

Universidade Federal do Oeste da Bahia
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Departamento de Pesquisa e Pós-Graduação

Relatório Final de Pesquisa Paisagens Culturais, Comunicação e Cidades
percepções, registros e codificações no contexto de Bom Jesus da Lapa - BA
(REGISTRO N CP. CMBJL.24)

Antonio Carlos Sardinha

Bom Jesus da Lapa - BA

Abril de 2024.

Aspectos introdutórios

A proposta central do projeto é observar a constituição da paisagem cultural da cidade de Bom Jesus da Lapa no contexto do turismo religioso, considerando a centralidade do Campo da Cultura na constituição de uma ideia de cidade que se vende, a partir do manejo e ressignificação e disputas que envolvem os valores, memórias e experiências que perpassam suas paisagens urbanas.

O projeto teve duas etapas previstas. A primeira etapa consistiu em pesquisa bibliográfica e documental para compreender, sob uma ótica interdisciplinar, as contribuições dos estudos em Cultura, da Geografia e dos estudos em Turismo sobre paisagens culturais. Incorpora-se a essa etapa da pesquisa, levantamento bibliográfico sobre as especificidades do turismo religioso no contexto da cidade de Bom Jesus da Lapa.

Em um segundo momento, realizamos pesquisa de campo, com os devidos registros fotográficos, a partir da observação em espaços públicos, para percepção, descrição e interpretação das paisagens culturais no município de Bom Jesus da Lapa. Como resultados, apresentamos como produto a) relatório analítico, a partir do material empírico coletado e b) construção de acervo (registro fotográfico) sobre as paisagens culturais em Bom Jesus da Lapa (ver seleção das principais imagens em anexo I deste relatório).

Partimos do pressuposto conceitual amparado na ideia de cidade como Mídia, atravessada por mediações culturais, pela possibilidade de entender a dinâmica e os fluxos urbanos em contexto de turismo, principalmente de turismo religioso. Destacadamente, o que se coloca como objeto de estudo é a forma como se dá constituição da paisagem cultural em uma cidade, que se midiatisa para de (marcar), em escala local, um lugar específico e atrativo no conjunto de outras escalas (regional e nacional), considerando o mercado turístico religioso.

Partimos do pressuposto empírico de que está no campo da Cultura o manejo simbólico para a sustentabilidade econômica da atividade turística, principalmente na modalidade do turismo religioso em Bom Jesus da Lapa, onde memórias e experiências orientadas pela vivência religiosa sustentam, por um lado, a complexidade em torno de um tipo de turismo centrado na figura do romeiro turista (STEIL, 2003;1996). Por outro lado, é a ressignificação da cidade e de suas paisagens que está na fonte de sobrevivência

para os que nela habitam, quando essa mesma cidade é inscrita em uma lógica mercantil do turismo, na especificidade do turismo religioso de Bom Jesus da Lapa

Metodologicamente, nos pressupostos descritos acima como ponto de partida para operar o desenho da pesquisa, buscamos entender as paisagens culturais de Bom Jesus da Lapa, conhecida como Capital Baiana da Fé, como processo e produto da constituição da cidade como mídia, seguindo a proposta de Ferrara (1998; 2008) de ‘ver a cidade’ com códigos visuais que, representados em sua arquitetura ou processo de urbanização, formatam uma paisagem -mídia.

Esse processo não está deslocado de mediações culturais envolvendo sentidos, memórias e experiências produzidas pelos que habitam a cidade. No percurso conceitual, destacamos uma dimensão comunicacional para pensar a paisagem urbana e a forma como ela se constitui, nas peculiaridades de uma cidade de turismo religioso e nas disputas presentes por e no espaço urbano.

São as mediações envolvendo moradores, turistas e peregrinos que produzem no plano simbólico uma cidade, que midiaticizada, emerge para ocupar um lugar no espaço de fluxos que a caracteriza como cidade turística, como Bom Jesus da Lapa na particularidade de uma cidade do interior do Nordeste, Brasil. Essa busca por compreender a especificidade do contexto e as relações que constituem um dado fenômeno social partilha de uma mirada epistemológica que está ligada a um contextualismo radical (RESTREPO, 2014), que defende um entendimento do mundo que passa pelas relações, devidamente situadas e historicizadas constituintes de uma dada realidade.

Compreendemos que os processos de mediações, que marcam o contexto da cidade definida pelo turismo religioso, uma ‘cidade peregrina’, envolve uma disputa entre os seus atores (moradores, agentes econômicos e religiosos) para produção, ressignificação de símbolos, memória e imagens da cidade como lugar de atração, fluxos turísticos e de (sobre) vivências.

Em uma dimensão epistemológica, configuramos a pesquisa como processo-produto de uma ação orientada de conhecer a cidade, conjugando a nossa capacidade como pesquisador de transformar o que é visto em uma narrativa que registra e produz sentido ao empírico, tendo a cultura como lugar central de produção de conhecimento sobre a realidade, nos termos de Hall (1997).

Em uma dimensão metodológica, consideramos o modelo de estudos da “comunicação como cultura”, conforme a proposta de estudos de Venício Artur de Lima (2001), que tem como interface virtualmente a ser produzida com as Ciências Sociais e Humanas.

Em outras palavras, a cidade é produzida em uma dimensão simbólica; as suas paisagens culturais são formatadas em uma Cidade Mídia sob mediações de agentes distintos, que formatam uma ideia de espaço urbano para distinção e produção de valor no conjunto dos fluxos e espaços urbanos capturados pela ação turismo local/regional

Entender essa dinâmica envolvendo *ciudades/paisagens culturais/midiáticas/mediações culturais* em uma localidade com potencial turístico reconhecido, como é Bom Jesus da Lapa, é fundamental para produzir referências capazes de problematizar e contribuir com as políticas públicas de desenvolvimento urbano e ambiental, políticas culturais de preservação do patrimônio histórico local e para sustentabilidade do turismo local.

Procedimentos e percurso metodológicos

O percurso metodológico da investigação inclui, em um primeiro momento, pesquisa bibliográfica para compreender, sob uma ótica interdisciplinar, as contribuições dos estudos sobre Cultura, da Geografia e dos estudos sobre o Turismo sobre paisagens culturais, mediações culturais na construção das cidades, destacadamente o olhar da Geografia Cultural sobre a formação as cidades. Incorpora-se a essa etapa da pesquisa, levantamento bibliográfico sobre as especificidades do turismo religioso no contexto da cidade de Bom Jesus da Lapa. Em um segundo momento, está o planejamento e realização de pesquisa de campo, com os devidos registros, a partir da observação em espaços públicos, para percepção, descrição e interpretação das paisagens culturais no município de Bom Jesus da Lapa, com respectivos apontamentos analíticos.¹

1 - Pressupostos conceituais, organização e delineamento do desenho analítico

Partimos do pressuposto conceitual de que a (ideia de) cidade é um constructo que se entrelaça ao campo da cultura, como lugar de produção de sentidos para orientar pela (re)significação práticas sociais, econômicas e políticas, por se tratar de um campo

¹ Essa etapa contou com a colaboração dos integrantes do *Projeto de Extensão Fotografar*, coordenado pelo Professor Naydson Costa, da Universidade do Estado da Bahia - Campus Bom Jesus da Lapa.

que assume centralidade (Hall, 1997) para explicar fenômenos sociais, tendo a comunicação um papel importante como situação social, fundamentada no diálogo, possibilitando a cooperação entre os sujeitos na construção do saber sobre a realidade (LIMA, 2011).

Na trama de produção de sentidos em torno da cidade estão posicionados grupos, sujeitos, instituições, coletivos organizados para constituir lugares hegemônicos para instituir referências de significação para instituir marcos interpretativos importantes para produção de espacialidades ou dos territórios urbanos, a partir do espaço como instância (SANTOS, 2002).²

Por essa perspectiva, o que nos interessa é entender como a constituição da cidade de Bom Jesus da Lapa como utopia de cidade (ENDLICH, 2019) - no contraste com cidade concreta - articula-se à ideia de cidade mídia permeada por textos não verbais (FERRARA, 2008, 1988), com a permanente produção de sentidos em torno de símbolos culturalmente potentes, que compõem a paisagem urbana da cidade.

Essa configuração semiótica de como se percebe a paisagem de uma cidade de pequeno porte do interior baiano tem dispositivos eficientes dentro da estrutura das políticas culturais e turísticas regionais, por se traduz em uma eficiente rede de comunicação.

Essa rede é capaz de projetar a imagem de uma cidade utópica, articulada ao imaginário religioso presente na tradição das romarias, como cidade vendável nos termos do turismo religioso e nas demandas doromeiro como perfil de turista estratégico, mas pouco conectada ao cotidiano da cidade concreta, nesse caso, destoante da utopia alimentada (midiatizada) sobre Bom Jesus da Lapa, que alimenta a maquinária de propaganda turística, que alguns atores - econômicos, sobretudo - beneficiam-se na mercantilização da cidade pela instrumentalização de um imaginário constituído de fé, religião e tradição.

² Compartilhamos as pontuações de Ferrara e Souza (Nakagawa, 2016) que interpretam a perspectiva de Milton Santos em torno de conceitos chaves para a Geografia, incorporados nos estudos em outros campos de conhecimento como o da Comunicação: em um diálogo, ambas autoras pontuam a partir da ideia de espaço de Milton Santos, a ideia de território, no caso de Souza e espacialidade, para Ferrari. Território seria usado para produzir a paisagem; em outros termos, o uso do território acontece a partir de relações sociais, que nos levam a pensar no conceito de formação socioespacial de Milton Santos (Souza *apud* Nakagawa, 2016). A espacialidade seria espacialidade é “uma representação, uma linguagem do uso do espaço vivido” (FERRARI *apud* NAKAGAWA, 2016, p.08).

1.1 - Aspectos gerais destacados da análise dos dados

Antes do aprofundamento, a partir de elementos conceituais e empíricos levantados durante o desenvolvimento da investigação, faz-se necessário uma breve contextualização da cidade de Bom Jesus da Lapa, e particularmente, do fenômeno turístico que caracteriza e insere a localidade em um circuito de turismo religioso de relevância no cenário brasileiro.

A cidade de Bom Jesus da Lapa está localizada no interior da Bahia, aproximadamente 778 km de distância da capital do estado, Salvador. Com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), o município tem população de 65.550 pessoas, com densidade demográfica de 15,93 habitante por quilômetro quadrado.

Quanto aos indicadores que medem a qualidade de vida, o município apresenta taxa de mortalidade infantil média de 13,44 para 1.000 nascidos vivos e taxa de escolarização em 2010 de 95,7% para crianças e adolescentes entre 05 a 14 anos.

Em 2021, o salário médio mensal era de 1,9 salários mínimos; 49,3% da população residia em domicílios com rendimento mensal de até meio salário mínimo por pessoa. O PIB per capita era de R\$ 19.356,52. A cidade tem apenas 37,3% de domicílios com esgotamento sanitário adequado e apenas 9,7% de residências urbanas em vias públicas com urbanização considerada adequada, com presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio. Está localizada às margens do Rio São Francisco, que se une como símbolo a outros importantes símbolos da paisagem urbana da cidade mídica, que coloca Bom Jesus da Lapa como sede da primeira maior romaria da Bahia e a terceira maior do país.

A cidade é destino de romeiros por abrigar o Santuário de Bom Jesus da Lapa, local que concentra uma série de grutas, dentre elas a conhecida Gruta do Bom Jesus da Lapa. No mapa de turismo divulgado pela Secretaria de Turismo do Estado da Bahia, a cidade é localizada em uma das zonas turísticas nominada Caminhos do Oeste.

ZONAS TURÍSTICAS DA BAHIA



Fonte: Secretaria de Estado do Turismo da Bahia, 2024.

A principal romaria da cidade³, a Romaria de Bom Jesus da Lapa, completou 332 anos em 2023 e foi reconhecida pelo Governo do Estado como Patrimônio Imaterial Cultural da Bahia, que conforme o Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia, caracteriza-se como manifestação religiosa marcada por um catolicismo popular que espelha fé e religiosidade, com traços culturais tratados como singulares. Por receber milhares de fiéis (expectativa de 600 mil entre julho e agosto de 2023 e 2 milhões ao longo de todo o ano)⁴, a cidade é conhecida como a “Capital Baiana da Fé”.

Conforme dados consolidados pela Secretaria de Estado de Cultura da Bahia, o registro de peregrinação começou em 1691, com Francisco de Mendonça Mar, que percorreu um trajeto longo, conduzindo imagem do Senhor Bom Jesus até instalar-se na gruta de mesmo nome.⁵ O local torna-se epicentro de um imaginário de devoção e fé. De acordo com Oliveira (2011), com a construção do Santuário pelo monge Francisco Mendonça Mar, a localidade se tornou rota de romarias, contribuindo para que o povoado se desenvolve, “transformando-se em vila, em 1870, atingindo a categoria de cidade, em 1923 e a de município, em 1953. Ainda hoje a crença católica é muito forte na cidade e isso se reflete nas inúmeras igrejas espalhadas por todos os seus bairros” (Oliveira, 2011, p.62)

A Gruta de Bom Jesus e a Gruta de Nossa Senhora da Soledade estão entre as principais das 16 grutas, nove delas internas⁶. Além das grutas, outro local onde os turistas

³ No circuito de Romarias da Cidade de Bom Jesus da Lapa, as três principais que movimentam o calendário de festividades na cidade são: a Romaria da Terra e das Águas, a partir de julho; a Romaria de Bom Jesus, em agosto; e Romaria de Nossa Senhora da Soledade, em setembro. Além disso, o Tríduo e Festa de Nossa Senhora Aparecida encerram o ciclo de festividades, em outubro.

⁴ Secretaria de Estado de Turismo da Bahia. Disponível em <http://www.setur.ba.gov.br/2023/08/2504/Com-festas-de-santa-Dulce-e-Bom-Jesus-da-Lapa-mes-de-agosto-e-auge-do-turismo-religioso-na-Bahia.html>. Acesso em 17 de mar 2024.

⁵ Oliveira (2011) aponta que Euclides da Cunha, no livro *Os Sertões*, fazia referência a Bom Jesus da Lapa como “Meca dos Sertanejos”. A autora aponta que a cidade é reconhecida como santuário sertanejo de peregrinação popular (p. 61), marcada por clima tropical, quente e seco, com vegetação baixa e rala, típicas do Cerrado e Caatinga. Segundo Oliveira (2011), Bom Jesus da Lapa está no Médio Vale do São Francisco, região estratégica no Ciclo do Ouro (século XVII), ligando o litoral e o interior brasileiros, principalmente por onde passavam os escravos do litoral para Minas Gerais.

⁶ Os registros fotográficos que seguem anexos ao presente relatório apresentam as principais imagens de Bom Jesus da Lapa, que compõem a paisagem imagética da cidade, com seus símbolos, pontos turísticos e espaços reconhecidos pelos agentes turísticos e visitantes, como representativos da capital da Fé dos baianos.

frequentam é o Cruzeiro, espaço localizado no conhecido morro com aproximadamente 90m e dois percursos (um interno e outro externo), acima da área onde estão as grutas. No local, estão o cruzeiro e estátuas de tamanho natural, que relatam a última estação da Via Crúcis (Oliveira, 2011, p.62). Considerando todo o local onde está situado o Santuário - às margens do Rio São Francisco - a Gruta de Bom Jesus é vista logo na entrada⁷. Cabe ressaltar que o morro que abriga o Santuário e as grutas visitadas pelos turistas tem estilo gótico, pela formação geológica característica da Região. Segundo Micek (*apud* Oliveira, 2011), o Rio São Francisco foi há milhares de anos atrás mar, por essa razão, as águas do mar deram a forma gótica e piramidal do morro. Na entrada principal, onde o turista acessa o Santuário está uma praça ampla chamada de Praça do Largo da Esplanada, local de concentração dos visitantes, local de pequenos cultos dos romeiros e território simbólico que divide o sagrado, sob o controle do religioso, e o profano, sob o controle dos populares, inclusive os que habitam a cidade (STEIL *apud* OLIVEIRA, 2011).

Ao entrarmos na Gruta de Bom Jesus, estão visíveis várias imagens de santos e santas, sendo a principal delas a de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro. Conforme se adentra, outras pequenas grutas surgem, como a Gruta de Nossa Senhora Aparecida que abriga uma pia batismal, com réplica da imagem de Nossa Senhora Aparecida encontrada no Santuário de Aparecida. Na Gruta do Santíssimo Sacramento estão os símbolos da eucaristia, próprios do catolicismo e local que serve como confessionário.

A Gruta de Nossa Senhora da Soledade está ligada por um túnel à Gruta de Bom Jesus - as duas principais como dissemos -; é um local amplo onde são realizadas as grandes celebrações, assim como as penitências. Por detrás do altar da Gruta de Nossa Senhora de Soledade está a Gruta de São Geraldo Operário, que mantém o chão em terra firme próprio do morro onde está instalada. E no percurso das principais grutas, destacamos, finalmente, a Gruta dos Milagres, local onde estão expostos objetos trazidos pelos romeiros para agradecer ou provar graças recebidas, a partir de promessas realizadas.

De acordo com estudo de Oliveira (2011), apesar da grande afluência de romeiros à Bom Jesus da Lapa, a geografia do deslocamento dos visitantes é restrita: os

⁷ Steil (1996) e Oliveira (2011) apontam duas versões para a descoberta da Gruta de Bom Jesus no século XVII: uma versão é de que a descoberta foi feita por um vaqueiro e a outra pelo monge Francisco de Mendonça Mar.

romeiros se deslocam de cidades baianas; há visitantes de outros estados, mas segundo a autora, um terço são do Norte de Minas. É por essa perspectiva que observamos as principais vias de acesso à cidade: estradas e a opção por transporte coletivo – ônibus de turismo e meios de transporte comuns no interior baiano, como os conhecidos paus -de-arara como veículos adaptados para transportar em sua carroceria os peregrinos. Recentemente, em agosto de 2023, foi inaugurado o Aeroporto de Bom Jesus da Lapa, sem previsão de voos comerciais, além de pavimentação do trecho da rodovia BA 160, que liga o terminal à região urbana da cidade. A entrada principal do município, tanto para quem acessa a cidade pela BA-160 como pela BA 430, apresenta os primeiros símbolos que engendram ao visitante a entrar na paisagem de elementos religiosos que vão dando forma ao papel que a cidade exerce no roteiro turístico regional – com painel de grandes proporções anunciando a chegada à Capital Baiana da Fé.

O percurso entre a entrada principal da cidade até ao Santuário – que representa o ponto de referência para o acesso à Praça do Largo da Esplanada, as grutas e o Morro como principais símbolos da cidade referência para o turista romeiro – é feito por uma primeira avenida com pavimentação permanentemente reformada, sinalização vertical e horizontal em vários trechos⁸. Essa mesma via oferece acesso a outra avenida principal – Av Dr Manoel Novaes - que leva até o Santuário, passando pela Praça do Romeiro (conhecida também como Praça da Fé), outro ponto turístico importante. O local foi pensado para receber os turistas e melhorar o espaço urbano e com inauguração recente (2020), com inspiração arquitetônica romana, presentes nos arcos que circundam a praça e nos momentos que compõem a sua paisagem, como esculturas e fontes. A praça tem doze imponentes leões – os Leões das Tribos de Judá-, que representam na cosmologia religiosa, as 12 tribos de Israel, além de quatro estátuas femininas (duas estátuas em cada um dos lados da praça), representando as quatro estações do ano e uma fonte ao centro com a figura do monge Francisco Mendonça Mar, fundador do Santuário.

O turismo religioso⁹ movimenta a economia do município, que é predominante baseada na agricultura. A atividade turística também movimenta uma cadeia ampla de

⁸ Cabe destacar que a infraestrutura turística, envolvendo a sinalização e melhoria das artérias centrais da cidade acessadas pelo turista, ganham relativo destaque no plano municipal de turismo como ações estratégicas (Bom Jesus da Lapa, 2020-2024).

⁹ O turismo religioso é tratado no contexto da presente investigação como turismo cultural (DIAS, 2003) pelo objeto, contexto e relação entre religião e as práticas culturais imateriais (festividades) e materiais. Embora a literatura em torno da questão tende a divergir sobre a natureza do turismo em contexto religioso, pontuado se o peregrino é visto como turista (e vice-versa) ou se a experiência de peregrinação se

serviços que vão desde restaurantes, hotéis e pousadas, além de comércio de produtos e artigos religiosos.

Com base nos dados quantitativos do relatório da Pesquisa de Demanda Turística Romaria de Bom Jesus da Lapa (Bahia, 2023), é possível identificar um perfil comum do turista que chega à cidade: ampla maioria dos entrevistados apontam que a motivação para visitarem o município é a Romaria de Bom Jesus da Lapa. São turistas com faixa etária mais frequente de 60 a 70 anos e idade média de 57, 2 anos; renda média individual de R\$ 2.534,17. A maioria dos turistas tem como principal motivo da viagem agradecimento por bençãos e milagres recebidos.

O perfil de consumo acompanha a lógica de deslocamento (grupos em excursão por ônibus fretados), com hospedagem em imóveis alugados na maioria dos casos, com gastos médios por pessoa durante a viagem de R\$ 937,69.

Cabe destacar ainda, de acordo com a pesquisa, que os aspectos que mais desagradam os turistas envolvem infraestrutura urbana (organização da cidade, limpeza, transporte, segurança, sinalização e serviços oferecidos), em contraste com o circuito de turismo (Santuário, grutas e demais pontos turísticos, além da festividade religiosa), que são os aspectos que mais agradam. A falta de conexão de internet e sinal de telefone celular foram os aspectos que mais desagradaram os turistas na sua experiência de visita à cidade.

1.2 Análise qualitativa dos dados de pesquisa

Do ponto de vista teórico-metodológico, operamos um esquema interpretativo para observar a constituição da paisagem cultural em uma cidade de turismo religioso como é o caso de Bom Jesus da Lapa, baseado na compreensão de Ferrara (1988), de que “a cidade é lugar do texto não-verbal e a velocidade do ritmo é sua leitura” (p. 12). De acordo com a autora, essa compreensão obriga a uma revisão de conceitos sobre o espaço urbano, como sistemas de ordem, unificados e como produção material. Ao contrário, espaços dinâmicos, multifacetados em diferenças e especificidades, inseridos em um contexto de produção de sentidos.

configura como turística, seguimos a linha de MacCannell (1973) que aponta para a ideia de que peregrinação e turismo são fenômenos, ao mesmo tempo que se antecedem e se sucedem entre si. Para o autor, o turista substitui a religião como espaço de busca pelo sagrado em meio a um cotidiano ordinário, profano.

A esses aspectos se sobrepõe o conceito de organização do espaço urbano, como processo que cria condições materiais para o aparecimento de textos não-verbais, de práticas culturais que o caracterizam e são incorporadas por ele, ou seja, os textos não-verbais são índices que identificam e referenciam a cidade na medida em que nela se inscrevem (FERRARA, 1988, p.13).

Nessa linha de compreensão da autora, está a ideia que estrutura a forma de ver e viver a cidade, que adotaremos para efeitos de análise das espacialidades urbanas em Bom Jesus da Lapa: a cidade forjada por inúmeras linguagens (inclusive visuais) se mostra aos olhos de quem as observa permeadas de sentido, porque é na constituição produzida “como informação, transformação e imaginação de outros modos de vê-la e vive-la (*ibid.*, p.13). Nestes termos, está uma das teses que norteia o pensamento de Ferrara: o conceito de cidade-lugar, onde o espaço apropriado e significado por meio de uso, “como uma espécie de quarta dimensão significativa, que projeta sobre a tridimensionalidade física do espaço uma síntese que lhe permite falar ou gritar” (*Ibid.*, p. 14).

Nesse contexto, do ponto de vista metodológico, ler a cidade-lugar constituída pela linguagem não-verbal é confrontar espaços é a percepção sincrônica da leitura semiótica na percepção espacial e a comparação é seu método (Ferrara, p.1988, p. 26). Para a autora, o leitor e, no nosso caso o pesquisador, diante da linguagem não-verbal assume um papel de produtor, participando da criação da mensagem, o que leva ao entendimento de que a leitura não-verbal procura chegar à razão de ser do processo de semiotização - que envolve representar um objeto por meio de um signo.

No entendimento de Ferrara (1988), o não-verbal não está nesse processo de semiotização, ao contrário, é algo em si e se auto-anuncia em um tensionamento entre o índice e o ícone. O olhar de quem vê a cidade, portanto, vai lidar com duas operações: montagem e desmontagem de formas, volumes, movimentos. Essas operações, de acordo com a autora, resultam na produção de significados a partir da experiência com os índices que a forma visual da cidade, muitas vezes desornada, desafia o receptor que atua na revelação de significados produção de novos repertórios.

Por isso que a recomposição, para Ferrara (1988), é o primeiro passo para ler a cidade enquanto texto não-verbal, pela possibilidade de afetação dos sentidos no contato com os signos que povoam o ambiente urbano, no fundo, um grande sistema de comunicação.

Por essa mirada teórico-metodológica, estruturamos a pesquisa de campo que buscou registrar por meio de imagens, mas também registrar impressões e percepções, a cidade de Bom Jesus da Lapa, em um percurso que inclui ver e não apenas olhar. Uma vez que ver é elaborar de forma mais atenta e individualizada o que está no campo disponibilizado pelo olhar, fazendo da leitura uma ação que varia de acordo com os sujeitos e grupos culturais (CASTRO, 2019).

Nesse percurso, buscamos ver a paisagem urbana constituída não só pelos tradicionais espaços turísticos vendidos como pontos de visitação, descritos anteriormente, mas o conjunto da cidade - outros espaços ordinários, habitados e constituídos pela experiência de apropriação urbana para sujeitos que não são apenas turistas; ao contrário, são moradores que vivem o cotidiano da cidade.

Abordar o urbano pelas lentes da cultura, inclui-se uma visão analítica que observa a dimensão material e imaterial (CASTRO, 2019)¹⁰ e da experiência como forma de conhecimento e construção (TUAN, 1983) das cidades aos olhos de quem às vê.

Optamos por ver a cidade de Bom Jesus da Lapa, seguindo entendimento de Ferrara (2008), por meio de dois planos, que se tensionam constantemente pela nossa experiência de pesquisa: um plano chamado pela autora de construtivo que sustenta a cidade transformada em meio para criação de um ambiente comunicativo e o plano relacionado à imagem midiática da cidade “que agasalha o cotidiano, a sociabilidade e as trovas interativas que transforma a cidade na maior experiência comunicativa da humanidade” (p. 42).

Por essa razão, o conceito de paisagem cultural como central para operar a análise proposta, parece-nos adequado por possibilitar uma análise integrada - não apenas do ponto de vista geográfico, conforme defende Castro (2019), mas observar, seguindo o autor, as dimensões socioculturais, políticas e econômicas que se entrelaçam nesse exercício científico de ver a cidade, permitindo chegar a especificidades lugarizadas (Claval, 2001), produzidas pela presença do pesquisador nos distintos espaços da cidade de Bom Jesus da Lapa.

¹⁰ Para Castro (2019, p. 114), a cidade “é um conjunto de edificações projetadas pela ação humana e que expressa tanto a dinâmica dos diferentes grupos e contextos socioculturais, quanto diferentes visões de mundo, crenças, desejos e medos”.

A paisagem, nesse caso, integra esse exercício metodológico no campo de pesquisa de ser o que procuramos ver, porque ela é texto feito para ser interpretado, na medida em que é produto da ação cultural dos sujeitos na produção de suas experiências com o espaço, que supera a ideia de uma “abordagem paisagística estática, petrificada, meramente fotográfica” (CASTRO, 2019, p.118). Do ponto de vista metodológico, operar o conceito de paisagem no rito de pesquisa, é “trabalhar com leituras de paisagens, a partir de determinados pontos fixos, assim como se pode fazer um exercício de leitura itinerante dos diversos contextos paisagísticos” (*Ibid*, p.119).

Por isso optamos por observar o conjunto do espaço urbano de Bom Jesus da Lapa para verificar a constituição de uma dada espacialidade, entendida como uma representação, uma linguagem do uso do espaço vivido (FERRARA *apud* NAKAGAWA, 2016), seguindo a partir daí um percurso propedêutico que nos remetesse a observar contextos espaciais específicos, na experiência do pesquisador imerso no campo. Nessa observação específica, observamos a paisagem cultural, produzida exatamente pela apropriação do território, ou seja, não apenas o plano da cidade construída, mas o plano da cidade mediatizada pela ação de atores diversos, responsável pela gestão da imagem projetada como “Capital da Fé”.

Nessa mirada, para efeitos de observação e registro de pesquisa, não é possível desconsiderar os símbolos como repositórios de significados e com poder de sugerir um todo (TUAN, 2012), ou seja, como elementos centrais e estratégicos na observação da paisagem cultural de uma cidade ocupada pelo turista religioso, o peregrino.

De acordo com Castro (2019), está entre as especificidades do Brasil a centralidade de edificações como a da igreja católica, porque está na religião católica a origem da constituição urbana de muitas cidades. É uma realidade das pequenas cidades brasileiras, “destoando no campo visual do observador, como do ponto de vista simbólico” (p.120). Em Bom Jesus da Lapa, não é diferente, como dito. O município surge de aglomeração urbana oriunda da construção do Santuário pelo monge Francisco de Mendonça Mar. É o Santuário que aglutina como símbolo público, com poder de representar no imaginário de toda uma comunidade, a projeção do que foi e continua sendo a cidade séculos depois: um lugar de fé que, como território, significa o espaço como sagrado pela possibilidade de conectar o peregrino a uma experiência religiosa, que destoa da relação ordinária de fé e devoção dos devotos.

Oliveira (2011) compartilha da ideia de Castro (2004) em torno da sensação de pertença e compartilhando dos peregrinos com a paisagem durante as romarias em Bom Jesus da Lapa.

No caso da romaria em Bom Jesus da Lapa, por exemplo, o peregrinar das pessoas pelos lugares sagrados dentro e em torno do morro aponta para uma narrativa sobre o Bom Jesus da Lapa, que é mais extensa do que aquela que a racionalidade construída pelo clero é capaz de abarcar (...). No movimento de milhares de pessoas que cruzam o sertão em direção ao santuário, os romeiros vão demarcando um espaço sagrado que torna tal lugar mais próximo de Deus do que outros, sua fé vai impulsionando e fazendo com que superem quaisquer dificuldades. A sua consciência está associada ao território, de forma que o sagrado se apresenta sempre encharcado de concretude, ao alcance da vista e da mão. (OLIVEIRA, 2011, p.64)

Castro (2011) avança no entendimento em torno do poder do símbolo, ao apontar que muito mais que um signo para ser visto, o símbolo tem um significado que é experienciado. Nesses termos do autor, interpretamos o Santuário como símbolo de uma cidade peregrina, como é o caso de Bom Jesus da Lapa, torna-se pela experiência do romeiro com o local, lugar de mediação que extrapola a institucionalidade ou a força interpretativa oficial do catolicismo representado pela igreja como instituição social. Ao contrário, permite a manifestação mais genuína e popular da fé sem a vigilância ritualística formal da institucionalidade católica. O Santuário como símbolo buscado (e consumido) na apropriação do espaço pelas práticas culturais (religiosas) significa a possibilidade de construção de uma experiência coletiva, do ponto de vista identitário, pela “cimentação coletiva lembrada e reforçada por esses elementos [os símbolos] tangíveis na paisagem (CASTRO, 2011, p. 122).

Portanto, para além de um elemento topológico, o Santuário - que congrega, como já descrevemos, um complexo de grutas, o Morro e a Praça do Largo da Esplanada - surge como símbolo nucleador do que significa a cidade de Bom Jesus da Lapa como espaço de significados e de experiências sensoriais e estéticas muito distantes das ordinárias e cotidianas (TUAN, 2012). Esse constructo eleva a cidade a uma dimensão mítica. Nas palavras de Ferrara (2018, p. 44), “a lógica construtiva de uma cidade é suporte que se disponibiliza à comunicação de uma ideologia, de uma utopia, plano ou imagem que, enquanto mídias, articulam desejos e valores a identificar uma cidade entre cidades”.

Como referencial devocional, topossimbólico (CASTRO, 2011), o Santuário como símbolo de uma cidade que se alimenta (e, disso, sobrevive econômica e simbolicamente) da busca pela experiência coletiva e comunitária da religiosidade, inscreve-se na constituição de um mito criado pela ação sociocultural em distintas esferas (econômicas, políticas, religiosas, portanto, institucionais), a partir da topografia com formação geológica formada por um morro e grutas, transformada em uma paisagem cultural. Paisagem essa que, significada pela apropriação da ação cultural-religiosa representada pelos romeiros em relação com esse espaço, é compartilhada como produto simbolicamente rico em valor para, depois, ser monetizado. Ou seja, a cidade “como produto da coletividade humana e os elementos que a cercam são produto do imaginário coletivo” (CASTRO, 2011, p.124). E, desse imaginário mítico que inscreve a cidade de Bom Jesus da Lapa no circuito religioso que interessa a peregrinos, atores econômicos da cadeia (e do trade turístico) e políticos, ocorre a mercantilização pela captura desse potente capital simbólico, fruto da experiência coletiva, estruturada na fé e na tradição, para alimentar o sistema de comunicação que constitui a cidade (FERRARA, 2008, 1998):

(...) os índices materiais e formais constroem as cidades e permitem que sua imagem constitua a mídia mais eloqüente e eficaz. Apreender essa mídia, considerando seus suportes construtivos, nos leva a constatar que, às características urbanísticas e funcionais de uma cidade, alia-se a dimensão comunicativa que faz com que a cidade surja sempre e, sobretudo nos dias atuais, de um lado, como eficiente mídia a sustentar as ambições e planos globais e, de outro, nos surpreenda pelas imponderáveis e inesperadas manifestações de vida que vão muito além da simples intenção midiática (FERRARA, 2008, p.41).

Nos termos de Ferrara (2008), apreendemos a cidade sob o conceito de espacialidade e a partir de uma circularidade comunicativa que, por sua vez, traduzem-se na formação dos dois planos simultâneos e interrelacionados que arquitetam uma cidade, observada sob a perspectiva comunicativa, como já destacamos anteriormente: a) o plano do construtivo (dos meios) e b) o plano da imagem midiática (mídia). Somado a isso está a interação, um plano poroso e permanente, anterior ao midiático inclusive, que produz uma cidade diferente como meio e como mídia, com grau zero de vitalidade informativa (FERRARA, 2008), é o plano das mediações.

E nessa circularidade que envolve as camadas de uma cidade possível de ser lida e interpretada, jogam os símbolos com suas especificidades lugarizadas (CLAVAL, 2001), distribuídos no espaço urbano como pontos turísticos e/ou de referência para uma determinada comunidade, que acabam transformando-se em território com uso estruturado sob lógicas distintas (políticas, econômicas, individuais/subjetivas), que se entrelaçam, se conflitam e se servem mutuamente.

Sob essa perspectiva, em se tratando de Bom Jesus da Lapa, os símbolos e sua arquitetura de formas, tons, sensorialidades, estilos e gostos são elaborados a partir da experiência com o lugar, envolvendo o turista/romeiro, mas também os moradores.

Para além das romarias, esses mesmos moradores habitam o espaço, produzindo seus territórios e espacialidades, traduzidas em paisagens culturais não tão hegemônicas do ponto de vista do consumo turístico. Muitas vezes, as paisagens culturais que vem da ação sociocultural dos moradores locais acabam secundarizadas como símbolos da cidade, por não atuar como dispositivos para produção de uma ideia de cidade mito ou cidade ou de uma utopia de cidade (ENDLICH, 2019). E baseado nos termos de Ferrara (2008) as estratégias de mitificação do espaço urbano são a camada, digamos, mais visível da cidade, por serem meios constituídos e construídos para suportar ou se colocarem à serviço da comunicação de uma imagem de cidade, uma imagem midiática.

Por essa razão, os símbolos, configurados como os principais cartões-postais sob uma sequência lógica e inteligível (Praça do Romeiro > Largo da Esplanada > Santuário > Morro) estão sob controle e vigilância com tratamento muito específica por parte das instituições locais (poder público, principalmente) em se tratando de cuidado, conservação e proteção¹¹. Para se ter uma ideia, o circuito de turismo, onde estão

¹¹ O agendamento das prioridades do Plano Municipal de Turismo de Bom Jesus da Lapa (2020-2024), como instrumento vigente da política pública para área de turismo, revela ações da política de turismo que, em nosso entendimento, coloca a cidade a serviço do turista, apesar das esparsas ações no âmbito da política pública (da política urbana e econômica) de construir uma sociedade acessível e produtiva para os que nela habitam como estratégia prioritária. Como dado de pesquisa documental, causa estranhamento como investigador, a prioridade dada a política urbana (sinalização e infraestrutura viária, apenas como exemplo), pelo Plano Municipal de Turismo em espaços consumidos pelo turista, em detrimento dos habitados pelos moradores locais. Outro dado empírico é pensar um arranjo produtivo e logístico para comunidades tradicionais quilombolas, que também são incluídas na carta de atrações turísticas municipais, em um cenário onde políticas públicas urbanas, habitacionais, de infraestrutura para esses mesmos territórios acabam secundarizadas pelas demais agendas governamentais, revelando o papel secundário desses grupos na arquitetura decisória e de governança local de políticas públicas. Essa evidência empírica se soma a estrutura decisória do Conselho Municipal de Turismo de Bom Jesus da Lapa, onde a representação da sociedade é exclusivamente dos atores centrais, com poder acumulado de agendar as prioridades turísticas locais: setores religiosos e setores econômicos (empresários do setor turístico local). Identificamos, nessa breve sequência de apontamentos empíricos, a necessidade de, sob uma perspectiva

localizados os símbolos representativos da “Capital da Fé”, é um cinturão relativamente pequeno, concentrado e centralizado no trecho idealizado da cidade, configurando uma dicotomia entre uma cidade ideal e uma cidade concreta (ENDLICH, 2019), as quais trataremos mais adiante.

Esses símbolos suportam e refletem, por conseguinte, um empreendimento de sentidos costurados a medida de um imaginário tecido, a partir da tradição religiosa em um processo que conta com a participação dos peregrinos, que realizam o turismo religioso, principalmente. Os símbolos impregnados de sentido nesse permanente processo de mediação dos atores que visitam, habitam, gerem e consomem a cidade, compõem uma paisagem cultural selecionada do conjunto do território urbano para dar forma a uma imagem específica e particular da cidade de Bom Jesus da Lapa.

Essa imagem é, por si, a mídia da cidade, constituída sob uma lógica espetacular e em cooperação com outros sistemas midiáticos convencionais (televisão, rádio, internet) em uma intensa economia persuasiva (FERRARA, 2008). Dessa trama, nasce uma ideia idealizada de cidade na escala urbana regional e nacional – a Capital da Fé-, com todo o que o significado que esse emblema midiático presume para os usos e apropriações diversas por parte de distintos e seletivos atores que, como dissemos, capitalizam em torno dessa marca.

E como toda marca funciona sob a égide da credibilidade para ter valor de troca, a gestão dessa mesma marca acontece sob parâmetros e dispositivos (midiáticos, inclusive) rigorosos. A questão, nesse caso, é vigiar para consolidar uma imagem da cidade constituída sob paisagens culturais selecionadas, a rigor, para evitar ruídos na comunicação. O modelo de gestão de sentido em torno da paisagem cultural trabalha para construir e preservar a cidade como lugar de fé, mediadora da experiência real e extraordinária de uma religiosidade, fundada no poder da imagem que marcam ritos e símbolos.

A gestão da imagem de Bom Jesus da Lapa, ou de uma de suas camadas, a cidade mídia, que promove a cidade na esfera pública e midiática em geral é potente e, ao mesmo tempo frágil, do ponto de vista icônico. Feita para ser consumida na lógica de que a primeira impressão é que se sobressai e cria referências o uso da cidade pelo turismo

de análise em políticas públicas, observar com mais rigor a política local de turismo em dinâmicas comparadas com outras políticas e estruturas decisórias sobre a agenda de turismo na cidade.

religioso, a imagem da cidade como mídia opera como dispositivo um discurso de controle sobre o que e como essa cidade será vista, levando ao que Ferrara (2018, p. 47) classifica como instrumentalização de sua paisagem e da sua visualidade (...) mais retórica visual do que paisagem propriamente dita.

A instrumentalização da paisagem, no contexto em análise, envolvendo uma cidade que é rota obrigatória para o turismo religioso, como é o caso de Bom Jesus da Lapa, apropria-se dos dispositivos incorporados na histórica tradição que funda esse núcleo urbano de um lugar santo que possibilita o contato o sagrado, tratado na lógica extraordinária que supera a convencionalidade da prática religiosa.

O produto dessa apropriação dos espaços religiosos símbolos torna a localidade uma cidade mídia, que surge como miragem nem sempre correspondente à cidade concreta, por ser esse dispositivo – o da cidade como mídia – essencial para elaborar uma ideia de cidade ideal, utópica, de atmosfera mística.

Portanto, essa cidade mídia idealizada pela utopia sustenta-se no potente imaginário de fé e religiosidade e assume uma dimensão especializada, nas escalas locais, regionais e nacionais, por meio da ação sociocultural e política hegemônicas, que se apropria do espaço, utilizando-o para sob um risco e um signo: o da brevidade e da necessidade permanente de retroalimentação.

Isso ocorre porque como imagem, a cidade mídia que se projeta ideal enfrenta a realidade de uma cidade concreta, superada pela mediação como processo sociocultural de relação com o espaço que apresenta uma cidade vivida e não distorcida pela natureza de existir projetada em uma imagem criada: a de uma cidade forjada como palatável à percepção rápida e inconsequente (FERRARA, 2018).

Para Endlich (2019, p.19), há uma relação entre projeções utópicas de uma cidade e a espacialidade, na medida em que pensar a utopia implica pensar as espacialidades do devir ou locais edificadas com esperança. Ao tratar da relação entre utopia e espacialidades construídas a partir da apropriação sociocultural e política do espaço de uma cidade, a autora destaca que uma cidade ideal se apresenta como meio para corrigir ou negar uma cidade concreta em práticas e formas. Quando se torna ideal, a cidade constituída a partir de uma utopia pode existir concretamente, mas não em sua totalidade, apenas parcialmente. A utopia religiosa, do tipo peregrina/romeira, produz uma imagem de cidade, uma cidade mídia, amplificada frente ao que Endlich (2019)

destaca ter um papel potencializador, nesse caso, as redes contemporâneas, ou nos termos da autora, “redes densas de conteúdos técnicos e informacionais” (p. 23). O que se registra, nesse caso, como dado de pesquisa, é o poder dessas redes contemporâneas e multifacetadas envolvendo a cidade de Bom Jesus da Lapa, que incluem sistemas midiáticos tradicionais, meios e práticas de comunicação populares, mas também sistemas sociotécnicos que sustentam serviços de agentes econômicos e políticos interessados no que a cidade oferece como oportunidade rentável.

A ação dessas redes na disputa pela imagem da cidade como localidade turística, contrasta em forma e conteúdo com a cidade concreta, habitada por experiências fruto da medicação, da interação de inúmeros outros atores que não interessam e, portanto, estão excluídos das redes que capitalizam com a ideia de uma cidade idealizada na utopia peregrina.

Empiricamente, a avaliação dos serviços e da estrutura urbana em pesquisa com os próprios turistas, em tese forjados a ver *a priori* a cidade ideal como pré-requisito para acessá-la como visitantes, revela críticas a uma cidade concreta, que nem mesmo a imagem da cidade mídia - fortemente construída como empreendimento no interior das redes que capitalizam essa ideia de cidade como espaço de valor de troca-, é capaz de regular. Críticas à infraestrutura (acesso à internet e telefonia móvel), à estrutura urbana, além da qualidade e custo de serviços, estão entre os problemas de uma cidade real, que não passam despercebidos pelo olhar do turista, conforme apontados acima de pesquisa dos próprios gestores da política de turismo (BAHIA, 2023).

A Praça do Romeiro é outro exemplo símbolo da desconexão entre a cidade ideal e concreta. Em contato com moradores da cidade, há uma lembrança de como o local era habitável, com arborização e estrutura que atendia a uma demanda de moradores locais em uma cidade de clima quente praticamente todo o ano. A adequação da praça foi um projeto conduzido pelo governo local, com consultoria de arquiteto francês e inspiração em um conceito arquitetônico romano. Segundo anúncio Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa, à época da reforma, o local terá “chão terá mármore azul, com granizo azul dando detalhes, material de refino, vindo da Europa para compor a praça, outras peças de suma importância são os leões, esses que ao total serão 20, representando os guardiões não só da praça, mas também de toda cidade”.¹² O local sem qualquer

¹² O anúncio da reforma foi publicado no dia 20 de fevereiro de 2020, no site institucional da prefeitura. Além da reforma da Praça do Romeiro, foi anunciada a reforma de outro ponto turístico símbolo da

planta nativa e vegetação para amenizar as altas temperaturas fica vazio ao longo do dia pela falta de condições térmicas diante do clima da cidade. O material usado absorve e reflete calor, o que torna a apropriação do espaço por moradores locais (e até por turistas) praticamente impossível.

No discurso do poder público local, a reforma busca modernizar o ambiente urbano e se tornará ponto de visitação aos romeiros. Ao final, o que se tem nessa dinâmica informacional que estrutura a cidade como imagem que significa, é um signo suicida, no termo usado por Ferrara (1998).

Nesta ótica, é uma paisagem cultural fruto de um empreendimento urbano construído para ser visto; um elemento decorativo que acaba não sendo apropriado pela comunidade; ao contrário, serve como marco para representar o poder de uma sociedade, sustentada pelo consumo de símbolos, típico de um espaço que alimenta a tipologia do turismo local, o de natureza religiosa.

Nessa mesma perspectiva, está a Catedral Nossa Senhora do Carmo. Situada fora do circuito turístico da cidade, a construção está em praça típica de cidades pequenas, com plantas, bancos e espaços para recreação. A igreja, que atende e é frequentada por moradores da cidade, chama a atenção de quem a visita porque esconde uma curiosidade: não tem cobertura. O recinto, sobretudo que abriga os fiéis, é aberto e sem teto. Isso não impede seu uso pela comunidade no cotidiano ordinário, experienciado para além das romarias como eventos emblemáticos da festividade, que marca o calendário religioso de Bom Jesus da Lapa. Nesse caso, situa-se como símbolo agressivo, do tipo insurgente, contra o desejo higienista de europeizar, em uma dimensão colonial, cabe destacar, o ambiente urbano local das marcas de trivialidade, fazendo com o que local seja incorporado ao código do usuário que passa a usar o espaço, pelo incômodo que o mesmo gera (Ferrara, 1988).

Esses dois símbolos contrastados são representativos, do ponto de vista empírico, por revelar a contradição, constituída a partir de uma cidade ideal e de uma cidade concreta. Além disso, revelam como símbolos o que os sistemas de comunicação, que

cidade, a Praça do Largo da Esplanada, com investimentos na ordem de R\$ 4,2 milhões. Disponível em https://www.bomjesusdalapa.ba.gov.br/noticias/nova_praça_da_lapa_e_inspirada_na_arquitetura_romana_e_ira_homenagear_os_romeiros_da_capital_baiana_da_fe-1404. Acesso em 21 de mar de 2024.

estruturam o sentido de cidade, produzem e hierarquizam como imagem da cidade, na disputa pela melhor e mais adequada imagem de Bom Jesus da Lapa capaz de atender a interesses e lógicas distintas sobre a função do espaço urbano.

Essa disputa, como dissemos, estão refletidas na produção de políticas urbanas para os territórios de uma cidade do interior, já desigual na oferta e distribuição dos bens e equipamentos públicos, operadas sob uma lógica contrária a um modelo de cidade incluyente, capturada pela mercantilização de seus espaços e símbolos.

Nessa lógica contra hegemônica, o foco da política pública urbana, integrada a políticas culturais e de turismo para um território apropriado por um trade turístico como é o caso do turismo religioso, deve seguir uma diretriz destacada por Endlich (2019), ao observar o papel do Estado e dos agentes econômicos e sociais no desenvolvimento urbano:

(...) implica pensar políticas territoriais, visando contemplar localidades que pela lógica econômica espontânea dificilmente serão atingidas com investimento. São espaços que permitem ser valorizados pelos seus significados sociais e não por suas vantagens econômicas e por sua funcionalidade ao capital (ENDLICH, 2019, p. 31)

Para além do que revelam as contradições dessa disputa por sentidos em torno e a partir da cidade, operada pelos dispositivos que constituem a cidade como mídia e seus efeitos, usos e apropriações por distintos agentes e interesses, o que destacamos é uma relação complexa e contraditória entre espetacularização, mercantilização e turistificação (CASTRO, 2019), refletida em um curto-circuito na circularidade comunicativa (FERRARA, 2019) da cidade. Ou seja, a partir do entendimento da última autora, compreendemos que entre a cidade-meio e os sentidos emitidos por ele (cidade-mídia), o que se tem é a elaboração de uma imagem de cidade que fala por si só de si e que é significada por outros sistemas de comunicação e/ou dispositivos sociotécnicos (da arquitetura, por exemplo), capazes de operar um discurso de poder a visualidade e os sentidos sobre como esse espaço deve ser visto por quem dele se ocupa. Mas esse último processo não é controlado, por mais que regulado e vigiado seja o processo de produção da cidade como mídia. Isso porque na apropriação do espaço e seu uso por quem nele habita permanente ou temporariamente (no caso do turista), o que se tem é uma fértil apropriação cultural que ressignifica e apropria-se da visualidade, das paisagens culturais.

Do mesmo modo que há um empreendimento de sentido construído para legitimar a imagem da cidade como mídia, a dimensão vivida da cidade, costurada pela interação e (re) significação de seus símbolos e paisagens culturais, forja signos agressivos em meio a signos suicidas, a partir da mediação como prática sociocultural e política, capaz de disputar um sentido de cidade no contexto do turismo e da mercantilização. Essa dimensão, da mediação, resulta em uma cidade diferente da cidade meio e da cidade mídia (FERRARA, 2019) e enfrenta a dinâmica sociocultural, que produz a espacialidade no contexto dos espaços urbanos disputados em uma cadeia produtiva de valor turístico.

Bom Jesus da Lapa como cidade concreta emerge como uma cidade permeada de desigualdades, construída sob formas convulsas, pouco ordenadas; convive uma estrutura urbana pouco moderna ou sofisticadas nos moldes inspiradores de projetos urbanos importados. Ao contrário da cidade ideal, construída sob uma mística que tem na construção emblemática de paisagens culturais um artifício de construção de uma marca para a localidade, como cidade concreta destoa, conflita e compete na produção da espacialidade em um processo contínuo, elaborando assim o cotidiano no âmbito da experiência de quem habita o lugar. Isso porque, enquanto mediação, “a cidade supera a imagem e é processo, justaposição de experiências e movimento em transformação contínuos. Portanto, mídia e mediação têm distintos estatutos semióticos e cognitivos” (FERRARA, 2019, p. 49).¹³

Considerações finais, perspectivas de pesquisa e a mirada das Políticas Públicas

Se compreender a cidade como um sistema de informação que comunica sentidos impressos e expressos, disputados e ressignificados sobre o espaço urbano favorece a compreensão das lógicas de discursos e práticas que (re) produzem espacialidades, essa leitura comunicacional de cidades mídias por excelência, como são as turísticas, obriga-nos a relacionar como a estruturação desses sistemas informacionais co-afeta as políticas públicas para essa área.

¹³ Em estudo de Oliveira (2011) identifica-se, a partir de Steil (1999) duas cidades da Lapa (nome pelo qual é conhecida Bom Jesus da Lapa): uma Lapa dos Romeiros e outra dos moradores locais. A primeira, significa pelas lentes da religião de um romeiro que busca experiências sagradas; a segunda, uma cidade laica habitada por moradores que sobrevivem na cidade.

O turismo como atividade econômica, mas também fenômeno com dimensões socioculturais, é objeto de interesse da política como esfera decisória e demanda intervenção do Estado. Na formulação e implementação de uma política pública de turismo, portanto, está a regulação dessa atividade econômica, orientada sob diretrizes e princípios estruturados em dar finalidade pública a uma prática que mercantiliza territórios e saberes culturais em uma dada localidade. Em nosso entendimento, uma política pública de turismo tem interface, pela multidimensionalidade deste fenômeno, a um conjunto de outras políticas públicas: políticas culturais, ambientais, de desenvolvimento local e regional, políticas de comunicação pública e, sobretudo, políticas urbanas.

Apesar da inovação na gestão das políticas públicas de turismo brasileiras para o turismo, a partir de 2003, notadamente com o Plano Nacional de Turismo (2003-2007)¹⁴, incorporando a perspectiva da participação social e da descentralização na tomada de decisões em torno das ações públicas para a área, é desafio incorporar as comunidades locais que estão nas cidades vividas, habitadas, para definir impactos, rumos e caminhos para o desenvolvimento dessa atividade.

O modelo que aproxima essa ideia de envolvimento e protagonismo da população local na oferta turística, tendo como foco o desenvolvimento e fortalecimento da comunidade é o que se configura literatura especializada como turismo de base comunitária - TBC, interpretado de forma incipiente, periférica e contraditória pelas políticas de turismo brasileira (Lima; Irving; Oliveira, 2022).

Em se tratando de cenários, ainda se registra ausências e/ou fragilidades no desenho de planos de turismo sistematizados no âmbito de pequenos e médios municípios, especialmente com tradição turística; além de desconexões entre a elaboração de políticas para as cidades a políticas de turismo, especialmente elaboração de planos diretores como dispositivo essencial para organizar as ações do Estado no âmbito das cidades, nos moldes previstos na legislação brasileira (BRASIL, 2022).

O que as paisagens culturais de cidades turísticas como Bom Jesus da Lapa revelam são leituras, que apropriadas na construção das cidades mídia, demonstram

¹⁴ A cidade de Bom Jesus da Lapa possui plano municipal de turismo (2020-2024) e conselho municipal criado por lei (nº 277/2006), sem deliberações relevantes sobre a política municipal de turismo nos últimos seis anos.

como do ponto de vista simbólico uma cidade é tecida e como esse arranjo de sentidos sobre a cidade é parte do processo de legitimar políticas públicas para o turismo. Na primeira relação mais evidente, o Estado tem na gestão da comunicação sobre a cidade um instrumento central de suas políticas de turismo, além dos instrumentos organizativos, programáticos, normativos e de fomento (TRENTIN, 2014).

Ao adaptar os instrumentos que estruturam uma política pública de turismo de Velasco González (2013, 2011) e Petrocchi (2002), o pesquisador Trentin (2014) em um amplo estudo sobre políticas de turismo brasileiras, aponta a comunicação como instrumento desta política pública está associada à difusão de valores e ideias, registrando conhecimento e informações que subsidiem a gestão do turismo (p.64).

Acrescentamos que, para além disso, a comunicação estrutura o funcionamento do complexo sistema de comunicação, que estruturam as cidades, em todas as suas formas, sejam essas formas midiáticas, mas não apenas; mas não-verbais, sobretudo (Ferrara, 1998). Esses mesmos dispositivos de comunicação também são fonte de disputas no interior das políticas de turismo ou na concepção/desenho dessas mesmas políticas pela possibilidade de instituir um regime de sentidos sobre o que deve ser a ação turística. Em se tratando de Bom Jesus da Lapa, está em questão uma lógica de turismo mais afeita às demandas e lógicas que regulam e gerem os espaços turísticos sob a dinâmica mercantilizada, com a criação de marcas fruto de um marketing que instrumentaliza a paisagem cultural e turísticas das cidades mídias, como destacado ao longo de nossa análise.

Por essa razão, a perspectiva interdisciplinar que orientou a realização desta investigação, pode ser o caminho para ampliar a avaliação das Políticas Públicas, sob a ótica e na perspectiva comunicacional, que usamos para interpretar a trama de sentidos envolvendo a produção de uma cidade turística, baseada na produção de valor em torno de uma modalidade de turismo muito específica, o turismo religioso.

Considera-se importante também um estudo aprofundado do Plano Municipal de Turismo de Bom Jesus da Lapa, articulado a ação deliberativa do conselho municipal de turismo, para observar e problematizar estratégias, agendamento, atores com poder de agendamento e demandas mapeadas sobre o turismo local. Essa perspectiva contribui para compreender dimensões decisórias na interface com a imagem de cidade que se vende como proposta da política de turismo local.

Referências gerais da pesquisa

Brasil. Ministério do Turismo. Universidade de Brasília. **Cartilha de Plano Diretor Orientado ao Turismo**, Ministério do Turismo, Universidade de Brasília - 1ª edição, Curitiba : CRV, 2022.

BERMAN, M. (1986). **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da Modernidade. São Paulo: Companhia das Letras.

CARLOS, A. F. A.. **A cidade**. São Paulo: Contexto, 2015.

CARVALHO, R.; MARQUES, T. A evolução do conceito de paisagem cultural. **GOT - Revista de Geografia e Ordenamento Territorial**, n. 16, mar. 2019. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.17127/got/2019.16.004>>. Acesso em 07 set. 2020.

CASTRO, J. R.B de. Dimensões culturais e míticas do espaço urbano. In BRANDÃO, P. R. B. (org). **Cidades médias e pequenas**: reflexões sobre as dinâmicas espaciais contemporâneas. Curitiba: Editora Appris, 2019, p. 111-137.

_____. A questão cultural no espaço urbano de pequenas cidades na contemporaneidade: reflexões a partir de alguns conceitos. In DIAS, P. C; BRANDÃO, P. R. B. (orgs). **Cidades médias e pequenas**: dinâmicas espaciais, contradições e perspectivas na relação cidade-campo. Salvador: SEI, 2015, p. 33-49.

_____. **Natureza, significados e impactos das romarias do Bom Jesus da Lapa - BA**. 2004. 189f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

CLAVAL, P.. **A geografia cultural**. Florianópolis: Editora da USFC, 2007.

_____. A geografia cultural no Brasil. In: BARTHE-DELOISY, Francine; SERPA, Angelo (orgs.). **Visões do Brasil: Estudos Culturais em Geografia** [online]. Salvador: EdUFBA, Edições L'Harmattan, 2012, pp. 11-25. Acesso em: 07 set. 2020.

_____. O papel da nova Geografia Cultural na compreensão da ação humana. In: CORRÊA, R. L. e ROSENDHAL, Z. (Orgs.) **Matrizes da Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001. p. 35 - 86.

CORRÊA, R. L.. **Estudos sobre a rede urbana**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

DIAS, R. **Turismo Religioso**: ensaios e reflexões. Ed. Alínea, 2003.

ENDLICH, A. M. Entre as pequenas cidades concretas e as utópicas: reflexões sobre o devir In BRANDÃO, P. R. B. (org). **Cidades médias e pequenas**: reflexões sobre as dinâmicas espaciais contemporâneas. Curitiba: Editora Appris, 2019, p. 15-37.

FERRARA, L. D'Aléssio. As mediações da paisagem. **Líbero**, v. 15, n. 29, p. 43-50. Disponível em: <<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/295>>. Acesso em 08 set. 2020.

_____. Cidade: Meio, mídia e mediação. **Matrizes**, 39, n.2, abr., 2008.

_____. **Leitura sem palavras**. São Paulo: Ática, 1986.

_____. **Ver a cidade**. São Paulo: Nobel, 1988.

GUSHIKEN, Y; BRITO, Q. G; UETA, T. M. Popular culture, banal cosmopolitanisms and hospitality: Notes for a Brazilian soft power. In: CHITTY, Naren; JI, Li; RAWNSLEY, Gary D.; HAYDEN, Craig (eds.). **The Routledge Handbook of Soft Power**. New York: Routledge, 2017, pp. 239-248.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação e Realidade**, 22(2), jul-dez, 1997. KOOLHAS, Rem. **Três textos sobre a cidade**. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

LIMA, V. A. de. **Mídia: Teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

_____. **Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília: Fundação Perseu Abramo, 2011.

LIMA, M. A. G.; IRVING, M. A. ; OLIVEIRA, E. . Decodificando Narrativas de Políticas Públicas de Turismo no Brasil. **Revista brasileira de pesquisa em Turismo**, v. 16, 2022, p. e-2094-15.

MACCANNELL, D. Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. **The American Journal of Sociology**, n. 79, v. 3, p. 589-603, 1973

MINAYO, M. C. de S. (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

NAKAGAWA, R.M de O. Espaço e interdisciplinaridade: o conceito de espaço na obra de Milton Santos e suas interfaces com a Comunicação e a Semiótica. **Intertexto**, n.37, set/dez, 2016, p. 6-21.

OLIVEIRA, S. C. C. G.S.S de. **Romarias: um espaço de interação entre a tradição e a modernidade**. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2011.

_____. **Romaria do Bom Jesus da Lapa: reprodução social da família e identidade de gênero feminina**. 2014. 247f. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2014.

Petrocchi, M. **Planejamento e gestão do turismo**. São Paulo: Futura, 2002

RESTREPO, E. Estudios culturales en América Latina. **Revista Estudos Culturais**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2014.

ROSA, W. T. **As implicações sócio-espaciais das romarias no espaço urbano e regional de Milagres - BA**. 2007. 215f. (Dissertação – Mestrado em Geografia), Universidade Federal da Bahia, 2007.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

_____. SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova**. Da crítica da Geografia a uma Geografia Crítica. São Paulo: Edusp, 2002.

_____. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

_____. **Metamorfoses do espaço habitado**. 4 ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.

SANTOS, J. R. A. dos. **Turismo, romaria e inclusão social no Sul da Bahia**. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo). 2010. Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC, Ilhéus, Bahia, 2010.

SILVA, N. D. da. **Turismo em terra de romaria: a cidade baiana de Bom Jesus da Lapa**. Dissertação (Mestrado Profissional). 2016. 143 f. Universidade Estadual do Ceará - UECE, Fortaleza, Ceará, 2016.

SILVEIRA, M. L. Pensando o fenômeno urbano contemporâneo. In DIAS, P. C; BRANDÃO, P. R. B. (orgs). **Cidades médias e pequenas: dinâmicas espaciais, contradições e perspectivas na relação cidade-campo**. Salvador: SEI, 2015, p. 171-183.

STEIL, C. A.. **O sertão das romarias: um estudo antropológico sobre o santuário de Bom Jesus da Lapa-Bahia**. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. Romeiros e turistas no santuário de Bom Jesus da Lapa. **Horiz. antropol.** 9 (20) • Out 2003.

TRENTIN, F. **Políticas de Turismo no Brasil** - tomada de decisão e análise das estruturas de governança nos destinos turísticos de Armação dos Búzios e de Paraty, Estado do Rio de Janeiro, Brasil. 2014. 495f. Tese (Doutorado) - Universidade de Coimbra, 2014.

TUAN, Y-F. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. Londrina: Eduel, 2012.

_____. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: Difel, 1983.

VELASCO GONZÁLEZ, M. Gestión pública de turismo. La gobernanza In FERNANDÉZ, J.P; Sánchez, Y. (orgs). **Gestión Estratégica sostenible de destinos turísticos**. Sevilla: Universidade Internacional de Andalucía, 2013, p.469-519.

_____. La política turística - una arena de acción autónoma. **Cuadernos de Turismo**, 27, p.947-963.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura: Usos da cultura na era digital**. Trad. Marie-Anne Kremer. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2006.

Documentos

BAHIA. Secretaria de Estado de Turismo. Relatório da pesquisa de demanda turística Romaria de Bom Jesus da Lapa, 2023. Disponível em http://www.observatorio.turismo.ba.gov.br/wp-content/uploads/2023/12/Relat%C3%B3rio-final_Bom-Jesus-da-Lapa-2023.pdf. Acesso em 17 mar de 2024.

BOM JESUS DA LAPA. Plano Municipal de Turismo (2020-2024). Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa, 2020.

..... **Lei Municipal 277 de agosto de 2006** - dispõe sobre a criação do Conselho Municipal de Turismo e dá outras providências. Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa, 2006.

**Acervo fotográfico (produto 2) - Representações visuais da
Paisagem Cultural da Cidade de Bom Jesus da
Lapa**









do Bom Jesus
ia 2023



do Bom Jesus
ia 2023

PANHA DOS ROMEIROS

AÇÕES - INTENÇÕES DE MISSA - REGISTRO DE ROMARIA





























