



TURISMO NO VALE DO SÃO FRANCISCO: PANORAMA DA ATIVIDADE NO MUNICÍPIO DE JUAZEIRO (BA)

TOURISM IN THE VALE DE SÃO FRANCISCO: AN OVERVIEW ABOUT THIS ACTIVITY IN THE MUNICIPALITY OF JUAZEIRO (BA)

Cícero Harisson Souza

Doutorando em Geografia Urbana (UFPE)

Mestre em Geografia Urbana (UFPE)

Graduação em Ciências Sociais (Univasf)

Endereço: Av. dos Funcionários, s/n, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE,
Centro de Filosofia e Ciências Humanas - CFCH, andar 6, sala 604, CEP: 50740-550,

Cidade Universitária, Recife-PE, Brasil

Email: harisson.feeling@gmail.com

RESUMO

O Vale do São Francisco é uma das áreas agrícolas mais promissoras do país, contudo, outras atividades vêm despontando no cenário local. O propósito deste trabalho é contextualizar o atual panorama de prosperidade no qual o turismo de Juazeiro vem se inserindo, considerando o papel dos setores público e privado nesta importante atividade econômica. O turismo juazeirense está passando por um processo de crescimento, associando suas áreas produtivas (*Fruit farming*) e a sua geografia. Considerado um ramo em ascensão na região, os desafios acompanham as potencialidades. Dessa forma, neste artigo serão apresentados os principais atrativos do município, com algumas análises deste segmento econômico em ascensão.

Palavras-chave: Juazeiro; Turismo; Economia

ABSTRACT

The Vale de São Francisco is one of the most promising agricultural areas in the country, however, other activities are emerging on the local scene. The purpose of this work is to contextualize the current prosperity panorama in which Juazeiro tourism has been inserted, examining the role of the public sector and private sectors in this important economic activity. Juazeirense tourism is undergoing a growth process, associated with the productive areas (grape farming) and geography. Considered a growing business in the region, the challenges accompany the potential. Thus, in this article the main attractions of the municipality will be presented with some descriptive analysis of this expanding economic segment.

Keywords: Juazeiro; Tourism; Economy

INTRODUÇÃO

A Geografia aborda a temática do Turismo, considerando sua complexidade. De acordo com Soller e Castrogiovanni (2014), trata-se de um tecido que une o social, o cultural, o múltiplo e o fluído em suas fronteiras. Esta dinâmica apresenta traços interessantes nas interações sociais: o indivíduo se desloca, comunica-se no local visitado, interage com os “nativos” e explora o lugar. Os autores apontam que tal atividade consiste numa diversidade de encontros, que “envolvem prioritariamente deslocamentos e comunicação, que despertam intencionalidades, desejos e fantasias, conhecimentos (geográficos) e representações sociais” (Soller; Castrogiovanni, 2014, p. 202).

Pode-se dizer que este é um fenômeno de natureza social, mas também acadêmico, como traduz Becker (2014): “o turismo representa uma nova ciência que, no campo teórico, ainda não constitui uma ciência independente, sistematizada e com antecedentes próprios, contando, por enquanto, com pesquisas de várias ciências” (BECKER, 2014, p.55). Para Becker, a Geografia é uma delas.

[a Geografia], indiscutivelmente, é fundamental por oferecer o campo de atuação da oferta turística: o espaço geográfico. Poucas ciências sociais e humanas possuem tantas aproximações em seus universos de estudos quanto a Geografia e o Turismo. Além disso, o Turismo assemelha-se com a Geografia na busca pelo seu objeto específico de análise. A Geografia traz, em sua gênese, enquanto ciência moderna, a síntese do conhecimento de várias ciências e, assim, construiu o seu próprio alinhamento epistemológico. (BECKER, 2014, p.55)

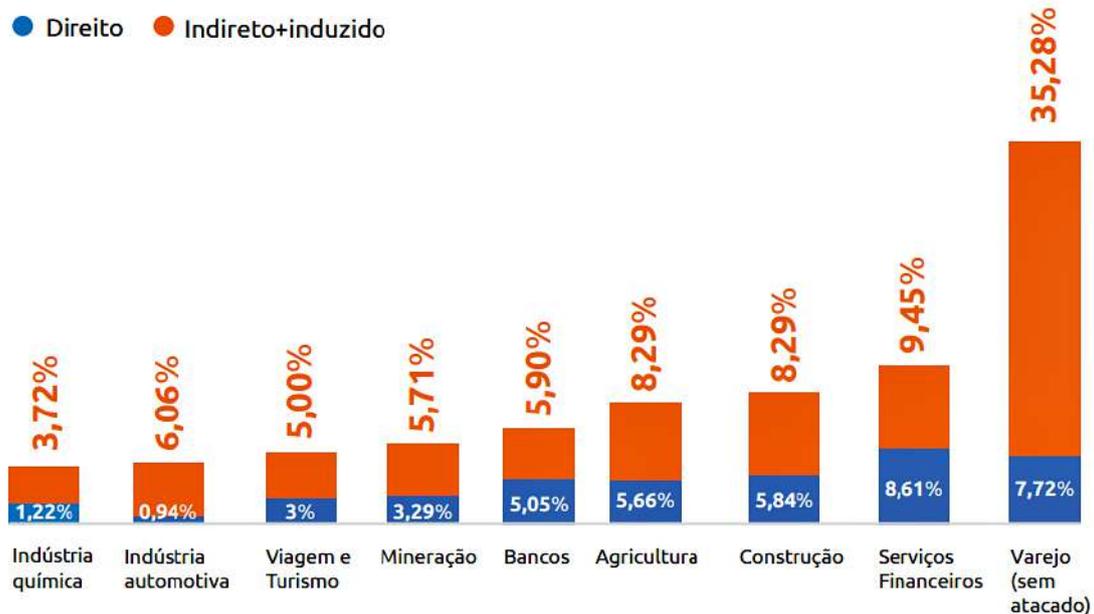
De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), a definição de *turismo* é: “o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadias em lugares distintos a seu entorno habitual por um período de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios, etc” (CUENTA..., 2001, p. 14, apud IBGE, 2008, p. 6)

O crescimento nos últimos anos fez com que as características tradicionais de sua descrição, extrapolassem os relatos de viajantes e as condições motivacionais de suas viagens. Esses fatores vêm sendo complementados por perspectivas econômicas e interesses do capital. Deste modo, temos uma “geração de valor”.

A análise econômica se faz, principalmente, a partir da “mensuração dos produtos (bens e serviços) que os visitantes consomem durante suas viagens e sobre os impactos que a oferta destes produtos exerce sobre as variáveis macroeconômicas e sua inter-relação com as demais atividades da economia” (IBGE, 2008, p. 6).

Segundo dados do Ministério do Turismo (MTur), a participação direta do turismo na economia brasileira foi de US\$ 56,8 bilhões em 2016, o equivalente a 3,2% do PIB.

Figura 1 - Impacto do Turismo no PIB nacional por setor (2016).



Fonte: WTTC, 2017.

O emprego é um indicador importante neste cenário. Embora tenha gerado 7 milhões de postos de trabalho em 2016, a incidência vem diminuindo desde 2014 (quando havia 8,9 milhões de pessoas empregadas no setor). Este cenário acompanhou a tendência de desemprego no contexto nacional, decorrente da crise econômica de 2015.

No mercado doméstico as classes sociais mais altas são as que mais viajam. No relatório do MTur (2017) cerca de 50% dos domicílios com telefones fixos no Brasil (recorte selecionado pela pesquisa do MTur), possuíam ao menos um morador que viajou pelo país durante o ano anterior. Verificou-se também que quanto maior a renda domiciliar, maior a incidência de viagens.

O financiamento por instituições federais ao desenvolvimento da atividade registrou crescimento na última década. O volume de empréstimos concedidos pelos bancos oficiais (Caixa, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia e BNDES) às empresas do setor de turismo, destinaram-se a construção e reformas de hotéis, bares, restaurantes, agências de turismo, parques temáticos e outras atividades relacionadas. De 2003 – ano de criação do Ministério do Turismo – até setembro/2017, os investimentos no setor totalizaram R\$ 94,8 bilhões (MTur, 2017).

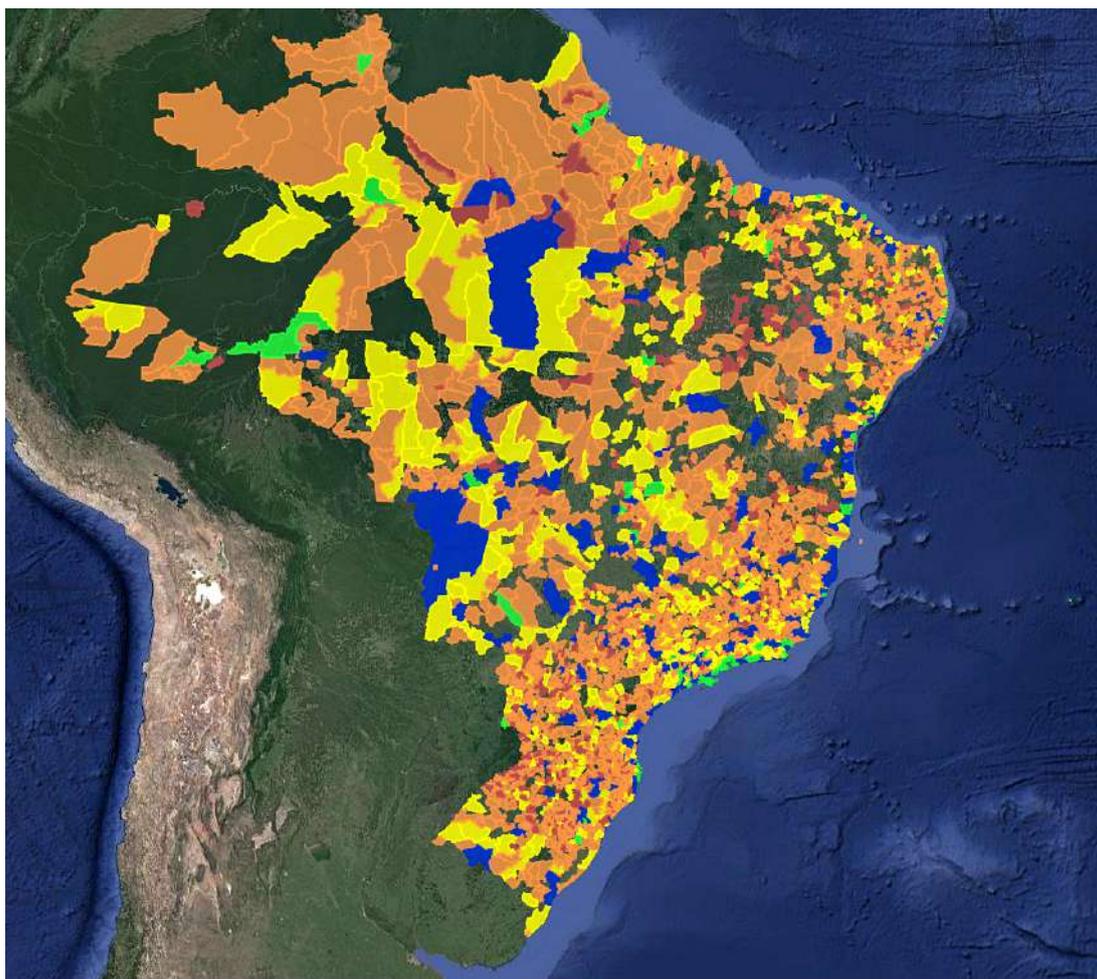
Tal relevância também resultou em estudos direcionados ao turismo no território nacional. Em 2017 o MTur categorizou os municípios brasileiros de acordo com suas especificidades regionais, e o papel de cada local no processo de desenvolvimento deste ramo.

A categorização dos municípios do Mapa do Turismo brasileiro é um avanço da política nacional do turismo e um importante passo para a implementação das novas diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo. É um instrumento técnico, arrojado e inovador, que pode auxiliar a tomada de decisões de gestores, nos âmbitos federal, estadual, regional e municipal, e mudar a forma de pensar e implementar a política pública de turismo no Brasil (MTur, 2017, p.9).

A metodologia aplicada levou em consideração uma análise de *cluster*, o objetivo técnico consiste em “dividir os elementos de uma amostra em grupos, de forma que elementos pertencentes a um mesmo grupo sejam similares entre si, com respeito às variáveis que neles foram medidas” (MINGOTI, 2005 apud MTur, 2017, p.16). Foram considerados: a quantidade de estabelecimentos, cuja principal atividade era hospedagem; empregos formais no setor; e as estimativas de turistas, conforme as demandas nacional e internacional.

O resultado foi a categorização em cinco grandes grupos. “Os municípios de um mesmo agrupamento possuem características semelhantes em termos de desempenho da economia do turismo, mensurado a partir de algumas variáveis” (MTur, 2017, p.18). A **categoria A**, é o que há de mais desenvolvido no setor turístico. Enquanto a **categoria E**, constitui cenários menos complexos e menos atrativos. Ver figura 02.

Figura 2 - Território brasileiro em tipologia do Turismo



Resumo da Seleção

| Categoria | Nº de Casos | % de Casos |
|-----------|-------------|------------|
| A | 57 | 1.74% |
| B | 179 | 5.45% |
| C | 539 | 16.4% |
| D | 1961 | 59.7% |
| E | 549 | 16.7% |
| Total | 3285 | 100% |

Fonte: MTur, 2017.

Tabela 1 – Categorias por variáveis

| VARIÁVEL | TIPO A | TIPO B | TIPO C | TIPO D | TIPO E |
|-----------------------------|-----------|---------|--------|--------|--------|
| Nº de municípios | 57 | 179 | 539 | 1.961 | 549 |
| % de Municípios no Mapa | 1,74 | 5,45 | 16,40 | 59,70% | 16,70% |
| Empregos formais (*) | 2.401 | 458 | 98 | 11 | 0 |
| Estabelecimentos (*) | 190 | 36 | 11 | 2 | 0 |
| Turistas internacionais (*) | 140.474 | 7.535 | 587 | 0 | 0 |
| Turistas nacionais (*) | 1.775.071 | 235.855 | 58.851 | 9.041 | 0 |

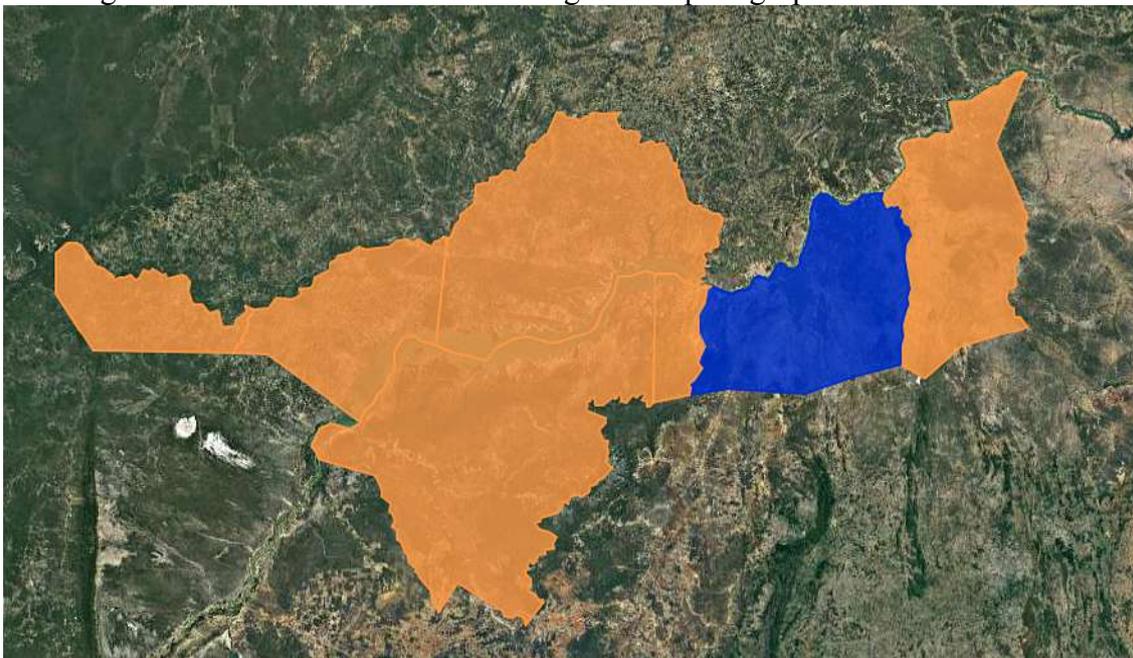
(*) Valores Médios. Fonte: MTur, 2017.

Conforme apresenta a tabela 1 os municípios da **categoria A**, embora estejam em menor quantidade, são os que concentram os maiores fluxos e as melhores infraestruturas. Dos 3.285 municípios catalogados, apenas 1,7% fazem parte deste recorte. Na outra extremidade da tabela, está a **categoria E**, com 549 municípios nela enquadrados - 16,7% do total. A maior parte das cidades está inserida na **categoria D** com 1.961 casos ou 59,7% do total.

Na Bahia 150 cidades se enquadravam na tipologia atribuída ao MTur, apenas quatro eram da **categoria A** (Salvador, Porto Seguro, Mata de São João e Cairu). Na região do Vale do São Francisco, somente Juazeiro atingiu o patamar de **categoria B**, os demais estão situados na **categoria D**.

A figura 3 mostra Campo Alegre de Lourdes, Remanso, Casa Nova, Sento-Sé, Sobradinho, Juazeiro (em cor azul – **categoria B**) e Curaçá. As cores que demarcam o mapa da figura 3, são as mesmas que correspondem as categorias apresentadas na figura 2 (ver legenda apresentada anteriormente).

Figura 3 – Vale do São Francisco categorizado por agrupamentos no Turismo



Fonte: MTur, 2017.

Em Juazeiro o setor também vem se destacando na economia local. Embora a agricultura irrigada permaneça como a matriz econômica, o poder público e o empresariado estão buscando diversificar as fontes de renda e arrecadação do município.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Com o objetivo de traçar um panorama recente do turismo em Juazeiro, foram selecionadas algumas variáveis de relevância para a discussão: arcabouço teórico da atividade na escala nacional; tipologia das cidades no turismo brasileiro e a posição de Juazeiro; descrição em síntese dos principais atrativos do município por setor: turismo rural, urbano, de negócios, enoturismo, eventos; e por fim, uma breve análise da intervenção e articulação poder público, junto à iniciativa privada, sobre as medidas que objetivam desenvolver o turismo regional.

PANORAMA DO TURISMO NO MUNICÍPIO DE JUAZEIRO

O município baiano está localizado às margens do Rio São Francisco. Sua população é de 220 mil habitantes (3º maior do interior do estado) e sua área é de 6.721 km² (IBGE, 2018). Na divisão territorial do mapa turístico da Bahia, Juazeiro está no “Vale do São Francisco”.

Tradicionalmente, a cidade é um entreposto comercial e o principal ponto entre a divisa dos estados da Bahia e de Pernambuco. Sua fundação data de 1834, sendo elevada à categoria de cidade em 1878. O atual município é composto pelos distritos de Abóbora, Carnaíba do Sertão, Itamotinga, Junco, Juremal, Maçaroca, Maniçoba, Pinhões e a Sede. O grau de urbanização é de 81% (Censo IBGE, 2010).

Turismo Rural

Os distritos juazeirenses possuem particularidades que os diferem entre si. Enquanto Carnaíba, Juremal e Maçaroca são aglomerações de origem rodoferroviárias (localizadas na BR-407), Maniçoba, Itamotinga e parte do Junco (região do Salitre) são “pomares” em meio a caatinga. Os distritos mais distantes da sede são Abóbora e Pinhões, o primeiro é próximo da mineração Caraíba (município de Jaguarari) e o segundo está nas margens da BR-235, que liga Juazeiro à capital sergipana, Aracaju.

O Vale do rio Salitre (distrito do Junco), turisticamente, é o que mais se destaca na zona rural com seus atrativos: Cachoeira do Salitre e a Gruta do Sumidouro, na divisa com o município baiano de Campo Formoso.

Figura 4 - Cachoeira e Gruta no Vale do rio Salitre.



Fotos: (1) Luiz Ricardo, 2017. (2) Carlos Martinez, 2014.

O acesso é desafiador e aumenta a sensação de aventura. O trajeto do Centro da cidade até a Cachoeira é de 60 quilômetros, parte da rodovia não é pavimentada. Algumas agências de ecoturismo em Juazeiro e Petrolina (PE) promovem o passeio. Entretanto, a divulgação e os investimentos do poder público, ainda são tímidos para o potencial que o roteiro oferece.

Turismo Urbano

Os atrativos mais consolidados estão na sede urbana. O rio São Francisco é o principal agente natural. Juazeiro possui uma Orla fluvial de 3,5 km com bares, restaurantes e áreas de práticas esportivas. Por ser uma cidade antiga, também há um Centro histórico com museu, casas do século XIX e lojas de artesanato local. O setor hoteleiro também se concentra na área urbana e de acordo com a Prefeitura Municipal, a cidade possui cerca de 1 mil leitos distribuídos em 18 hotéis.

Figura 5 – Ponte Presidente Dutra, principal cartão postal de Juazeiro.



Foto: o autor, 2018

O museu do São Francisco é o único da cidade, lá estão inseridas imagens antigas, objetos da navegação regional dos séculos XVIII e XIX, peças mobiliadas e rochas extraídas na região com informações catalogadas.

O espaço pertencia ao Coronel Miguel Siqueira, de família tradicional juazeirense. O “palacete” já hospedou Getúlio Vargas em suas visitas pelo Vale e posteriormente passou a ser sede da Codevasf (Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba). Em 1976, o órgão doou o prédio para a Caixa Econômica Federal cuja ideia era demolir e construir uma agência bancária. A população local se mobilizou contra a demolição.

Desde o ano 2000 o espaço se tornou na Fundação Regional Museu do São Francisco, em parceria com a Prefeitura da cidade. Dentre as principais demandas, está uma contrapartida maior da esfera pública na manutenção, aquisição de novas peças e reformas na estrutura.

Figura 6 – Museu do São Francisco.



Foto: o autor, 2017

Turismo de Negócios

Outro tipo de turismo muito frequente na região é o de negócios, principalmente pela vocação econômica local do *agrobusiness*. Neste ramo, a expressão é a Fenagri (Feira Nacional da Agricultura Irrigada). O evento é tradicional desde a década de 1990 e ocorre anualmente em edições alternadas, entre Juazeiro e a vizinha Petrolina (PE).

Em 2018 o local de realização foi o estacionamento do Juá Garden Shopping, no polo comercial de Itaberaba, zonal sul de Juazeiro. A feira ocorreu no mês de julho e foi organizada pela Prefeitura e a ACIAJ (Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Juazeiro). De acordo com os organizadores o objetivo da edição era evidenciar a economia solidária, vitivinicultura, o enoturismo, a agroindústria, a agricultura familiar, a caprinovinocultura, a piscicultura, a apicultura, pesquisa e inovação, e as novas possibilidades de desenvolvimento socioeconômico no agronegócio frutícola internacional.

Os estandes foram colocados na área externa do shopping da cidade, ocupando parte do estacionamento. A área foi organizada conforme eixos temáticos:

1. **Exposição de produtos e serviços voltados a Agricultura Irrigada** – espaço com estandes básicos de 12m² e áreas livres disponibilizadas em dimensões variadas, montada em área do estacionamento da entrada principal do shopping;
2. **Rodada de negócios** – área para encontro de negócios, especialmente montada em um salão do Shopping;
3. **Seminários, Minicursos e Visitas Técnicas**; setor que envolve capacitação e os resultados das pesquisas mais recentes no campo científico agrícola;
4. **Feira de Negócios da Economia Solidária/Agricultura Familiar** – área de exposições integrada a FENAGRI dispendo de estandes e espaços, especialmente projetados para atender demandas da economia solidária e os expoentes da agricultura familiar.

Figura 7 – Fenagri no Juá Garden Shopping



Fotos: Emanuel Júnior, 2018.

Enoturismo

Esta é uma modalidade turística relativamente recente na região. Foi implementada pelo Governo da Bahia em 2010. O chamado “Vapor do Vinho” é uma iniciativa que possibilita aos turistas passeios pelo rio São Francisco, degustação de vinhos regionais, música e culinária local. Os visitantes têm como ponto de partida a Orla de Juazeiro e são conduzidos por transporte rodoviário, até a vinícola Miolo (em Casa Nova/BA) e barragem de Sobradinho/BA. Neste local são passadas as informações sobre a produção regional, através de enólogos especializados.

Enquanto é feito o trajeto até a barragem de Sobradinho, profissionais explicam como uma região tão árida do Sertão nordestino se tornou destino turístico para cariocas, paulistas, gaúchos e soteropolitanos, e um oásis capaz de produzir 2,5 safras de uvas por ano com vinhos leves, aromáticos, frutados e de acidez acentuada (VIANA, 2018, p.42).

O trajeto começa às 8h e termina às 17h na Orla Nova de Juazeiro. O Vapor do Vinho dispõe de um catamarã com capacidade para 332 passageiros, 400 coletes salva-vidas, oito banheiros, um elevador para idosos e cadeirantes, uma jacuzzi, um tobogã e espaço de lazer infantil (Viana, 2018, p.42).

Figura 8 – Vapor do Vinho no lago de Sobradinho



Foto: Vapor do Vinho, 2018.

Os empresários atuantes têm projetos de colocar o roteiro mais evidente no cenário nacional e internacional. Os investimentos contemplam o transporte, a capacitação de pessoal e a divulgação em feiras e eventos temáticos pelo país.

Turismo de Eventos: Carnaval de Juazeiro

As cidades do Nordeste conservam tradições festivas importantes em seu calendário. Eventos de grande porte também incentivam o turismo regional e movimentam a economia. O Carnaval de Juazeiro é uma festa centenária, são mais de 100 anos de tradição. Desde 1914 a festividade se destaca e atrai milhares de foliões da cidade e do seu entorno.

No começo do século XX a festa era realizada em clubes fechados. Entretanto, através do seu crescimento, foi ganhando as ruas e atualmente reúne cerca de 500 mil pessoas durante os três dias de sua realização. São 2,5 quilômetros percorridos por trios elétricos, com atrações de renome nacional. Também há palcos instalados na orla da cidade e no Centro. Neste período Juazeiro se transforma numa “Salvador” tamanha agitação e festividade. O evento ocorre duas semanas antes do Carnaval oficial do Brasil.

Figura 9 – Evolução do Carnaval de Juazeiro



Fotos: (1) Acervo Museo do S. Francisco, circa 1970. (2): Duo Imagens aéreas, 2016.

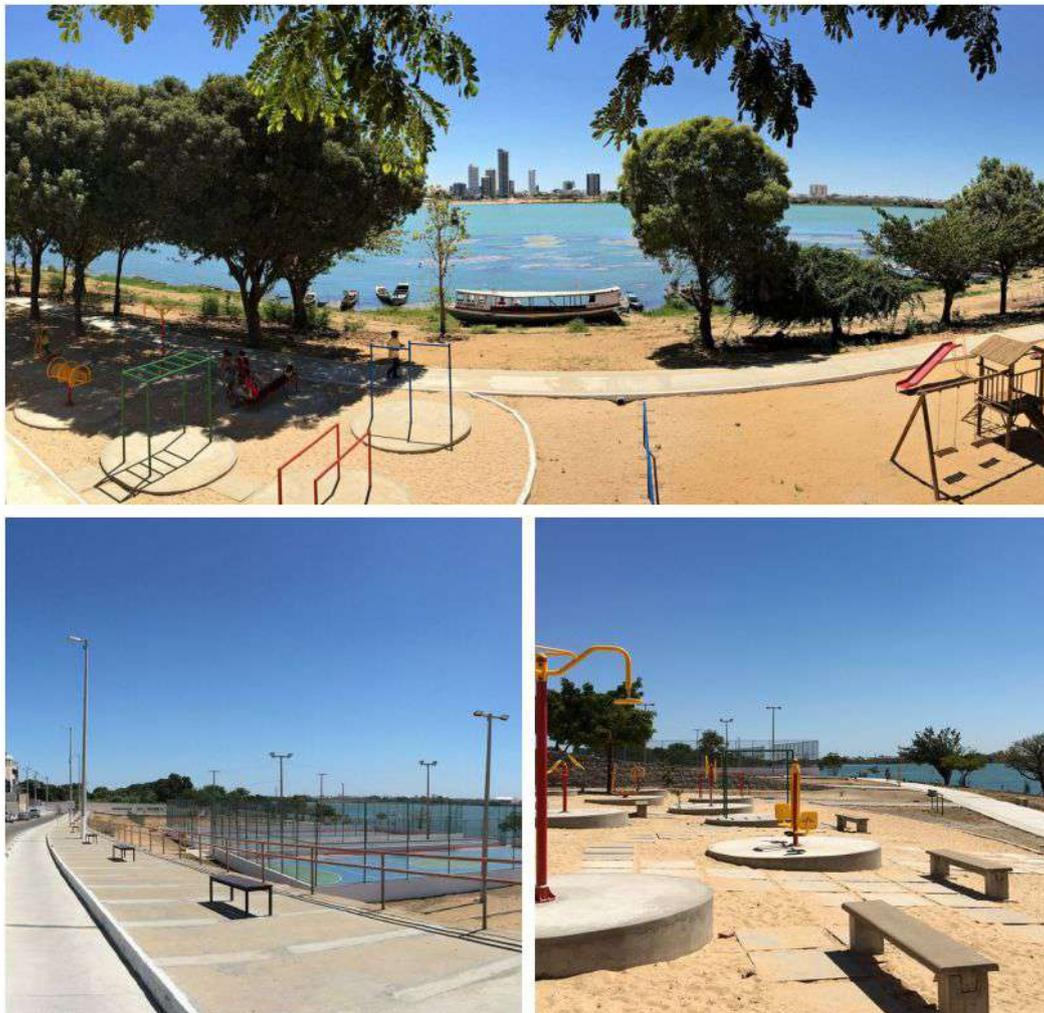
Intervenções do Poder público

Os atrativos até então apresentados são os que possuem maior projeção no município. Embora a cidade faça parte dos roteiros baianos de turismo, ainda existem pontos a serem melhorados. Sobretudo na melhor capacitação de pessoal, ampliação dos leitos de hospedagem e manutenção dos espaços urbanos.

Atualmente a Prefeitura, em parceria com o Governo Federal, está construindo o “Parque Fluvial de Juazeiro”. A obra promete ser o novo cartão postal da região, e suas intervenções são distribuídas nos 3,5 quilômetros da margem baiana do São Francisco. O projeto prevê implantação de pista de Cooper, parques infantis, quadras poliesportivas, atracadouro náutico, ciclovia, barracas padronizadas e ordenamento das calçadas e bancos.

O orçamento total foi de R\$ 3,5 milhões e a obra foi iniciada em 2017. Em 2019 o cronograma havia sido executado em 60% do previsto até a sua finalização, sem data definida pela Prefeitura. Já é possível notar diferenças na paisagem.

Figura 10 – Parque Fluvial de Juazeiro



Fotos: o autor, 2018.

Os investimentos têm como finalidade, ampliar a oferta de lazer para a população, tornar a cidade mais atrativa aos visitantes e fomentar a atividade turística. O município

não possui uma Secretaria de Turismo independente, a pasta está inserida junto à Cultura e Esportes - SECULTE. A prática de agrupamento vem sendo comum em muitas cidades brasileiras, visto a necessidade de contenção de gastos diante da crise econômica.

A Secretaria de Cultura, Turismo e Esportes de Juazeiro é o órgão da administração pública municipal responsável pela gestão das políticas voltadas aos campos da cultura, do turismo e dos esportes em suas diversas dimensões. Tem como objetivo promover programas, projetos e atividades que contribuam para o desenvolvimento das três áreas sobre as quais se debruça, em especial à organização de atividades do calendário cultural e esportivo da cidade, realização ou apoio a eventos e projetos da sociedade, desenvolvimento de ações culturais, turísticas e esportivas em conjunto com outras políticas públicas (PMJ, 2017).

Figura 11 – Perspectiva do Centro Gastronômico na Orla Nova



Fonte: PMJ, 2019.

Em 2018 foi apresentado a população, o projeto de transformar uma construção antiga da FRANAVE em um Centro Gastronômico. O espaço pertenceu a Companhia de Navegação do São Francisco, cuja fundação é de 1963. Este Órgão atuava no tráfego fluvial junto ao Ministério dos Transportes e tinha sede em Juazeiro. Suas atividades foram interrompidas em 2007.

O projeto do Centro Gastronômico contempla cervejaria, restaurantes e um mercado com alimentos orgânicos e agricultura familiar. O objetivo é criar um espaço de cultura, lazer e preservar a história do prédio secular. Parte do projeto foi inaugurado em dezembro de 2019, os espaços de gastronomia já se encontram em pleno funcionamento. O mercado, anexo ao prédio principal, ainda está em construção.

Associado ao parque fluvial, o Centro Gastronômico faz parte de uma iniciativa turística mais ampla. Transformar espaços antigos e degradados em polos de gastronomia e lazer, vem sendo comum nas principais cidades do Brasil. Como é o caso dos armazéns do Recife Antigo, capital pernambucana, e do Porto Maravilha no Rio de Janeiro.

A utilização de áreas portuárias são exemplos de áreas degradadas que têm passado por processos de revitalização, pelo fato de normalmente serem grandes espaços urbanos em metrópoles, que necessitam de espaço para crescerem do ponto de vista econômico, social e cultural. O envolvimento de diferentes atores locais (Poder Público, Mercado e Sociedade civil) no processo de decisão e também durante a implementação das obras de revitalização, assim, é imprescindível, a fim de que os interesses atendidos sejam de todos. (PEREIRA, 2015, p. 60)

De acordo com Pereira (2015), turismo e urbanização são esferas relevantes para cidade capitalista do século XXI. A demandas das pessoas, modificadas conforme o tempo e heterogeneidade, atua no poder atrativo das localidades.

Estas demandas estão sempre se atualizando e sendo modificadas, em função da diversidade de ofertas de produtos turísticos e de novas experiências que são vivenciadas pelos visitantes. Em relação ao poder de atração de um ponto turístico, uma região será mais ou menos atraente conforme seus atributos internos e externos, das necessidades, do perfil e da motivação daqueles que procuram por bens e serviços turísticos. É também essencial que a informação acerca da região esteja disponível ao público-alvo e seja por ele apreendida, de forma a despertar o desejo de se deslocar até o atrativo. (PEREIRA, 2015, p.15)

É comum o Estado articular, junto a iniciativa privada, o desenvolvimento de projetos que são importantes para a comunidade em forma de política pública. “Estados democráticos modernos, o conceito de política pública tem íntima ligação com o de cidadania, pensada como o conjunto das liberdades individuais expressas pelos direitos civis” (NERI, 2005 apud PEREIRA, 2015, p.19).

A preocupação nesta dinâmica, é até que ponto os interesses contemplam a ideia de reforma urbana - conceito presente na literatura do urbanismo e cidadania, visando a construção de cidades e espaços que sejam socialmente justos e o direito a cidade esteja acessível aos seus residentes (FERREIRA, 2007).

No caso de Juazeiro, percebe-se que existe uma parcela considerável da população que apoia as intervenções recentes na área turística da cidade, contudo, vem a inquietação sobre qual seria o perfil de frequentadores dos espaços concedidos a iniciativa privada. A hipótese é de que boa parte da frequência dos espaços, venha a ser dos turistas e das classes sociais com maior poder aquisitivo na região – como ocorre na maior parte dos casos das grandes capitais.

Daí a relevância da reforma urbana como fator de desenvolvimento local e regional, que se caracteriza por um planejamento e reforma do espaço ocupado pela cidade, buscando adequar este meio para melhoria significativa da qualidade de vida da população e deve gerar uma prestação adequada de serviços públicos além de satisfazer necessidades sociais como o acesso ao lazer, cultura, educação, trabalho e renda para os moradores (MENDONÇA, 2011 apud PEREIRA, 2015, p.15)

Os espaços mais “democráticos” do projeto, até então, são as pistas de cooper, os parques infantis distribuídos ao longo da margem ribeirinha, e as quadras poliesportivas. Também há uma “praia” urbana, nas imediações do Órgão da Marinha, instalado na extremidade da Orla. Haverá quiosques reformados e padronizados no local.

A aquisições mais recentes são a academia de saúde e a pista de skate (esta, ao lado das quadras poliesportivas). Esses equipamentos integram o eixo esportivo do projeto.

Figura 12 – Prática esportiva na pista de skate ao pôr do Sol

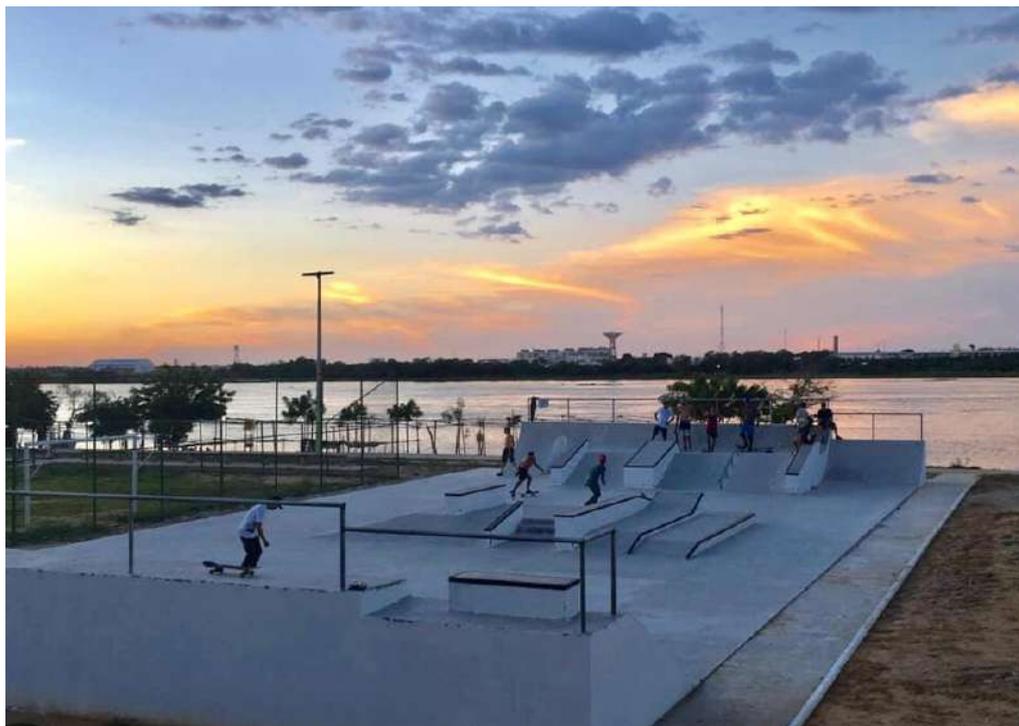


Foto: Reprodução Paulo Bomfim redes sociais, 2019.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As atividades produtivas do Vale do São Francisco são marcadamente voltadas para a fruticultura irrigada. Juazeiro é a cidade-polo desta região, e tem uma centralidade nos setores agrícola, industrial e de serviços. O turismo ainda está em processo de desenvolvimento.

As principais intervenções do poder público e da iniciativa privada, se concentram na margem ribeirinha do São Francisco. Existem algumas expectativas comuns à outras grandes cidades brasileiras que, em alguns casos, os processos de desenvolvimento local têm sido excludentes para a população das camadas sociais mais simples – desde o acesso que deve ser facilitado pelo transporte coletivo até a configuração dos espaços de interação.

As iniciativas pública e privada de Juazeiro vêm buscando formas de implementar, de modo mais significativo, atrativos para visitantes do Nordeste e de outras regiões. Os investimentos contemplam infraestrutura, educação ambiental no parque fluvial, pavimentação do entorno, revitalização do patrimônio histórico, e equipamentos de saúde esportiva.

As evidências deste panorama, mostram que existe um potencial significativo para os parâmetros da região. Os serviços de hotelaria, gastronomia e a segurança, precisam repensar novas formas de acompanhar este desenvolvimento.

O que se espera, é que as ações implementadas hoje, resultem em um turismo robusto, mais maduro e que considere o *lifestyle* juazeirense, respeitando as tradições e modernizando os serviços. Este é um traço comum do poder público, do empresariado e da população em geral.

As contribuições deste trabalho podem provocar reflexões no meio acadêmico e na sociedade, com tentativas de elaborar políticas voltadas à diversificação econômica de Juazeiro, através da atividade turística. Embora sejam observações iniciais, são premissas que sugerem a necessidade da Pesquisa e da Inovação em um setor competitivo do Nordeste.

REFERENCIAS

BECKER, E.L.S. **Geografia e Turismo: Uma Introdução ao Estudo de suas Relações**. Revista Rosa dos Ventos, 6(I), jan-mar, pp. 52-65, 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/images/mtur-pnt-web2.pdf>> Acesso em 01 abr. 2019.

_____. **Categorização dos municípios das regiões turísticas do mapa do turismo brasileiro**. Disponível em: <<http://mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html>> Acesso em: 18 mar. 2019.

CUENTA. **Satélite de turismo: recomendaciones sobre el marco conceptual**. Nueva York: Naciones Unidas; Madrid: Organización Mundial del Turismo, 2001. 149 p.

FERREIRA, Paulo E.B. **Apropriação do espaço urbano e as políticas de intervenção urbana e habitacional no centro de São Paulo**. Dissertação de mestrado apresentada à Universidade de São Paulo (USP). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, 2007

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2000-2005** / IBGE, Coordenação de Contas Nacionais. - Rio de Janeiro: IBGE, 2008. 56 p. – (Estudos e pesquisas. Informação econômica, ISSN 1679-480X; n. 7)

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Brasil em Síntese**. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/v3/cidades/home-cidades>> Acesso em 30 ago. 2018.

MENDONÇA, Tibério. **Urbanização brasileira**. 2011. Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA. Disponível em <<http://www.tiberiogeo.com.br>>. Acesso em 29 mar. 2019. MUSEUS DO RIO. Memorial dos Pretos Novos. 2013.

MINGOTI, S. A. **Análise de Dados Através de Métodos de Estatística Multivariada: uma abordagem aplicada**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

PEREIRA, J.V.B. **Planejamento urbano, turismo e desenvolvimento local: O caso do Porto Maravilha na cidade do Rio de Janeiro**. Monografia apresentada ao curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), 2015. Disponível em: <http://www.portomaravilha.com.br/conteudo/estudos/academicos/planejamento_urbano_aritog_academico.pdf> Acesso em 26 mar. 2019.

SOLLER, J.M.; CASTROGIOVANNI, A.C. **Geografia e turismo: caminhos e desafios para a complexa leitura do patrimônio de Garopaba (SC)**. Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v.7, n.1, fev 2014/abr, 2014, pp.198214.

VIANA, Jacó. **Juazeiro: Cidade Inteligente, Futuro Sustentável**. Revista Juazeiro, v.1, jul 2018.