

DIFICULDADES E OPORTUNIDADES DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA EM SERRA GRANDE/URUÇUCA-BA

RAFAEL PEREIRA LIMA¹

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-2097-9629>

ADEILTON DIAS ALVES²

ORCID – <https://orcid.org/0009-0006-2409-9297>

Recebido em 26.09.2021

Aprovado em 28.03.2023

Resumo

O trabalho aborda o segmento Turismo de Base Comunitária (TBC), na experiência de Serra Grande, distrito de Uruçuca-BA. O TBC tem como perspectiva proporcionar um segmento turístico sustentável nos diversos aspectos das dimensões econômica, social, ambiental e cultural. Logo, o objetivo é identificar as principais dificuldades e oportunidades do TBC. Nesse sentido, a pesquisa permitiu a caracterização deste segmento, a partir de seus principais aspectos, dando origem as reflexões e descobertas pertinentes ao estudo em questão. Oferece uma breve contextualização sobre o TBC e problematização das dificuldades elencadas pelos sujeitos entrevistados. Levantamento bibliográfico, entrevistas semiestruturadas junto aos prestadores de serviços do TBC, análise documental, e aplicação de questionário junto aos visitantes/turistas, foram as principais técnicas utilizadas como parte das estratégias de métodos. Os resultados apontam para uma situação de baixo conhecimento sobre o segmento turístico TBC em Serra Grande por parte dos visitantes/turistas, bem como para um conjunto de potencialidades ainda não viabilizadas pelos promotores do TBC na região.

Palavras-chave: Turismo. Turismo de Base Comunitária. Sustentabilidade.

COMMUNITY-BASED TOURISM DIFFICULTIES AND OPPORTUNITIES IN SERRA GRANDE / URUÇUCA-BA

Abstract

The work addresses the Community Based Tourism (TBC) segment, in the experience of Serra Grande, district of Uruçuca-BA. The TBC has the perspective of providing a sustainable tourism segment in the various aspects of the economic, social, environmental and cultural dimensions. Therefore, the objective is to identify the main difficulties and

¹ Especialização em Análise Ambiental e Gestão Sustentável do Território (UNEB) e Graduação em Tecnologia em Gestão de Turismo (IFBaiano) e Diretor de Turismo (SEMAT) Oliveira dos Brejinhos-BA, Brasil. rafaelplima88@gmail.com

² Doutor em Ciências Sociais (UFRN), docente no Instituto Federal Baiano. adeilton_dias@hotmail.com

opportunities of TBC. In this sense, the research allowed the characterization of this segment, based on its main aspects, giving rise to reflections and findings relevant to the study in question. It offers a brief contextualization of TBC and problematization of the difficulties listed by the interviewed subjects. Bibliographic survey, semi-structured interviews with TBC service providers, document analysis, and application of a questionnaire to visitors/tourists were the main techniques used as part of the methods strategy. The results point to a situation of low knowledge about the TBC tourist segment in Serra Grande on the part of visitors/tourists, as well as to a set of potentialities not yet made possible by TBC promoters in the region.

Keywords: Studies. Culture. Tourism. Leisure.

1. INTRODUÇÃO

Tendo em vista na perspectiva de Irving (2009) a contribuição do TBC e seu modo de gestão comunitário, sobretudo a inserção da comunidade como atores do desenvolvimento turístico e a relação entre a comunidade e a maneira de gerir e desenvolver o turismo.

No entanto, a implementação de iniciativas desse tipo de gestão com base no desenvolvimento do turismo a partir da comunidade, na concepção de Oliveira (2009) há diversos desafios, como falta de recursos, capacitação competitiva, dificuldades de acesso ao mercado e falta de planejamento estratégico. Isto posto, o objetivo foi identificar as principais dificuldades e oportunidades que o TBC tem, colam em prática a oferta de atividades turísticas.

Nesse contexto, por mais que seja um desafio empreender em conjunto a comunidade, o esperado para Irving (2009) e a perspectiva de um econômica solidária que fortalece a comunidade e, sobretudo, põe como principais autores e desenvolvedores do turismo mais consciente com as questões culturais e identidade territorial.

Nessa perspectiva, a participação social no desenvolvimento do TBC, prioriza a autonomia da comunidade na tomada de decisão para que não haja nenhuma descaracterização da identidade local, bem como o fortalecimento da econômica solidária para o benefício da comunidade.

2. TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC): um segmento em busca da sustentabilidade

O desenvolvimento turístico atualmente vem buscando maneiras de minimizar os impactos negativos não somente no meio ambiente. O Ecod Básico (2008), caracteriza que a gerência de um turismo sustentável busca fomentar a satisfação das necessidades econômicas, sociais e ambientais, sem esquecer da manutenção da integridade cultural. Dessa forma, entende-se o quão pode ser relevante a participação do TBC para o desenvolvimento do turismo sustentável, devido a participação da comunidade na construção do turismo.

Entretanto, na concepção de Irving (2009) esse segmento turístico no Brasil apresentava característica marginal, periférica e até romantizada, perante o ponto de vista de um mercado globalizado e sedento de receitas. Porém, poucos se dispuseram a estudar esse caso para sensibilizar e promover políticas públicas, bem como oferecer reflexões sobre os obstáculos no tocante às características de marginalidade que tinham sido rotuladas silenciosamente, enfraquecendo a imagem deste segmento. Dado que as pesquisas sobre o TBC tinham em suas iniciativas poucos casos de estudos para que essa mobilização houvesse, e só em meados da década de 1990 surgiu interesse para que essa temática começasse a ser discutida, percebe-se o quão desafiante é o cenário para a consolidação do TBC.

Com o passar dos anos, foram aparecendo mudanças nos perfis dos turistas, havendo novos nichos nas demandas turísticas, referentes à procura de segmentos mais sustentáveis. No rumo dessa argumentação, cabe considerar que:

[...]no plano global, novas tendências tem marcado também a “resignificação” do turismo, como, por exemplo, uma mudança sutil no perfil de turistas, conectados progressivamente com os temas da responsabilidade social e ambiental, o que passou a influenciar operadoras e agências internacionais, que, por sua vez, buscaram dar maior visibilidade a destinos turísticos menos convencionais, mas capazes de viabilizar novas experiências e descobertas para um “cidadão global”, em busca de oportunidades de vivências e aprendizagens, para além do “cardápio” de opções disponíveis. (IRVING, 2009, p. 109).

Essa mudança na procura por um turismo mais responsável e que desse integridade e equidade econômica, estimulou a realização de projetos e planejamentos turísticos que minimizassem os impactos social e ambiental. O Instituto Chico Mendes de

Conservação da Biodiversidade (ICMBio) em 2018 publicou um projeto de fomento ao planejamento e implantação do TBC nas comunidades das regiões de Unidade de Conservação (UC), federais, para estimular alternativas de renda e uma forma de integrar os jovens no modo de vida local, fortalecendo a cultura. O objetivo do projeto foi:

[...]estabelecer um marco referencial para o Turismo de Base Comunitária nas Unidades de Conservação federais, direcionado principalmente para seus gestores, buscando orientar sua implantação, de acordo com princípios e diretrizes compatíveis com a conservação da biodiversidade, com a salvaguarda da história e cultura das comunidades locais e com o protagonismo comunitário no desenvolvimento da atividade, contribuindo para o alcance dos objetivos do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), para a integração com as demais áreas protegidas e a inserção no contexto do desenvolvimento local. (BRASIL 2018, p. 03)

Esse segmento turístico pode proporcionar uma alternativa econômica para a comunidade, proporcionando-as a participação da construção do turismo como empreendedores conscientes, diminuindo o impacto negativo ao meio ambiente, social e econômico.

De acordo com os autores que discutem sobre o TBC a exemplo de Bartholo et al. (2009) e Mano et al. (2017), este transforma-se em uma alternativa de renda para os atores da comunidade, tornando-se não apenas um meio econômico sustentável, mas também de fortalecimento cultural, qualidade de vida, menor impacto ambiental e inclusão, pois a comunidade interage em conjunto tomando as decisões do desenvolvimento turístico.

Nessa perspectiva, influencia na mitigação da desigualdade social. Para Filho e Guzzo (2009) a desigualdade social é composta pelas diferenciações estéticas, financeiras, qualidade de vida, educação e cultura, em que as classes dominantes impõem para as sociedades, com isso forçando as classes desabastadas a permanecerem intactas diminuindo as chances de melhorarem a qualidade de vida, devido ao campo competitivo e desleal. No que se refere ao TBC, teoricamente não há uma competitividade desenfreada tal qual se percebe no capitalismo, pois é uma sociedade na qual os sujeitos trabalham em conjunto, dividem os lucros igualmente e também fortalecem a cultura local.

Nesse mesmo cenário, o TBC também pode influenciar na minimização da segregação socioespacial. Do ponto de vista de Meliani (2011) esse fenômeno no turismo, acontece quando há um processo chamado de “turisitificação”, onde se realiza

uma transformação de um espaço turístico, deixando o mesmo “artificializado”, na ótica do antropólogo Augé (1994), esse fenômeno se denomina como “não-lugar”, devido às construções de cadeias de grandes hotéis, resorts, do trade turísticos. E isso pode acabar impactando na aculturação correspondente aos povos de outros lugares de classes dominantes com maior aquisição financeira, que chegam em uma comunidade visualizando a sua potencialidade, promovendo a especulação imobiliária. Tal situação pode impactar na marginalização das classes desabastadas, extinção da cultura local e aumento da desigualdade social. O agravo da mercantilização desenfreada do turismo pode estimular:

A prioridade para a dimensão estritamente mercadológica, em detrimento dos princípios da sustentabilidade social, cultural, ambiental, provoca a desestruturação da cultura local, eleva os índices de vazamentos de renda, descaracteriza ambientes naturais, estimula a especulação imobiliária e exclusão territorial de residentes. Esses impactos são ainda mais deletérios nas localidades mais pobres onde a expansão do turismo é apresentada como alternativa de melhoria das condições sociais, mas se transforma em fator de agravamento da situação social (RAMIRO; SILVA; TEIXEIRA, 2009, p. 3; 4)

Porém, o TBC fortalece os preceitos da cultura local, por ser gerenciado, em sua maioria, uma organização comunitária, e uma economia solidária transformando o turismo em uma prática sustentável. Nesse quadro, a economia solidária de acordo com Lisboa (2005), é uma organização que tem em suas prescrições dos princípios sociais e econômico, visando à autogestão, democracia entre os atores, diminuição dos impactos sociais, econômicos e culturais, fomento à economia sustentável sem impactar o meio ambiente. Nessa perspectiva, deve se considerar que:

A tendência de consideração exclusiva dos aspectos econômicos limita a inclusão de elementos essenciais para a análise de sustentabilidade dos processos de desenvolvimento. A consideração de interdependência entre economia e meio ambiente exige igual atenção aos sistemas sociais, culturais, políticos e institucionais, que além do mais, servem de alicerce para processos econômicos (MATTOS; HERCOWITZ, 2011, p. 119):

Nessa lógica, percebe-se a necessidade de criações de novas instituições econômicas para fomentar o desenvolvimento econômico sustentável, sendo o TBC, um exemplo de prática que pode desenvolver capital com a participação social, com isso sinalizando o quão é imprescindível a participação de diversos níveis de organizações

sociais e políticas, centralizando e articulando ações que seguem uma economia sustentável. Diante disso, atualmente tem surgido Organizações não Governamentais (ONGs) para enfrentar essa necessidade de fomentar uma economia que procura melhorias nas questões sociais, culturais e ecológicas.

Nesse mesmo sentido, o TBC propicia que as pessoas se articulem tal qual uma organização comunitária. No olhar de Martins (2014), o que esse tipo de organização tende a buscar é a melhoria as condições econômicas e sociais, onde a comunidade trabalha em conjunto, reduz as necessidades econômicas, onde o coletivo se beneficia de forma igualitária, e isso faz com que a comunidade participe economicamente de forma direta do desenvolvimento local. A vista disso, a receita local fica distribuída diminuindo a evasão do capital. Contudo, o fator principal para que essas organizações tomem forças é o apoio das iniciativas privadas, Organizações Não Governamentais (ONGs) e instituições públicas para que o turismo local seja praticado de forma sustentável.

Respectivamente, nesse mesmo cenário de desenvolvimento turístico sustentável, é necessário a participação do Estado, das iniciativas privados e de terceiro setor porque:

[...] não se pode conceber o turismo sem a participação de diferentes setores da economia. Em praticamente todas as situações que envolvem atividade turísticas, há a presença do setor público (Estado) e do setor privado (empresas) e crescente participação do Terceiro Setor (entidade sem fins lucrativos) (DIAS, 2012, p. 71; 72).

O TBC parte de uma organização que busca lucros por ser de característica semelhante à economia solidária. Lisboa (2005) refere-se à mesma como economia mercantilizada e monetária, porém uma economia que tem em seus conceitos e articula suas movimentações sociais para combater a desigualdade socioeconômica. Nesse sentido, a superestrutura (instituições regulamentam o turismo) entram como relevantes apoiadores no desenvolvimento sustentável de uma região e pertinentes para fomentar esses tipos de ações na economia local, com o intuito de fortalecer a sustentabilidade da comunidade.

2.1. Reflexão a respeito da importância das superestruturas para o TBC

Para que fomente um desenvolvimento turístico sustentável, nota-se que as instituições privadas, governamentais, não governamentais e sem fins lucrativos, têm

significância para impactar de maneira positiva o desenvolvimento de uma comunidade, e isso vem sendo refletido de diversas formas, como principalmente no estudo acadêmico e nas práticas comunitárias do turismo na perspectiva de:

[...] estabelecer uma relação harmônica do homem com a natureza, como centro de um processo de desenvolvimento que deve satisfazer às necessidades e às aspirações humanas. Enfatiza que a pobreza é incompatível com o desenvolvimento sustentável e indica a necessidade de que a política ambiental seja parte do processo de desenvolvimento e não mais uma responsabilidade setorial fragmentada (DIAS, 2012, p. 47).

Sendo então um dos aspectos de um desenvolvimento que promove a sustentabilidade como conceito principal de uma realização econômica consciente, nesse sentido a comunidade necessita que hajam organizações para que se desenvolva e se realize uma economia solidária com o propósito de fomentar ações sociais que amplificam uma economia consciente. Desse modo, as instituições são imprescindíveis para que se transforme uma comunidade, desde que as mesmas procurem práticas que sintonizem com os conceitos da sustentabilidade.

Sobretudo para que se desenvolva um turismo que sigam as regras sustentáveis, Dias (2012, p. 75) salienta que: é necessário o envolvimento e esforços de vários atores do processo desenvolvidor, como:

(...) residentes, turistas, governantes, empresários operadores etc., que buscarão integrar os recursos naturais e culturais num processo de planejamento que estabeleça um desenvolvimento gradual e permanente diferente daquele tradicional, que sacrifica o futuro, privilegiando os ganhos econômicos e financeiros imediatos e sobre uma base tecnológica prejudicial ao meio ambiente.

Portanto, é requisito básico para o desenvolvimento turístico que seja viabilizada uma união colaborativa para que se crie um planejamento antes de fomentar o turismo em uma região, o fortalecimento da comunidade junto as instituições sendo elas públicas, privadas e ONGs. Essa parceria, pode fomentar o turismo que não infrinja os preceitos culturais, econômicos e sociais, fazendo com que a comunidade seja mais participativa nos ganhos que o turismo pode promover com o seu desenvolvimento.

3. TÉCNICAS E ESTRATÉGIAS DE MÉTODO

Para produzir esta pesquisa foi adotada uma abordagem diversificada em termos de técnicas, em que, preliminarmente foi realizada entrevista qualitativa envolvendo análise documental e, logo depois, foram desenvolvidos questionários que possibilitaram a realização de entrevistas que combinaram aspectos de natureza quantitativa e qualitativa. Para que a pesquisa tenha um enriquecimento sobre a temática (CRESWELL, 2007), recomenda que: é necessário a combinação de métodos que amplificam todas as possibilidades de entendimento e reflexões do fenômeno.

Na primeira abordagem foi realizada uma entrevista guiada com o(a) Gestor(a) e os prestadores de serviços domiciliar do segmento TBC, com o Termo Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), no mês de setembro. Na percepção de Richardson (1985), o pesquisador pode elaborar suas perguntas em uma folha de papel, em seguida, aplicá-las ao entrevistado, com autonomia de ampliar os temas caso não esteja satisfeito com os resultados, pois, as perguntas dependem do entrevistador ter uma boa elaboração, haja vista que o entrevistado tem liberdade de expressão e o entrevistador deve guiá-lo corretamente. Conhecida também por entrevista semiestruturada, para Dionne e Laville (1999, p. 188), é uma “[...]série de perguntas abertas, feitas verbalmente em uma ordem prevista, mas na qual o entrevistador pode acrescentar perguntas de esclarecimento”. Sobre as etapas que a pesquisa tem, Minayo (2016) descreve que: é dividida em três fases: a primeira fase exploratória que teve como objetivo definir e delimitar o objeto, a segunda fase foi trabalho em campo que necessitou uma observação, entrevista e análise documental ou do discurso e na terceira fase foi feito tratamento e análise do material, o qual teve o intuito de valorizar, compreender, interpretar os dados empíricos e sistematizar com as teorias que fundamentaram a pesquisa.

Na segunda abordagem, que aconteceu no mês de outubro de 2019 na comunidade de Serra Grande/Uruçuca-BA, foram aplicadas questionários de caráter quali-quantitativos para descobrir a percepção dos visitantes/turistas de Serra Grande sobre o TBC, saber o que eles entendem sobre o mesmo, se já haviam utilizado os serviços que aquele oferece, se havia algum interesse em utilizar os serviços, caso não conhecessem e a motivação que os trouxeram a Serra Grande. Na perspectiva de entrevistar os visitantes/turistas e saber a suas concepções sobre o TBC, no corpo do

texto continham perguntas fechadas e abertas. Os autores Souza e Kerbauy (2017) definem que: a técnica quali-quantitativa, tem um fator essencial na complementariedade entre os dois tipos de abordagem, ampliando os moldes das pesquisas facilitando alcançar o objetivo, o qual, provavelmente, somente um meio de abordagem não alcançaria.

Os questionários, foram divididos em 4 partes, (1) perfil dos visitantes/turistas, (2) percepção específica sobre o TBC de Serra Grande e suas opiniões sobre o segmento turístico, (3) motivação de suas presenças no distrito Serra Grande e (4) se haveria interesse de utilizar os serviços do TBC. Ao dividir as fases, possibilita-se ao pesquisador fazer uma análise do perfil dos visitantes/turistas, localidade, motivação e suas percepções sobre o TBC, com essa análise o pesquisador pode traçar o público alvo que o TBC pode atingir e desvendar se há demanda para o segmento.

Por fim, após os dados das pesquisas serem coletados, é necessário que se faça análise dos dados para a compreensão das nuances relevantes acerca do problema de pesquisa, que foi realizada no mês de novembro utilizou-se para dados qualitativo, análise de conteúdo. Conforme Gomes (1994), a análise de conteúdo é utilizada para interpretar as respostas das questões já formuladas, com o intuito de confirmar ou não as hipóteses afirmadas antes de ir a campo e uma outra maneira é desvendar o que está oculto ao conteúdo evidente. Todavia, ambos se complementam e se retroalimentam.

Quando pertinente utilizou-se análise estatística, que em sua técnica engloba as tabulações e formações de gráficos, configurando e organizando de maneira esquemática, para que, os dados levantados possam contribuir com a pesquisa. Para Gerhard e Silveira (2009, p. 81) “a tabulação é o processo que consiste em agrupar e contar os casos que estão nas várias categorias de análise; ou seja, a tabulação simples consiste na simples contagem das frequências das categorias de cada conjunto. [...]”. Assim sendo, a análise estatística possibilitou transformar os dados em tabulações e transformou em gráficos ou tabelas e isso possibilitou maior compreensão da pesquisa.

Para analisar os dados, Foi construída à análise de conteúdo que possibilitou a visualização das frequências das palavras que mais representam, mostrando os princípios, motivações e dificuldades, em que os associados que prestam serviços do segmento TBC se encontram. Depois foram construídas tabelas e gráficos e cruzamentos

de dados para traçar o perfil, motivações e percepção sobre o TBC dos visitantes/turistas; depois e para à análise documental, foram observadas documentos relacionadas ao empreendimento como fotos, pôsteres e registros dos prestadores de serviços que oferecem o meio de hospedagem do TBC

4. AS PERCEPÇÕES DO(A) GESTOR(A) E OS SEUS ASSOCIADOS DO TBC DE SERRA GRANDE

A realização das abordagens em campo foi no mês de setembro, seguindo o cronograma do pré-projeto/Projeto Integrador 3 (PIT III). Diante disso, foi feita uma entrevista guiada com um dos gestores e fundadores do TBC de Serra Grande. Para manter o anonimato do(a) entrevistado(a), foi dado um nome fictício de Gestor(a). Nesse caso, foi feita a seguinte pergunta: Por qual motivo e interesse foi fundado o TBC em Serra Grande?

Para essa pergunta que foi supracitada, para à análise de resultados obtidos, foi utilizada um software Wordle que fomentou uma nuvem de palavras mostrando as frequências de cada uma delas, sendo aquelas que tiverem com as fontes maiores representam as mais citadas na (Figura 1), destacando-se vivenciar, local, TBC, comunidade, cultura, sustentável e economia. Nota-se, que: o objetivo do TBC na comunidade e sua importância para se desenvolver o turismo de maneira sustentável, respeitando os princípios das diretrizes, honrando e conservando a biodiversidade, a cultura local e garantindo equidade na comunidade e para isso o desenvolvimento devem ser: Economicamente Viável, Ecologicamente Correto e Socialmente Justo (DIAS, 2012; RUSCHMANN, 2012).

Já nas palavras com as fontes menores, foram apontadas os relatos de dificuldades que o TBC encontra como: site, o qual o(a) Gestor(a) falou que a associação tem um endereço eletrônico, porém há uma dificuldade em manter no ar por falta de investimento, sendo essa ferramenta uma ponte que promove o empreendimento com marketing-digital para dar visibilidade para atingir o público alvo, a palavra industrializado, é uma das regras que cada família oferecedora do serviço de meio de hospedagem não podem comercializar, pois, além de serem produtos que fazem mal para a saúde e não contribuem com a economia da comunidade e para fortalecer a comunidade e sua base.

Figura 1: Percepção do(a) Gestor(a) do TBC de Serra Grande.



Fonte: Elaborado pelo autor (2019)

Em seguida, foi realizada uma análise documental, considerando que o entrevistado disponibilizou alguns panfletos que são utilizados para fins de promover o empreendimento. O mesmo apresenta informações de como funciona à associação. Ele contém registros das vivências que os visitantes/turistas podem participar, os roteiros turísticos oferecidos como: visita aos jangadeiros, marisqueiras, conhecer os sabores gastronômicos local e o acolhimento domiciliar.

No que se refere aos serviços de hospedagem, cada casa dispõe de um placa com dizeres de sensibilização para o consumo dos bens naturais de maneira responsável, como por exemplo, o banho no chuveiro deve ser o menor tempo possível para não desperdiçar água, sobre o lixo que deve ser descartado de maneira correta, dentre outros. Carvalho (2013. p. 01) acredita que essa prática é conhecida como sujeito ecológico: “(...)Também frequentemente usamos esse adjetivo para caracterizar atitudes como a de rejeitar as sacolas de plástico no supermercado, usar a água com parcimônia, separar o lixo (...)”, dentre outras maneiras responsáveis com a preservação do meio ambiente. A disponibilidade em que o(a) Gestor(a) teve ao oferecer esses documentos, entende-se o

quão preocupados são com o meio ambiente e como tentam emanar esse recado para os que utilizam dos serviços como forma de sensibilização.

Na segunda entrevista, juntos aos associados que empreendem na modalidade do TBC, foi lançada a seguinte pergunta: O que motivou a participar do segmento TBC e como é a participação do mesmo no desenvolvimento turístico de Serra Grande? Este questionamento, foi realizado com o intuito de saber o interesse e de como a associação participa do desenvolvimento turístico e as repostas obtiveram pontos fortes no que diz respeito ao interesse de participar do empreendimento e alguns pontos fracos no que se refere ao andamento do TBC, junto ao desenvolvimento turístico da comunidade.

Sobre os pontos fortes, e a motivação dos atores que oferecem os serviços do TBC, são representadas com as palavras de fontes maiores de acordo com a (Figura 2) abaixo, sendo: o acolhimento de pessoas em suas casas, em querer participar do desenvolvimento turístico da comunidade, a associação como meio de fortalecimento do desenvolvimento local da “comunidade”, o TBC como oportunidade econômica local, o gosto de participar do desenvolvimento e a troca cultural, a associação estar ainda em processo de amadurecimento, o turismo como potencial econômica para comunidade, e a casa como uma fonte de renda. Constata-se que, as palavras imprimem a vontade da participação como atores do desenvolvimento turístico de Serra Grande, o mesmo foi representado pelas palavras: Serra e Grande. Segundo Mano, Mayer e Fratucci (2017) a comunidade enxerga o TBC como uma oportunidade em participar no desenvolvimento, para serem atores representativos, e isso demonstra o quão é significativo o TBC como promoção desenvolvidora da economia comunitária, participativa e solidária.

No entanto, as palavras que representam os pontos fracos e as dificuldades que o TBC encontra, estão sendo representadas pelas palavras com as fontes menores, devido à pouca frequência citadas durante a entrevista, palavras como: Dinheiro, Contínuo, Devagar, Conhecimento, divulgação, falta, site e base. Nessas repostas obtidas na entrevista observa-se que: os associados juntos ao TBC têm uma grande vontade de participar do desenvolvimento turístico de Serra Grande. Devido a isso, surge a motivação de colaborar com o mesmo, esses pontos fracos que foram citados não apareceram com tanta frequência. Contudo, não podem ser descartadas em uma pesquisa, pois esses pontos que fazem o pesquisador analisar mais minuciosamente.

Quando questionados sobre a renda, conforme a (Tabela-1) abaixo, a maioria, 29% possui até um salário mínimo a um salário mínimo e meio, 23,2% dispõem de um salário mínimo e meio a dois salários, 20,3% de dois salários a três salários, 11,6% detêm acima de cinco salários e aqueles que não possui renda própria, 10,1%.

Tabela-1: Representação da renda dos visitantes/turistas

Renda Bruta	F%
a) Não possui renda própria	10,1
b) Até um salário mínimo	14,5
d) Um salário a um salário e meio	14,5
d) Um salário e meio a dois salários	23,2
e) Dois salários a três salários	20,3
f) Três salários a quatro salários	1,4
g) Quatro salários a cinco salários	2,9
h) Acima de cinco salários	11,6
i) NR	1,4
Total Geral	100

Fonte: Elaborada pelo autor (2019)

Na perspectiva de saber se os visitantes de Serra Grande conhecem o TBC, 79,7% disseram não conhecer. Dos que conhecem e conhecem pouco, 20,3%. Percebe-se que o empreendimento é pouco conhecido. Interpretando os dados é possível ver que o mesmo é pouco promovido. Para saber o interesse sobre a utilização dos serviços prestados pelo TBC, dos entrevistados que nunca utilizaram os serviços se os mesmo consumiriam, de uma amostragem de 62 pessoas que responderam nunca ter utilizados dos serviços 72,6% disseram que pagariam pelos serviços, 27,4% não pagariam, nota-se que, há público para utilizar dos serviços que o TBC oferece, pois, há uma porcentagem bem significativa que dispunham seus interesses. Quando questionados, os que já utilizaram dos serviços pela primeira vez, se retornariam, de seis respostas, apenas uma pessoa disse não retornar, demonstrando não ter interesse em consumir normalmente os serviços. Também indagado a suas opiniões sobre o TBC, disseram que: é importante por

proporcionar a sustentabilidade para a comunidade, por proporcionar a troca de cultura com novas vivências, fazer novas amizades, uma opção de renda familiar, integração da comunidade junto ao turismo, desenvolvimento da comunidade e a valorização das pessoas.

Pode-se notar, por mais que não haja uma grande promoção dos serviços que oferecem pelo segmento TBC, os dados mostram de maneira notável que há demanda e pessoas dispostas a consumir o que o TBC tem a oferecer e os que já utilizaram dos serviços retornaria para a comunidade com a intenção de consumir o que os prestadores de serviços do segmento oferecem.

Depois de analisar o interesse dos entrevistados em querer pagar pelos serviços e o conhecimento sobre o TBC, é necessário também, saber o que motivou essas pessoas irem para Serra Grande. Os dados com mais representatividade mostraram que: 43% foi para a comunidade com interesse de ir à praia, 14% dos que tiveram interesse de participar em eventos culturais como Sarau Serra Viva e Festival de Arte e Gastronomia, somados os segmentos turísticos que se desenvolvem paralelamente como Campeonato de Surf, Ecoturismo e Turismo de Aventura chegou a 8,6% e o TBC totalizando com 2,9%, o que é preocupante para o desenvolvimento do segmento. Para melhor entendimento logo abaixo está ilustrada a (Tabela-2).

Tabela-2: Representação do que motivou a ida dos visitantes para Serra Grande

Motivação	F%
Praia	43,5
Eventos, Arte, Cultura e Gastronomia	14,4
Visitação	10
Turismo ecológico, esporte e aventura	8,6
Trabalho, Visitas Técnicas e Projeto de Pesquisa	8,6
Vista aos familiares e amigos	11,5
TBC	2,9
Total Geral	100

Fonte: Elaborada pelo autor (2019)

Em comparação com (MELO, 2019), os segmentos mais procurados pelos brasileiros em suas viagens domésticas são a de Sol e Praia, com 49%, os destinos culturais no segundo lugar do ranking de mais procurados 16%, turismo a trabalho com 10% e ecoturismo 9%. Fazendo uma comparação com a pesquisa feita em Serra Grande, no que se refere à posição dos mais procurados não é diferente em relação ao Ministério do Turismo (MTUR).

Além de saber o perfil dos visitantes/turistas, foi também questionada a origem dos mesmos. Esse tipo de pesquisa tem um ganho importante para definir o perfil dos visitantes/turistas que visitam a comunidade. Dos entrevistados 69,4% pessoas são dos municípios da Bahia, configurando o turismo domiciliar do mesmo Estado conforme a (Tabela-3) abaixo.

Tabela-3: Origens dos visitantes/turistas de Serra Grande/Uruçuca-BA

Cidade de Origem	F%
Brasil - Eunápolis - Bahia	2,9
Brasil - Ilhéus - Bahia	13
Brasil - Itabuna - Bahia	14,5
Brasil - Itacaré - Bahia	14,5
Brasil - Ituberá - Bahia	4,3
Brasil - Jequié - Bahia	2,9
Brasil - Salvador - Bahia	7,2
Brasil - Vitória da Conquista - Bahia	10,1
Brasil - Porto Alegre - Rio Grande do Sul	2,9
Brasil - São Paulo - São Paulo	3,1
Chile - Valdivia	4,3
Outros	20,3
Total Geral	100

Fonte: Elaborada pelo autor (2019).

Na Bahia nota-se que, há uma grande demanda dos visitantes do mesmo Estado. De acordo com o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) de 2015 realizada na Costa do Cacau, a sua posição referente ao ranking da participação

do Produto Interno Bruto (PIB) turísticos domésticos, é de segundo lugar com 13% da receita do país, somando R\$ 7 bilhões. Quando se fala em turismo doméstico, os Estados responsáveis pela mecânica da economia turística da Costa do Cacau funcionar, é a Bahia com (50,7%), depois vem o Estado de São Paulo com (16%) e Minas (7,4%).

Isso reflete que, mesmo que a grande maioria dos visitantes/turistas que venha para a Costa do Cacau seja doméstica, isso não diminui o funcionamento e nem impede que a economia gire, observando os dados que revelam a posição da participação no PIB. Entretanto, esses dados do PDITS, se diferenciam somente quando se referem aos Estados do Rio Grande do Sul e Pernambuco, porém em questão da posição dos que mais visitam a Costa do Cacau é parecido.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS OU CONCLUSÕES

Sobre os resultados, quando tabulados os dados das pesquisas quantitativas, à análise de conteúdo das pesquisas qualitativas e à análise documental, clarificou pontuando dificuldades que a associação que prestam serviços do segmento TBC para se inserirem no mercado turístico. Sobre as características, a associação é registrada como empreendimento de economia solidária, quando entrevistado o(a) Gestor(a) e os prestadores de serviços domiciliar, nas suas respostas foram citadas o quão gratificante é receber as pessoas em suas casas, o contato com pessoas novas têm representatividade na troca de novos saberes, a preocupação que eles têm sobre a comunidade, em serem atores do desenvolvimento turístico, o interesse de que a economia seja distribuída na comunidade, evitando a evasão dos recursos financeiros e também a preocupação com a preservação do meio ambiente.

No entanto, quando entrevistados os visitantes/turistas compreende-se que, há uma significativa falta de percepção ou conhecimento da existência do TBC em Serra Grande. Isso afeta os associados aprofundando o problema de demanda turística. Na entrevista com os promotores do TBC foi revelada a falta de investimento no que se refere à promoção e divulgação da organização desta significativa modalidade do turismo. Na fala do(a) Gestor(a), devido à sazonalidade e à pouca permanência do turista em Serra Grande, não sobram recursos para fazer esse tipo de investimento, apesar de que no

começo já existia um site, porém, com a falta de recursos financeiros, não podem mais manter a página no ar.

Esse tipo de problema da sazonalidade e a falta de promoção do TBC, acaba afetando os recursos financeiros que poderiam ser direcionadas para investimento e melhora na ampliação da associação. Pois os que oferecem serviços domiciliares necessitam de recurso para à manutenção de suas casas, como conta de luz, água, gás, reformas, dentre outras.

Fazendo a comparação das características do empreendimento, o conceito que Amâncio, Claro e Claro (2008, p. 289), trazem é que: o “desenvolvimento sustentável deve satisfazer as necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras”. Na verdade não é somente isso, pois para Dias (2012) a sustentabilidade demanda respeito pelos três pilares que são: econômico, ambiental e social. Considerando que, na entrevista com os prestadores de serviços do segmento TBC a principal preocupação é tornar a comunidade participativa da economia do turismo, de fortalecer a cultura e conservar o meio ambiente para a utilização do recursos naturais sem prejudicar as gerações futuras.

Por fim, é importante ressaltar que há poucos estudos sobre o segmento de TBC de Serra Grande, à associação não usufrui de apoio de nenhuma instituição seja ela pública, privada ou de terceiro setor. Esse também é um ponto importante a se tocar, pois para que haja um desenvolvimento sustentável deve haver essa união para a construção da economia da comunidade de forma responsável. Não obstante, os familiares que participam da associação de economia solidária do segmento TBC, afirmam que tentam dar ao seu máximo empenho para que ampliem e cresçam os números de participantes. Com isso, torna-se necessário que haja mais estudos para a sensibilização dos agentes regularizadores do turismo para que promovam mais projetos e financiem esse tipo de segmento turístico.

REFERÊNCIAS

AMÂNCIO, R; CLARO, P. B. de O; CLARO, D. P. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **R.Adm.**, São Paulo, v.43, n.4, p.289-300, out./nov./dez. 2008.

ANDRUKIU, A. M. G.; BAH, M. A superestrutura do sistema do turismo: uma comparação entre as concepções de Boullón e Beni. In: SEMANA PARANAENSE DE TURISMO DA UFPR, 24., 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2017, p. 1-14

AUGÉ, Marc. **Não Lugares:** introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas-SP: Papyrus, 1994.

BAHIA. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS): Costa do Cacau. 2015. Disponível em: <http://observatorio.turismo.ba.gov.br/wp-content/uploads/2018/10/Resumo-Executivo-PDIT-S-Costa-do-Cacau.pdf>. Acesso em: 06. Nov. 2019.

BARTHOLO, R; BURSZTYN, I; SANZOLO, D. G. **Apresentação.** [In]... BARTHOLO, R; BURSZTYN, I; SANZOLO, D. G. Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letras e Imagens, 2009.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. História. 2011. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/urucuca/historico>. Acesso em: 22 de Set. 2019.

BRASIL. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. Prática incentiva o Turismo de Base Comunitária em UCs. 2018. Disponível em: <http://www.papp.org.br/noticias/pratica-incentiva-o-turismo-de-base-comunitaria-em-ucs/>. Acesso em: 18. Abr. 2019.

CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **O sujeito ecológico:** a formação de novas identidades na escola. In: Pernambuco, Marta; Paiva, Irene. (Org.). Práticas coletivas na escola. 1ed.Campinas: Mercado de Letras, v. 1, p. 115-124, 2013.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa:** métodos qualitativo, quantitativo e misto. Tradução Luciana de Oliveira da Rocha. - 2. ed. - Porto Alegre: Artmed,2007.

DIAS, R. **Turismo Sustentável e Meio Ambiente.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DIONNE, J; LAVILLE, C. **A construção do saber.** Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

ECOD BÁSICO. EcoD Básico: Turismo Sustentável. 2008. Disponível em: <http://www.ecodesenvolvimento.org/voceecod/turismo-sustentavel>: Acesso em 18. Abr. 2019.

FARIAS, Ronaldo V. História que me contaram. Uruçuca – BA: Cinira de Araújo Farias Fernandes, 2018

FRANCISCO, Luiz. Crise do cacau desemprega 250 mil na BA. Itabuna-BA: Folha de São Paulo, 1997. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/7/27/dinheiro/18.html>. Acesso em: 22 de Set. 2019.

FILHO, Euzebios, Antonio; GUZZO, Raquel Souza Lobo. Desigualdade social e pobreza: contexto de vida e de sobrevivência. **Psicol. Soc.**, Campinas, v. 21, n.1, pp.35-44, 2009

IRVING, M. de A. **Reinventando a Reflexão Sobre Turismo de Base Comunitária: inovar é possível?** [In]... BARTHOLO, R; BURSZTYN, I; SANSOLO, D. G. Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letras e Imagens, 2009.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GLOBO RURAL. "Água Preta mudou para Uruçuca", crônica de Jorge Medauar, 2018. Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Cultura/noticia/2016/10/agua-preta-mudou-para-urucuca.html>. Acesso em 22 de Set. 2019.

GOMES, R. **A análise de dados em pesquisa qualitativa** [In] ... MINAYO, M. C de S. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade, Petrópolis, RJ: Vozes, 1994

LISBOA, A. de M. Economia solidária e autogestão: imprecisões e limites. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, vol. 45, n. 3, jul-set 2005.

MANO, A. D; MAYER, V. F; FRATUCCI A. C Turismo de base comunitária na favela Santa Marta (RJ): oportunidades sociais, econômicas e culturais. **RBTUR**, São Paulo: v. 11, n. 30, pp. 413-435, set./dez. 2017.

MATTOS, L; HERCOWITZ, M. Economia do Meio Ambiente e Serviços Ambientais. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2011.

MARTINS, S. P. Cooperativas de Trabalho. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2014

MELIANI, Paulo Fernando. Turismo, urbanização e produção de espaços de exclusão em Itacaré, Bahia. **Cultur**, Ilhéus, v. 5 n. 2, p. 125 – 142, Ago. 2011.

MINAYO, Maria C de S. **Desafio da pesquisa social** [in]... MINAYO, Maria C de S. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade, Petrópolis, RJ: Velozes, 2016.

MELO, C. Ministério do Turismo. Pesquisa inédita revela destinos brasileiros mais procurados em junho e julho. 2019. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12751-pesquisa-do-mtur-revela-destinos-brasileiros-mais-procurados-em-junho-e-julho.html>. Acesso em: 04. Dez. 2019

OLIVEIRA, A. C. **Turismo e População dos Destinos Turísticos**: um estudo de caso do desenvolvimento e planejamento turístico na Vila de Trindade - Paraty/RJ [In]... BARTHOLO, R; BURSZTYN, I; SAN SOLO, D. G. Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letras e Imagens, 2009.

RAMIRO, R; SILVA, K. T. P; TEIXEIRA, B.S. Fomento ao Turismo de Base Comunitária: A Experiência do Ministério do Turismo. 2009. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/programas_acoes/Estruturar_os_destinos_turisticos/downloads/TBC_ARTIGO_MTur.pdf. Acesso em: 20. Abr. 2019.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011

ROTAS DO CACAU: Estrada do Chocolate. Sobre o Projeto. 2018. Disponível em: <http://estradadochocolate.com.br/site/sobre-o-projeto/>. Acesso em 22 de Set. 2019.

RUSCHMANN, Doris V.de M. **Turismo e Planejamento Sustentável**: proteção do meio ambiente, Campinas, SP: Papirus, 2012.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SOUZA, K. R; KERBAUY, M. T. M. **Abordagem quanti-qualitativa**: superação da dicotomia quantitativa-qualitativa na pesquisa em educação. Educação e Filosofia, Uberlândia, v. 31, n. 61, p. 21-44, jan./abr. 2017.