

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A PROMOÇÃO DO TURISMO E DA CULTURA DO BUMBA MEU BOI

ANTÔNIO JORLAN SOARES DE ABREU¹

ORCID – 0000-0002-7992-7065

ANDRÉ RIANI COSTA PERINOTTO²

ORCID – 0000-0001-7094-3758

Recebido em 20.09.2023

Aprovado em 24.04.2024

Resumo

O discurso mantido a respeito das políticas públicas no Brasil, possui um percurso bem adiantado de tempo, no entanto ainda é possível detectar diversas lacunas e empecilhos no seu processo de implantação e desenvolvimento. Sabemos que as políticas públicas envolvem mais do que uma decisão e necessita de diversas movimentações de planejamento selecionados para implementar as tomadas de decisões. Na concepção da maioria dos gestores municipais, no Brasil só é possível o empenho de políticas públicas para o turismo, nas regiões da costa litorânea, centros históricos, sítios arqueológicos e de espaços culturais de grande porte. Como objetivo deste trabalho, é apontar os gargalos perceptivos na construção do turismo na cidade de Timon no Maranhão, espaço que contém uma abundância de balneários em seu entorno e uma cultura latente e resistente de grupos culturais de Bumba Meu Boi, em preservar a identidade do folguedo que é marca identitária do Estado e manter-se ativos na qualidade de brincantes e brincadeira. Evidencia-se, enquanto problema, a falta de interesse dos gestores públicos em fomentar o turismo (cultural e de lazer) presentes na cidade de Timon-MA. Os apontamentos direcionam para um despreparo técnico, acúmulo de funções e desconhecimento do

¹ Mestre e Doutorando em Ciências da Comunicação pela UNISINOS, Mestrando em Turismo pela Universidade Federal do Paraná e professor do Instituto Federal do Maranhão (IFMA) Campus Timon, Brasil. antonio.abreu@ifma.edu.br

² Doutor em Ciências da Comunicação pela UNISINOS, Professor Associado da Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr) e Professor Permanente do PPGTur da UFPR. Brasil. perinotto.arc@gmail.com.

potencial econômico turístico, como também valorização da cultura local e dos recursos naturais ao município e seus munícipes. A análise permite constatar que ainda são rasos os estudos direcionados a esta discussão na região de estudo, como também são pequenas as ações firmadoras de constituição e permanência no turismo local e valorização da cultura.

Palavras-chave: Gestão Pública. Cultura. Turismo. Lazer Turístico. Política Pública.

PUBLIC POLICIES FOR THE PROMOTION OF TOURISM AND BUMBA MEU BOI CULTURE

Abstract

The discourse maintained regarding public policies in Brazil is well advanced in time, however it is still possible to detect several gaps and obstacles in its implementation and development process. We know that public policies involve more than one decision and require several planning moves selected to implement decision-making. In the opinion of most municipal managers, in Brazil it is only possible to implement public policies for tourism in coastal regions, historic centers, archaeological sites and large cultural spaces. The objective of this work is to point out the perceptual bottlenecks in the construction of tourism in the city of Timon in Maranhão, a space that contains an abundance of resorts in its surroundings and a latent and resistant culture of cultural groups from Bumba Meu Boi, in preserving the identity of the fun, which is the state's identity, and remain active as players and games. The lack of interest of public managers in promoting tourism (cultural and leisure) present in the city of Timon-MA is evident as a problem. The notes point to a lack of technical preparation, accumulation of functions and lack of knowledge of the tourist economic potential, as well as the appreciation of local culture and natural resources for the municipality and its residents. The analysis shows that there are still few studies aimed at this discussion in the study region, as are the actions that establish and maintain local tourism and valorization of culture.

Keywords: Public Management. Culture. Tourism. Tourist Leisure. Public policy.

1. INTRODUÇÃO

As políticas públicas têm como característica principal beneficiar a população, trazer respostas para os problemas da sociedade, com ações afirmativas que de certa forma neutralizem os problemas e surja como soluções/respostas, que serão mobilizadas através de projetos e planejamentos. A promoção da cultura e do turismo (*folkturismo*) é uma destas ações que circulam nas mesas de discussões da gestão pública e da iniciativa privada, como processo de reafirmação da identidade e valorização local.

Na cidade de Timon no Maranhão, vislumbramos a necessidade de implantação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), haja visto seu potencial natural (balneários) e cultural (folgado do Bumba Boi). A ausência de projetos com políticas públicas voltadas para esta capacidade turística, deixa a desejar na forma como vem sendo desenvolvida as ações culturais e a condução das vantagens dos recursos de bens naturais. Desta feita, perde o município em arrecadação de impostos e perdem os munícipes na promoção de emprego e renda. Em qualquer área de atuação, projetos/propostas são primordiais para nortear, com o turismo, este papel não é diferente.

Observa-se que as narrativas concebidas a respeito do planejamento no turismo, atingem em cheio as discussões sobre políticas públicas. Na visão de Pereira (1999), esta compreensão deve vir primeiro por parte do poder público, conscientizando-se da sua importância como instrumento de crescimento econômico. Fratucci (2008) indica que os diálogos iniciais sobre as políticas públicas para o turismo, remontam logo após a Segunda Guerra, com origem nos países europeus e gradativamente estendendo-se para outros continentes, com boa receptividade.

Isso posto, algumas ponderações devem ser observadas, quanto aos modelos implantados lá fora (Europa e América do Norte), podem ser adotados fielmente em outros países e continentes? E quanto ao Brasil, é possível fazer um planejamento uno, que contemplem todas as regiões?

Para estes questionamentos é possível um punhado de respostas das mais variadas possíveis, seguidas de outras indagações, quanto ao tempo, economia, leis, gestor público, interesse comum e/ou difuso.

Na compreensão de Carvalho (2015, p. 93) os estudos acerca da pauta políticas públicas e gestão, ainda são incipientes, apesar de compreender que “O planejamento e a gestão pode (*sic*) ser considerado um dos eixos de estudos mais importante no campo do turismo, pois não é possível o desenvolvimento sustentável de um destino turístico em um contexto desprovido de ações organizadas e coordenadas”. Não se trata de frase construída para atender um ou outro segmento, mas de um conceito claro e que deve ser considerado em sua plenitude.

Para tanto, discussões com a participação de vários órgãos públicos faz-se necessário, como revela Fratucci (2008) ao mencionar a necessidade de criar dispositivos legais, elaboração de projetos de interesse turísticos, a partir do trabalho em conjunto com as Secretarias, Ministérios, Institutos e Superintendência (Patrimônio, Educação, Cultura, Desenvolvimento Florestal, Pesca, Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbano). Onde se tenha um planejamento das políticas públicas a serem implantadas, com ordenação/sequenciamento de execução, direção responsável e comprometida, e tendo o acompanhamento enquanto controle.

Lima (2014) observa que os caminhos a serem percorridos pela gestão pública, estão ligados diretamente aos princípios da administração (planejar, organizar, dirigir e controlar). De antemão registra-se que gestão pública e políticas públicas não se trata de sinônimos, no entanto, se complementam.

A primeira é o ato de gerir, administrar, comandar a coisa pública. Sob a ótica de Carneiro e Menicucci (2013) é definida como uma fusão da orientação normativa da administração pública, que incorpora temas como democracia e responsabilidade, e valores como equidade, igualdade e probidade. A qual compartilha com o setor privado a necessidade de alcançar seus objetivos de forma mais econômica e eficiente.

Já políticas públicas, são ações resultantes das atividades dos gestores públicos, que se constitui na resolução confiante de conflitos na preservação do bem-estar em/para a sociedade. Como afirma Rua (2009) “Por mais óbvio que possa parecer, as políticas públicas são ‘públicas’”.

Contudo cabe em especial atenção ao Estado o interesse em identificar as oportunidades e transformá-las em celeiros promissores do desenvolvimento do turismo, através de planejamento organizado com políticas públicas, mas, também é oportuno e faz-

se salutar registrar as participações/promoções empreendedoras diretas, advindas da iniciativa privada, prestigiando as complexidades e particularidades de cada região.

Todavia, ressalta-se que ao considerarmos o Brasil, país de grande dimensão territorial, onde o que se aplica em determinada região não pode ser exportado de forma verossímil para outra, mesmo estando contida dentro dos limites da geografia política do país, respeitar as adversidades e a cultura local, prestigiando suas particularidades, onde uma ação/projeto pode-se até pegar como exemplo, no entanto, discutir suas nuances e prestigiar os grupos sociais locais.

Nesta condição, o Estado faz-se presente como árbitro mediador de conflitos sociais, regulamentando as relações entre os grupos existentes (Carvalho, 2000). Destaca-se, então que a gestão pública necessita conhecer, ter ciência da importância que o conjunto de procedimentos formais irão repercutir na melhoria da sociedade local e irá gerar dividendos ao município envolvido, a dimensão que o turismo ocupa na economia pode ser apontado livremente desde comercialização de *souvenirs* ao consumo na gastronomia, hotelaria, carro de aplicativo, passagens, passeios etc. os destinos turísticos cada um deles, dentro de suas particularidades são capazes de prover mudanças comportamentais, como também exige planejamento para recepção.

Dada a relevância da discussão, das políticas públicas e ações de *folkturismo* como proposta de valorização da cultura local, aqui nos direcionamos ao município de Timon no Estado do Maranhão, que configura com um potencial turístico a ser promovido tanto no ambiente natural em seus diversos balneários, como na continuidade da cultura do Bumba Meu Boi (BMB), que se traduz como identidade totêmica, assuntos que discorreremos a seguir.

Enquanto objetivo deste trabalho é apontar os gargalos perceptivos na construção do turismo na cidade de Timon no Maranhão. Utilizamos do método científico indutivo e dedutivo, desenvolvido a partir de levantamentos de informações particulares para se alcançar conhecimentos mais amplos, e em outros momentos partindo do geral para o específico. (Mazucato, 2018) Como também da pesquisa bibliográfica, para fundamentação das discussões.

Justifica-se a tônica desta discussão, instituída pelas qualidades atribuídas ao município de Timon no Maranhão, assistido generosamente de espelhos d'água,

originando vários balneários, espaços propícios para o turismo e lazer e pela busca da valorização e preservação da cultura do Bumba Meu Boi, representante identitário do folclore no Maranhão.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Desenvolvimento urbano e um oásis em pleno meio norte do Brasil

A cidade de Timon no Maranhão é a quarta maior em população do Estado, seu histórico de uma pequena vila à composição dentre os cinco maiores nichos populacionais do Maranhão passou por contextos historiográficos que por si só, já representam uma narrativa de valor e composição literária e histórica.

Localizada as margens do Rio Parnaíba “Velho Monge”, o pequeno lugarejo pertencia a freguesia de São José dos Matões, denominada naquele momento de povoado São José das Cajazeiras, nome advindo do santo padroeiro e de uma abundância da árvore frutífera de nome cajá, permanecendo com esta nomenclatura até 29 de junho de 1855 (Abreu *et al.*, 2022). Por força de lei, é elevada à categoria de Vila de São José do Parnahyba, e assim permanece por quase uma década, quando é rebaixada, e retorna à categoria de povoado.

Passados quase três décadas deste momento de retrocesso, a pauta é retomada, e o então povoado é elevado à categoria de Vila, agora com o nome de Flores. Em 1924 é consagrada cidade, permanecendo com o mesmo nome.

Em 1943 a cidade recebe um novo título “Timon”, situação que desagradou seus moradores, considerando um abuso de autoridade (Paulo Ramos - interventor estadual- e Getúlio Vargas -gestor federal-), alteram o nome da cidade, agregando a partir de então a nomenclatura de Timon, homenageando o historiador maranhense e publicista João Francisco Lisboa, criador de um dos primeiros jornais na capital maranhense, que possuía esta denominação, que por sua vez agradava um misantropo grego que existiu 400 anos antes de Cristo.

A cidade de Timon está localizada na margem esquerda do rio Parnaíba, no Estado do Maranhão, local de divisão natural com o estado do Piauí, mantendo a sua direita a capital Teresina, área que tem a alcunha de Chapada do Corisco, devido sua grande incidência na queda de raios.

A capital piauiense foi planejada em formato de tabuleiro de xadrez, pelo então Conselheiro Saraiva, que em suas viagens para conhecer o espaço geográfico e acompanhar a construção da nova capital, especula-se que pernoitava no Engenho Boa Vista (Sousa, 2005), localizado no então povoado de São José das Cajazeiras, certamente devido a inexistência de locais de hospedagem na então Vila do Poty, hoje, Teresina.

Partindo desse discurso a cidade de Timon cresceu, isso é fato, em função da criação da capital Teresina-PI, uma área conurbada, na qual compartilham vieses políticos, influências culturais, meios de transporte, sistema de saúde, veículos de comunicação, mão de obra, educação, diversão, lazer dentre tantos outros elementos.

Um fato curioso, é que por mais de quatro décadas a capital Teresina ficou dependente de Timon para chegar a outras regiões do país, fato este ocasionado pela ausência de um aeroporto. Timon possuía duas estações ferroviárias, que fazia a ligação com a capital São Luís-MA, para este deslocamento os teresinenses tinham que atravessar o rio Parnaíba em balsas ou pequenas embarcações até o Porto das Cajazeiras em Timon, para pegar o trem na Estação Senador Furtado (Santos, 2007). Este movimento conduzia os piauienses para a capital do Maranhão e de lá seguiam por via aérea para outras paragens.

A construção da ponte João Luís Ferreira (Ponte Metálica) bem como uma estação ferroviária em Teresina, trouxe mais comodidade no quesito deslocamento. Mas a economia e as influências permaneceram interligadas. A cidade de Timon cresceu à sombra, mas hoje compartilha sombreamento e frutos em forma de espaços de lazer, o movimento nas “cidades irmãs”, como também são conhecidas, é amistoso e isso traz vantagens para ambas.

Quanto ao aspecto geográfico, o município de Timon possui sete lagoas de médio porte, além de diversas lagoinhas, e quinze riachos que permeiam seu território rural e urbano, Lula (1991) destaca quatro grandes riachos, ressaltados tanto pela extensão como pela perenidade.

Estes espelhos d’água fazem da cidade um verdadeiro Oásis em pleno meio norte do Brasil, região com incidência de altas temperaturas e com a existência praticamente de duas estações, “chuvosa e seca”, o que faz da cidade com suas instâncias/balneários um refúgio propício para a prática lazer (ócio) e turismo.

Ladeando estes riachos, estão comunidades, fazendas, sítios, glebas que ao longo do tempo boa parte destas propriedades privadas foram sendo abertas ao público, seus proprietários perceberam que com o processo migratório do campo para a cidade em busca de melhores oportunidades de trabalho e renda, executavam o sistema inverso, principalmente aos finais de semana e feriados, boa parte retornavam para a prática do ócio, entre uma atividade laboral e outra.

No Mapa 1, logo abaixo, é possível confirmar estas afirmações ora apresentada. Vários riachos que banham o município de Timon, e que em seu curso, ao longo do tempo foram se formando/criando balneários, que se tornaram recantos de alívio nos dias quentes e ensolarados, um verdadeiro oásis turístico.

Esta região abundante em águas, tornou-se naturalmente um local ideal para a prática de momentos de lazer e descontração, seja solo, com familiares e/ou amigos. Progressivamente os proprietários destes espaços ao notar este processo migratório, vislumbraram que ali estava uma oportunidade de contemplar no mesmo espaço, moradia, renda e lazer. Começaram, portanto, organizar-se para recepcionar este público-alvo, contudo, o processo realizado todo no formato empírico e mental, sem auxílio de qualquer órgão público, consultoria particular ou planejamento territorial.

Mapa 1 – Nascentes, riachos e drenagens do município de Timon-MA



Fonte: SEMMA/Timon (2012).

2.2 Timon dos balneários e sua capacidade turística

O município conta hoje, conforme último levantamento realizado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Trabalho e do Turismo (SEMDEST) em parceria com a Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SEMMA) e o Programa Agente Jovem Ambiental (PAJA), no período de maio a junho/2022, com o número de 31 (trinta e um) balneários.

Conforme o Inventário da Oferta Turística (IOT) do município de Timon-MA, realizado em 2013/2014, a cidade contava com mais de cinco dezenas destes espaços de lazer (balneários). Ao confrontar com os dados do levantamento promovido pela SEMDEST em 2022, constatou-se que um número significativo havia encerrado suas atividades no período de pandemia (2020/2022).

Destes espaços de lazer e recreação a maioria possuem piscinas naturais, de água corrente, proveniente dos riachos que banham o município, bem como mantém o seu funcionamento de domingo a domingo, com serviço de restaurante e bar. Aos finais de semana promovem música ao vivo e é também o período de maior movimentação de visitantes.

A distância dos balneários do centro da cidade de Timon, varia de 5km a 22km, com um tempo estimado de 12min a 25min no trajeto, o acesso é parte em rodovia com asfalto e outros trechos em estrada vicinal (piçarra), com ligação direta as margens das BR's 316 e 226.

A maioria dos balneários possuem uma página na rede social *Instagram*, uma mídia social digital e/ou canal de comunicação social digital, bastante utilizado e conhecido pela sociedade. Além de possuir um baixo custo tem um estimado poder de alcance, o que facilita consideravelmente na divulgação dos espaços com a exposição de fotos, localização, agendamentos e orientações quanto aos horários e dias de funcionamento dos balneários.

[...] O Instagram e o Facebook, por exemplo, são plataformas de rede e mídias sociais, pois, ao mesmo tempo em que as pessoas se relacionam, elas usam a ferramenta para gerar, compartilhar e/ou divulgar conteúdo.

Além das empresas privadas, entende-se que, na contemporaneidade, é interessante e importante que as instituições e órgãos públicos, como secretarias, incluindo as de turismo, invistam nestas ferramentas para melhor se comunicarem com a sociedade de maneira geral, bem como para promoverem o turismo, uma vez que estes canais têm um grande poder de alcance em relação ao público (Santos, 2021, p. 21).

A plataforma de mídia social *instagram*, passou a configurar como uma ferramenta mercadológica e uma vitrine de difusão de imagens e sons (o que favorece consideravelmente), agregando elementos do cotidiano, promovendo de forma econômica vida pessoal, profissional, empresas públicas e privadas e uma interação com o público, um canal direto e de retorno rápido, no caso dos balneários, devido sua capacidade turística e compreendidos como espaço de lazer e de monetização, a mídia social *Instagram* tornou-se o principal meio de promoção e interação com seus visitantes/turistas.

A mídia social, *Instagram*, trouxe consigo a oportunidade de relacionamentos promissores, tanto para pessoas comuns quanto para empresas e instituições, pois os recursos disponíveis nessa ferramenta permitem uma maior interação em termos de conteúdo compartilhado (Santos, 2021, p. 23).

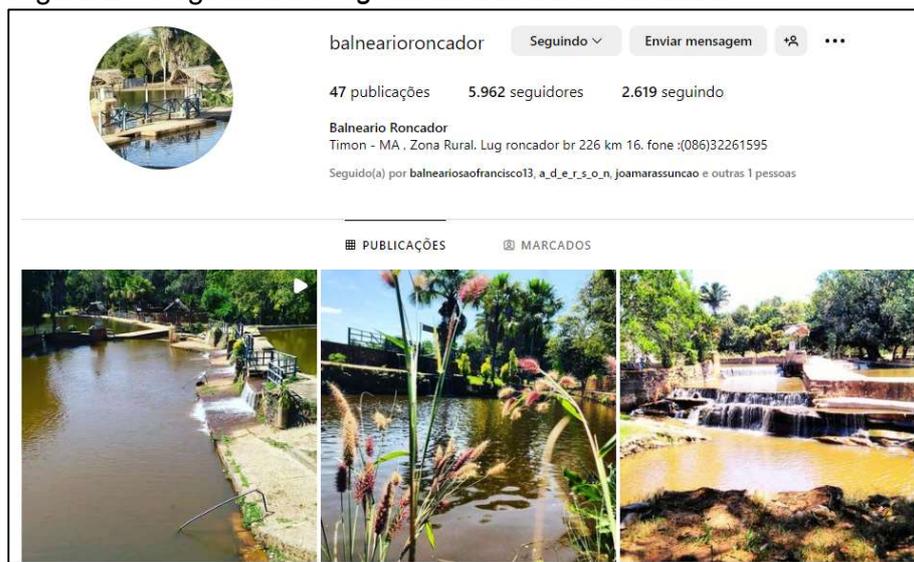
As figuras apresentadas abaixo são exemplos das páginas de alguns dos balneários existentes na cidade de Timon. É possível de conferir nas figuras 1, 2, 3 e 4 as fotos dos perfis, o nome dos empreendimentos, a quantidade de publicações (fotos e *reels*), o número de seguidores (receptores) e uma breve descrição, informações de horário de funcionamento, número do celular ou *link* direcionando para o *whatsapp*, endereço e/ou *link* de direcionamento ao *google maps*, além de postagens de inúmeras fotos e vídeos curtos mostrando o espaço ou convidando para conhecer o balneário.

Figura 1 – Página no *Instagram* do Balneário Cajueiro



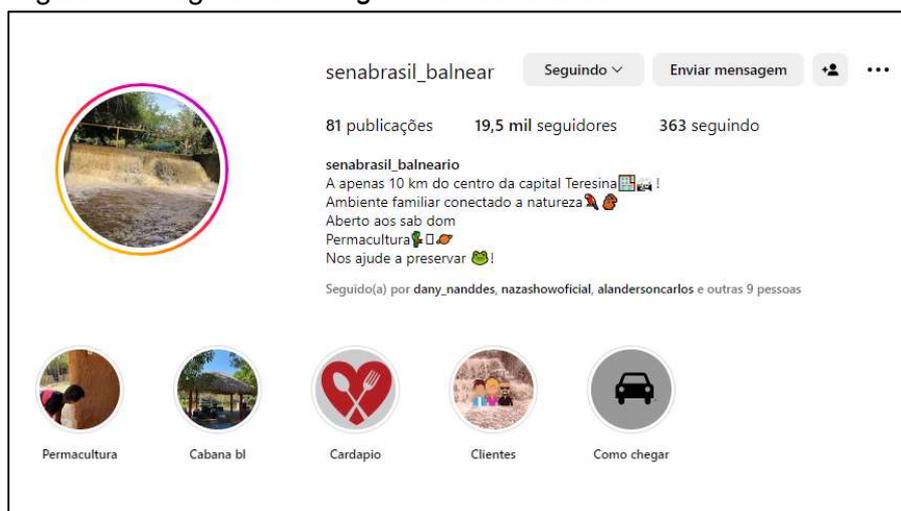
Fonte: Perfil no *instagram* do balneário cajueiro, após *print* de tela.

Figura 2 – Página no *Instagram* do Balneário Roncador



Fonte: Perfil no *instagram* do balneário roncador, após *print* de tela.

Figura 3 – Página no *Instagram* do Sena Brasil.



Fonte: Perfil no *instagram* do balneário sena Brasil, após *print* de tela.

Figura 4 – Página no *Instagram* do Hotel Fazenda Portal da Amazônia.



Fonte: Perfil no *instagram* do hotel fazenda portal da amazônia, após *print* de tela.

Os mais próximos da zona urbana, oferecem o serviço de acesso à internet aos visitantes, uma prática da vida moderna, que mesmo em momentos de ócio, não conseguem se desvencilhar por completo das facilidades e comodidades que a tecnologia proporciona.

Estes balneários estão dispostos de forma abundante no entorno da cidade de Timon no Maranhão. Sua existência é pautada no empreendedorismo de oportunidade e necessidade, haja visto que não existem políticas públicas ou qualquer tipo de ação desenvolvida por parte da SEMDEST, no sentido de promover, capacitar e fomentar o potencial turístico existente no município.

Para Santos e Kadota (2012) o turismo é também uma atividade econômica bastante peculiar. Quando comparado com atividades ditas tradicionais. Existe um impacto ao local, compreendidos na forma de custos e benefícios, onde atingem tanto os visitantes, quanto moradores da região que se beneficiam do turismo (economicamente).

À medida que compartilham espaços e pessoas, também é trabalhado a cultura, dentre estas, destacamos o São João, festa tradicional da região nordeste e tão aguardada quanto o Natal. No Maranhão, em especial na capital São Luís e nas cidades que compõem a baixada maranhense, têm-se uma cultura popular que faz parte da identidade do Estado, o folguedo do Bumba Meu Boi, que toma conta dos arraiais espalhados no período junino.

A capital São Luís, desde meados da década de 1960, quando decidiu trabalhar o potencial turístico do estado, potencializou e projetou a cultura do Boi enquanto identidade

cultural, transformando os elementos do folclore local em peças publicitárias, desenvolvendo o *folkturismo*, instituindo uma produção do povo para o povo, conforme trabalho de Beltrão (1980) intitulado *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*.

Fora deste eixo (São Luís/Baixada) tem destaque a cidade de Timon, que ainda preserva meia dúzia destes grupos folclóricos que resiste em mantêm a tradição de brincar o Boi, que apresentamos com mais detalhe em seguida.

2.3 Cultura do bumba meu boi

Durante o São João, o nordeste brasileiro se veste de cores e ritmos, com as festas juninas, as apresentações ocorriam somente em junho, agora ela se estende para julho, como forma de atender principalmente o turista, que migra no período de férias escolares para prestigiar o evento.

Nas cidades de Campina Grande-PB e Caruaru-PE, já existe uma rivalidade pela disputa do maior São João do Nordeste, enquanto isso no Maranhão, a disputa é entre os grupos de Bumba Meu Boi, que representados em cinco sotaques (estilos musicais), denominados de Baixada, Costa de Mão, Matraca, Orquestra e Zabumba, arrastam multidões pelos terreiros por onde se apresentam.

No Maranhão, há mais de um século, desenvolveu-se uma festa regada a vários personagens emblemáticos, o Auto do Boi, que recebe as bênçãos para brincar, tanto os santos da igreja católica quanto das entidades e encantarias. Ao longo dos anos, este evento foi saindo da categoria da festa dos “negros arruaceiros”, proibida por decreto e controlada pela força militar, para se configurar enquanto espetáculo midiático e patrimônio cultural imaterial da humanidade, reconhecido mundialmente em dezembro de 2019. (Abreu, 2022, p.60-61).

A teatralidade do Auto do Boi, está contida com os personagens Pai Francisco e Mãe Catirina, que de acordo com a lenda, estando ela (Catirina) grávida, tem o desejo de comer a língua do boi do patrão, seu esposo então atende seu pedido. O patrão sente a falta do animal e pergunta a Pai Francisco, este temeroso, tenta fugir, como alternativa para reavivar o animal é chamado, médico, padre, curandeiro, pajé e como num milagre o boi volta a vida, e Francisco é poupado do castigo pelo seu Amo.

Esta encenação teatral é mantida pelos Bois presentes em Timon, os grupos ainda existentes e resistentes, preservam um pouco do que boa parte dos grupos contidos na Ilha de São Luís estão deixando em segundo plano, e dando ênfase nos componentes, no

processo de seleção dos integrantes, na manutenção de suas redes sociais e no engajamento que ela pode produzir.

Esta brincadeira está presente em Timon, mesmo não compondo como uma das cidades da baixada e estando há mais de 400km de distância da capital São Luís. O Boi Riso da Mocidade, originalmente criado com o nome de Terror da Floresta, foi idealizado por três irmãos que migraram de São Luís para Teresina, onde vieram trabalhar no matadouro municipal. Passarinho, Anísio e Bernardino, constituíram um dos grupos mais tradicionais de Boi no Piauí, com a morte do Mestre Passarinho, o grupo passou a ser comandado por Mestre Maleiro (Pedrazani, 2010), que por sua vez trás para Timon no Maranhão, onde mantém uma escolinha de Bumba Meu Boi.

Esta atração fez de Timon, mesmo distante de São Luís – centro amalgamador da cultura do Boi-, a constituir quinze grupos de Bumba Boi, hoje conta apenas com sete, onde estes procuram a todo custo manter a tradição de apresentar-se nos arraiais da cidade e circunvizinhanças.

O Boi é uma representatividade identitária do Maranhão, uma cultura predominante na capital e cidades da baixada, ponto de visitação obrigatório de todo turista, atração midiaticamente desenvolvida, popularmente aceita e comercializada pelas agências de turismo e governo do Estado. Por isso, mesmo presente em cidades distantes do seu grande reduto, é sempre prestigiada e acolhida como figura totêmica.

Nos folguedos promovidos pelo poder público municipal de Timon e governo do Estado, denominados de Encontro de Folguedos Junino e Folguedos Cidade de Timon, respectivamente, a participação dos grupos de Bois é aguardada pela população, a confirmação da participação dos grupos folclóricos nos arraiais é garantia de público, uma demonstração clara do prestígio à cultura local.

Contudo, ao contrário do que se imagina, ao ver as publicações nas redes sociais e veículos de comunicação de massa das duas esferas de governo, municipal e estadual, acredita-se que o apoio aos grupos conta com a atenção do poder público, em especial das secretarias de cultura e/ou turismo. São apenas suposições, o diálogo mantido com os representantes das agremiações folclóricas descortina uma realidade fora do compasso.

De acordo com os responsáveis pelos grupos de BMB em Timon, não existe apoio, existe uma prestação de serviços, assim classificam os responsáveis pelos Bois. O relato

é que, um mês antes do evento acontecer, as secretarias de cultura os convidam para uma reunião e lhes repassam a informação que terá a festividade, e que o poder público irá disponibilizar um valor específico e que ao concordarem receberão uma quantia pré-determinada, com a qual ficam comprometidos em realizar uma quantidade representativa de apresentações na cidade, a negociação pode envolver um ônibus para levar os componentes ou deixando o transporte sob a responsabilidade de cada grupo, bem como a contratação de músicos.

Com isso, os representantes dos grupos folclóricos chamam atenção e colocam como pauta reflexiva os seguintes pontos: criação das toadas, escolha do tema, os ensaios e aquisição de material para a confecção das indumentárias e a manutenção dos instrumentos. Um mês antes do folguedo é possível que isso tudo ocorra?

A produção de indumentária é uma atividade anual. Pode haver trabalho o ano inteiro, mas, como o período de efervescência do Bumba-meu-boi ocorre no mês de junho, é nos meses anteriores, a partir de janeiro ou dezembro do ano antecedente, que o artesão começa a receber encomendas. Assim, a atividade concentra-se principalmente no primeiro semestre do ano (Complexo Cultural, 2011, p. 183).

Convém ressaltar que os grupos de BMB desenvolvem atividades durante o ano inteiro, a própria ritualística requer preparação, tempo e certo recurso financeiro. A cultura do Boi no Maranhão é muito marcante.

O Bumba-meu-boi do Maranhão é, antes de tudo, uma grande celebração na qual se confundem fé, festa e arte, numa mistura de devoção, crenças, mitos, alegria, cores, dança, música, teatro e artesanato, entre outros elementos. Considerado a mais importante manifestação da cultura popular do Estado, tem seu ciclo festivo dividido em quatro etapas: os ensaios, o batismo, as apresentações públicas ou brincadeiras e a morte (Complexo Cultural, 2011, p. 8).

Compreendemos que da mesma forma que a cultura do Boi é altamente disseminada na capital, como processo atrativo de turistas, tendo em vista que a brincadeira é uma identidade representativa do Estado, onde quer que ela se manifestasse pela presença dos grupos, deveriam ter apoio por parte de órgãos públicos ou iniciativa privada, agregando valor e reconhecimento ao local, às instituições patrocinadoras, as pessoas e a sua cultura.

Melhor ainda, quando podemos reunir atrações, promover espaços, aquecer a economia e desenvolver políticas públicas de valorização destas atrações. Como bem frisou Becker (2001, p. 2) que “a expressão madura do turismo pressupõe a moderna sociedade capitalista”.

Esta discussão nos conduz ao debate de território, que visto por Cruz (2005, p. 29) tem a seguinte conotação.

Ao considerarmos o uso do território, recorremos, necessariamente, à sua constituição e, conseqüentemente, à sua apropriação pela sociedade ao longo do tempo. Esta análise tem, portanto, um conteúdo assumidamente empírico e como trata das políticas públicas de turismo no Brasil e de seus rebatimentos espaciais, recorre à contextualização histórica dessas políticas, reconhecidamente datadas e marcadas pelo peso das novidades, mas também das heranças.

Esta herança cultural, aqui apresentada é evidente no Maranhão, como representatividade principalmente pela origem deste, fundamentalmente criado pelos povos originários e pelos pretos, que aqui chegaram na qualidade de mão de obra escrava como também elementos culturais portugueses. E que ao longo de sua existência e resistência, procurou manter viva suas tradições, culturas e religiosidades, tão presente quanto a própria brincadeira do Boi.

O território reconhecidamente é o Maranhão, enquanto significado e significância do folguedo que tem o Auto do Boi como atrativo cultural, midiático, turístico e religioso, pois congrega dentro de suas origens marcadamente estes elementos sincréticos e constitutivos.

Estas são proposituras identitárias que em geral possuem apoio público, com ações amparadas de reconhecimento e permanência da cultura, fortalecendo os elementos festivo, colorido, sonoro e atrativo aos turistas. O que desencadeia políticas públicas firmadoras das similitudes do local, como de instituições privadas, que visam atrelar a imagem institucional ao processo cultural.

Políticas Públicas de coordenação ao desenvolvimento do turismo, quando proposta, devem conter em sua identidade a representatividade de um povo, a valorização dos saberes locais, assim como vem sendo trabalhado os discursos do Turismo de Base Comunitária-TBC. “Nesse sentido, importa proceder a métodos eficazes de monitorização e avaliação das mesmas, com o intuito de garantir processos de planejamento rigorosos, tendo em consideração as implicações para o desenvolvimento do turismo nos locais” (Dinis; Costa, 2014, p. 398). Parece-nos claro então reforçar, o que estabeleceu a política nacional do turismo em 1977.

[...] anunciou como diretrizes a proteção ao patrimônio natural do país; divulgação e promoção de valores culturais do povo brasileiro; incentivo ao turismo interno, através da construção de equipamentos hoteleiros e redução do custo de viagens nacionais; estímulo ao turismo de estrangeiros no país; promoção turística;

qualificação de recursos humanos; medidas de apoio à entrada de divisas, por meio do suporte a empresas do setor, destacadamente do segmento hoteleiro e de agenciamento de viagens (Juliano, 2015, p. 64).

O que está visível à luz das falas e manifestações dos representantes dos grupos de Bumba Meu Boi, remanescentes em Timon (Boi Precioso, Boi Mimo de São Jorge, Boi Brilho da Ilha, Boi Brilho da Noite, Boi Riso da Mocidade, Boi Esperançoso e Boi Dominador da Floresta) é que sua existência enquanto cultura e representatividade cultural é mais de resistência, em permanecer ativa a brincadeira, em memória de seus fundadores ou em manter viva a promessa dedicada à um santo/entidade.

Quanto à aquisição dos objetos para a confecção das indumentárias fica a cargo de quem criou e/ou está à frente do grupo, esta despesa não é compartilhada com os integrantes, enquanto o compromisso dos brincantes é o ato de montar as peças e comparecer aos ensaios e as apresentações.

Devido a política ambiental de preservação da fauna e da flora, hoje em dia as indumentárias são produzidas com material sintético, e parte dos utensílios são adquiridos na China – grande mercado produtor-, comprados através do comércio eletrônico e tem um certo tempo para chegar, por isso a necessidade de adquirir com antecedência. Por ficarem a cargo dos representantes de cada grupo as despesas com as indumentárias, afirmaram que realizam empréstimo bancário, rifas, bingos e produzem e vendem instrumentos musicais para outros grupos, tendo a finalidade de custear as peças/indumentárias.

Os grupos que são denominados de Orquestra, têm também os custos com os músicos, que são contratados para este período junino, outra despesa é o aluguel de ônibus para o transporte dos componentes.

As apresentações são para durar em média 1h, contudo, a depender do número de apresentações previstas para aquele dia de evento, na maioria das vezes não é possível uma apresentação completa, ou seja, com as toadas (músicas) compostas para aquele ano, como também apresentar toadas tradicionais, conhecidas do público. Cabendo então estratégias e planejamentos previamente assegurados, para não frustrar o público (receptores) e os componentes (produtores).

Da mesma forma os gestores públicos deverão fazer ao desenvolverem suas políticas públicas, Becker (2011, p. 5) acentua que “Inclusive há todo um planejamento de etapas, onde se prevê um programa de turismo interno de massas, com ênfase nos fluxos dinamizados”. Juliano (2015) complementa trazendo para o diálogo a discussão do projeto

de municipalização do turismo, que segundo ele, possibilitaria maior participação e integração das comunidades envolvidas com o setor.

2.4 Gestão e planejamento públicos

A municipalização do turismo, ocorrida 1994 durante o governo Itamar Franco, teve como objetivo influenciar o turismo estadual, que por sua vez impulsiona o turismo nacional e como consequência promoveria a

[...] competitividade internacional do produto turístico brasileiro, através da busca da qualidade na prestação de serviços e no correto gerenciamento dos recursos naturais e culturais por parte de todos os atores envolvidos neste processo, quer sejam eles públicos ou privados (Pereira, 1999, p. 17).

Pereira (1999) traz em seu discurso os pontos principais do Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), que converge diretamente com as apresentações acima expostas, políticas públicas, cultura, recursos naturais e agentes públicos e privados. Comungando com os posicionamentos de Carneiro e Menicucci (2013) ao afirmarem que a gestão pública deve permitir a expressão de valores que não são apenas instrumentais, mas políticos. Nesse sentido, não se limita aos meios, mas incorpora também os objetivos, sua definição e sua articulação operativa, orientando-se a partir de valores sociais.

Trentin e Fratucci (2011), ao discorrerem a respeito da política nacional de municipalização do turismo no Brasil, chama a atenção ao apontar que o turismo a partir do governo Fernando Henrique (1995-2003) é priorizado, além de possuir como uma de suas estratégias a alocação de infraestrutura necessárias para o seu desenvolvimento. E vai mais além, afirmando que:

Assim, a Política Nacional de Turismo – PNT (1996 – 1999) foi regida tanto pela lógica neoliberal de atração de investimentos como pelo discurso da participação da sociedade. O Programa de Municipalização do Turismo - PNMT e a PNT apresentaram-se dentro de uma concepção de descentralização utilizando-se das formas de participação cidadã previstas na Constituição de 1988. (Trentin e Fratucci, 2011, p. 840).

Constituiu-se na qualidade de mais uma lei criada que não conseguiu ser colocada em prática em sua totalidade em todos os municípios brasileiros, os motivos são os mais variados possíveis, passando pela negligência, falta de atenção, descompromisso, conhecimento científico e técnico, planejamento e visão de futuro.

A prática acometida pelos gestores públicos é de deixar sua marca (identidade) no seu tempo de mandato, que inicialmente é de quatro anos e caso consiga se reeleger, estende-se por mais quatro. E dentro deste período de um mandato provavelmente não é o suficiente para colher os frutos de um planejamento de turismo em sua plenitude, e que possa servir-lhe de promoção para uma nova campanha política.

Em sua concepção, o período de quatro anos é curto para planejar, implantar e tirar proveito da política pública de turismo, e os efeitos só serão sentidos pela comunidade local após um determinado período, e que certamente não irá contemplar o tempo de seu mandato, e ainda tendo que considerar a participação dos cidadãos, conforme prevê a lei, certamente a criação de um espaço de lazer com a montagem de uma academia popular e asfaltamento de via pública é mais vantajoso e lhe trará maior visibilidade.

Uma vez que o PNMT não ganha adesão local, falhas são geradas, conduzindo as críticas reforçadas nas falas por parte dos sete representantes de grupo de Bumba Boi e dos proprietários dos balneários, que se referem a ausência de manifestações e políticas públicas por parte da gestão pública municipal em Timon e de apoio aos grupos folclóricos da cidade e aos recursos naturais existentes.

Quanto à então secretaria de cultura do município, agora tem o *status* de Fundação Municipal de Cultura, ganhou prédio novo e definitivo, tem um espaço de exposição permanente do Bumba Meu Boi e conta também com um teatro. Este órgão, através de sua gestão, por sua vez alega dificuldades em recursos próprios, mas incentiva e orienta os grupos culturais a participarem de editais de fomento que estejam direcionados aos movimentos, oferecendo consultoria de como participar dos editais.

No tocante a secretaria de turismo, está ligada a mais dois campos de atuação, desenvolvimento econômico e trabalho, com a sigla SEMDEST, gerindo ainda o Sistema Nacional de Empregos-SINE e o Espaço do Empreendedor.

No ano de 2021 a cidade passou a constar no Mapa do Turismo do Ministério do Turismo-MTur, diante deste quadro a necessidade de realizar uma atualização do inventário da oferta turística tornou-se evidente. Tendo em vista que o primeiro IOT foi realizado em 2003/2004, no entanto nada foi constituído a partir dos dados obtidos, e neste intervalo de uma década mudanças ocorreram, reforçando uma atualização da oferta.

Foi criado inicialmente um Comitê Municipal de Turismo-COMTUR, tendo representantes de diversos segmentos, após convite aceito e portaria emitida, o comitê teve

duas reuniões, várias tarefas foram distribuídas e apenas dois técnicos ficaram de fato responsáveis pelas atividades. “[...]o município deveria criar um Conselho Municipal de Turismo, formado por representantes do próprio governo, da iniciativa privada e da sociedade civil organizada. A função do conselho seria nortear as políticas municipais de turismo e gerir o Fundo Municipal” (Silveira; Medaglia; Paixão, 2014, p. 73).

Por um lado, a gestora da pasta (SEMDEST) apresentou certo interesse em desenvolver ações ligadas ao turismo, no entanto, com várias outras atividades a serem promovidas dentro da secretaria, pois esta agrega três frentes (desenvolvimento econômico, trabalho e turismo) e sendo que as duas primeiras possuem maior visibilidade perante a sociedade e constitui-se como fomentadora de pontuações nas ações políticas municipais, a terceira frente (turismo) foi deixado em segundo plano.

A falta de conhecimento técnico e a ausência de formação específica é outro fator negativo, além do mais a preocupação parecia estar mais em criar conteúdo para as redes sociais, com manchetes de impacto, de frases de ação, do que a ação propriamente dita. A cada carteira de trabalho assinada, viabilizada pelo balcão de emprego do SINE, torna-se motivo para uma publicação da gestora nas redes sociais.

Os problemas são estruturais, temos um território muito grande, quando me refiro ao Brasil e dentro das suas divisões regionais temos particularidades inúmeras e interesses diversos. Dentro desta configuração, Beni (2006, p. 9) afirma que “Poucos Estados brasileiros possuem políticas consistentes, assim como poucos municípios atingem níveis de excelência nesse campo”. Em razão disso, sabemos que as políticas públicas envolvem mais do que uma decisão, têm-se a necessidade de uma variedade de movimentos planejados para então implementar as tomadas de decisões.

Face ao exposto o que na maioria das vezes estas movimentações e planejamentos são vistas pelos gestores públicos como barreira para a promoção de várias políticas públicas, visão muito equivocada ou seria desinteressada? Dedução produzida a partir da visão de outras ações que também exigem planejamento e tomada de decisões mais criteriosas e demoradas, e mesmo assim são colocadas em prática pela gestão pública. Então, seria de acordo com o interesse ou a falta deste?

Para alguns gestores públicos a discussão, elaboração e concretização de ações para o turismo é um processo considerado demasiadamente demorado e de retorno lento,

ou seja, não está na lista de prioridades, pois não conseguem associar e detectar pontos progressivos de retorno econômico a curto prazo, não possuem a compreensão do processo de valorização dos atrativos naturais e relacionar a cultura e o turismo, para boa parte dos gestores públicos municipais, o turismo de praia e centros históricos são os únicos considerados de valor e resposta para o setor econômico.

Becker (2001, p. 2) lembra que “O turismo é uma marca do século XX, que oferece condições de realização para o desejo de conhecer novos ambientes, que para muitos autores, é inerente à condição humana”. Porém, Becker não contabilizou com a barreira do gestor público, que não tem interesse ou não possui conhecimento sobre o assunto ou sequer deseja conhecer.

Tanto a fala dos meios de comunicação, como manifestações da sociedade e o próprio *modus operandi* dos gestores públicos, expressamente exposto nas redes sociais e nas tomadas de decisões apresentam, que seus esforços estão concentrados em ações imediatistas, de retornos rápidos e que seja visível a olho nu, ou melhor, aos olhos dos seus munícipes e a sua imagem pessoal.

Como mencionado acima, ainda pesa bastante o significado de que turismo é somente, sol, praia e mar. Se meu município não possui estes pré-requisitos, qual o motivo de desenvolver políticas públicas para o turismo? Este é um dos gargalos perceptivos na construção do turismo na cidade de Timon no Maranhão, não tem praia de mar, nem tão pouco faz parte de um conjunto de cidades que compõem a importância histórica, religiosa ou arquitetônica de desenvolvimento do estado ou país.

Apesar de possuir um potencial de corpos d’água considerável, presentes a poucos quilômetros do centro da cidade, bem como, contar com um período de veraneio que se estende por quase seis meses no ano, tradicionalmente tem a cultura na fabricação de pilões de madeira e a representatividade da cultura marcadamente maranhense com os grupos de Bumba Meu Boi, que perseveraram em preservar o folguedo que é marca identitária do estado e manter-se ativos na qualidade de brincantes e brincadeira.

Para os gestores públicos, cabem-lhes os registros fotográficos e a exposição nas redes sociais do município e *outdoors* espalhados pela sede, de suas imagens ao lado dos fatos e acontecimentos promovidos com o dinheiro público, como se fossem favores realizados à sociedade. Constituindo-se na política de pão e circo.

Hoje, muito mais do que ocorria em tempos passados, os políticos vivem de *likes*, seguidores e engajamento em suas redes sociais, que em muitos dos casos confundem-se com a própria publicização das ações públicas, pois propositadamente misturam as ações do gestor com a gestão, compartilhando as ações pessoais e de gestor no mesmo espaço, como se fosse indissociável.

É importante recordar que no primeiro governo Lula (2003/2006), “Nunca se havia dado tanto poder político ao turismo, ao menos em termos estruturais” (Silveira, Medaglia; Paixão, 2014, p. 75), o turismo passa por nova reestruturação e redefinições de funções, com foco na diminuição da desigualdade regionais, “Para atingir tal visão de futuro o PNT propôs um novo modelo de desenvolvimento calcado em dois pontos estruturantes: parcerias e gestão descentralizada” (Trentin e Fratucci, 2011). Este novo modelo procurava ampliar a oferta turística brasileira, onde previa pelo menos três produtos de qualidade em estância de estado. Silveira; Medaglia; Paixão (2014, p. 74) afirmam que “[...] com o passar do tempo o PNMT, mostrou ser mais eficiente em pequenas cidades, já que as grandes cidades costumavam ter maior quantidade de representantes”.

Pereira (1999, p. 18) destaca que:

Com o propósito de incentivar os municípios a adotarem suas próprias políticas, é necessário adequar a política estadual às suas potencialidades locais, cabendo ao Estado propiciar oportunidades para o engajamento dos municípios no PNMT. Com efeito, possibilita-se o desenvolvimento de políticas regionais de turismo, baseadas na integração de destinos ou circuitos turísticos, formando assim consórcios intermunicipais de turismo.

Dentro desta redistribuição territorial do turismo por estados e cidades, o Maranhão conta com nove pólos, conforme tabela 1 abaixo, e dentro de cada pólo um fatiamento como forma de melhor apontar, apresentar e gerir o potencial existente em cada município.

A cidade de Timon, está inserida no Pólo Cocais, em conjunto com mais duas cidades, em outro momento já possuiu um maior quantitativo, estes dados são do ano de 2023, o que poderá sofrer mudanças para mais ou para menos, caso as cidades presentes, isso implica dizer gestor especificamente, não tenha interesse no turismo e não dê continuidade e não atualize as informações, como também podem surgir novos municípios, que em uma mudança de gestor, compreenda que é algo interessante de se promover.

Quadro 1- Pólos de Turismo no Maranhão

Pólo	Cidades pertencentes
Amazônia Maranhense	Cândido Mendes, Carutapera, Centro Novo do Maranhão, Luís Domingues
Chapada das Mesas	Alto Parnaíba, Balsas, Carolina, Estreito, Fortaleza dos Nogueiras, Governador Edson Lobão, Imperatriz, Itinga do Maranhão, Porto Franco, Riachão, Tasso Fragoso.
Cocais	Bacabal, Lago da Pedra, Timon
Floresta dos Guarás	Apicum-Açu, Bequimão, Cedral, Central do Maranhão, Cururupu, Guimarães, Porto Rico do Maranhão, Serrano do Maranhão
Lagos e Campos Floridos	Arari, Conceição do Lago-Açu, Matinha, Pindaré-Mirim, Pinheiro, Santa Helena, Viana
Lençóis e Delta	Água Doce do Maranhão, Barreirinhas, Humberto de Campos, Paulino Neves, Primeira Cruz, Santo Amaro do Maranhão, Tutóia
Munin	Icatu, Itapecuru Mirim, Morros, Nina Rodrigues, Presidente Juscelino, Rosário e Vargem Grande
São Luís	Paço do Lumiar, Raposa, São José de Ribamar, São Luís
Serras Guajajaras Timbira e Kanela	Barra do Corda e Grajaú

Fonte: Abreu, 2023 a partir de dados do Mapa Ministério do Turismo

É pertinente a representação acima, como também é válida a apresentação/leitura nas entrelinhas, o mapa do turismo é constantemente atualizado, onde uma dança de cadeiras ocorre a cada atualização, o estado do Maranhão possui 217 municípios, destes, apenas 54 estavam compondo em 2019, a lista do MTur, em 2022 comemoraram o quantitativo de 63 municípios (Maranhão, 2022). Conforme observação para a composição deste trabalho, apenas 53 foram encontrados nos registros no Mapa do turismo em 2023.

Curiosamente a cidade de Timon permanece, mesmo não tendo avançado em nenhuma proposta discutida no momento da criação do COMTUR em novembro de 2021 e de também não participar efetivamente das discussões estaduais e de não ter enviado um representante sequer para o evento em São Luís em 2022, momento que o governo

estadual montou estandes para cada pólo, em uma grande feira de exposição dos atrativos turísticos do estado.

A não presença nos eventos e discussões foram alegadas pela representante do poder público, por não ter recursos de diárias e passagens. Contudo, o que a Instância de Governança Regional-IGR revelou, que a secretária da SEMDEST do município de Timon, não estava participando das reuniões da IGR há um bom tempo e não estava acompanhando as discussões no grupo de *whatsapp*, criado com o intuito de aproximar os diálogos, alinhar as propostas e ações e manter a equipe atualizada, portanto, não tinha conhecimento do evento.

Fato esse, somente detectado dois antes da feira, quando um membro do Comitê Municipal de Turismo de Timon, foi contactado por membros do governo do Estado do Maranhão e da IGR, este foi então o momento que veio à tona o conhecimento sobre o evento. Ou seja, reforça a ideia de falta de compromisso.

Para a pesquisadora Rosana Mazaro (2014).

A estratégia brasileira de estruturação para a competição em turismo a partir da capacitação e delegação da gestão para instâncias de governança regional e local demonstra acertada forma de transferência de tecnologias e de poder aos destinos, favorecendo o controle sobre o processo de desenvolvimento turístico, permitindo a potencialização dos recursos e atrativos próprios de cada lugar ou região (Mazaro, 2014, p. 207).

Certamente a proposta pode ter sido a mais adequada para o alcance dos objetivos, no entanto, o que não foi acordado, foram as escolhas dos gestores, quanto aos seus secretários e o não desmembramento ou criação de uma secretaria de Turismo, deixando-a subordinada a outras pastas e no final da fila de importância. O fato de nomear uma pessoa para determinada pasta, sem conhecimentos técnicos e/ou científicos, apenas por questão de apadrinhamento não é o suficiente para que tenha bom desempenho.

3. METODOLOGIA OU MATERIAIS E MÉTODOS

Para a construção deste trabalho atuamos em três frentes que juntas se complementam. Inicialmente foi realizada uma revisão bibliográfica, para dar embasamento à discussão e uma fundamentação pautada em trabalhos que também discutem a temática de forma direta ou indireta.

Quando do levantamento da produção científica (bibliográfica), fizemos uso das bases de dados “Oasis Ict” e “Google Acadêmico”, na qual inserindo em seu buscador as palavras “políticas públicas” e “turismo” com o uso do operador booleano “and”, resultando em 2.105 trabalhos, com o filtro por tipo de documento, escolhemos artigos, que devolveu 564 respostas. Ao excluirmos os assuntos em inglês, resultou em 95 trabalhos em português.

Das respostas obtidas, inicialmente obteve-se o título dos trabalhos e os que apresentavam similaridades de como estava se propondo chegavam à 72 artigos, partimos para a leitura dos resumos, neste momento já identificava se estava dentro do escopo que deseja trabalhar, em afirmativa positiva baixamos para leitura mais aprofundada, assim os demais eram rejeitados. No final tínhamos 12 trabalhos que estavam em sintonia com que propomos investigar.

Constituída como segundo elemento para a construção do trabalho, além do uso dos recursos bibliográficos, foi também contabilizada a observação direta intensiva, “realizada por meio da observação e da entrevista” (Prodanov e Freitas, 2013, p. 102). Quando da experiência na condição de membro do COMTUR, vivenciada no momento do estágio de graduação à época (primeiro semestre de 2022), na SEMDEST, realizando observações, anotações e participação *in loco* na atualização do IOT, estendendo-se a experiência com a construção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), realizando pesquisa de campo em ambos os casos.

Posteriormente a participação em conjunto com alunos do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica-PIBIC-EM, ocorrido no período de março a abril de 2023, na zona urbana e rural de Timon, projeto este financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão-FAPEMA e pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão-IFMA, na investigação do Projeto de Pesquisa intitulado, O Bumba Meu Boi Para Além dos Terreiros de São Luís e Baixada Maranhense.

Que configuram na verdade como os métodos indutivo e dedutivo, que de acordo com Mazucato (2018, p. 54-55), o indutivo desenvolve sua trajetória a partir de levantamentos de informações particulares, para se chegar a um conhecimento mais generalizado. Levantamento produzido através da indução obtida no decorrer dos diálogos acerca da existência de balneários e de grupos de bumba meu boi existentes na cidade.

Já o método dedutivo parte do geral para o específico. E consideramos as seguintes deduções: o município de Timon possui um quantitativo de espelhos d'água, próprios para o lazer e a prática do turismo, o que beneficia tanto a comunidade local como os visitantes, que podem fazer uso destes espaços, logo, estes espaços serão trabalhados por empreendedores locais e/ou pela gestão pública como atrativo turístico e referência ao município. No que tange ao Boi, se é uma cultura representativa do Maranhão, ora, Timon é um município maranhense, logo, terá vários grupos folclóricos.

Esta ação conjunta e processual, teve a função de construção metodológica para a propositura e composição do trabalho ora apresentado.

4. RESULTADOS

Para efeito de discussão, retomamos a informação quanto ao uso da pesquisa bibliográfica em consonância com a experiência produzida em momentos citados acima: o estágio na SEMDEST (primeiro semestre de 2022) e a participação como membro no COMTUR (2022/2023), o levantamento de dados para o TCC e o acompanhamento da pesquisa de campo com a equipe do PIBIC-EM FAPEMA/IFMA (2022). Suporte basilar para a constituição teórico-metodológica e constructos perceptivos entre políticas públicas, turismo e cultura.

Uma vez apontando os gargalos existentes para o bom desenvolvimento de políticas públicas para a promoção do turismo e valorização da cultura na cidade de Timon-MA, torna-se pertinente e redundante, porém necessário frisar, que não somente em Timon, mas como em diversos outros municípios brasileiros, há uma carência de conhecimento e sobretudo de conscientização de que o turismo e a cultura não são apenas complementos de pauta para discursos políticos.

De acordo com Trentin e Fratucci (2011, p. 843) “Um dos objetivos centrais do PRT vem sendo a desconcentração da oferta turística brasileira, atualmente localizada predominantemente no litoral, estimulando a interiorização da atividade e a inclusão de novos destinos nos roteiros já comercializados”. Esta proposta foi evidenciada e discutida como novidade, no período da pandemia. Sendo apontada como tendência a ser desenvolvida com intensidade para os primeiros anos após controle do SARS-CoV-2.

Embora a proposta já tivesse sido discutida e amplamente divulgada pelo MTur dentro do seu Plano de Regionalização do Turismo (PRT), ela não havia atingido o seu propósito, como registrou Trentin e Fratucci (2011), devido ao que eles pré-testaram como “falta de interação entre aqueles agentes”, e complementam como forma de solução que “Os produtos regionais devem ser resultados da organização dos agentes envolvidos; para tanto, torna-se necessário que essas interações evoluam para inter-relações dinâmicas e complementares, que irão compor a organização/sistema turístico de cada região envolvida” (Trentin e Fratucci, 2011, p. 846).

Outro ponto que carece uma observação é quanto ao que estabelece o Ministério do Turismo na lei 11.771/2008, ao falar especificamente do PRT em municípios que não possuem uma clara vocação para o turismo, a publicação em seu sítio eletrônico data de maio de 2017, ou seja, quase três anos antes da fatídica explosão da pandemia de Covid-19, que atingiu em cheio o turismo, lembrando que não foi somente nesta data que essa discussão foi promovida, a narrativa já estava em evidência fazia bastante tempo.

Em linhas gerais o texto afirma:

[...] se esse município desempenhar um papel de provedor ou fornecedor de mão-de-obra ou de produtos destinados a atender o turista. O trabalho regionalizado permite, assim, ganhos não só para o município que recebe o visitante, mas para toda a região (Brasil, 2008).

No caso do município em evidência, ele possui vocação para o turismo como também apresenta credenciais para a promoção de mão-de-obra qualificada, desde que também firme parcerias com instituições de ensino público, privado e terceiro setor, com formação técnica, tecnológica e superior, tendo em vista que a cidade possui estas instituições de ensino que fomentam cursos com formação correlata (Humanas e Sociais).

É pertinente dizer que as parcerias entre instituições da mesma categoria (público x público) ou categorias distintas (público x privado); (público x terceiro setor) fundamentalmente na composição de formação acadêmica e profissional parte inicialmente de uma consulta pública, como também parte de uma necessidade provocada pela mudança de comportamento social, econômico, político e legal.

O pouco caso/atenção dado(a) ao turismo e valorização da cultura, podem corresponder como resultado negativo ao desenvolvimento do município no setor de lazer. Requisitos pontuais a cidade de Timon possui, advindos de riquezas naturais e o senso de

preservação da cultura por parte dos que perseveraram em manter a tradição do folguedo do Bumba Meu Boi.

A análise bibliográfica traz exemplos ligados à intervenção do setor público e avaliação de políticas públicas, e salienta a elevada importância da intervenção do setor público em turismo. Como resultado no caso aqui apresentado, a pesquisa nos mostra que não houve mudanças no comportamento de políticas públicas para transformar a cidade com seu nicho de balneários em referência e/ou atração para além da promoção boca-a-boca, ele é compreendido quanto ao apoio aos grupos folclóricos, que somente um mês antes dos folguedos, são contratados para a realização de algumas apresentações.

No que se refere ao COMTUR, as reuniões foram se dissipando e o comitê ficou somente como formalidade documental para o caso de registro de sua constituição. A SEMDEST continua existindo com a tripla função formal de conter o nome turismo somente como assento, figura decorativa, tendo em vista que ação nenhuma foi efetivamente desenvolvida, no máximo o que foi produzido após a atualização IOT, foram *posts* na rede social *instagram* da prefeitura municipal, anunciando a quantidade de balneários.

Quanto ao folguedo do Boi, contabiliza-se notas de apresentações dos grupos durante os seis dias de arraiais, três promovidos pelo governo do Estado e três pela prefeitura municipal de Timon.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como forma de fechamento, salientamos que a cidade de Timon no Maranhão, cresceu em função da capital do estado vizinho, ou seja, sua localização passou a ser estratégica e ponto de ligação e referência para a capital Teresina e vice versa.

Sua população é a quarta maior do estado, tendo significativa importância política, em número de eleitores, e estratégias eleitorais e eleitoreiras. Este quantitativo de pessoas favorece a uma maior parcela no fundo de participação dos municípios, trazendo maior visibilidade de parlamentares em querer fomentar recursos para a localidade.

Aliando estes pontos de interesse políticos ao potencial turístico que a cidade possui, certamente o(a) gestor(a) municipal, não encontrará dificuldades em atrair recursos para promover a cultura e os atrativos turísticos naturais, próprios do local.

Pretendemos com este trabalho colocar em evidência discursos emergentes de políticas públicas que circulam turismo e cultura, termos que podemos considerar na qualidade de sinônimos ao discutir lazer, bem-estar e qualidade de vida. Ao tempo que se destina a conhecer novos espaços, lugares, que se pratica o turismo, ele não vem sozinho, traz em sua borda elementos que compreendem todo um contexto histórico local, fundamentado sobremaneira na cultura local, permeado de simbologias, crenças e valores.

Diante das leituras realizadas e dos métodos empregados de análises, podemos dizer, que os apontamentos direcionam para uma falta de conhecimento técnico, acúmulo de secretarias pela gestora da pasta bem como o desconhecimento da real dimensão do potencial econômico na implantação do turismo e de seu retorno financeiro, como também da ausência da valorização da cultura local e dos recursos naturais ao município e seus munícipes.

Consideramos como retrocesso a junção de várias secretarias, essa prática evidencia uma ânsia do gestor público em contemplar vários setores através da nomenclatura, o que em prática não contextualiza a teoria.

No objeto em discussão, indica-se a necessidade do desmembramento das secretarias, Desenvolvimento Econômico, Trabalho e do Turismo, em pelo menos duas, sendo uma, a de Desenvolvimento Econômico e Trabalho e a outra Secretaria de Turismo, o que certamente lhes dará mais visibilidade e condições para desempenhar seu papel frente as ações firmadoras e de políticas direcionadas para a o fortalecimento do turismo, conforme preconiza o plano desenvolvido em âmbito federal que fora redistribuído no processo de municipalização e regionalização, de acordo com a lei 11.771/2008.

A análise permite concluir que ainda são rasos os estudos direcionados a esta discussão na cidade de Timon no Maranhão, como também são pequenas as ações firmadoras de constituição e permanência no turismo local e valorização da cultura.

Quanto ao potencial para atração e desenvolvimento, o município os possui, e estão evidentes. O que carece de fato é colocar as pessoas certas nos cargos certos, redistribuir as funções em conformidade com a meritocracia, compreender que os resultados vêm através de um planejamento, de diálogo com as partes envolvidas, firmar parcerias com instituições de ensino e direcionar os recursos para a implantação e valorização da cultura e do turismo.

Dada a relevância desta discussão é que trago à baila para evidenciar o problema, provocar debates e instigar aprofundamentos de pesquisa a respeito.

REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Jorlan Soares de. **O Bumba Meu Boi circulando nas redes sociais**. São Paulo: Dialética, 2022.

ABREU, Antônio Jorlan Soares de *et al.* Religiosidade e turismo em Timon: conhecer para valorizar. In: TAVEIRA, Marcelo., BOM, Gabriela. (org.). **Turismo Religioso no Brasil e as Expressões do Sagrado no Seridó Potiguar**. Currais Novos-RN: UFRN/FELCS, 2022.

BECKER, B. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 1, n. 1, p. 97-109, 2001. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/2>. Acesso em: 07 maio. 2023.

BENI, Mário Carlos. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BRASIL. Presidência da República. Ministério do Turismo. **Lei nº 11.771**, de 17 de setembro de 2008. Institui o Programa de Regionalização do Turismo. Ministério do Turismo. Disponível em:

http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=107. Acesso em: 07 maio. 2023.

CARNEIRO, R., and MENICUCCI, TMG. Gestão pública no século XXI: as reformas pendentes. In GADELHA, Paulo. et al. **FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ**. A saúde no Brasil em 2030 - prospecção estratégica do sistema de saúde brasileiro: desenvolvimento, Estado e políticas de saúde [online]. Rio de Janeiro: Fiocruz/Ipea/Ministério da Saúde/Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, 2013. Vol. 1. pp. 135-194.

CARVALHO, A. F. de. POLÍTICAS PÚBLICAS EM TURISMO NO BRASIL. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 3, n. 1, 2000. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fcs/article/view/458>. Acesso em: 09 maio. 2023.

CARVALHO, F. C. Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 93–96, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3055>. Acesso em: 10 maio. 2023.

COMPLEXO CULTURAL DO BUMBA-MEU-BOI DO MARANHÃO. **Dossiê do registro como Patrimônio Cultural do Brasil**. São Luís: IPHAN/MA, 2011.

DINIS, Catarina Ferreira Dias; COSTA, Rui Augusto da. Intervenção do setor público em turismo e avaliação de políticas públicas. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 3, n.

21/22, p. 397-407, 2014. Disponível em: <https://ria.ua.pt/handle/10773/38853>. Acesso em: 26 fev. 2024.

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar. **A Dimensão Espacial Nas Políticas Públicas Brasileiras de Turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo**. 2008. Tese (Doutorado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Fluminense. Niterói-RJ, 2008. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/17239>. Acesso em: 17 fev. 2024.

JULIANO, Tiago. **Avaliação do Impacto de Políticas Públicas em Indicadores Sociais: turismo e desigualdades nas estâncias de São Paulo**. 2015. (Mestrado em Sustentabilidade na Gestão Ambiental). Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade na Gestão Ambiental da Universidade Federal de São Carlos. Sorocaba-SP, 2015.

LIMA, V. M. de S. Gestão Pública do Turismo no Estado do Rio de Janeiro: Dilemas e Perspectivas. **Sistemas & Gestão**, [S. l.], v. 9, n. 3, p. 356–368, 2014. DOI: 10.7177/sg.2014.V9.N3.A11. Disponível em: <https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/V9N3A11>. Acesso em: 18 fev. 2024.

MARANHÃO. Governo do Maranhão. Agência de Notícias. **Mapa do Turismo**: sobe de 54 para 63 município maranhenses no mapa do turismo brasileiro. 2022. Disponível em: <https://www.ma.gov.br/noticias/mapa-do-turismo-sobe-de-54-para-63-municipios-maranhenses-no-mapa-do-turismo-brasileiro>. Acesso em: 08 maio. 2023.

MAZARO, Rosana. Diretrizes políticas para competitividade em turismo e estratégia brasileira. In: PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luis. (org.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil**: teorias, metodologias e aplicações. Caxias do Sul-RS: EducS, 2014.

MAZUCATO, Thiago. Métodos. In: MAZUCATO, Thiago. (org.). **Metodologia da Pesquisa e do Trabalho Científico**. Penápolis-SP: FUNEPE, 2018.

PEREIRA, C. A. S. Políticas públicas no setor de turismo. **Revista Turismo em Análise**, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 7-21, 1999. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63477>. Acesso em: 17 fev. 2024.

TRENTIN, Fábila., FRATUCCI, Aguinaldo César. Política Nacional do Turismo no Brasil: da municipalização a regionalização. **Tourism & Management Studies**, v.1, p. 839-848. 2011. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743867076>. Acesso em: 07 maio. 2023.

PEDRAZANI, Viviane. **No “Miolo” da Festa: um estudo sobre o bumba-meu-boi do Piauí**. 2010. Tese (Doutorado em História Social). Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense. Niterói-RJ, 2010.

PEREIRA, Cássio Avelino S. Políticas públicas no setor de turismo. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, v. 10, n. 2, p. 7–21, 1999. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63477>. Acesso em: 14 abr. 2024.

PRODANOV, Cleber Cristiano.; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico**: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo/RS: Feevale, 2013.

RUA, Maria das Graças. **Políticas Públicas**. Florianópolis: UFSC; Brasília: CAPES, 2009.

SANTIAGO, Emerson. **Política Pão e Circo**. Infoescola. História. Disponível em: <https://www.infoescola.com/historia/politica-do-pao-e-circo/>. Acesso em: 01 mar. 2024.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira.; KADOTA, Décio Katsushigue. **Economia do turismo**. São Paulo: Aleph, 2012.

SANTOS, Raimundo Nonato Lima dos. **Timon, uma flor de cajazeiras**: do povoamento à vila. Timon-Ma: Grafeti, 2007.

SANTOS, Vanessa Chaves dos. **Marketing Turístico Digital**: uma análise sobre o uso do instagram na promoção do polo turístico lençóis maranhenses. 2021. TCC (Bacharelado em Turismo). Universidade de Brasília. Brasília-DF, 2021.

SILVEIRA, Carlos Eduardo.; MEDAGLIA, Juliana.; PAIXÃO, Dario Luiz Dias. Políticas públicas de turismo no Brasil: evolução estrutural, alterações da lógica partidária e tendências recentes de apoio ao turismo massificado. In: PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luis. (org.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil**: teorias, metodologias e aplicações. Caxias do Sul-RS: EducS, 2014.

SOUSA, Raimunda de C. **Timon**: sua história, sua gente. Teresina: Halley, 2005.