

Turismo, Comunicação e Desenvolvimento

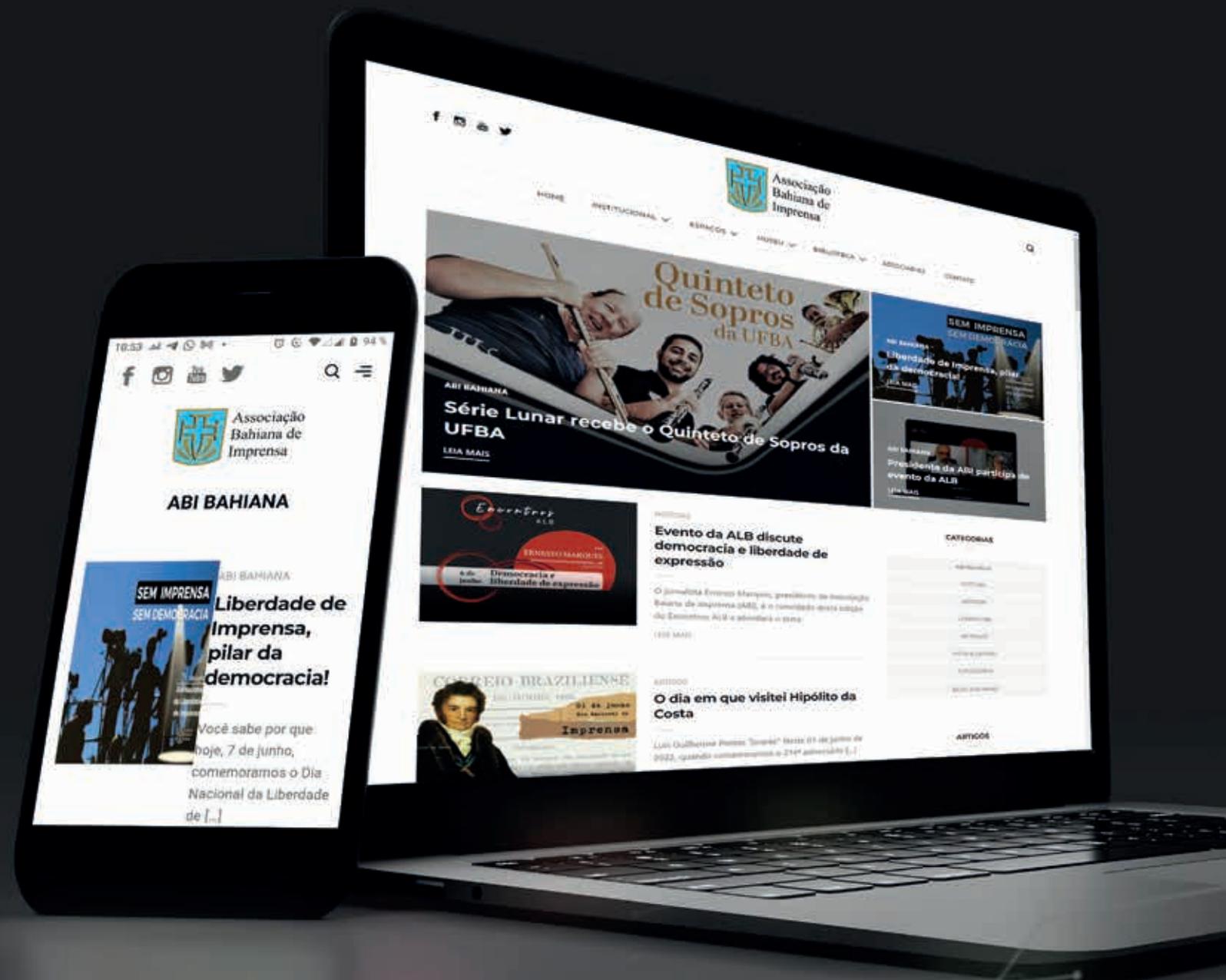
O São João da Bahia estabeleceu novo recorde em 2025, atraindo cerca de 1,8 milhão de visitantes e injetando R\$ 2,3 bilhões na economia.

A atividade turística do estado está acima da média nacional e o case das festas juninas indica potencial de crescimento, apesar de fragilidades estruturais que devem ser enfrentadas

*“A Bahia é líder
do turismo brasileiro”*

*Maurício Bacelar
Secretário de Turismo
do Estado da Bahia*





www.abi-bahia.org.br

Jornalismo responsável.
Informações bem apuradas.

Sempre com as últimas tendências
da área da comunicação e conteúdo
de valor para a sociedade.

Encontre a ABI na rede!



@abi_bahia



@abi.bahia



ascom@abi-bahia.org.br



71 98791-7988

Palavra do Presidente

FOTO: JOSEANNE GUEDES



Ernesto Marques
Presidente da Associação
Bahiana de Imprensa

Muito antes de se consolidar como produto turístico e mobilizar estruturas gigantescas de produção de eventos para multidões, a festa de São João nasceu nas salas de reboco das casas simples de famílias agricultoras, especialmente do Nordeste. E a mesma alegria celebrou a fertilidade representada pela fogueira acendida 2025 anos atrás por Isabel, mãe de São João, para avisar da chegada do filho.

A percepção sobre o potencial acendeu o alerta de oportunidade mais de década atrás, quando um novo produto turístico começou a ser construído a partir da ação estatal minimamente planejada. Sacada de um publicitário transmutado em político, o então secretário estadual de Turismo, Domingos Leonelli.

O ingrediente genuinamente local de uma tradição católica europeia com pitadas judaicas tem a ver com a nossa incontável capacidade de transmutar dores, de tirar leite de pedra e ainda criar felicidades nas condições mais adversas. O São João nordestino de raiz era festa de porta aberta para compartilhar a fartura da colheita e a alegria de receber qualquer pessoa, mesmo desconhecida, que chegasse com o mesmo espírito de celebração e respeito.

No plano individual e familiar, a tradição permanece, mas a festa popular de raiz religiosa virou megaevento, movimentando centenas de milhares de pessoas pelos quatro cantos da Bahia e faz cerca de R\$ 2,3 bilhões circularem nas economias locais. Essa força cultural e, sobretudo, econômica, traz uma determinante bem conhecida: nada será como antes.

Nos últimos anos, o poder público consolidou seu protagonismo como organizador, sobretudo depois das consequências devastadoras da pandemia no setor de eventos. Sob vários aspectos, não se pode negar: deu certo.

Sem espaço para romantismo ou ingenuidade, todo o investimento público em festas populares só se justifica se for além do panis et circencis. A comparação com o Carnaval é inevitável e oportuna, especialmente se as lições momescas servirem para evitar a repetição do pecado capital da exclusão. Sim, é fato, nada será como antes, e isso não é, necessariamente, ruim.

A conferência do atual titular da SETUR, Maurício Bacelar, traz dados auspiciosos sobre a construção de uma rede de serviços demandados por visitantes originados de qualquer parte, entre a saída e o retorno para casa. O “produto” São João deu certo por causa dessa articulação e a aposta é ampliar infraestruturas e o leque de produtos turísticos com matriz semelhante. Mas o argumento da geração de oportunidades de trabalho será merecedor de relativizações enquanto houver margem para confusões com o trabalho indigno ostensivo que estrutura lucros astronômicos - caso dos catadores e dos cordeiros no Carnaval soteropolitano. Assim como o propalado ganho em arrecadação de tributos não pode valer como verdade absoluta, enquanto não houver indicadores metodologicamente respeitáveis para mensurar este e outros impactos econômicos.

Entender o acesso à informação de interesse público como direito fundamental serve para aumentar a chance de acerto, quando falamos no investimento de bons nacos de orçamentos públicos para viabilizar produtos turísticos com base numa matriz cultural e, por óbvio, identitária.

Daí a centralidade do papel da imprensa, com um enquadramento amplo para contemplar as muitas dimensões, para além da econômica. Desde as contradições entre preservação das tradições juninas até a destinação de recursos públicos e a definição de contrapartidas.

Um estado com mais de 570 mil Km², três biomas, enorme diversidade de cenários e influências culturais, e mais de 500 anos de história, pode emplacar outros casos de sucesso, como o São João da Bahia. O jornalismo pode ajudar muito nisso, qualificando cada vez mais a cobertura, e os veículos baianos são protagonistas fundamentais em qualquer empreendimento da economia criativa.

Viva o acesso à informação, direito humano fundamental! Agora mais do que nunca, para que, em algum dia, pertençam ao passado versões urbanas de salas de reboco de casas nada engraçadas. Na verdade sem reboco, porque não têm parede, não têm nada. Mas se têm bandeirolas, São João também vive ali.

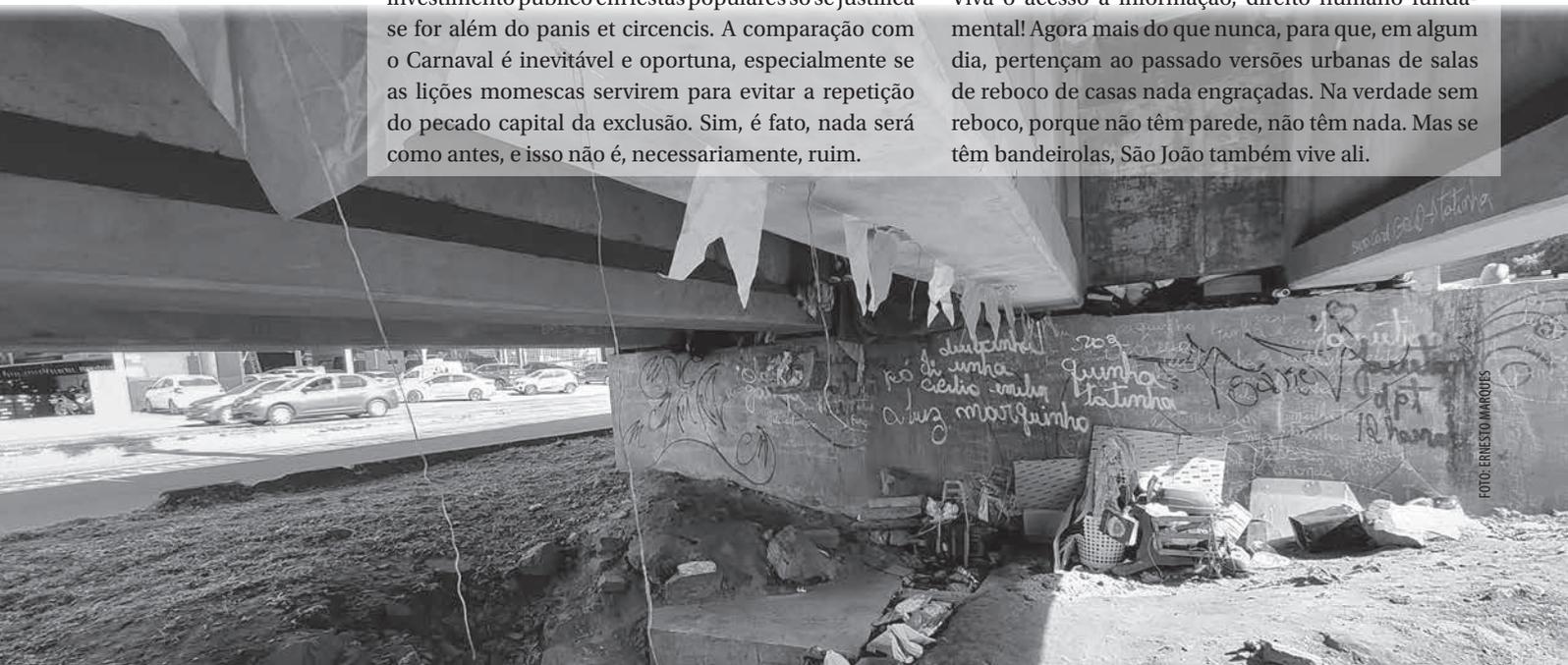


FOTO: ERNESTO MARQUES

Ciclo de Conferências ABI 95+5 faz turismo

No dia 17 de agosto, a Associação Bahiana de Imprensa completa 95 anos de atividades. Nesse período, atravessou momentos desafiadores para o jornalismo, sempre se apresentando como local de defesa da atividade e incentivadora de novas formas e formatos, desde que alinhados ao compromisso de ter a ética jornalística como balizadora do fazer. Uma trajetória que renova sua importância em tempos nos quais o jornalismo de qualidade e referendado é essencial para o debate sobre o mundo que temos e o que queremos.

Dentro desse entendimento, a ABI vem desenvolvendo projetos para, durante todo o ano de 2025, celebrar sua nova data, reconhecendo o exercício vital do jornalismo: informar. É desse esforço que nasce o *Ciclo de Conferências ABI 95+5*, que, periodicamente, vem promovendo a análise de assuntos importantes para o debate público.

Para a quarta conferência do projeto, trazemos à leitura o tema *Turismo, Comunicação e Desenvolvimento*, desenvolvido por Maurício Bacelar, Secretário de Turismo do Estado da Bahia, que enfrentou o debate em encontro com jornalistas na sede da ABI no dia 9 de julho. Os textos foram transcritos de sua apresentação no

Ciclo de Conferências ABI 95+5 e editados, com mínimas intervenções, na busca pelo melhor entendimento do leitor. Depois disso, o conteúdo retornou para o autor, que o revisou para publicação.

Colaboram para adensar a discussão artigos de Gabriel Carvalho (jornalista, *CEO do Portal São João na Bahia*) e Nelson Cadena (escritor e jornalista), presentes nesta edição. Neles, os autores destacam as qualidades turísticas da Bahia, estado diverso em atrativos e que se consolidou, pela história, como lugar de rico repertório simbólico, outra qualidade que conta a seu favor na árdua disputa pela preferência dos visitantes.

A Série Especial da revista *Memória da Imprensa* foi concebida para documentar os desdobramentos do projeto *Ciclo de Conferências ABI 95+5*. Em seu número inaugural, apresentou uma análise sobre o *Patrimônio Histórico*, conduzida por Hermano Guanais, superintendente regional do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN/Bahia). Na segunda edição, o foco recaiu sobre a *Economia do Mar*, em diálogo com o administrador e economista Eduardo Athayde. Na terceira, o tema *Racismo, Economia e Jornalismo* foi apresentado e debatido pelo professor e ativista político Sílvio Humberto.



Sumário

EXPEDIENTE

Conselho Editorial da ABI

Ernesto Marques, Jaciara Santos, Florivaldo Mattos e Luis Guilherme Pontes Tavares

Coordenação de Comunicação:

Joseanne Guedes,

Coordenação Editorial:

Ernesto Marques e Jaciara Santos

Estagiário de Jornalismo:

Caio Valente

Editor:

Edson Rodrigues

Projeto Gráfico:

Editora Bamboo

Design Editorial e Capa:

Henrique Brito

Revisão:

Guido Guilherme Krieger

Impressão: GRASB

Tiragem: 500 exemplares

Distribuição: Gratuita

Contato: ascom@abi-bahia.org.br

MEMÓRIA DA IMPRENSA é uma revista histórica trimestral da Associação Bahiana de Imprensa.

As edições especiais em comemoração ao aniversário de 95 anos da entidade são mensais e monotêmáticas e se propõem a oferecer um olhar mais alargado sobre temas estratégicos para o desenvolvimento da Bahia e da comunicação baiana. As opiniões, dados, fatos e conceitos expressos pelos conferencistas e convidados são de sua responsabilidade exclusiva e não expressam a posição da revista e da Associação Bahiana de Imprensa.

Jornalistas convidados da quarta edição do Ciclo de Conferências ABI 95 + 5, realizada no dia 9 de julho de 2025, com o tema **Turismo, Comunicação e Desenvolvimento**: José Raimundo, Lenilde Pacheco, Paulo Roberto Sampaio.

A ABI agradece aos fotógrafos cujos trabalhos integram esta edição: Antonio Queiroz, Edson Rodrigues, Feijão Almeida, Fernando Vivas, João Souza, Joseanne Guedes, Manu Dias, Mateus Pereira, Rafael Martins, Richard Sagredo, Samuel Oliveira, Tatiana Azeviche, Wuiga Rubini.

ASSEMBLEIA GERAL

Presidente: Antônio Walter dos Santos Pinheiro

Vice-Presidente: Sérgio Augusto Soares Mattos

Secretária: Heloisa Sampaio

Suplentes:

Wilson Midlej

Raimundo Vieira

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Ernesto Marques

1º vice-presidente: Luis Guilherme Pontes Tavares

2º vice-presidente: Suely Temporal

1ª secretária: Amália Casal

Diretor de Finanças: Antônio Matos

Vice-diretora de Finanças: Sara Barnuevo

Diretora de Defesa DI/DH: Mara Santana

Diretor de Cultura: Nelson Cadena

Diretor Social: Nelson José de Carvalho

Diretor de Patrimônio: Raimundo Marinho

Diretora de Comunicação: Jaciara Santos

Suplente: Luiz Fernando Lima

CONSELHO CONSULTIVO

Titulares:

Suzana Alice Pereira

Joaci Góes

Emiliano José

Suplentes:

Jolivaldo Freitas

Luiz Nova

CONSELHO FISCAL

Titulares:

Simone Ribeiro

Pedro Dalto

Romário Costa Gomes

Suplentes:

Valter Xéu

Valber Carvalho

CONTATOS

Assessoria de Comunicação:

71.98791-7988 - ascom@abi-bahia.org.br

Secretaria:

71.98426-1460 - secretaria@abi-bahia.org.br

Administrativo:

71.98425-9463 - administrativo@abi-bahia.org.br

ASSOCIAÇÃO BAHIANA DE IMPRENSA

RUA GUEDES DE BRITO, Nº 01,

EDF. RANULFO OLIVEIRA, 2º ANDAR,

CENTRO HISTÓRICO DE SALVADOR - BAHIA

CEP 40.020-260



FOTO: TATIANA AZEVIÇHE / ABI



FOTO: MANUDIAS / GOMBA



FOTO: WUIGA RUBINI / GOMBA

Maurício Bacelar

"O governo do estado tem a atividade turística entre as suas prioridades"	06
"Vamos voar para mais 15 destinos do interior do estado"	09
"Construímos 11 equipamentos de infraestrutura náutica"	12
"Os principais terreiros de candomblé da Bahia estão incluídos no roteiro de visitação"	14
"O litoral da Bahia é o que apresenta o maior número de baleias-jubarte"	18
"Temos trabalhado com a oferta de novos destinos"	19
"A Bahia é o maior polo de atração de turistas estrangeiros do Norte e Nordeste"	20
"O Brasil demanda urgentemente a regulação do Airbnb"	22
"Durante os festejos juninos, há municípios baianos que chegam a triplicar a população"	23

Debate

"Para a qualificação profissional na atividade turística ouvimos muito as entidades na busca por melhorar a situação"	26
"Temos conseguido transformar Salvador no principal polo de São João do país"	28

Artigos

Gabriel Carvalho O turismo e a Festa de São João	29
Nelson Cadena O turismo nasceu aqui	30



O governo do estado tem a atividade turística entre as suas *prioridades*

Maurício Bacelar
*Secretário de Turismo
do Estado da Bahia*

Estou muito lisonjeado com esse convite para participar do *Ciclo de Conferências ABI 95 + 5*. Lisonjeado pelo convite ser dirigido a mim, mas também pelo tema *Turismo, Comunicação e Desenvolvimento* ter sido incluído entre aqueles debatidos na programação. Por conta do público qualificado que integra este encontro, por conta da importância da ABI, tomei a liberdade de estender um pouco mais essa conversa com os senhores e, em primeiro lugar, contextualizar a atividade turística na Bahia, o panorama do turismo no nosso estado.

Um estado com as características que a Bahia tem não pode prescindir da atividade turística como geradora de emprego e renda, por esse potencial, essa vocação natural para a atividade. Isso devido, entre outras coisas, a seu rico patrimônio arquitetônico colonial. O Pelourinho é a maior aglomeração de construções

Maurício Bacelar



FOTO: TATIANA AZEVEDO

coloniais das Américas. E esse patrimônio não está só em Salvador, mas estende-se por todas as 13 zonas turísticas do estado, por conta da presença dos portugueses na colonização do Brasil. Salvador foi a primeira capital [do Brasil], mas também temos esse rico patrimônio cultural por toda a Bahia.

Outro patrimônio que temos é o histórico. Na Bahia se deu a independência do Brasil, pois o grito da independência de Dom Pedro I [às margens do riacho Ipiranga, cidade de São Paulo] foi uma declaração de intenções. O governo português, as forças portuguesas, mesmo depois do Grito da Independência, no 7 de setembro de 1822, continuaram aqui na Bahia e somente em 2 de julho de 1823 deixaram as terras brasileiras e verdadeiramente ficamos independentes*. E esse patrimônio histórico nos dá uma condição privilegiada para desenvolvermos a atividade turística.

A miscigenação que aqui se deu entre povos originários, brancos europeus e negros africanos nos traz diversidade e riqueza cultural muito grandes. São características únicas que, a meu ver, constituem nosso patrimônio mais importante. Somos um povo hospitaleiro, festivo, receptivo, um povo alegre que tanto atrai a atenção das pessoas. Muitas vezes ou-

“O governo enxerga o segmento [do turismo] como de importância econômica, mas também social, por conta da geração de emprego e renda.”

ve-se falar: “Chego à Bahia e sinto uma energia diferente” ou “Eu volto à Bahia para me reenergizar”. Ora, de onde emana essa energia? Emana de nós, do povo baiano.

Também temos um rico patrimônio natural: o maior litoral do país, com 1.200 km de extensão, a maior baía navegável do mundo, que é a Baía de Todos-os-Santos. Aqui [em Salvador] temos uma temperatura média entre 27 e 28 graus durante o ano, mas no centro do estado, por conta da altitude, há municípios que chegam próximo a zero grau no período do inverno. Este ano, no município de Piatã, a temperatura já esteve em três graus! É uma diversidade natural muito grande.

O governo do estado está ciente da importância da atividade turística na economia da Bahia e tem esse segmento entre as suas prioridades. O governo enxerga o segmento como de importância econômica, mas também social, por conta da geração de emprego e renda. E para trabalharmos essa atividade, seguindo a legislação do Ministério do Turismo, dividimos, aqui na Bahia, o estado em 13 zonas turísticas que trabalhamos dentro da Secretaria de Turismo para desenvolver nossas ações. Para se criar uma zona turística é preciso que, dentro da região, existam características específicas e uniformes entre os municípios. Foi assim que criamos 13 zonas turísticas e dentro delas hoje temos 122 municípios que cumprem a legislação, que cumprem as exigências do Ministério do Turismo para serem considerados turísticos. Eles precisam ter uma um órgão municipal que atenda à atividade turística, pode ser uma secretaria, um departamento, uma diretoria; também é

[...] criamos 13 zonas turísticas e dentro delas hoje temos 122 municípios que cumprem a legislação, que cumprem as exigências do Ministério do Turismo para serem considerados turísticos.”

preciso que o turismo tenha dotação orçamentária no município, tenha equipamento devidamente registrado no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos, tenha um Conselho Municipal de Turismo. Então, são diversas as exigências que, aqui na Bahia, 122 municípios atendem para hoje serem considerados turísticos, obedecendo à legislação brasileira. E, para descontraír um pouco, permitam-me contar aqui o seguinte. Um dia, viajando com o governador [Jerônimo Rodrigues], ele me perguntou: "Maurício, quantos municípios turísticos nós temos?". Respon-di: "Olha, governador, reconhecidos pelo Ministério [do Turismo], por conta da legislação, são 122. Mas eu vou dizer ao senhor, para mim, nossos 417 [a totalidade dos municípios que constituem o estado] são turísticos". Então ele diz: "Você está exagerando, está puxando muita brasa pra sua sardinha" (risos). E prosseguiu: "Vou lhe dar um exemplo, Maurício. Minha pequena Aiquara tem o que de turístico?". E eu: "Olha, governador, pode ser que Aiquara não tenha a atração de um sujeito cruzar o Oceano Atlântico e chegar até a cidade, mas lá há um rio e as pessoas tomam banho nesse rio. Isso, por si só, já é uma atração turística. Se nós ordenarmos a beira desse rio para que haja lá uma pessoa que venda refrigerante, cerveja, água mineral, que haja um pastel, uma comida, e que a pessoa de fora do município vá lá e faça uma pequena despesa, pegando um recurso de fora e injetando na economia da cidade, por conta da visitaçao na beira desse rio, já se torna um município turístico". Ele então se convenceu (risos). E turismo é isso. É quando você faz o deslocamento de um ponto para outro e injeta um recurso na economia do destino. Por exemplo, nós moramos em Salvador. Vamos nos reunir, ao fim do expediente, em um bar para tomar uma cerveja, ou vamos comer um acarajé. Isso não é turismo, porque somos de Salvador e gastamos recursos em Salvador. Mas se vem uma pessoa de fora, até do município vizinho de Lauro de Freitas, vai a essa baiana do acarajé e consome lá, ela fez turismo. Qual foi o motivo da viagem dela? Ah, ela veio a Salvador tratar de negócios, então é o turismo de negócios, o turismo corporativo; ela veio por uma consulta médica, então é turismo de saúde; veio por uma questão de lazer, é o turismo mais tradicional, o turismo de lazer. Então, o turismo é uma atividade diversificada e a Bahia tem os atrativos para atrair pessoas.

Somos referência na economia do Nordeste. O Polo de Camaçari é o maior aglomerado industrial do Hemisfério Sul, temos no oeste do estado a maior fronteira agrícola do país, temos um rico patrimônio natural, um rico patrimônio mineral. Então, essa diversidade da economia baiana atrai pessoas. E quando as pessoas de fora do estado se deslocam para cá por conta desses recursos, elas estão fazendo turismo, um turismo de negócios, um turismo corporativo.

E através desses patrimônios o governo da Bahia trabalha 52 segmentos na atividade turística, sendo que os principais, os mais tradicionais são o sol e a praia. Mas há o turismo cultural, de aventura, ecoturismo, o turismo étnico afro, o turismo de luxo, o turismo LGBTQIAPN+, o turismo sustentável, o enoturismo, o turismo de avistamento de baleias, o turismo gastronômico, o turismo de base comunitária... Enfim, como disse, na Bahia são 52 segmentos que trabalhamos na atividade turística.



FOTO: WILUGA RUBINY / GOVEA

Foi em 2 de julho de 1823 que chegou ao fim o movimento de libertação contra o governo português, iniciado no ano anterior. No 2 de julho foram expulsos da Bahia o almirante português Madeira de Melo e seu exército, selando o que ficou conhecido como a Independência da Bahia. Porém, o mais correto seria chamar esse acontecimento de "Independência do Brasil na Bahia", já que, com esse enfrentamento, ficou consolidada a independência do Brasil e da unidade nacional.



FOTO: FELIJO ALMEIDA / GOVBA

Vamos *VOAR* para mais *15 destinos* do *interior do estado*

Para que a atividade turística se desenvolva, precisamos ter uma boa conectividade aérea. A conectividade aérea é fundamental no estabelecimento da atividade turística. A facilidade para o turista chegar a um destino, a um sítio turístico, é determinante na escolha daquele destino. Por conta disso, o governo trabalha essas conectividades aéreas: a regional, a nacional e a internacional.

Dois setores da atividade turística ainda sofrem os reflexos da pandemia da covid-19: o aéreo e o de cruzeiros marítimos. Ora, nós falamos aqui que turismo é deslocamento. Na pandemia, foram o isolamento social, o controle de deslocamento e depois a vacina que fizeram com que a gente vencesse a doença, não foi assim? Então, se não havia deslocamento, não havia viagens e as companhias deixaram de viajar. Só que nas companhias aéreas, por exemplo, mais de 90% dos seus equipamentos são adquiridos através de leasing. Essas companhias aéreas, no mundo inteiro, entenderam, no primeiro momento da pandemia, que seria uma coisa rápida e por

“Temos batido seguidos recordes na movimentação dos nossos aeroportos.”

isso retiveram suas aeronaves no solo. Então se descapitalizaram, pois somente depois de alguns meses foi que elas começaram a devolver essas aeronaves aos seus proprietários. [As companhias] também perderam as tripulações, uma mão de obra bastante qualificada. Os juros da economia mundial aumentaram, o dólar perdeu valor, tudo isso refletiu na economia e causou reflexos na atividade que impactam até hoje. Então, na atividade aérea, em todo o mundo, hoje, faltam aeronaves, faltam peças de reposição e falta a mão de obra especializada. E isso tornou a nossa conectividade no pós-pandemia limitada.

Na Bahia, conseguimos implantar, junto com a administradora do aeroporto de Salvador, a VINCI Airports, e junto com as três maiores companhias nacionais — Latam, Gol e Azul — uma malha aérea mais intelligen-



FOTO: TATIANA AZEVEDO

te. Temos hoje, na Bahia, menos voos do que na época anterior à pandemia, mas temos mais passageiros nos nossos aeroportos. Temos batido seguidos recordes na movimentação dos nossos aeroportos, que já ultrapassam os números do ano de 2019.

Diante dos obstáculos que citei, ocasionados pela pandemia da covid-19, a conectividade aérea regional enfrenta mais dificuldades ainda. Em primeiro lugar, porque, no Brasil, somente duas companhias aéreas têm as aeronaves específicas para os voos regionais, as aeronaves ATR*. Só quem tem esse tipo de avião no Brasil hoje são as companhias aéreas Azul e Voepass, sendo que essa última acabou de ser proibida de voar pela ANAC [Agência Nacional de Aviação Civil] por conta de um acidente no estado de São Paulo [cidade de Vinhedo, em 9 de agosto de 2024, com 62 mortos]. Isso também dificulta a nossa conectividade aérea regional.

Hoje, Salvador está ligada a seis destinos no interior do estado: Vitória da Conquista, Ilhéus, Porto Seguro, Guanambi, Barreiras e Lençóis, que são cidades atendidas pela companhia aérea Azul. Para Vitória da Conquista e Porto Seguro a Gol também faz voos. Tratando-se da Azul, seus voos regionais, na Bahia, são realizados com o auxílio de um estímulo fiscal que o governo dá, desonerando o ICMS do querosene de aviação. Essa concessão de desoneração é limitada pelo CONFAZ [Conselho Nacional de Política Fazendária], que reúne secretários de Fazenda, Finanças ou Tributação dos 27 estados e do Distrito Federal. Para se ter uma ideia da dificuldade de se conseguir um estímulo fiscal dentro do CONFAZ, basta dizer que ele só é aprovado se, quando votado, o pleito vencer por unanimidade.

[...] a Bahia está com suas portas abertas aos principais polos emissores de turistas do mundo.”

E as companhias aéreas dizem que, mesmo com esse estímulo fiscal, os voos regionais são deficitários. Então, temos essas dificuldades.

Em um estado como a Bahia, no qual há municípios distantes mil quilômetros da capital, precisamos de uma conectividade aérea regional. E o governador Jerônimo Rodrigues determinou a nós, da Secretaria do Turismo, que, junto às secretarias da Fazenda e de Infraestrutura, desenvolvêssemos um estudo de estímulo fiscal que não ferisse a legislação do CONFAZ. Esse estudo foi realizado e hoje está na Casa Civil sendo ultimado um projeto de lei pelo qual vamos conceder estímulo fiscal às companhias aéreas e vamos voar para mais 15 destinos do interior do estado: cidades como Senhor do Bonfim, Bom Jesus da Lapa, Luiz Eduardo Magalhães, Jequié, Irecê, Petrolina, Teixeira de Freitas; enfim, ao todo são mais 15 cidades que serão atendidas por essa conectividade aérea regional através desse projeto de lei que será encaminhado à Assembleia e que, sendo aprovado, fará com que possamos implementar esse estímulo, o que vai ajudar bastante não só a atividade turística, mas também toda atividade econômica do nosso estado.

Em relação à conectividade aérea nacional, ora, o Brasil, um país de dimensões continentais, possui apenas três companhias aéreas que fazem voos nacionais, já citadas aqui: a Gol, a Latam e a Azul. No

pós-pandemia a Latam esteve em recuperação judicial, a Gol acabou de sair [de recuperação judicial] e, na semana em que a Gol saiu, a Azul entrou em recuperação judicial. Então, vejam a crise e as dificuldades que as companhias aéreas enfrentam. No Brasil só temos, pasmem, quatro companhias aéreas que fazem voos diários: as três que anunciei e mais a nossa baiana Abaeté, que faz o voo diário de Salvador a Morro de São Paulo nos 12 meses do ano, é o voo comercial da Abaeté. Olha como a conectividade aérea do país é frágil, mas, mesmo assim, os aeroportos da Bahia estão ligados às 36 maiores cidades do Brasil e temos também ligação direta com todas as regiões do país.

Temos aqui em Salvador um hub [centro de operações e conexões] da companhia aérea Gol que nos liga a diversos destinos e que facilita o nosso trabalho de prospecção de voos internacionais. Hoje a Bahia está ligada à Europa e à América do Sul, onde estão os países de maior emissão de turistas internacionais para o nosso estado. Esta semana nós anunciamos também uma ligação com o Panamá, vamos retomar o voo Salvador-Panamá, que não é só ligar Salvador à capital do Panamá, a Cidade do Panamá, mas, sim, ligar Salvador a um grande hub aéreo e comercial, pois com esse voo estaremos ligados diretamente aos principais mercados emissores de turistas do mundo. O voo Salvador-Paris também não é apenas a ligação da cidade mais emblemática da América Latina, que é Salvador, à Cidade Luz, mas, sim, ligar Salvador a um hub internacional operado pela Air France no aeroporto Charles de Gaulle, que interliga aquele aeroporto a 187 destinos na própria Europa, na Ásia e na África. Hoje um morador de qualquer país da Ásia vem a Salvador apenas com uma conexão no aeroporto Charles de Gaulle: o sujeito pode sair de Tóquio, desce no aeroporto Charles de Gaulle, faz a conexão e vem parar em Salvador.

O ministro Rui Costa [Casa Civil], quando faz as viagens internacionais, gosta de sair sempre de Salvador. Mesmo estando em Brasília, ele vem para cá pegar seus voos. Nessa última viagem do presidente Lula à China, ele não foi na comitiva do presidente, ele viajou alguns dias antes. A secretária dele me ligou e disse: "Olha, o ministro vai à China e quer sair daí de Salvador, seguindo pela Air France. Mas ele não fala francês e está pedindo que o senhor intermedeie com a Air France para conseguir uma conexão rápida porque ele vai do aeroporto Charles de Gaulle direto à China." Quando retornou, nos encontramos durante o São João e ele disse: "Olha, Maurício, a conexão lá é rápida, só fiquei três horas no aeroporto de Paris e fui direto à China". Então é uma um tempo razoável, um aeroporto grande, há tempo para que o passageiro possa fazer esse deslocamento com conforto e sem esperar tanto.

Então, mostro com esses exemplos como é importante nossa ligação com a França. Da mesma maneira, também é importante, agora, a ligação com o Pana-

má, que nos integra à América Central, ao Caribe e à América do Norte, que é outro grande polo emissor de turistas. Com isso, hoje, a Bahia está com suas portas abertas aos principais polos emissores de turistas do mundo.

Com relação à América Latina, ao Sul aqui da América Latina, lá está o maior mercado emissor de turistas estrangeiros para o Brasil. Temos quatro companhias aéreas voando para países como Argentina, Uruguai e Chile. Temos a Aerolíneas Argentina, a Gol, a Sky e a Flybondi. Hoje a Bahia conta com voos diários para Buenos Aires, operados por uma dessas quatro companhias, nos sete dias da semana.

Em relação à Europa, fora a França, que já apresentei aqui, estamos ligados a Portugal com voos diários através da TAP, empresa que tem uma relação histórica com a Bahia, sendo a primeira companhia aérea internacional a voar para o nosso estado, atuando há 42 anos aqui conosco. Outra importante ligação que temos com a Europa é a feita pela Air Europa, que há vinte anos voa para a Bahia. Sobre isso, nossa ligação com Madrid, através da Air Europa, foi o primeiro destino no Brasil que a Air Europa voou: não foi São Paulo, não foi Rio de Janeiro, foi Salvador. E sempre numa frequência de até três vezes por semana. Em junho deste ano, pela primeira vez nesses vinte anos, a Air Europa aumentou a sua frequência e hoje está voando por quatro vezes na semana, ligando diretamente Salvador a Madrid.

Os maiores emissores internacionais de turistas para nosso estado são: em primeiro lugar a Argentina, seguida por Portugal, Uruguai e França, sendo que essa última teve uma ascensão de fluxo muito grande de setembro de 2024 para cá, com a efetivação do voo da Air France. Esse voo da Air France vem sendo um sucesso e na alta temporada, dezembro e janeiro, eles vão voar seis vezes por semana, ligando Salvador ao Charles de Gaulle. O maior avião que desce aqui no nosso aeroporto é da Air France, um Airbus A350, que tem 344 lugares. (M.B)



FOTO: DIVULGAÇÃO/AZUL

Avions de Transport Régional (ATR) é uma empresa franco-italiana de fabricação de aeronave comercial que apresenta as seguintes características: bimotores, pressurizada, de médio porte e propulsão turboélice, com asas altas e capacidade para transportar até 74 passageiros em voos regionais.



FOTO: MANUDIAS / GOVBA

Baía de Todos-os-Santos: US\$ 70 milhões investidos em 11 equipamentos de infraestrutura náutica, além de investimentos nas áreas social e ambiental

Construímos 11 equipamentos de infraestrutura náutica

Para fazer esse trabalho todo de promoção do destino Bahia, de atração de voos, a Secretaria de Turismo do Estado tem uma estratégia que guia as nossas ações, ilumina os nossos caminhos e nos dá régua e compasso, sendo baseada em dois pilares: sustentabilidade e inovação. Trabalhamos na Estratégia Turística Bahia 4.0 (2020-2030), que é o período de planejamento dessas nossas ações. Dentro dessa estratégia, priorizamos quatro eixos: biossegurança sanitária, capacitação e qualificação de mão de obra, obras de infraestrutura nas 13 zonas turísticas do estado, promoção do destino Bahia, aliada a um trabalho de captação de voos.

Na questão da biossegurança sanitária, logo depois da pandemia entendemos que as pessoas iam querer viajar para destinos nos quais elas observassem uma segurança sanitária, onde não colocassem em risco nem a si nem aos seus entes queridos. Então, os técnicos da Secretaria de Turismo, juntamente com os técnicos da Secretaria de Saúde, elaboraram um protocolo específico de biossegurança sanitária para cada tipo de equipamento: o restaurante tinha o seu protocolo que era diferente da locadora de veículos, diferente da agência de viagens e assim sucessivamente. Esse protocolo foi trabalhado nos equipamentos turísticos e com as empresas que prestam o serviço turístico.

Sobre o segundo eixo, da capacitação e qualificação da mão de obra, entendemos que o turismo, por ser uma atividade com transversalidade, tem a necessidade

[...] estamos iniciando a construção de um terminal rodoviário e turístico na Chapada Diamantina, com investimento de R\$ 15 milhões.”

de que o trabalho nesse campo seja realizado com as diversas entidades do segmento. Por exemplo, com a Universidade Federal da Bahia, na Escola de Administração, temos um curso de formação de gestores na atividade turística, um curso de 1.800 horas-aula no qual estamos formando 200 tecnólogos em gestão de turismo. Temos um convênio com o Senac pelo qual é realizado um trabalho de capacitação de mão de obra para o segmento turístico, assim como temos outro convênio com o Sebrae no mesmo esforço para capacitação de mão de obra. Temos ações junto com a Secretaria de Educação do Estado, que possui, em alguns polos do interior, em nível médio,

o curso de turismo. Com a Secretaria do Trabalho, também temos ações de formação de mão de obra, nas zonas turísticas do interior. E temos uma plataforma digital, a TurisQualy Bahia, que já conta com mais de sete mil inscritos que, no conforto do lar, na hora do descanso do trabalho ou no deslocamento de casa para o trabalho, têm a oportunidade de se aprofundar, de maneira remota, em temas ligados ao turismo, para se qualificar na prestação de serviços para o segmento. Pela TurisQualy Bahia, ao fim de 70% da carga horária mínima do curso, esse trabalhador pode até requisitar um certificado de qualificação que é emitido pela própria plataforma.

No eixo de infraestrutura, temos ações nas 13 zonas turísticas do estado. Ora, quando o estado constrói um hospital, é um equipamento turístico, porque o turista quer ir para um destino no qual ele tenha uma segurança de saúde; quando o estado constrói uma estrada, um aeródromo, são obras que facilitam o deslocamento e, portanto, também turísticas; quando o estado constrói uma delegacia ou um batalhão de polícia, sabemos que segurança é um setor muito importante na atividade turística e, portanto, essa obra também é turística. E dessa forma o governo da Bahia possui ações que beneficiam o setor nas 13 zonas turísticas do estado.

Quero destacar um investimento que foi feito aqui na Baía de Todos-os-Santos pelo governo do estado. Foram obras estruturantes náuticas, obras culturais e investimentos nas áreas social e ambiental, concluídos em 2023, da ordem de US\$ 70 milhões. Construímos 11 equipamentos de infraestrutura náutica. São sete atracadores e quatro marinas que, inclusive, encontram-se com editais de licitação abertos para concessão à iniciativa privada. Essas licitações se darão no dia 29 de julho e nelas estamos oferecendo à iniciativa privada a oportunidade de fazer as gestões da Marina da Penha, aqui na Ribeira; da Marina de Itaparica; da Marina de Salinas da Margarida; e da Marina de Cacha-Pregos. Gerir marinas não é uma atividade característica do Estado, do poder público, e por isso estamos oportunizando à iniciativa privada a possibilidade de realizar as gestões dessas marinas em uma concessão que tem o período de 30 anos. A expectativa é de que com isso possamos estimular ainda mais a atividade náutica na Baía de Todos-os-Santos.

Dentro desse investimento [US\$ 70 milhões], incluem-se a reforma total e a requalificação do Museu Wanderley Pinho, situado no distrito de Caboto, no município de Candeias, que é a primeira indústria brasileira por conta de ter sido o primeiro engenho de cana-de-açúcar instalado no nosso país pelos portugueses. Nesse contexto também há o investimento na área social, qualificando trabalhadores e pequenos empreendedores da atividade turística nos 18 municípios do entorno da Baía de Todos-os-Santos, inclusive jovens em condição de vulnerabilidade social.

Importante destacar que, pela área ambiental, desses 18 municípios do entorno da Baía de Todos-os-Santos, 11 não possuem locais apropriados para o depósito de resíduos sólidos. Entregamos a esses 11 municípios um projeto de coleta e de depósito de maneira adequada de resíduos sólidos, alguns até organizando um sistema de consórcio para que fosse possível a construção de um aterro sanitário que venha a servir a mais de um município.

Ainda na área ambiental, viabilizamos parceria com uma entidade do terceiro setor para ser iniciado um trabalho de controle do coral-sol, originário do Oceano Pacífico e que, por conta do trânsito de navios, chegou ao Oceano Atlântico e à nossa Baía de Todos-os-Santos. O coral-sol é bastante agressivo à vida marinha da Baía de Todos-os-Santos e estamos trabalhando no seu controle através de um projeto que vem tendo sucesso. Digo isso porque não temos observado a proliferação desenfreada desse coral e, por meio desse manejo, estamos conseguindo conviver com ele.

Voltando à infraestrutura, estamos iniciando a construção de um terminal rodoviário e turístico na Chapada Diamantina, com investimento de R\$ 15 milhões. É no povoado de Tanquinho, na cidade de Lençóis, onde estamos construindo um hub rodoviário. Apesar de a Chapada Diamantina ter muitos municípios com diversas atrações turísticas, algumas dessas localidades não conseguem viabilizar viagens rodoviárias diárias. Com esse hub, a gente vai conseguir incrementar o fluxo turístico rodoviário dos visitantes, melhorando o acesso a muitos municípios da Chapada Diamantina.

Agora, sobre a promoção do destino Bahia, nisso, o governo do estado tem investido em âmbito regional, nacional e internacional, com presença em feiras especializadas de turismo e com a promoção de pré-trips, trazendo para o nosso estado colegas dos senhores [jornalistas e comunicadores] de diversos destinos para virem conhecer a Bahia. Também temos a promoção de fan tours, trazendo agentes de viagens e operadores de turismo dos diversos polos emissores de turistas para conhecerem o nosso estado e, a partir disso, poderem repercutir e promover o que viram e viveram em terras baianas. Temos promovido roadshows específicos do estado da Bahia, em âmbitos nacional e internacional, além de realizarmos um acompanhamento que costumo dizer que é quase o de um caixeiro-viajante. Ora, se vamos a um determinado país, participamos de uma feira em determinado semestre, é preciso que, depois, a gente vá visitar as agências de viagens e os operadores de turismo para verificar se aquela exposição na feira teve algum resultado, se eles estão vendendo o destino Bahia, se eles têm alguma dúvida, se mudaram os funcionários, para que esses novos operadores sejam capacitados em relação aos atrativos da Bahia. A gente tem feito esse trabalho, medindo o conhecimento e o interesse pela Bahia, estimulando que o mundo venda o nosso estado como destino. É um trabalho constante da Secretaria de Turismo da Bahia. (M.B.)



Divulgação de atrativos e capacitação de mão de obra: ações nas 13 zonas turísticas do estado

FOTO: JOIA SOUZA GONIVA



FOTO: MANUÉLLAS / GOWRA

Os principais terreiros de **candomblé** da **Bahia** estão incluídos no **roteiro de visitação**

Dentro da diversifica o da oferta [de atra es para o turismo] temos trabalhado o Projeto Ag  Bahia, que   de visita o a terreiros de candomblé. Havia, no passado, a experiência de estímulo   visita a terreiros de candomblé, só que os agentes de viagens, os guias de turismo e os turistas não eram preparados para a experiência. Eles iam visitar os terreiros sem a devida aten o de que estavam adentrando em um templo religioso que exige determinados comportamentos, inclusive na cor das roupas que são trajadas. Então havia turistas que pensavam estar em um show folclórico e, até por isso, muitas vezes não gostavam da experiência, não se interessavam por aquilo. O agente de turismo desinformado dizia que, ao fim daquela "apresenta o", aconteceria um jantar e havia turistas que não estavam

...] recomeçamos com um trabalho de conscientiza o, de sensibiliza o, em primeiro lugar das sacerdotisas e dos sacerdotes, sobre a importância de se visitarem os terreiros, de se abrirem os terreiros para visita o."

gostando da experiência que estavam vivendo e pediam a comida, pois achavam que tinham pago pela comida. E outras coisas assim. Foi uma agressão aos terreiros de candomblé, às religiões de matriz africana, às sacerdotisas e aos sacerdotes, e com isso os terreiros se fecharam.

Nós recomeçamos com um trabalho de conscientização, de sensibilização, em primeiro lugar das sacerdotisas e dos sacerdotes, sobre a importância de se visitarem os terreiros, de se abrirem os terreiros para visitação, porque eles valorizam a nossa cultura e trata-se, também, de uma maneira de incrementar o fluxo turístico do estado e de trazer receita para o próprio terreiro. É comum a gente receber lá na secretaria terreiros grandes que têm dificuldades na manutenção do equipamento, na construção de um muro para proteger a sua área ou na recuperação de um barracão. E conseguimos mostrar que se eles abrissem suas portas à visitação, em um projeto que fosse respeitoso às suas especificidades e tradições, essa ação poderia ser uma fonte de renda.

Para se ter uma ideia do trabalho e do cuidado que tivemos na elaboração desse projeto, o Agô Bahia, quando foi discutido o próprio nome da iniciativa, um técnico [da Secretaria de Turismo] disse: "Ah, então é Axé Bahia". Temos um sacerdote que trabalha com a gente e ele contrapôs: "Olha, não pode ser 'axé' porque a palavra 'axé' não tem um mesmo sentido nas diversas nações [do candomblé]". Então encontramos essa palavra, "agô", que é comum a todas as nações e que significa a licença, significa "seja bem-vindo". O nome do projeto é Agô Bahia por conta disso.

Também elaboramos um manual que é dado ao turista que vai visitar o terreiro de candomblé para ele saber que está adentrando em um templo religioso, que existem procedimentos: há locais em que homens não podem adentrar, há locais em que mulheres não podem adentrar, há momentos e locais em que não é permitido se sentar; enfim, os procedimentos. Hoje essa é uma experiência bastante virtuosa e os terreiros estão bastante satisfeitos. Fizemos obras nesses terreiros para que possam receber a todos e estamos rodando o projeto com muito sucesso e com satisfação tanto dos visitantes quanto dos terreiros. Os principais terreiros de candomblé da



FOTO: MARCELO PEREIRA / GOV.BA

Bahia estão incluídos no roteiro de visitação e temos expandido o projeto que começamos por Salvador e que temos estendido por outras zonas turísticas. Dentro dessa diversificação temos ainda a oferta do turismo de base comunitária, incluindo comunidades quilombolas que foram devidamente capacitadas, preparadas para receber visitas. Estamos presentes, por exemplo, na comunidade do Kaonge, em Cachoeira, que tem uma moeda própria e já foi premiada em âmbito internacional pelo trabalho que desenvolve no turismo de base comunitária e de preservação ambiental. (M.B)



FOTO: NUNCA RUBINI / GOV.BA

QUER OS MENORES PREÇOS NA SUA MÃO?

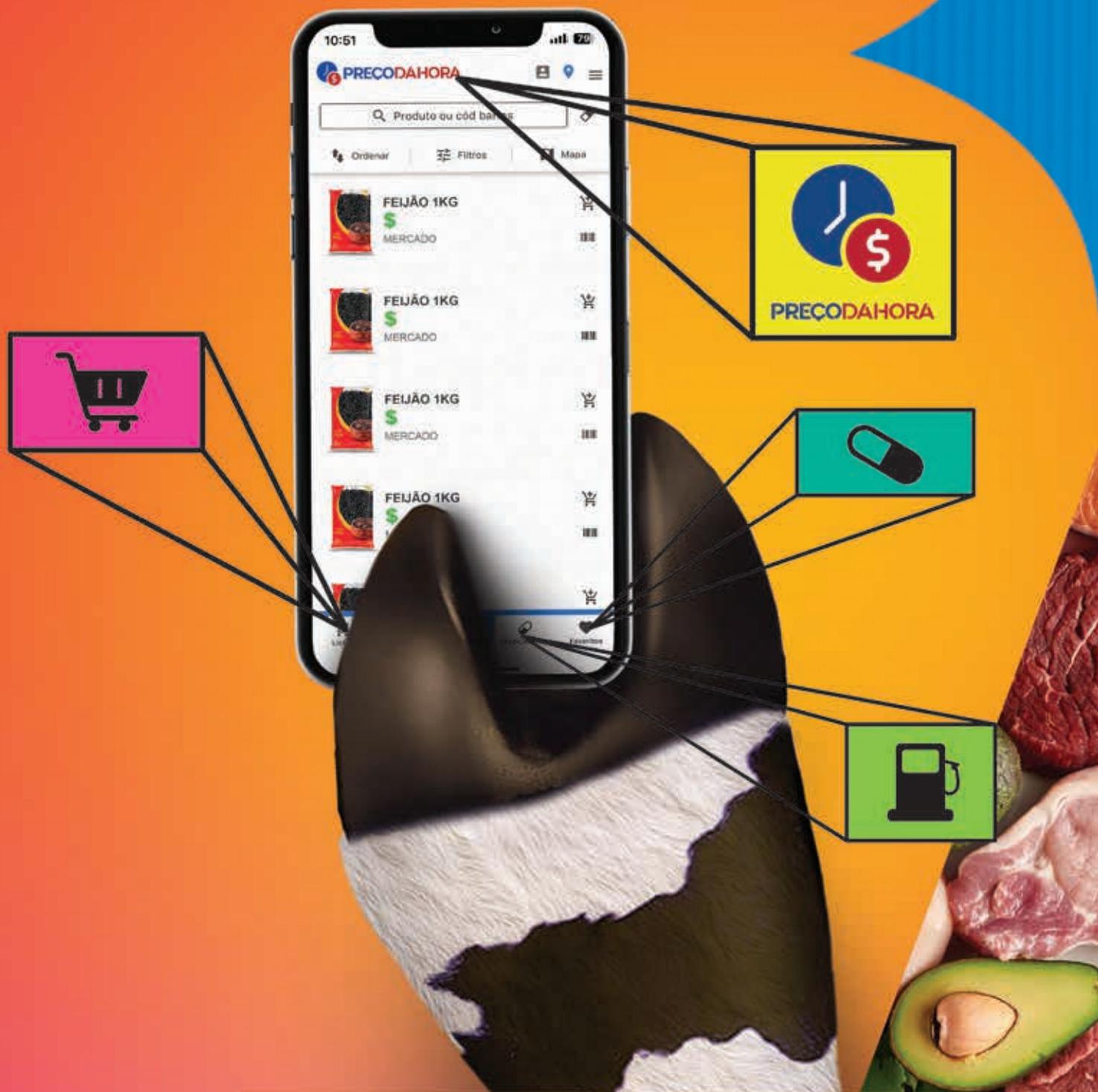
No Aplicativo **Preço da Hora Bahia**, você encontra mais de 500 mil produtos e 200 mil estabelecimentos em todo o estado. Baixe agora em seu celular e economize em medicamentos, combustível e supermercado.



**BAIXE O APP PREÇO
DA HORA**



NÃO PRECISA SER MÃO DE VACA PARA BAIXAR E APROVEITAR



GOVERNO DO ESTADO
BAHIA

GOVERNO
PRESENTE
TRABALHA
PRA GENTE



FOTO: RICHARD SAGREDO/PEXELS

O litoral da **Bahia** é o que apresenta o **maior número de baleias - jubarte**

Estamos vivendo agora na Bahia a temporada de avistamento de baleias, que se estende pelos meses de julho a novembro. O litoral da Bahia é o que apresenta o maior número de baleias-jubarte e isso se dá por conta de uma condição: as baleias saem da Antártica e vêm aqui para o sul do Oceano Atlântico para se reproduzirem. Elas vêm por dois caminhos: um deles é o mais próximo do litoral brasileiro, passando por Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, São Paulo, Rio de Janeiro, chegando aqui à Bahia; o outro caminho fica mais ao centro do oceano. As jubarte vêm por esses dois caminhos, cada agrupamento por um deles, e seguem quase que como em uma fila indiana. Só que em Abrolhos, lá em Porto Seguro, esses dois caminhos se cruzam e a partir dali elas seguem somente beirando o litoral.

Nos anos 1980, estimava-se que a costa do Brasil era visitada por algo em torno de 800 a 900 baleias por ano, que vinham se reproduzir. Na temporada passada, somente na costa da Bahia, estimou-se a presença de 32 mil baleias. Então, nos anos 1980 e 1990, quando tínhamos poucas baleias pela nossa costa, onde é que a gente tinha avistamento de baleias? Em Abrolhos, que era exatamente onde os caminhos se cruzavam. Naqueles anos, a gente não via baleias em outras partes do nosso litoral. Agora não, os núme-

ros cresceram, é uma presença muito forte e nós temos utilizado essa condição da presença das baleias como mais um segmento turístico: o avistamento de baleias. Para se ter uma ideia, uma experiência dessa custa algo em torno de R\$ 400, é um safári, e as empresas têm alta demanda de turistas para essa experiência. Então faço uma brincadeira: as baleias-jubarte, na realidade, são baianas, porque nascem aqui no nosso litoral.

Temos trabalhado também a observação de aves. Algumas aves são endêmicas do nosso estado, só ocorrem aqui na Bahia. Sobre isso temos promovido alguns destinos, sendo o principal a cidade de Boa Nova, onde temos a ocorrência de beija-flores que só existem naquela região. Como temos no município de Canudos a ararinha-de-liar e, mais ao norte, próximo a Paulo Afonso, temos a ararinha-azul. Isso tem atraído a atenção de turistas. No mês passado [junho], trouxemos dez agentes de viagens, cinco ingleses e cinco norte-americanos, para conhecerem essas experiências aqui na Bahia. (M.B.)

[...] as baleias-jubarte, na realidade, são baianas, porque nascem aqui no nosso litoral."

Temos *trabalhado* com a oferta de *novos destinos*



FOTO: FELIJO ALMEIDA / GOVBA

Na constante busca pela diversificação de produtos, temos trabalhado, dentro da Secretaria do Turismo da Bahia, com a oferta de novos destinos. Por exemplo, o município de Iguai, que fica no sudoeste do estado, próximo à Vitória da Conquista, tem lá mais de 180 cachoeiras, corredeiras e lagos que podem ser trabalhados e estamos fazendo isso naquela localidade. Fazemos de forma semelhante nos municípios de Boa Nova, Itaetê e outros. Temos agora, por exemplo, um grupo de colegas que está no município de Barra do Choça para desenvolver um roteiro de visitas a fazendas de cafés especiais. Estamos preparando 18 fazendas para concretizar esse roteiro.

Seguindo nessa linha, temos também a Estrada do Chocolate, que liga Ilhéus à BR-101, onde existem fazendas centenárias nas quais o turista tem a oportunidade de conhecer a cultura do cacau, desde a plantação à sombra das árvores da Mata Atlântica, que é a maneira que nós baianos criamos de plantar o cacau, até a transformação da amêndoa no mais saboroso chocolate do mundo, que é o produzido aqui na Bahia. Importante destacar que hoje os maiores chocolatiers do mundo têm vindo à Bahia para importar as nossas amêndoas.

Temos o enoturismo no Vale do Rio São Francisco, no município de Casa Nova, onde fica a Vinícola Miolo, que recebe visitas. Na Chapada Diamantina,

mais recentemente, temos cinco vinícolas abertas à visitação: quatro no município de Morro do Chapéu e uma no município de Mucugê, nas quais o turista tem a oportunidade de conhecer a cultura da uva, do plantio à fabricação de vinhos que já possuem reconhecimento internacional. Temos vinhos produzidos na Chapada Diamantina premiados em concursos nacionais e internacionais. No caso da Miolo, há ainda o espumante, pois essa vinícola é uma grande exportadora do produto.

Em Barra do Choça, que citei aqui ao falar do café, há também uma plantação de uva que vai ter uma vinícola associada. Temos acompanhado esse novo nicho do turismo que a uva vem propiciando na Bahia, espalhando-se pelo nosso estado graças à criatividade de nossos produtores, auxiliados pela Embrapa. (M.B.)

Temos [...] cachoeiras, corredeiras e lagos [...], visitas a fazendas de cafés especiais [...], a Estrada do Chocolate [...], o enoturismo lá no Vale do Rio São Francisco [...], na Chapada Diamantina [...] temos cinco vinícolas abertas à visitação [...].”



FOTO: MANU DIAS / GOVBA

A Bahia é o maior polo de atração de **turistas estrangeiros** do **Norte e Nordeste**

Esse trabalho de biossegurança, qualificação da mão de obra, criação e melhoramento de infraestrutura, captação de voos, promoção e diversificação da nossa oferta turística, tem dado à Bahia números que a nossa atividade turística nunca tinha alcançado na história. Desde o ano de 2021, o IBGE, que faz o acompanhamento das atividades econômicas do nosso país, tem dado destaque ao crescimento da atividade turística aqui na Bahia. Naquele 2021, no pós-pandemia, o Brasil cresceu em volume de atividade turística, segundo o IBGE, 26,5%, enquanto a Bahia teve o maior crescimento exponencial do país, 48%. Agora, em 2025, de janeiro a abril, o Brasil cresceu 6,4% em vo-

Atrair eventos, congressos, seminários, é de uma importância fundamental."

lume da atividade turística, enquanto a Bahia cresceu 10,2%, sendo, novamente, o maior crescimento exponencial do país. Outra comparação, abril de 2024 com abril de 2025: o Brasil cresceu em volume da atividade turística 9,3% e a Bahia 15%.

Esses bons números se dão pelo trabalho desenvolvido pelo governo do estado na atração de eventos para a Bahia. Recentemente lançamos a Expositram [Expo & Congresso Brasileiro de Mineração], que será realizada na cidade de Salvador entre 27 e 31 de

outubro. É uma feira da área mineral que vai atrair para a Bahia, nesses cinco dias de atividades, mais de 30 mil pessoas e será a maior feira já realizada no Centro de Conversões da Boca do Rio. A Exposibram era realizada apenas no estado de Minas Gerais, nos anos pares; em Belém, nos anos ímpares. O governador Jerônimo Rodrigues foi pessoalmente a Belo Horizonte, no ano passado, e conseguiu convencer o IBRAM, que é o Instituto Brasileiro de Mineração, a realizar a feira aqui no nosso estado. Ontem [dia 8 de julho], Raul Jungmann [presidente do IBRAM], esteve na Federação das Indústrias do Estado da Bahia e nós lançamos esse evento que mostra o trabalho que o governo tem tido na atração de produtos aqui para o nosso estado.

Para um estado como a Bahia, com as características que a gente tem, com essa diversidade, atrair eventos, congressos, seminários, é de uma importância fundamental. As pessoas que vêm para nosso estado devido a esses eventos encontram aqui uma variedade de opções que atraem sua curiosidade, fazendo com que muita gente retorne com suas famílias, passando até mais tempo do que o período anterior, incrementando o nosso fluxo turístico.

Outro número que quero compartilhar, também do IBGE, diz respeito à chegada de turistas internacionais. Hoje, a Bahia é o maior polo de atração de turistas estrangeiros do Norte e Nordeste do país e os números mostram que cerca de 50% dos turistas estrangeiros que chegam a essas regiões o fazem pelos aeroportos de Salvador e de Porto Seguro, sendo que este último também tem ligação direta com Buenos Aires. Recebemos na Bahia mais que o dobro dos turistas que os estados do Ceará e de Pernambuco rece-

Em 2025, de janeiro a abril, o Brasil cresceu 6,4% em volume da atividade turística, enquanto a Bahia cresceu 10,2%.”

bem. No período de janeiro a junho deste ano, a Bahia cresceu 62% na atração de turistas, comparando com o mesmo período de 2024, enquanto o Nordeste cresceu 53% e o Brasil como um todo cresceu 48%. E, quero frisar, esse crescimento nacional de 48% está sendo um número festejado pela Embratur e pelo Ministério do Turismo. Analisando esses números, percebe-se que o Nordeste puxa o crescimento do Brasil e a Bahia puxa o crescimento do Nordeste. Então quem está puxando o crescimento da atração turística de estrangeiros para o nosso país é a Bahia.

Seguindo nos números, que bem dimensionam nossa grande capacidade turística, nossa força nesse setor, o Ministério do Trabalho aponta que, na pandemia da covid-19, no ano de 2020, a Bahia perdeu 19 mil postos de trabalho formais no setor. Pegando o mais recente levantamento do mesmo Ministério do Trabalho, que abrange o período de janeiro de 2021 a abril do ano corrente, 2025, nós geramos quase 39 mil postos regulares de trabalho na atividade turística. Ou seja, recuperamos os 19 mil postos perdidos e criamos oportunidades para mais de 20 mil trabalhadores baianos que entraram na economia formal através da atividade turística. Isso tudo mostra a pujança da atividade turística aqui no estado da Bahia. (M.B.)

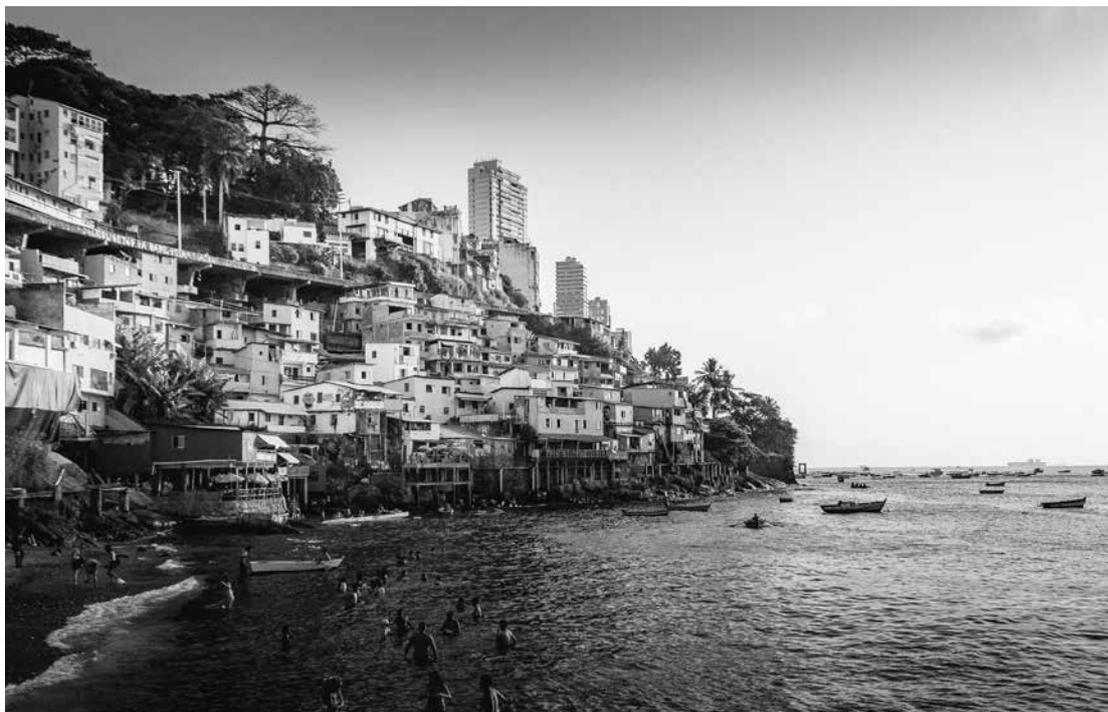


FOTO: LUIS OTÁVIO / PEXELS

O Brasil demanda urgentemente a regulação do Airbnb



FOTO: EDSON RODRIGUES

O Brasil demanda urgentemente a regulação do Airbnb. Nós assistimos outro dia, na Europa, em Barcelona, à população se revoltando com os turistas por conta dos impactos do Airbnb. O uso exagerado do Airbnb faz aumentar o custo de vida dos nativos, porque o custo do aluguel dos imóveis cresce e isso não é uma coisa boa. Um destino para ser bom para o turista precisa, primeiro, ser bom para quem vive e mora nele, precisa ser bom primeiro para o nativo. Tenho chamado a atenção dos gestores municipais para o fato de que a concessão demasiada de alvarás de construção para imóveis com características de uso para o Airbnb tem reflexos na atividade turística da cidade e em outros campos econômicos e sociais. Não é só na Bahia ou só no Brasil, é verdade, mas existe em todo o mundo um exagero da construção civil em viabilizar imóveis no modelo de estúdios de 18 a 30 m² feitos especificamente para esse tipo de atividade. Tenho chamado a atenção dos prefeitos de que é preciso haver um controle na concessão desses alvarás, antes da regulamentação da atividade no país, porque é uma concorrência desleal [no tangente à atividade de hospedagem]. Também é uma insegurança para o morador do prédio, do empreendimento, porque o uso de unidades com o Airbnb causa uma rotatividade muito alta de vizinhos. Gera insegurança para o próprio visitante, porque muitas vezes ele aluga um imóvel e colocam-no em outro, inclusive até em local diferente daquele em que inicialmente ele pretendia ficar. E gera insegurança para quem aluga o imóvel, porque não sabe para quem está alugando, com que fim. É uma atividade que precisa ser regulada. (M.B.)

Sofremos uma queda no número de equipamentos hoteleiros no pós-pandemia. Alguns fecharam e não conseguiram reabrir. Do ponto de vista imediato da necessidade de acomodação dos turistas, dos visitantes de nosso estado, o Airbnb tem conseguido atender a essa demanda. Mas do ponto de vista macro, não é uma coisa boa para o turismo, porque o Airbnb ainda não está regulado, então, ele não dá o retorno à sociedade em recursos e na geração de emprego, concorrendo de uma maneira desleal com equipamentos regulares que geram recursos, que geram emprego e que geram renda.

O uso exagerado do Airbnb faz aumentar o custo de vida dos nativos, porque o custo do aluguel dos imóveis cresce [...]. Um destino para ser bom para o turista precisa, primeiro, ser bom para quem vive e mora nele.”



FOTO: RAFAEL MARTINS / GOVERNA

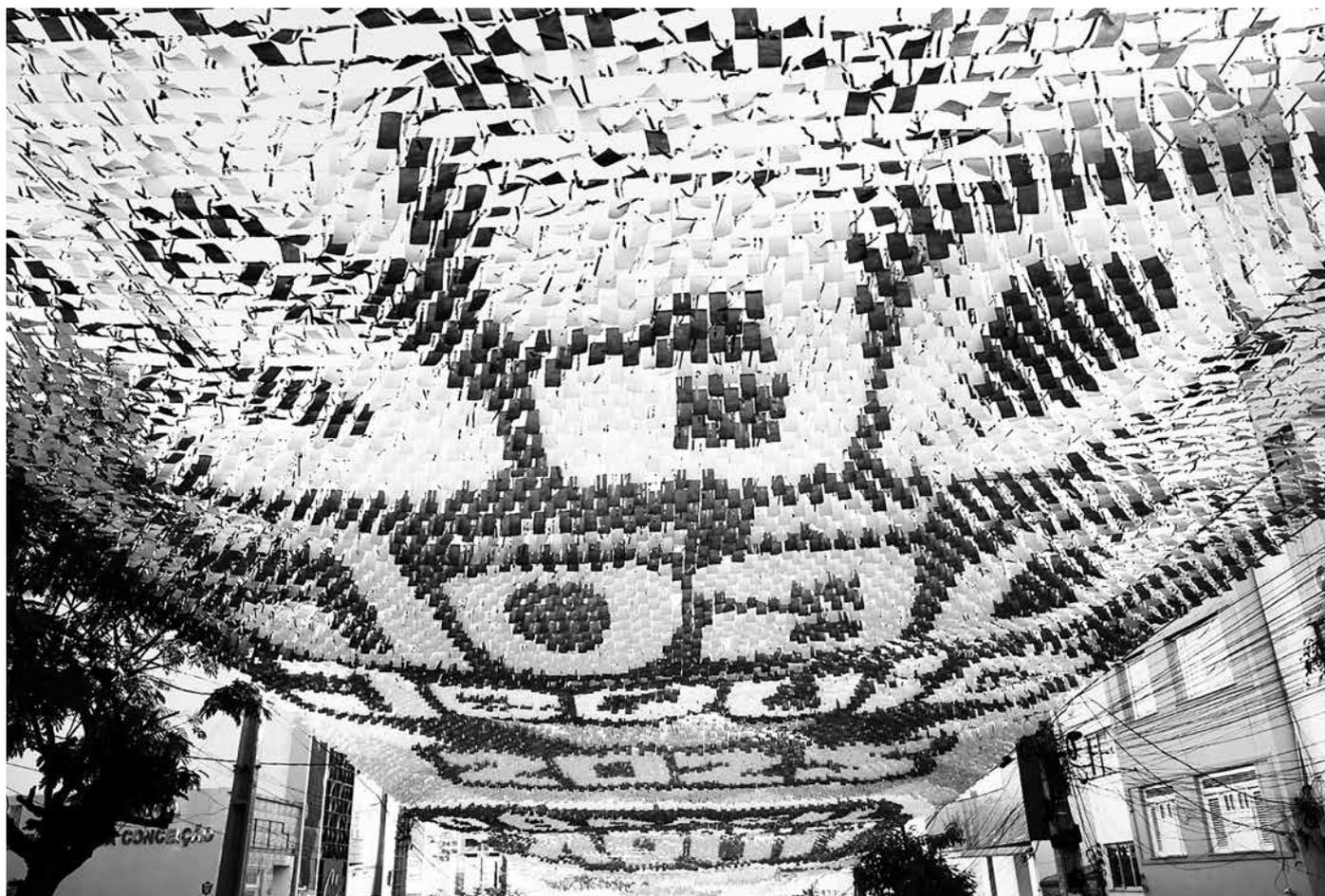


FOTO: FÉLIX ALMEIDA / GOV.BA

Durante os **festejos juninos,**
há **municípios baianos** *que chegam*
a triplicar a população

O sucesso dos festejos juninos na Bahia, do ponto de vista turístico, é um reflexo de todo o trabalho que vem sendo feito nesse setor em nosso estado. Antes do período junino, já trabalhamos nos principais mercados emissores, promovendo essa festa da Bahia, mostrando as especificidades que o evento tem nas diversas regiões do estado.

Temos regiões nas quais, durante o período junino, as pessoas, tradicionalmente, abrem as portas de suas casas para receberem amigos, vizinhos e familiares, colocando a fogueira na porta de suas residências, por mais simples que sejam, para festejar.

No ano passado, batemos um recorde, recebendo 1,7 milhão de turistas no período junino; e agora, em 2025, batemos novo recorde, chegando a 1,8 milhão de visitantes."

Oferecem laranja, licor, há a música e as danças. Em outras regiões, o destaque é a guerra de espadas, como em Senhor do Bonfim e Cruz das Almas, atividade que, com a devida segurança, torna-se também um atrativo. Outras partes da Bahia ganham evidência por conta dos blocos juninos. Aqui em Salvador,



FOTO: WUJCA RUBINI / GOVBA

[...] chegamos ao montante de R\$ 2,3 bilhões injetados na nossa economia nesse período do ano."

o samba junino vem se desenvolvendo bastante e ele também é fruto de nossa miscigenação de culturas. Durante os festejos juninos, há municípios baianos que chegam a triplicar a população devido à visitação. No ano passado, batemos um recorde, recebendo 1,7 milhão de turistas no período junino; e agora, em 2025, batemos novo recorde, chegando a 1,8 milhão de visitantes. Como chegamos a esses números? É uma equação montada pelos técnicos da Secretaria de Turismo, os estatísticos, na qual leva-se em conta a movimentação do destino Bahia nos aeroportos, nas rodoviárias, em praças de pedágio, nas agências e plataformas de viagens, taxa de ocupação hoteleira. Todos esses dados são analisados e processados, dando-nos a convicção de afirmar, por exemplo, que neste ano de 2025 cerca de 1,8 milhão de turistas vieram de fora do estado da Bahia para participar dos nossos festejos juninos.

Esses mesmos levantamentos nos indicam que qua-

se 90% dos turistas de fora do estado que visitam a Bahia são turistas nacionais; e, desses 90%, cerca de 80% são baianos que migraram para fora do estado e que retornam no período junino para as suas cidades natais. Depois vêm os turistas, por ordem, de São Paulo, Minas Gerais, Santa Catarina, Pernambuco, Rio de Janeiro, Distrito Federal e Rio Grande do Sul. Esse turista que se desloca para cidades da Bahia durante os festejos juninos permanece, em média, 5,4 noites em seu destino e gasta individualmente pouco mais de R\$ 1.200. É com esse valor do gasto médio que chegamos ao montante de R\$ 2,3 bilhões injetados na nossa economia nesse período do ano.

Os festejos juninos representam uma celebração eminentemente nordestina, é a nossa maior expressão cultural, uma festa que, para muitos, é ainda mais importante do que o Natal para nos reunirmos

[...] entendo que nenhuma atividade econômica tem sentido quando não cumpre o seu papel social. E o turismo, aqui da Bahia, tenho muito orgulho de afirmar, tem feito isso."

com os familiares e com os amigos. Nela, muitas vezes, é a própria população que organiza e mesmo realiza a programação e decoração da rua, da cidade ou mesmo da residência. Claro que está lá o poder público, em maior ou menor participação, a depender do caso, mas há sempre uma grande participação popular. Então é um acontecimento cujas origens precisamos preservar, as suas raízes. Uma festa que representa a nossa cultura, aumenta a autoestima da população baiana e gera renda, empregos e recursos para o estado.

Outra coisa importante a se destacar é que as festas juninas representam um evento cujo dinheiro que circula se mostra distribuído por todos os setores da economia, em todas as camadas sociais. Isso desde a agricultura familiar, que planta a mandioca, o aipim, o milho, o amendoim, a laranja, até as indústrias e empresas com suas ações nas bolsas de valores do mundo, como as companhias aéreas, empresas de cruzeiros marítimos, hoteleiras etc.

Então, estamos observando, aproveitando e respeitando tudo que a sociedade baiana tem produzido para trazer à atividade turística, diversificando e enriquecendo o setor. E fazemos isso, sempre, com muita responsabilidade para que o turismo da Bahia

nos dê orgulho, gere impactos econômicos positivos e sempre crescentes, mas que, também, cumpra realmente a sua função social. Particularmente entendendo que nenhuma atividade econômica tem sentido quando não cumpre o seu papel social. E o turismo, aqui da Bahia, tenho muito orgulho de afirmar, tem feito isso.

Senhoras e senhores, depois de apresentar todo esse panorama, no decorrer de minha participação nesse ciclo de conferências, depois de comentar os números que são levantados por entidades diversas, prestigiadas e respeitadas, tenho a satisfação de concluir dizendo, com segurança e tranquilidade, que, pela primeira vez na história, a Bahia é líder do turismo brasileiro. Isso se dá por conta desse rico e diversificado patrimônio que temos, pelo povo que aqui mora e que tanto nos ajuda a fazer turismo de excelência, como também devido ao dinamismo e à organização do governo do estado, junto com os esforços de nossa Secretaria de Turismo da Bahia. (M.B.)

[...] a Bahia é líder do turismo brasileiro.”





FOTO: MATEUS PEREIRA / GOWA

Para a qualificação profissional
na **atividade turística**,
ouvimos muito as entidades na busca
por **melhorar a situação**

Sobre a qualificação profissional para o setor do turismo na Bahia, sabemos que há muitas iniciativas, cursos, entidades envolvidas. Mas, pergunto, há uma verificação posterior dos resultados? Depois se retorna para a realização de uma averiguação para se saber se o investimento nessa qualificação realmente gerou bons serviços?

Sim. Temos na Secretaria de Turismo o Setor de Controle da Qualidade, no qual medimos isso nos equipamentos formais. Mas, como falei aqui, a competência municipal é muito importante na atividade turística e nessa averiguação também. Por exemplo, quem faz o controle do uso e da ocupação do solo é o

município, assim como as questões da coleta de resíduos sólidos, da iluminação pública, da mobilidade, do trânsito e do comércio informal. São as prefeituras que fazem isso.

Quando levanto essa questão não é para, de maneira alguma, transferir a responsabilidade ou querer tirar o estado dessa responsabilidade. Mas precisamos reconhecer que estamos em um estado pobre. A Bahia é um estado pobre.

Fizemos um estudo em 2021, que foi um trabalho de promoção regional naquele momento da pandemia, quando ainda não havia voos, e levantamos a renda média das famílias nos estados limítrofes aqui da Bahia. Ora, a menor renda média do Nordeste é a

[...] qual é o destino no mundo ao qual a gente chega e não é assediado, não passa algum perigo de ser roubado?"

da Bahia, a do estado de Sergipe é maior, do estado de Alagoas é maior, da Paraíba é maior. Nossa renda média é semelhante à do Piauí, para se dimensionar como somos um estado pobre. E isso repercute nessa deficiência na prestação de serviço informal.

Sobre essa dificuldade na qualificação, faço uma ilustração. Estou em casa, com dificuldade de trabalho, e vejo meu vizinho que sai de manhã com uma latinha de tinta, um pincel, e que volta no fim do dia com dinheiro [pintando a pele de turistas com símbolos da baianidade]. Ora, se ele faz, eu também posso fazer, penso. Só que eu não estou qualificado, não sei como abordar o turista, não sei precificar meu trabalho; enfim, não estou preparado para vender o serviço. Então passo a usar de espertezas: digo que é um valor e cobro outro, digo que é de graça e depois cobro, e outras coisas. Temos sofrido isso aqui em Salvador.

E a culpa não é da prefeitura também. A prefeitura [de Salvador] tem feito um trabalho de capacitação, de controle desses vendedores. Só que somos um estado muito pobre, é enxugar gelo. Precisamos fazer crescer a economia, fazer o turismo da Bahia gerar ainda mais empregos, gerar ainda mais renda para que a gente possa ir diminuindo esse tipo de questão. Outro problema que temos diz respeito aos pequenos furtos, realizados por moradores de rua, usuários de drogas, alguns deles menores de idade. Eu ouço muito dos comerciantes o relato desse tipo de ação, na qual o menino comete o ato infracional de manhã, subtrai uma corrente, um celular, é detido e de tarde esse menino já está solto, perambulando pela mesma área do delito. A legislação não permite que o menor adentre em uma delegacia, ele só pode ser conduzido a uma especializada. Chega lá, o juiz solta, porque é um crime de pequena monta. E mesmo quando esse tipo de crime acontece por ação de um maior de idade, ele é conduzido a uma delegacia e o juiz solta, porque é um crime de pequena monta. A questão das drogas atualmente é um grande problema nesse contexto. O governo do estado acaba de abrir aqui no Pelourinho um CAPS [Centro de Atenção Psicossocial] que tem ênfase de atuação em álcool e outras drogas ilícitas, na busca por atender ainda melhor os moradores de rua, especialmente os daquele entorno. Mas o poder público, em suas esferas federal, estadual e municipal, cada uma delas dentro das suas competências, precisa avançar para

melhorar essa prestação de serviço ao turista. Então eu também pergunto: qual é o destino no mundo ao qual a gente chega e não é assediado, não passa algum perigo de ser roubado? Seja nos países desenvolvidos, seja nos subdesenvolvidos, qual o destino turístico no mundo que não enfrenta esse tipo de problema? Qual o destino ao qual a gente chega e o atendente do hotel não nos alerta: "Olhe, cuidado com a bolsa, cuidado com o celular, cuidado com a corrente, cuidado com o relógio."? Então, a violência e esse assédio ao turista são um problema do mundo e o temos na Bahia, mas não é uma violência física, não é um assédio físico, é uma coisa material.

Para a qualificação profissional na atividade turística, ouvimos muito as entidades na busca por melhorar a situação. Melhorar o atendimento nos bares, restaurantes, hotéis. Enfim, são necessárias ações constantes.

A questão das drogas atualmente é um grande problema nesse contexto."



FOTOFÉLIX ALMEIDA / GOWRA



FOTO: ANTONIO QUEIROZ / GOVBA

[...] além de Salvador, temos o São João em Senhor do Bonfim, em Santo Antônio de Jesus, em Amargosa, em Cruz das Almas, em Mucugê, em Esplanada, em Ibicuí e mais tantas cidades da Bahia.”

baiana com quase três milhões de habitantes. E Salvador tem o maior São João do país, com os festejos do Parque de Exposições, do Pelourinho e do Subúrbio Ferroviário. Este ano tivemos de fechar o Largo do Pelourinho por duas ou três vezes, por orientação do Corpo de Bombeiros, devido ao número de pessoas que para lá se deslocaram para festejar o São João. Então, é verdade que Campina Grande e Caruaru têm tradição nessa festa, são muito conhecidas. Mas, em volume de visitantes, nós ultrapassamos essas duas cidades.

No Parque de Exposições, escolhemos optar por uma festa com diversidade de ritmos; no Pelourinho, a gente faz um São João mais “raiz”; no Subúrbio Ferroviário, também oferecemos uma diversidade de ritmos, mas sempre com um cuidado especial com as atrações do São João tradicional. Com isso temos conseguido transformar Salvador no principal polo de São João do país. E, além de Salvador, temos o São João em Senhor do Bonfim, em Santo Antônio de Jesus, em Amargosa, em Cruz das Almas, em Mucugê, em Esplanada, em Ibicuí e mais tantas cidades da Bahia. É uma festa que movimenta grande parte da Bahia. Há festas públicas nessas diversas cidades e festas privadas que já têm tradição, levam muita gente a esses municípios. Por tudo isso, temos, sim, o maior São João do Brasil!

Temos conseguido transformar Salvador no principal polo de São João do país

Sobre o São João, existe algum projeto no sentido de divulgar mais a festa feita na Bahia? Divulgar em outros estados do Brasil e pelo mundo? Sabemos que a festa de lugares como Campina Grande e Caruaru é muito conhecida, mas nem Campina Grande nem Caruaru têm a conectividade aérea que temos. Então, não podemos trazer mais turistas para a Bahia nessa época do ano?

Olha, nem Campina Grande nem Caruaru têm a conectividade aérea que temos como também elas não dispõem da infraestrutura turística que possuímos. Vou lhe dizer uma coisa: nós já recebemos mais turistas durante o período dos festejos juninos do que eles. E isso é resultado de todo o trabalho que desenvolvemos, como a promoção de roadshows e capacitações pelos principais polos emissores. Reunimos agentes de viagens, operadores de turismo, colocamos todos em uma sala e verdadeiramente damos uma aula a eles sobre essas características da Bahia que relatei aqui durante nossa conversa. E foi isso que transformou a gente nesse grande polo de São João.

Vou dar um exemplo. O São João é uma festa com características rurais. Ora, Salvador é uma cidade ur-

[...] é verdade que Campina Grande e Caruaru têm tradição nessa festa, são muito conhecidas. Mas em volume de visitantes nós ultrapassamos essas duas cidades.”



FOTO: SAMUEL OLIVEIRA / GOVBA

O turismo e a Festa de São João

FOTO: DIVULGAÇÃO



Gabriel Carvalho
Jornalista, CEO do Portal São João na Bahia*

O mês de junho já passou e, com ele, a festa de São João, que movimentou mais de 300 municípios baianos e fez com que pelo menos dois milhões de pessoas circulassem por diversas regiões da Bahia ao longo de mais de trinta dias de eventos realizados praticamente em todo o estado.

Se fosse um abalo sísmico - também conhecido como terremoto - , o São João estaria no grau máximo da Escala Richter, unidade usada para medir a intensidade dos tremores. Isso porque a festa consegue ativar, simultaneamente, quase todos os 52 elos da cadeia produtiva da cultura e do turismo, atingindo da hotelaria à agricultura familiar. Claro que há ajustes a serem feitos, pois o tradicional forró, sobretudo o chamado “pé de serra”, está cada vez mais escasso e subjugado por interesses empresariais que definem quem vai - ou não - tocar nos festejos baianos. Ainda assim, é inegável que o evento junino é um fenômeno de público e de arrecadação.

Somente em 2025, a movimentação financeira gerada pelo São João chegou a R\$ 2,3 bilhões - uma cifra nunca antes atingida na Bahia. É claro que a transparência nas contratações de serviços e atrações é fundamental, mas é importante destacar e celebrar que, a cada R\$ 1 investido pelas prefeituras e/ou pelo governo do estado, o retorno financeiro é multiplicado por dez. E esse recurso turbinado retorna diretamente para a economia local, beneficiando bares, restaurantes, farmácias e meios de hospedagem.

Falta, no entanto, infraestrutura comum e turística em muitos municípios para receber os visitantes que, durante o período, chegam a dobrar a população de algumas cidades. A

qualificação profissional e empresarial para o São João e outros eventos do setor talvez seja o grande calcanhar de Aquiles da atividade turística na Bahia. Essa deficiência até pode passar despercebida pelos visitantes, a maioria deles do próprio estado, que seguem para o interior em busca da folia. Essa limitação, porém, contribui para que o São João baiano ainda não tenha a mesma grandiosidade midiática de destinos como Caruaru (PE) e Campina Grande (PB).

“[...] o tradicional forró, sobretudo o chamado “pé de serra”, está cada vez mais escasso e subjugado por interesses empresariais que definem quem vai - ou não - tocar nos festejos baianos.”

“[...] afirmo - sem medo de errar - que esse [o apagamento gradual dos forrozeiros tradicionais] pode ser o grande equívoco de gestores e empresários.”

A propósito, sabemos que nós, baianos, fazemos o maior São João do Brasil, mas ainda estamos longe de fazer o melhor. A profissionalização que temos no Carnaval de Salvador ainda não se reflete no festejo junino. Com exceção de destinos tradicionais como Cruz das Almas, Amargosa, Senhor do Bonfim e Santo Antônio de Jesus, ainda não vemos as grandes marcas do varejo apostando com força nessa que é a

maior festa regional do país em território baiano.

Como jornalista, faço aqui um mea culpa: a imprensa baiana ainda não dá ao São João o reconhecimento semelhante ao que é dado ao Carnaval. Ainda não dá para

comparar o apelo de visibilidade entre as duas festas. No entanto, é verdade que a presença dos eventos juninos no noticiário aumentou significativamente nos últimos três anos.

Retornando a uma das ideias anteriores, quando falei do apagamento gradual dos forrozeiros tradicionais, afirmo - sem medo de errar - que esse pode ser o grande equívoco de gestores e empresários. Festa por festa, pode haver em qualquer lugar e a qualquer tempo. São João, contudo, só acontece uma vez por ano e envolve todos os sentidos. Por isso, não se pode desprezar os seus elementos tradicionais.

A Bahia, assim como o comércio, é especialista em calendarizar tudo, e com o São João não é diferente. Fora o mês de junho, em que outro momento do ano vemos tanta gente vendendo ou comendo milho assado ou cozido? Quando é que vemos canjica e pamonha sendo vendidas como acarajé em todas

as esquinas? E os licores? O mesmo vale para o forró, as camisas quadriculadas, os cheiros e os estouros das bombas e fogos, e por aí vai.

Assim como o São João é bom para a cultura e o turismo, esses dois setores também precisam ser - e fazer - o melhor para o São João.

* Gabriel Carvalho já passou ou escreveu para Folha de S. Paulo, UOL, A Tarde, Correio, TVE, Rádio Educadora, Metrópole FM, Secom-BA, FM Transamérica, Agência Radioweb, Radiobrás, dentre outros.

O turismo nasceu aqui

FOTO: DIVULGAÇÃO



Nelson Cadena
Escritor e Jornalista

Ninguém escolheria um lugar qualquer para passar 400 anos”. Esse, o mote de um anúncio publicitário da Bahiatursa, criado pela Propeg e veiculado no ensejo das comemorações do descobrimento, ou achamento, do Brasil, por Pedro Álvares Cabral. O anúncio, premiado em vários festivais de propaganda, exibia, em primeiro plano, uma tartaruga de grande porte numa das praias de nosso litoral.

Antes, em 1968, a Varig veiculara no Brasil e em Portugal um comercial em desenho animado criado pela DPZ. Quando as caravelas aportavam em Porto Seguro, os índios estendiam uma faixa de boas-vindas a Seu Cabral. Magnífica trilha sonora, com interpretação da “Rainha do Fado”, Amália Rodrigues.

Descontando o lúdico das duas peças publicitárias, sem nenhum juízo de valor quanto ao conteúdo, ambas

refletiam, de alguma forma, a imagem da Bahia receptiva, no sentido mais abrangente da palavra. A receptividade e acolhimento dos baianos sempre encantou — e ainda encanta — os turistas, não por acaso nosso melhor cartão de visitas. Um comercial mais recente, criado por Nizan Guanaes/DM9 para as obras assistenciais da Irmã Dulce, We Are the World of Carnival, potencializou esse nosso DNA de bem receber os visitantes. Tornou-se uma espécie de hino oficial da festa.

O Carnaval e as festas populares foram nossas maiores vitrines, bem antes do turismo religioso, ecoturismo, gastronômico, cultural e de sol e praia. Dorival Caymmi, Jorge Amado, Jamelão, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Pierre Verger, Odorico Tavares, Joãozinho da Goméia, Roger Bastide, dentre outros, foram os mais atuantes influenciadores. No opera-

cional, Vasconcelos Maia, como gestor e promotor do turismo, e João Agripino Doria, no planejamento, criaram produtos que transcenderam as fronteiras do estado e do Brasil.

O Baile do Galo Vermelho, no Hotel da Bahia, a partir de 1956, impulsionou a prática dos voos charter. Na sua primeira versão, exibiu um cenário idílico, na decoração-ambientação criada por três mestres das artes plásticas: Mário Cravo, Carybé e Genaro de Carvalho. E o galo-símbolo, criação do artista Aldemir Martins. No palco, Linda Baptista empolgou a plateia; Russo do Pandeiro também, no comando das baterias de três escolas de samba do Rio de Janeiro.

A receptividade e acolhimento dos baianos sempre encantou - e ainda encanta - os turistas, não por acaso nosso melhor cartão de visitas.”

Outrora, o Carnaval e as festas populares atraíram os italianos, que, a bordo do Neptunia, aportaram em 1934 na cidade. A marquesa Thaon de Revel liderava a animada

comitiva. Marines americanos, em 1943, aprontaram todas no Carnaval. A Tarde, o jornal, registrou em manchete: “Marinheiros do Tio Sam participam do Carnaval baiano”. E destacou: “Guizos no lugar de bombas”. Argentinos e uruguaios já eram presença regular no nosso Carnaval, desde a década de 1920, em pequeno número. “Los Hermanos” tornaram-se presença contínua, a partir da década de 1960 e até hoje. Os afro-americanos vieram mais tarde e continuam presentes na Festa da Boa Morte.

A ABI, em campanha liderada pelo seu diretor-fundador, Amado Coutinho, criou a denominação micareta para as mi-carêmes, realizadas desde 1913 em Salvador e Jacobina. Coutinho fundou a Associação Baiana dos Cronistas Carnavalescos e tornou-se o maior promotor da escolha da Rainha do Carnaval e dos bailes, no então badalado Clube Comercial.

ABI
94
anos

Edifício Ranulfo Oliveira

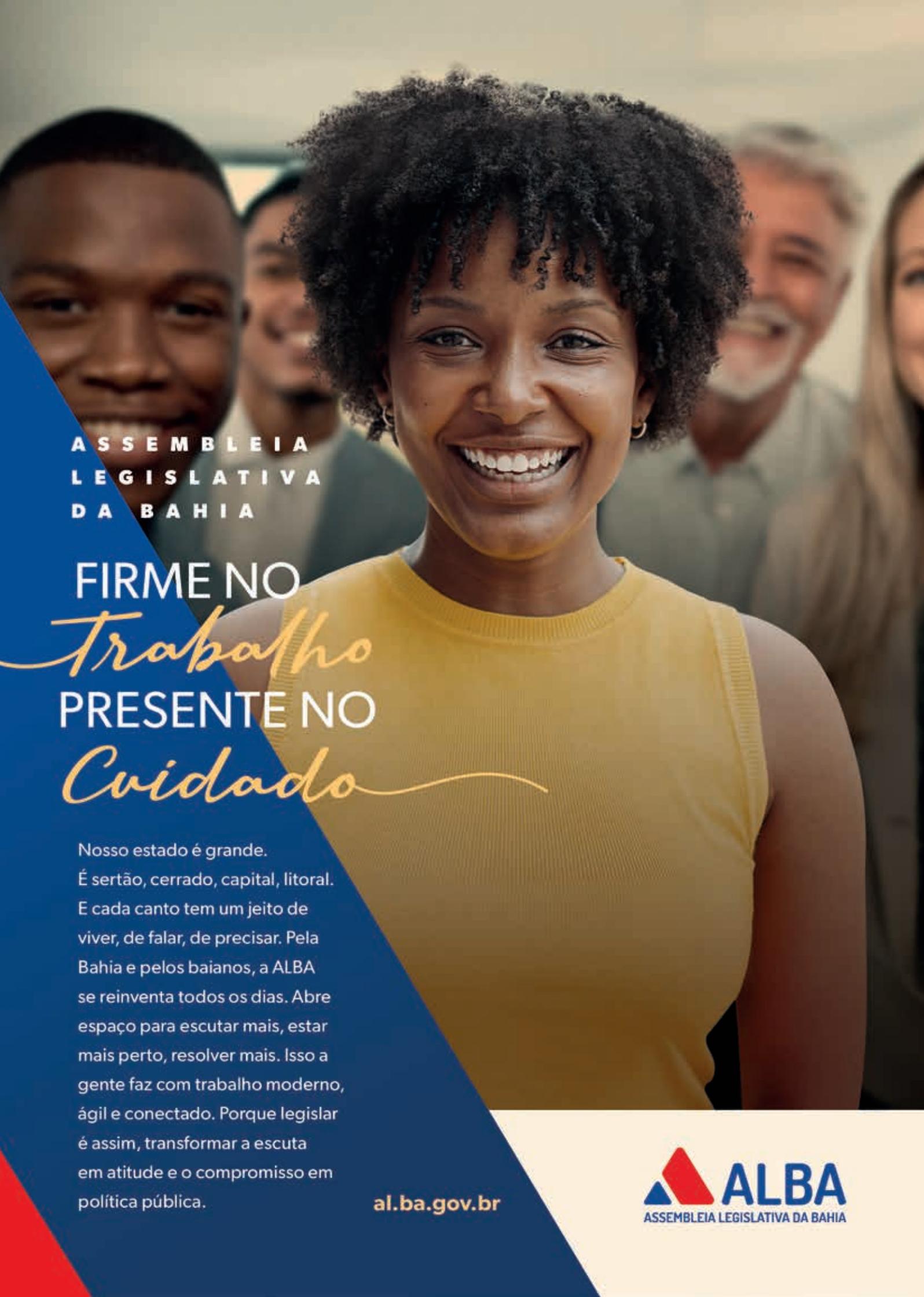
Ícone da arquitetura modernista no predominantemente barroco Centro Histórico de Salvador, o Edifício Ranulfo Oliveira, sede da Associação Bahiana de Imprensa, foi construído graças à obstinação do então presidente da ABI que deu nome à edificação e ao engajamento de toda a sociedade baiana.

A ABI investiu quase R\$ 1 milhão para modernizar as instalações elétricas e hidráulicas e para instalar sistemas de combate a incêndio e de proteção contra descargas atmosféricas. A segurança em primeiro lugar!

Até o centenário da ABI, em 2030, a modernização chegará às fachadas, incorporando tecnologias sustentáveis para recompô-las. O Ranulfo Oliveira vai chegar aos 70 com um corpinho de 30.



Associação
Bahiana de
Imprensa



ASSEMBLEIA
LEGISLATIVA
DA BAHIA

FIRME NO

Trabalho

PRESENTE NO

Cuidado

Nosso estado é grande.
É sertão, cerrado, capital, litoral.
E cada canto tem um jeito de
viver, de falar, de precisar. Pela
Bahia e pelos baianos, a ALBA
se reinventa todos os dias. Abre
espaço para escutar mais, estar
mais perto, resolver mais. Isso a
gente faz com trabalho moderno,
ágil e conectado. Porque legislar
é assim, transformar a escuta
em atitude e o compromisso em
política pública.

al.ba.gov.br

 **ALBA**
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DA BAHIA