira dos empreendimentos turísticos imobiliários". Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo.

— . 2004. "Porto (in)Seguro: a perda do paraíso. Os reflexos do turismo na sua paisagem". Dissertação (Mestrado em Estruturas Ambientais Urbanas) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo.

Brasil, Banco do Nordeste do Brasil. *Prodetur*.(online) Disponível em <<http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Apresentacao/gerados/apresentacao.asp>>. Acesso em 11 de novembro de 2010.

Brasil 2007. *Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional do Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências.* Ministério do Turismo, Brasília.

Brasil 2010. *Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010. Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências.* Ministério do Turismo, Brasília.

Brasil, Ministério do Turismo.(online) Disponível em <<http://www.turismo.gov.br/turismo/programas>>. Acesso em 28 de setembro de 2012.

Couto, R. C. 2003. "Impacto Social do Turismo. Os impactos causados pela hotelaria nas comunidades locais. Estudo de caso: Complexo Costa do Sauípe". Monografia (MBA em Turismo, Hotelaria e Entretenimento) – Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro.

— .2007. *Geografias do Turismo: de lugares a pseudo-lugares.* Roca, São Paulo.

Cruz, R. C. A. 1999. "Políticas de Turismo e (re)ordenamento de territórios no litoral do Nordeste do Brasil". Tese (Doutorado em Geografia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

Dias, C. M. M. 1990. *“Home awayfrom home. Evolução, caracterização e perspectivas da hotelaria: um estudo compreensivo”*. Dissertação (Mestrado em Relações Públicas) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

Fernandes, A. 2007. “PF prende 21 envolvidos em crimes financeiros”. *Portal do Estadão*. In: Revista *Âmbito Jurídico*. Disponível em <<http://www.ambito-juridico.com.br/pdfsGerados/artigos/1875.pdf>>. Acesso em 26 de novembro de 2010.

Gomes S. L. 1998. *“Em busca do paraíso... a (eco)lógica, a gestão do território e o turismo em Praia do Forte – Bahia”*. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Curso de Pós-Graduação em Geografia, Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia.

Knafou, R. 2001. “Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo”. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (org). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. Hucitec, São Paulo, pp 62-74.

Ouriques, H. R. 2005. *A produção do turismo: fetichismo e dependência*. Alinea, Campinas.

Proserpio, R. 2007. *O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil*. Aleph, São Paulo.

Santos, M. 2006. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. Edusp, São Paulo.

— .2006a. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Record, Rio de Janeiro.

Smith, N.1998. *Desenvolvimento desigual: natureza, capital e a produção de espaço*. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro.

Vida Imobiliária 2009. “Breve panorama do turismo residencial no Brasil”. *Revista Vida Imobiliária*, São Paulo, nº 04, março de 2009, pp 30-67.

Wilderode, D. J. 2000. *“Cidade à venda: interpretações do processo imobiliário”*. Tese (Doutorado em Estruturas Ambientais Urbanas) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo.