



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO –
GADM

**MARKETING DE LUGARES, TURISMO CULTURAL E USO SOCIAL
DO ESPAÇO URBANO: Uma análise crítica do Pelourinho, em Salvador
(BA)**

KARINA DOS SANTOS SALDANHA

João Pessoa
Julho, 2026

KARINA DOS SANTOS SALDANHA

**MARKETING DE LUGARES, TURISMO CULTURAL E USO SOCIAL
DO ESPAÇO URBANO: Uma análise crítica do Pelourinho, em Salvador
(BA)**

Trabalho de curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Docente Orientadora: Fabiana Gama de Medeiros.

João Pessoa
Julho, 2026

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

Sal21m Saldanha, Karina dos Santos.

Marketing de lugares, turismo cultural e uso social do espaço urbano: uma análise crítica do Pelourinho, em Salvador (BA) / Karina dos Santos Saldanha. - João Pessoa, 2026.
60 f.

Orientação: Fabiana Gama de Medeiros.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Marketing de lugares. 2. Turismo cultural. 3. Centros históricos. 4. Desenvolvimento territorial. 5. Participação social. I. Medeiros, Fabiana Gama de. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658(043)

Folha de Aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Discente: Karina dos Santos Saldanha

Trabalho: MARKETING DE LUGARES, TURISMO CULTURAL E USO SOCIAL DO ESPAÇO URBANO: Uma análise crítica do Pelourinho, em Salvador (BA)

Área da pesquisa: Marketing

Data de aprovação: 30/07/2026

Documento assinado digitalmente
 **FABIANA GAMA DE MEDEIROS**
Data: 06/08/2026 22:06:26-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Fabiana Gama de Medeiros
Orientadora

Documento assinado digitalmente
 **DIANA LUCIA TEIXEIRA DE CARVALHO**
Data: 07/08/2026 11:33:18-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Diana Lúcia Teixeira de Carvalho
Avaliadora

Documento assinado digitalmente
 **PAULA LUCIANA BRUSCHI SANCHES SOUZA**
Data: 07/08/2026 09:03:12-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Paula Luciana Bruschi Sanches
Avaliadora

Dedico este trabalho a todas as mulheres que me construíram e fortaleceram, à minha comunidade e àqueles que nunca soltaram minha mão.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer, primeiramente, à Karina que não desistiu quando as coisas estavam difíceis, que persistiu, acreditou e se desafiou. Agradeço à grande mulher que venho me tornando, firme em seus posicionamentos e sensível quando é preciso. Obrigada por acreditar na gente.

Também quero agradecer à minha família, que sempre foi o motivo e a base para eu chegar até aqui. À minha mãe, que sempre foi meu suporte e minha inspiração enquanto mulher: aquela que corre atrás, que nunca deixa a peteca cair e que, como uma boa baiana, tem dendê nas veias e um sangue forte, que persiste em meio às adversidades. À minha irmã, que me ajudou inúmeras vezes, socorrendo-me quando eu precisava de apoio urgente para entregar um trabalho e caminhando sempre ao meu lado nesta vida. Ela sempre foi minha parceira e minha dupla. Este trabalho também pertence muito a essas duas mulheres, que estiveram comigo durante todo esse trajeto.

Não posso deixar de reconhecer o apoio do meu irmão, principalmente quando me mudei de estado e ele, praticamente, me deu uma casa. Essa casa foi a estrutura que me permitiu crescer profissionalmente, pessoalmente, como mulher, ser humano e estudante. Agradeço também às pessoas que considero minha outra família: algumas ligadas a mim pelo sangue e outras pelo afeto. Embora nem sempre compartilhem os mesmos laços familiares, a conexão e o cuidado são os mesmos. Todas elas contribuíram para que eu chegasse até aqui, e não poderia deixar de reconhecer isso.

Faço um agradecimento especial aos meus amigos de longa data, que nunca soltaram minha mão e estiveram comigo nos momentos felizes e também nos momentos de aflição. Agradeço especialmente ao meu amigo Álvaro Alcântara, pois, sempre que precisei desabafar, soube que poderia contar com ele. Em muitos dos momentos mais difíceis da vida acadêmica, foi ele quem me socorreu, sendo o apoio e o ombro amigo com o qual sempre pude contar. Obrigada, amigo. Agradeço à minha prima Natalia Oliveira, com quem compartilhei muito da saga acadêmica e que me ajudou de maneira extraordinária na construção deste trabalho. Ela foi responsável por me conectar à primeira pessoa que consegui entrevistar e me apoiou durante todo o restante da pesquisa. Leu textos, corrigiu, orientou e me ofereceu um suporte prático e emocional que não tenho como retribuir. Obrigada, Negona.

Agradeço também aos colegas e amigos que a UFPB me proporcionou conhecer, pois foram eles que estiveram comigo no cotidiano e viveram uma realidade semelhante à minha. Emanuele, que dádiva ter trilhado meu caminho ao lado do seu e construído uma proximidade tão grande. Mary, minha parceira do cotidiano, ensinou-me muito sobre como resistir à pressão e nunca baixar a cabeça. Karlene, com suas grandes histórias, fez-nos rir inúmeras vezes. Erika, com quem compartilhei muito da vida profissional, também foi minha parceira de ônibus, porque pegar a estrada todos os dias não é fácil.

Agradeço aos professores que contribuíram para meu aprendizado contínuo, desde aqueles que me acompanharam no início da trajetória até os que estiveram presentes nos momentos finais da graduação. Agradeço à minha orientadora, professora Fabiana, pelo suporte, pela orientação e pela confiança durante a construção deste trabalho. Agradeço também à professora Diana, que, durante sua disciplina optativa, fez-me abrir os olhos para o tema que se tornou o centro desta pesquisa. Minha gratidão às pessoas que aceitaram compartilhar suas vivências e percepções, tornando possível a construção dos achados apresentados neste estudo.

Por último, mas como o grande possibilitador de tudo, agradeço ao meu Deus, Jeová, que sempre esteve segurando minha mão, especialmente nas situações em que duvidei de mim. Foi nesses momentos que recorri ao seu poder, porque acredito em sua força e em sua presença na minha vida.

“Quem não é recôncavo e nem pode ser reconvexo.” (Veloso, 1989)

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar a aplicação do marketing de lugares no Pelourinho, em Salvador (BA), considerando seus impactos sobre o uso social do Centro Histórico, os processos de apropriação do espaço urbano e as percepções de moradores, trabalhadores e visitantes acerca da atividade turística. A pesquisa adotou abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, utilizando o estudo de caso como estratégia metodológica. A coleta de dados ocorreu por meio de 15 entrevistas semiestruturadas, realizadas entre 30 de maio e 9 de julho de 2026, cujos conteúdos foram examinados mediante a análise de conteúdo proposta por Bardin. Os resultados demonstraram que o Pelourinho é percebido simultaneamente como patrimônio cultural, espaço de memória, identidade e pertencimento, destino turístico e território marcado por disputas relacionadas ao uso, à ocupação e à distribuição dos benefícios decorrentes de sua valorização. O turismo cultural mostrou-se ambivalente: contribui para a preservação patrimonial, a visibilidade da cultura afro-brasileira, a circulação de pessoas e a geração de trabalho e renda, mas também pode fortalecer uma imagem orientada ao público externo, ampliar a dependência econômica, favorecer usos seletivos do espaço e afastar moradores e trabalhadores das decisões e das oportunidades de maior valor. Identificou-se, ainda, uma separação entre a participação local na prestação de serviços e o controle da propriedade, dos investimentos e das funções de planejamento e gestão. Os participantes apontaram como caminhos para um território mais inclusivo a ampliação da acessibilidade física e sensorial, da segurança e da manutenção permanentes, da participação social, das oportunidades econômicas locais e do apoio a projetos culturais, sociais e educativos. Conclui-se que o marketing de lugares pode contribuir para o desenvolvimento territorial do Pelourinho quando articulado a uma gestão democrática, integrada e comprometida com a justiça distributiva, a permanência dos sujeitos locais e o uso social do espaço.

Palavras-chave: Marketing de lugares; Turismo cultural; Centros históricos; Desenvolvimento territorial; Participação social.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Perfil dos entrevistados da pesquisa	18
Quadro 2 - Data, duração e quantidade de laudas das entrevistas	19
Quadro 3 - Blocos temáticos do roteiro de entrevistas	20

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Centros históricos, produção do espaço urbano e desigualdade	12
2.2 Turismo cultural, patrimonialização e gestão territorial	13
2.3 Marketing de lugares e desenvolvimento territorial em centros históricos	14
2.4 Percepção dos residentes, participação social e justiça distributiva	16
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	17
4 RESULTADOS	21
4.1 Relações com o Pelourinho: usos, trocas e experiências no território	22
4.2 Identidade, memória e pertencimento: significados construídos a partir das experiências no território	25
4.3 Turismo cultural e valorização patrimonial: o consumo turístico do Pelourinho	30
4.4 Marketing de lugares e transformações territoriais: contradições da valorização urbana	35
4.5 Participação social e distribuição dos benefícios da valorização territorial	41
4.6 Possibilidades para o equilíbrio entre valorização turística e uso social do território	49
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	57
APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA	60

1 INTRODUÇÃO

Os centros históricos brasileiros ocupam posição central na construção da memória urbana, da identidade cultural e das narrativas oficiais sobre a cidade. Reconhecidos como territórios de elevado valor simbólico e patrimonial, esses espaços passaram, ao longo do século XX, a integrar políticas públicas de preservação e de reabilitação urbana, articulando patrimônio, cultura e turismo como vetores de desenvolvimento.

Autores clássicos como Harvey (2005) e Santos (2008) fundamentam a compreensão do espaço urbano como produto social, dotado de valor simbólico e econômico. Maricato (2008), por sua vez, destaca como as políticas urbanas reorganizam usos e funções no território. Estudos contemporâneos ampliam essa compreensão ao evidenciar que, na prática, tais dinâmicas são mediadas pelos atores públicos e privados envolvidos na promoção e gestão desses espaços (MOSQUERA, 2024).

No contexto brasileiro, e especialmente nas cidades do Nordeste, os centros históricos foram progressivamente reconfigurados por processos de transformação urbana que alteraram seus padrões tradicionais de uso e ocupação e modificaram sua relação com a população residente. Nessa perspectiva, Mosquera (2023) demonstra que políticas de revitalização e valorização territorial têm favorecido atividades culturais, turísticas e institucionais, muitas vezes em detrimento da permanência residencial e do uso cotidiano.

A partir da reestruturação econômica e dos processos de globalização, a cidade passou a ser compreendida como um ativo estratégico, no qual o território se converte em elemento central da competitividade urbana. Harvey (2005) argumenta que, sob a lógica capitalista, o espaço urbano é produzido como mercadoria, orientado pela geração de valor econômico e simbólico. Essa base teórica encontra respaldo em pesquisas que mostram como tais processos se manifestam em contextos urbanos contemporâneos (MONTENEGRO, 2022).

Nesse cenário, o turismo cultural emerge como instrumento recorrente de revitalização urbana e desenvolvimento local. Embora frequentemente associado à preservação do patrimônio e à dinamização econômica, o turismo cultural também pode produzir efeitos contraditórios, especialmente quando orientado predominantemente por interesses mercadológicos, favorecendo processos de seletividade territorial e exclusão social (RAMOS, 2021).

O marketing de lugares insere-se nesse contexto como ferramenta estratégica de construção e difusão da imagem urbana. Conforme proposto por Kotler, Haider e Rein (1994), trata-se de um conjunto de estratégias voltadas à promoção de localidades para públicos específicos, como turistas, investidores e novos moradores. Abordagens posteriores ampliaram essa perspectiva ao demonstrar que a gestão da imagem de um lugar não se limita às ações promocionais, pois envolve as experiências cotidianas, os vínculos construídos no território e a qualidade de vida dos sujeitos que nele residem ou atuam. Nessa perspectiva, os residentes devem ser considerados públicos centrais das estratégias de marketing de lugares, e não apenas componentes da oferta territorial destinada a turistas e investidores (MEDEIROS; COSTA, 2015). Essa compreensão aproxima o marketing de lugares do campo da Administração ao evidenciar a necessidade de considerar as diferentes partes interessadas — ou stakeholders —, seus interesses e os efeitos sociais produzidos pelas estratégias de valorização territorial.

O Pelourinho, localizado no Centro Histórico de Salvador (BA), configura-se como um caso emblemático dessas dinâmicas. Reconhecido como Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO, o território concentra expressões fundamentais da cultura afro-brasileira, equipamentos culturais, estabelecimentos históricos e intensa atividade turística. Ao mesmo tempo, o território enfrenta tensões relacionadas à permanência

residencial, à reorganização de seus usos cotidianos e à distribuição dos benefícios produzidos pela valorização turística (MOSQUERA, 2023, 2024).

No caso do Pelourinho, tais desafios se tornam mais complexos por se tratar de um território profundamente marcado pela história da população negra, pela cultura afro-brasileira e por processos históricos de resistência cultural. Embora a valorização turística contribua para sua visibilidade nacional e internacional, ela pode enquadrar essa herança cultural em narrativas seletivas e estetizadas, voltadas ao consumo cultural, suscitando debates sobre mercantilização da cultura, apagamento de conflitos históricos e desigualdade no acesso aos bens culturais (RAMOS, 2021; SOUZA, 2023).

A escolha do Pelourinho como objeto de estudo também se relaciona à trajetória da autora, oriunda do Recôncavo Baiano, cuja aproximação com o Centro Histórico de Salvador ocorreu aos 17 anos. Essa experiência revela como determinados territórios, embora celebrados como símbolos da cidade, podem permanecer material ou simbolicamente distantes de parcelas da população. Essa dimensão contribuiu para direcionar a atenção da pesquisa às relações de acesso, pertencimento, participação e apropriação do espaço urbano.

Apesar dos avanços da literatura sobre turismo cultural, patrimonialização e transformações urbanas no Centro Histórico de Salvador, na literatura mobilizada nesta pesquisa observa-se uma menor articulação desses debates com o marketing de lugares compreendido como prática de gestão territorial. Em especial, permanece espaço para investigações que examinem, de maneira integrada, como as estratégias de promoção e valorização do território repercutem sobre seu uso social, sobre as formas de apropriação urbana e sobre a distribuição das oportunidades e do poder de decisão entre os diferentes sujeitos vinculados ao lugar. É nessa interseção entre marketing de lugares, gestão territorial e justiça distributiva que se situa a lacuna abordada por esta pesquisa.

Diante desse cenário, estabelece-se o seguinte problema de pesquisa: em que medida as estratégias de marketing de lugares aplicadas ao Pelourinho contribuem para um desenvolvimento territorial inclusivo ou reproduzem desigualdades socioespaciais no uso e na apropriação do espaço urbano?

Para responder a esse problema, o estudo tem como objetivo geral analisar a aplicação do marketing de lugares no Pelourinho, considerando suas repercussões sobre o uso social do Centro Histórico, os processos de apropriação do espaço urbano e as percepções de moradores, trabalhadores, agentes culturais e visitantes em relação à atividade turística.

Como desdobramento do objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) compreender as relações estabelecidas pelos participantes com o Pelourinho, considerando os vínculos, os usos sociais e os sentidos atribuídos ao território;
- b) analisar as percepções dos participantes sobre o turismo cultural, a valorização patrimonial e a imagem promovida do Pelourinho;
- c) identificar transformações e contradições relacionadas ao uso, à apropriação e à permanência dos diferentes sujeitos no Centro Histórico;
- d) examinar as formas de participação social, tomada de decisão e distribuição dos benefícios produzidos pela atividade turística;
- e) identificar caminhos apontados pelos participantes para uma gestão territorial mais inclusiva do Pelourinho.

No campo da Administração, a pesquisa contribui ao analisar o marketing de lugares para além de sua dimensão promocional, compreendendo-o como uma prática associada à gestão e à governança territorial, à articulação entre stakeholders e à distribuição dos resultados produzidos pela valorização turística. Ao considerar as percepções de diferentes sujeitos, o estudo amplia a avaliação dessas estratégias para além de indicadores como fluxo de visitantes, atração de investimentos e visibilidade do destino, incorporando dimensões

relacionadas à participação social, à tomada de decisão, à permanência dos sujeitos locais, à acessibilidade, à qualidade das oportunidades econômicas e à distribuição dos benefícios.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Centros históricos, produção do espaço urbano e desigualdade

O espaço urbano é produzido socialmente e expressa relações de poder, interesses econômicos e conflitos sociais historicamente constituídos (SANTOS, 2008). Os centros históricos, enquanto territórios dotados de elevado valor simbólico, cultural e econômico, integram de forma intensa essas dinâmicas, configurando-se como espaços privilegiados de disputa pelo uso, pela apropriação e pelo significado da cidade. Nessas áreas, a memória urbana e o patrimônio cultural tornam-se elementos centrais na produção de narrativas oficiais e estratégias de valorização territorial, frequentemente associadas a projetos de desenvolvimento urbano e turístico.

Nos debates sobre a reabilitação de centros históricos, a habitação é apontada como componente central das políticas públicas integradas, por contribuir para a permanência da população, para a sociabilidade e para a vitalidade desses territórios (BÓGUS; SOUSA, 2016). No contexto mais amplo das políticas urbanas brasileiras, Maricato (2008) destaca que determinadas intervenções podem favorecer uma reconfiguração seletiva do espaço, marcada pela substituição de funções residenciais e usos cotidianos por atividades vinculadas ao mercado imobiliário, ao turismo e aos serviços culturais. No Centro Histórico de Salvador, essa dinâmica se expressa na forte influência de agentes públicos e privados na condução das intervenções urbanas, frequentemente orientadas para a exploração econômica e simbólica do patrimônio (MOSQUERA, 2024).

A partir da perspectiva de Harvey (2005), essa dinâmica pode ser compreendida como expressão da lógica capitalista de produção do espaço, na qual a cidade se converte em mercadoria. Nesse processo, os centros históricos passam a ser valorizados não apenas por sua importância cultural, mas por seu potencial de gerar renda, visibilidade e valor simbólico, o que tende a favorecer grupos com maior poder econômico e político. No caso de Salvador, Mosquera (2023) demonstra que as políticas de valorização patrimonial contribuíram para a chamada “boutiquização” do espaço histórico, processo que reorganiza o território segundo lógicas comerciais e turísticas, deslocando usos sociais tradicionais e fragilizando a permanência residencial.

As transformações dos usos e das funções dos centros históricos não se restringem, contudo, à sua dimensão material, alcançando também o plano simbólico e cultural. Ramos (2021) evidencia que a apropriação turística do patrimônio da cultura afro-brasileira tende a operar por meio de recortes seletivos, que valorizam aspectos estéticos e performáticos, ao mesmo tempo que podem silenciar conflitos históricos, desigualdades raciais e disputas por reconhecimento. Em diálogo com essa discussão, Souza (2023) analisa como a cidade de Salvador é construída discursivamente por meio de narrativas literárias e estratégias de marketing urbano, nas quais determinados elementos culturais são selecionados e ressignificados para fins de promoção territorial. Esses processos contribuem para a construção de uma imagem urbana amplamente difundida, mas que nem sempre contempla a complexidade social e histórica vivenciada pelos grupos que habitam ou utilizam cotidianamente os centros históricos.

Dados do Censo Demográfico de 2022 evidenciam transformações no perfil de ocupação de áreas centrais urbanas, incluindo a redução da população residente e a presença de domicílios vagos em determinados territórios (IBGE, 2022). Esses dados sugerem que os processos de valorização urbana têm produzido transformações estruturais no perfil de

ocupação desses territórios, reforçando a necessidade de análises que articulem produção do espaço, desigualdade socioespacial e políticas públicas. No caso do Centro Histórico de Salvador, Rocha e Guimarães (2023) destacam que a consolidação de uma marca territorial voltada ao turismo e ao consumo cultural nem sempre se traduz em desenvolvimento sustentável ou em benefícios equitativos para a população local, aprofundando tensões entre valorização simbólica, uso social do espaço e justiça urbana.

Essas tensões evidenciam que a produção desigual do espaço histórico não decorre apenas das intervenções urbanas, mas também das formas pelas quais o patrimônio é mobilizado econômica e simbolicamente. Torna-se necessário, portanto, compreender o papel assumido pelo turismo cultural e pelas práticas de gestão territorial na valorização e na reorganização desses espaços.

2.2 Turismo cultural, patrimonialização e gestão territorial

É nesse contexto de disputas pelo uso, pela permanência e pela representação do espaço que o turismo cultural passa a ser mobilizado como estratégia de valorização e requalificação dos centros históricos. Ao articular preservação patrimonial, dinamização econômica e promoção territorial, essa atividade pode ampliar a visibilidade e os investimentos direcionados ao patrimônio. Seus resultados sociais, contudo, dependem das formas de planejamento, regulação, participação e articulação com as políticas urbanas e habitacionais (MOSQUERA, 2023, 2024; SCHERER; ALLEBRANDT, 2023).

Essa ambivalência assume contornos concretos no Centro Histórico de Salvador. Mosquera (2023, 2024) demonstra que os programas de revitalização incorporam o turismo à reorganização do território, produzindo efeitos sobre as funções residenciais e as práticas cotidianas da população local. No plano cultural, Ramos (2021) contribui para compreender como a inserção do patrimônio afro-brasileiro nas dinâmicas turísticas envolve processos de seleção e ressignificação de determinadas expressões culturais. Desse modo, a valorização turística não atua apenas sobre a materialidade do território, mas também sobre os sentidos, as representações e as formas de uso atribuídas ao patrimônio.

Panza, Valério Filho e Mendes (2025), ao analisarem as percepções de gestores públicos e privados sobre o planejamento e a gestão turística em Campos do Jordão (SP), ressaltam a importância da governança e da articulação entre diferentes agentes. Os resultados apresentados pelos autores evidenciam desafios relacionados à integração das ações e à coordenação entre os atores envolvidos na gestão do território turístico. Essa discussão oferece elementos para analisar o Pelourinho, onde a articulação entre turismo, preservação, habitação, cultura e gestão urbana constitui uma condição importante para que a valorização territorial produza benefícios sociais mais amplos.

A governança territorial, entretanto, não atua apenas sobre recursos, políticas e intervenções físicas. Ela também participa da definição das imagens e narrativas por meio das quais o território é apresentado aos diferentes públicos.

Montenegro (2022), ao analisar a cidade sob a ótica do *place branding*, discute como os atributos territoriais são selecionados e organizados para construir uma marca capaz de comunicar a localidade a públicos específicos. Esse processo pode favorecer representações simplificadas do território, sobretudo quando determinados elementos são priorizados em detrimento da diversidade de experiências e conflitos que compõem o espaço urbano. No caso de Salvador, Souza (2023) evidencia como a obra de Jorge Amado é mobilizada como recurso simbólico no marketing urbano, contribuindo para a construção de uma imagem culturalmente atrativa da cidade, mas que não necessariamente contempla a complexidade das experiências vividas pela população local. Enquanto o *place branding* enfatiza a construção e a

comunicação da imagem de uma localidade, o *place making* direciona a atenção para os processos pelos quais os sujeitos constroem, utilizam e atribuem sentidos ao lugar.

Nesse debate, o conceito de *place making* contribui para compreender a relação entre patrimônio, turismo e produção do espaço urbano. O termo refere-se ao processo de construção e ressignificação dos lugares a partir da interação entre sua dimensão física, os usos cotidianos, as práticas sociais, as identidades e os sentidos atribuídos ao território pelos diferentes sujeitos. Em áreas patrimoniais, essa perspectiva permite analisar como intervenções de preservação, turismo e gestão transformam não apenas a materialidade do espaço, mas também suas formas de apropriação, representação e uso social (REN; CHAO, 2022; REZAEI; GHADERI; GHANIPOUR, 2022).

Em Qazvin, no Irã, Rezaei, Ghaderi e Ghanipour (2022) analisam o processo de *place making* no complexo histórico de Sa'd al-Saltaneh Caravanserai, considerando as percepções de seus usuários e a relação entre valorização patrimonial, imagem do território e uso turístico. Na China, Ren e Chao (2022) discutem a relação entre *place making* e governança do patrimônio em áreas urbanas históricas, evidenciando a importância dos arranjos institucionais, dos agentes envolvidos e das decisões relacionadas à produção e à gestão desses espaços. Na Índia, Sengupta e Sen (2022) examinam a articulação entre *place making* e *place marketing* na requalificação de Chandni Chowk, destacando o planejamento do espaço e a participação dos diferentes agentes na valorização do centro histórico. Embora se refiram a contextos distintos do Pelourinho, esses estudos demonstram que a valorização de áreas patrimoniais não constitui um processo exclusivamente físico ou promocional, pois envolve decisões sobre governança, produção da imagem, usos do espaço e participação dos diferentes sujeitos vinculados ao território.

Por fim, ao articular turismo cultural, patrimonialização e gestão territorial, torna-se evidente que os impactos dessas estratégias ultrapassam a dimensão econômica. Scherer e Allebrandt (2023) demonstram que, em cidades patrimônio mundial, o desenvolvimento territorial só pode ser compreendido de forma adequada quando consideradas as percepções de moradores e visitantes, bem como princípios relacionados ao bem viver, à justiça social e ao uso social do espaço. Esses aportes contribuem para situar o caso do Pelourinho em um debate mais amplo, evidenciando que a valorização turística dos centros históricos demanda abordagens integradas, capazes de articular preservação patrimonial, inclusão social e direito à cidade. Essa articulação entre imagem projetada, experiência territorial, gestão e interesses dos diferentes agentes evidencia que o marketing de lugares ultrapassa a dimensão promocional e se insere nos processos de gestão territorial, influenciando os resultados produzidos para os sujeitos vinculados ao lugar.

2.3 Marketing de lugares e desenvolvimento territorial em centros históricos

A partir da articulação entre turismo, patrimônio, imagem e gestão territorial apresentada na seção anterior, o marketing de lugares pode ser compreendido como um conjunto de estratégias voltadas à construção, à comunicação e à valorização de uma localidade perante diferentes públicos (KOTLER; HAIDER; REIN, 1994). Em centros históricos, essas estratégias também se relacionam às políticas de requalificação urbana, preservação patrimonial e posicionamento territorial, conectando a promoção do lugar às decisões sobre seus usos, sua imagem e suas possibilidades de desenvolvimento (ROCHA; GUIMARÃES, 2023).

Uma abordagem crítica do marketing de lugares, entretanto, exige compreendê-lo para além de uma prática técnica ou meramente promocional. Conforme argumenta Costa (2015), o marketing deve ser entendido como uma atividade social, uma vez que participa da produção de significados, valores e relações sociais. Nessa perspectiva, o marketing de

lugares não apenas comunica atributos urbanos, mas também interfere na forma como o espaço é simbolicamente construído, apropriado e hierarquizado por diferentes grupos sociais. Essa compreensão aproxima o marketing de lugares do campo da Administração ao evidenciar a necessidade de considerar as diferentes partes interessadas, ou stakeholders, seus interesses e os efeitos sociais produzidos pelas estratégias de valorização territorial.

Essa ampliação da perspectiva do marketing de lugares também é desenvolvida por Medeiros e Costa (2015), ao direcionarem a análise para os sujeitos que residem e constroem vínculos com o território. Os autores argumentam que as estratégias direcionadas aos lugares não devem considerar apenas sua atratividade para turistas, investidores ou novos moradores, mas também a satisfação, o apego e a qualidade de vida daqueles que já vivenciam esses espaços. Os residentes deixam, assim, de ser percebidos apenas como componentes da oferta territorial e passam a ocupar uma posição central na avaliação das práticas de marketing de lugares.

Nos centros históricos, a construção da imagem territorial ocorre por meio da seleção e da valorização de atributos culturais e patrimoniais considerados capazes de diferenciar e posicionar o lugar. Embora esse processo possa ampliar a visibilidade do patrimônio, também pode favorecer representações simplificadas quando determinados elementos são priorizados em detrimento da diversidade de experiências e conflitos existentes no território. Montenegro (2022), ao analisar a cidade sob a ótica do place branding, demonstra como a organização dos atributos territoriais em torno de uma marca influencia a forma como a localidade é apresentada e comunicada aos diferentes públicos.

No Centro Histórico de Salvador, Mosquera (2023) demonstra que as políticas de valorização patrimonial estiveram associadas à reorganização dos usos do espaço, priorizando atividades comerciais e turísticas e produzindo tensões relacionadas à permanência residencial e às práticas sociais cotidianas. Esse processo, denominado pelo autor de “boutiquização”, corresponde à transformação seletiva do território por meio da ampliação de empreendimentos e usos orientados ao consumo turístico e cultural. Nesse contexto, a imagem promovida do território não pode ser analisada separadamente das intervenções, dos interesses e das decisões que orientam sua gestão, nem dos efeitos produzidos sobre o uso social do espaço urbano.

As experiências em áreas patrimoniais apresentadas na seção anterior também evidenciam que a valorização territorial envolve não apenas a promoção de uma imagem, mas decisões relacionadas à governança, aos usos do espaço e à participação dos sujeitos vinculados ao lugar. Sob a perspectiva do marketing de lugares, esses elementos demonstram que a atratividade territorial não pode ser analisada separadamente das experiências e dos resultados produzidos para os diferentes públicos. Desse modo, a valorização de um centro histórico envolve tanto aquilo que é comunicado externamente quanto as condições concretas de acesso, permanência, reconhecimento e participação oferecidas aos sujeitos que vivenciam o território.

Essa compreensão pode ser ampliada pela perspectiva sistêmica proposta por Medeiros e Costa (2019). Para os autores, o turismo constitui um sistema agregado de marketing formado pelas interações entre turistas, empresas, trabalhadores, residentes, órgãos públicos, associações e outras instituições envolvidas na produção e na gestão da atividade turística. Essa abordagem permite analisar não apenas a relação entre o destino e o visitante, mas também a circulação dos recursos, os processos decisórios e os resultados produzidos para os diferentes agentes. Assim, o marketing de lugares pode ser compreendido como uma dimensão da gestão territorial, pois envolve a articulação de interesses, a construção da imagem, o planejamento das experiências oferecidas e a avaliação dos efeitos produzidos sobre os sujeitos vinculados ao lugar.

Nesse contexto, as estratégias de marketing de lugares não podem ser avaliadas somente a partir de seus objetivos promocionais ou de seus resultados econômicos. Também é necessário considerar os efeitos produzidos sobre o uso social do espaço, as condições de permanência, os vínculos construídos com o território e as relações estabelecidas entre os diferentes agentes. A ampliação da visibilidade turística ou a atração de investimentos não representa, de forma isolada, um resultado territorialmente inclusivo, especialmente quando determinados grupos possuem maior capacidade de influenciar as decisões e de se apropriar dos benefícios gerados.

Diante desse cenário, a análise do marketing de lugares precisa incorporar as percepções e as experiências dos sujeitos que habitam, trabalham e constroem cotidianamente o Centro Histórico. Considerar esses diferentes públicos permite compreender como as estratégias de valorização territorial repercutem sobre a vida cotidiana, o apego ao lugar, as possibilidades de permanência e as formas de participação na gestão e nos benefícios produzidos pelo turismo (MEDEIROS; COSTA, 2015; SCHERER; ALLEBRANDT, 2023).

Essa perspectiva conduz à discussão sobre a participação dos sujeitos locais, a distribuição dos benefícios e o poder de decisão nas estratégias de valorização territorial, dimensões fundamentais para avaliar o caráter inclusivo dessas práticas.

2.4 Percepção dos residentes, participação social e justiça distributiva

A percepção dos residentes constitui um eixo analítico central para a compreensão crítica das estratégias de turismo e valorização patrimonial em centros históricos (MEDEIROS; COSTA, 2015; SCHERER; ALLEBRANDT, 2023). A análise dessas percepções permite compreender como as transformações territoriais são vivenciadas no cotidiano, tornando visíveis assimetrias de poder, conflitos de uso e disputas simbólicas que atravessam o espaço urbano. Nesse sentido, Dazzi e Santos (2026) e Panza, Valério Filho e Mendes (2025) oferecem elementos para compreender não apenas os efeitos materiais das políticas de requalificação, mas também seus impactos sociais e territoriais, especialmente em áreas patrimonializadas submetidas à intensificação do turismo.

No caso do Centro Histórico de Salvador, Rocha e Guimarães (2023) evidenciam que os moradores constroem uma relação ambivalente com a atividade turística, pois, embora reconheçam seu valor cultural e econômico, percebem uma distância persistente entre os discursos institucionais de desenvolvimento e os benefícios efetivamente experimentados no território. Essa assimetria manifesta-se na reconfiguração dos usos do espaço urbano, na percepção de distribuição desigual dos benefícios produzidos pela atividade turística e na priorização de práticas voltadas ao consumo do visitante, dinâmica observada também em outros centros históricos brasileiros (DAZZI; SANTOS, 2026).

As percepções dos residentes estão diretamente relacionadas às formas de tomada de decisão sobre o território. Panza, Valério Filho e Mendes (2025), ao discutirem a governança turística, evidenciam limitações na articulação entre os diferentes agentes e na incorporação das demandas locais aos processos de planejamento, o que pode reforçar a posição secundária dos moradores nas transformações que afetam seu cotidiano. Essa dinâmica evidencia a assimetria entre interesses institucionais e mercadológicos e as demandas da população local, particularmente em áreas patrimonializadas.

A discussão feita por Costa (2015) permite aprofundar esse debate a partir da noção de justiça distributiva. O autor destaca que a análise das práticas de marketing deve considerar de que forma os benefícios e ônus são distribuídos socialmente. Essa perspectiva é aprofundada por Medeiros e Costa (2020), que propõem avaliar como os benefícios, os custos, as responsabilidades e o poder de decisão são distribuídos entre os diferentes *stakeholders* do sistema turístico.

No Pelourinho, Mosquera (2023, 2024) aponta que as estratégias de valorização patrimonial produziram uma reorganização seletiva do território, favorecendo atividades comerciais e turísticas em detrimento da permanência residencial. Esse processo pode produzir formas de deslocamento simbólico, nas quais o território permanece formalmente acessível, mas se torna progressivamente menos vinculado aos usos cotidianos e às necessidades da população local.

Essa preocupação com a participação dos sujeitos locais também aparece nas experiências analisadas por Rezaei, Ghaderi e Ghanipour (2022), Ren e Chao (2022) e Sengupta e Sen (2022). Em contextos distintos, esses trabalhos relacionam a valorização de áreas patrimoniais às percepções dos usuários, à governança e à participação dos diferentes agentes envolvidos. Essas contribuições reforçam que a preservação e a promoção turística não devem ser avaliadas somente por seus resultados físicos ou econômicos, mas também pela forma como incorporam os sujeitos vinculados ao território.

Dessa forma, a percepção dos residentes deve ser compreendida como categoria analítica central para a avaliação da legitimidade social das políticas de turismo e valorização patrimonial. A incorporação efetiva da participação social e de princípios de justiça distributiva constitui uma condição importante para que a valorização dos centros históricos não se traduza em processos de exclusão, mas em práticas capazes de articular preservação patrimonial, uso social do espaço e direito à cidade (MEDEIROS; COSTA, 2020; PANZA; VALÉRIO FILHO; MENDES, 2025).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa possui abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, adotando como estratégia metodológica o estudo de caso, tendo como objeto de análise o bairro do Pelourinho, localizado no Centro Histórico de Salvador (BA). A opção pela abordagem qualitativa justifica-se pela necessidade de compreender percepções, experiências e significados atribuídos ao território por diferentes atores sociais, especialmente no contexto do turismo cultural, da valorização patrimonial e das estratégias de marketing de lugares.

O estudo de caso mostrou-se adequado por possibilitar a investigação aprofundada de uma realidade urbana específica, considerando suas dimensões históricas, sociais, culturais e simbólicas, bem como as dinâmicas contemporâneas relacionadas ao uso do espaço urbano e à atividade turística.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, conduzidas a partir de um roteiro elaborado com base nos objetivos da pesquisa e no referencial teórico adotado. O roteiro foi composto por perguntas abertas, organizadas em eixos temáticos, permitindo que os participantes expressassem livremente suas percepções, experiências e interpretações sobre o Pelourinho e suas transformações.

Os sujeitos da pesquisa foram selecionados de modo a contemplar diferentes perspectivas sobre o território, envolvendo moradores do bairro, trabalhadores e agentes culturais atuantes no local, bem como visitantes que frequentaram o Pelourinho em períodos recentes.

A seleção dos participantes ocorreu a partir de contatos diretos da pesquisadora, utilizando redes pessoais e profissionais, além de indicações realizadas pelos próprios entrevistados, caracterizando uma estratégia de seleção por conveniência associada ao método de bola de neve. Os convites foram realizados majoritariamente por meio do aplicativo WhatsApp, e as entrevistas foram agendadas conforme a disponibilidade dos participantes. Embora a origem baiana não tenha sido estabelecida como critério de seleção, a composição final do grupo apresentou predominância de participantes baianos ou com vínculos duradouros com a Bahia. Essa característica permitiu compreender o Pelourinho para além de

uma experiência turística pontual, favorecendo o acesso a dimensões relacionadas à memória, à identidade e ao pertencimento.

As entrevistas foram realizadas entre 30 de maio e 9 de julho de 2026. No total, foram conduzidas 15 entrevistas. Após a transcrição e a leitura do material, observou-se recorrência dos principais temas entre os participantes e redução do surgimento de novos elementos nas entrevistas finais, indicando suficiência do corpus para o alcance dos objetivos propostos. A análise desse processo considerou o princípio da saturação temática, associado à repetição dos conteúdos e à diminuição da contribuição de novos dados para as categorias investigadas (FONTANELLA; RICAS; TURATO, 2008).

Para preservar a identidade dos participantes, foram atribuídos pseudônimos utilizados ao longo da apresentação e da análise dos resultados. O Quadro 1 apresenta o perfil dos entrevistados, considerando o vínculo com o Pelourinho, a idade, a ocupação principal, a escolaridade e o local de residência.

Quadro 1 - Perfil dos entrevistados da pesquisa

Pseudônimo	Vínculo com o Pelourinho	Idade	Ocupação principal	Escolaridade	Local de residência
Pelô	Trabalhadora e visitante	20	Estudante e mediadora cultural	Ensino superior em andamento	Salvador (BA)
Human	Trabalhadora e visitante	23	Estudante e estagiária	Ensino superior em andamento	Salvador (BA)
Santoamarense	Visitante	26	Gestor cultural	Ensino superior em andamento	Santo Amaro (BA)
Reconvexo	Visitante e agente cultural	52	Professora	Doutorado completo	Santo Amaro (BA)
Cachoeirano	Visitante	26	Realizador audiovisual e pesquisador	Ensino superior em andamento	São Félix (BA)
Teatral	Trabalhadora e agente cultural	27	Assessora técnica e gestora pública	Ensino superior em andamento	Salvador (BA)
Movimento	Trabalhadora	26	Professora e estudante	Ensino superior em andamento	Salvador (BA)
Cartagena	Visitante	39	Professora e pesquisadora	Doutorado completo	Salvador (BA)
Sulbaiano	Visitante	27	Servidor público	Ensino superior completo	Itabuna (BA)
Letrando	Visitante	24	Professora estagiária	Ensino superior em andamento	Salvador (BA)
Trancista	Visitante	25	Auxiliar administrativa	Ensino superior em andamento	Feira de Santana (BA)

Sapateiro	Morador	22	Professor	Ensino superior em andamento	Salvador (BA)
Refine	Visitante	50	Professora	Mestrado completo	Lauro de Freitas (BA)
Carmo	Moradora	22	Professora	Ensino superior completo	Salvador (BA)
Beinha	Visitante	68	Professora	Mestrado completo	Salvador (BA)

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2026).

Embora tenha sido buscada a diversidade de perspectivas por meio da inclusão de moradores, trabalhadores, agentes culturais e visitantes, a seleção por conveniência e pelo método de bola de neve apresenta limitações. Por se tratar de uma amostragem não probabilística, os resultados não podem ser generalizados para todos os sujeitos vinculados ao Pelourinho. Além disso, o perfil do grupo pode refletir maior presença de pessoas inseridas nas redes de contato acessadas pela pesquisadora, disponíveis para participar das entrevistas e com acesso aos recursos digitais utilizados. Dessa forma, os achados devem ser compreendidos a partir das experiências dos participantes entrevistados, sem pretensão de representar integralmente a diversidade de percepções existentes sobre o território.

As entrevistas foram conduzidas predominantemente de forma remota, por meio da plataforma Microsoft Teams, ferramenta utilizada tanto para a gravação quanto para a geração da transcrição inicial dos relatos, posteriormente revisada pela pesquisadora. Todas as entrevistas foram gravadas mediante consentimento prévio dos participantes, assegurando-se o anonimato e o uso das informações exclusivamente para fins acadêmicos. As transcrições foram realizadas de forma integral, preservando o conteúdo dos discursos.

Quadro 2 - Data, duração e quantidade de laudas das entrevistas

Pseudônimo	Data	Duração	Quantidade de laudas
Pelô	30 de maio de 2026	47 minutos	26
Human	6 de junho de 2026	30 minutos	19
Santoamarense	7 de junho de 2026	20 minutos	10
Reconvexo	8 de junho de 2026	60 minutos	29
Cachoeirano	9 de junho de 2026	36 minutos	16
Teatral	10 de junho de 2026	31 minutos	16
Movimento	10 de junho de 2026	26 minutos	11
Cartagena	11 de junho de 2026	21 minutos	10
Sulbaiano	13 de junho de 2026	33 minutos	17
Letrando	14 de junho de 2026	16 minutos	9

Trancista	14 de junho de 2026	19 minutos	11
Sapateiro	17 de junho de 2026	30 minutos	12
Refine	22 de junho de 2026	21 minutos	12
Carmo	26 de junho de 2026	12 minutos	8
Beinha	9 de julho de 2026	40 minutos	16

Fonte: Elaboração própria (2026).

O roteiro de entrevistas foi estruturado em blocos temáticos. Inicialmente, incluiu-se um conjunto de perguntas voltadas à caracterização do perfil dos entrevistados, contemplando aspectos como vínculo com o território, idade, ocupação, escolaridade e local de moradia. Em seguida, as questões abordaram temas relacionados ao uso social do espaço urbano, à atividade turística, aos processos de valorização patrimonial, à gestão territorial, à participação social e à percepção sobre os impactos do turismo no cotidiano do Pelourinho. As perguntas foram adaptadas conforme o perfil dos entrevistados, garantindo comparabilidade entre os diferentes grupos analisados.

Quadro 3 - Blocos temáticos do roteiro de entrevistas

Bloco temático	Objetivo	Referências
Caracterização do participante	Identificar o vínculo do participante com o Pelourinho, sua idade, ocupação, escolaridade e local de residência, permitindo contextualizar as diferentes posições e experiências apresentadas nas entrevistas.	Não se aplica
Uso social do espaço e cotidiano no Pelourinho	Compreender as formas de utilização do território, os motivos de frequência, as atividades desenvolvidas e as experiências construídas pelos participantes no Pelourinho.	Santos (2008); Harvey (2005); Maricato (2008)
Turismo cultural e patrimonialização	Analisar as percepções sobre a contribuição do turismo para a preservação patrimonial, a visibilidade cultural, a movimentação econômica e a utilização do Centro Histórico.	Kotler, Haider e Rein (1994); Medeiros e Costa (2019); Ramos (2021); Montenegro (2022); Mosquera (2023)
Gestão territorial e transformações urbanas	Compreender as mudanças observadas no Pelourinho e seus impactos sobre a moradia, o trabalho, a circulação, a segurança, a infraestrutura e os diferentes usos do território.	Harvey (2005); Maricato (2008); Mosquera (2023; 2024)

Marketing de lugares e imagem do Pelourinho	Compreender como os entrevistados percebem a imagem do Pelourinho divulgada para o público externo, analisando sua correspondência com a realidade vivenciada no território, os públicos priorizados e os aspectos sociais, históricos e cotidianos que permanecem pouco representados ou são omitidos nessa divulgação.	Kotler, Haider e Rein (1994); Medeiros e Costa (2015); Montenegro (2022); Souza (2023); Rocha e Guimarães (2023)
Participação social e justiça distributiva	Investigar de que forma moradores, trabalhadores, agentes culturais e demais atores participam das decisões e se beneficiam das oportunidades econômicas produzidas pelo turismo e pela valorização territorial, identificando também barreiras de acesso e permanência no Pelourinho e propostas relacionadas à acessibilidade, à segurança, à inclusão econômica e ao fortalecimento cultural.	Costa (2015); Medeiros e Costa (2020); Scherer e Allebrandt (2023); Panza, Valério Filho e Mendes (2025)
Identidade, memória e pertencimento	Identificar os significados afetivos, culturais, históricos e simbólicos atribuídos ao Pelourinho, bem como sua influência na construção do sentimento de pertencimento e da identidade territorial.	Souza (2023); Scherer e Allebrandt (2023); Rocha e Guimarães (2023)

Fonte: Elaboração própria com base no roteiro de entrevistas e no referencial teórico da pesquisa (2026).

Para a análise dos dados, foi adotado o método de análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (2011), estruturado nas etapas de pré-análise, exploração do material e tratamento e interpretação dos resultados. O conteúdo das entrevistas foi organizado em categorias analíticas construídas a partir dos eixos teóricos da pesquisa e dos temas recorrentes identificados nos discursos, possibilitando uma interpretação crítica das percepções e experiências dos diferentes sujeitos em relação ao território estudado.

4 RESULTADOS

A análise das entrevistas semiestruturadas permitiu compreender diferentes percepções sobre o Pelourinho, considerando as experiências de moradores, trabalhadores e visitantes que mantêm distintos níveis de relação com o território. Ao todo, foram realizadas 15 entrevistas com participantes de diferentes faixas etárias, formações acadêmicas e trajetórias

profissionais, o que possibilitou reunir percepções diversificadas sobre o uso social do espaço urbano, o turismo cultural e as transformações observadas no Centro Histórico de Salvador.

Com base nas recorrências, convergências, divergências e elementos significativos identificados nos relatos, os resultados foram organizados em categorias relacionadas às formas de relação com o território, à construção da identidade, da memória e do pertencimento, à atividade turística, às transformações urbanas, à participação social e à distribuição dos benefícios produzidos pela valorização territorial.

De modo geral, os participantes reconheceram a relevância histórica, cultural e simbólica do Pelourinho para Salvador. O território foi associado à memória coletiva, à cultura afro-brasileira, à produção artística e às experiências de convivência social. Ao mesmo tempo, os relatos revelaram preocupações relacionadas à segurança, à infraestrutura, à acessibilidade, à participação dos moradores nas decisões e aos efeitos dos processos de valorização turística e urbana. Assim, o Pelourinho é percebido simultaneamente como patrimônio cultural, espaço de pertencimento, destino turístico e território marcado por disputas relacionadas ao uso, à ocupação e à distribuição dos benefícios decorrentes de sua valorização.

4.1 Relações com o Pelourinho: usos, trocas e experiências no território

Discutir um lugar implica conhecer sua história, os sujeitos que o constituem e as formas pelas quais ele se conecta às experiências individuais e coletivas. Nessa perspectiva, o marketing de lugares não se restringe à promoção de uma imagem territorial, pois envolve também as narrativas construídas sobre o espaço, os sentidos que ele mobiliza e as identidades que contribui para formar e preservar. Essa concepção aproxima-se de Costa (2015), que considera o marketing uma atividade social que não se limita à divulgação de atributos ou à atração de consumidores, mas participa da produção de significados, valores e relações. Aplicada ao território, essa perspectiva permite reconhecer que o marketing de lugares também interfere na maneira como os espaços são percebidos, apropriados e vivenciados pelos diferentes sujeitos. Antes de discutir as percepções dos entrevistados sobre turismo, patrimônio e desenvolvimento territorial, torna-se, portanto, importante analisar como os participantes da pesquisa se relacionam com o Pelourinho e quais significados atribuem a esse espaço.

As entrevistas evidenciaram que os vínculos estabelecidos com o território ultrapassam a condição formal de morador, trabalhador ou visitante, abrangendo experiências de moradia, trabalho, formação educacional, atuação cultural, participação em atividades artísticas, convivência cotidiana e construção de memórias. Desse modo, o Pelourinho não aparece apenas como cenário no qual determinadas práticas acontecem, mas como parte constitutiva das trajetórias pessoais e profissionais dos participantes.

Essa relação afetiva, formativa e profissional pode ser observada no depoimento de Movimento, que associa o Pelourinho à sua formação artística, ao trabalho e às experiências de convivência construídas ao longo do tempo. Para a entrevistada, a Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB) e seu entorno assumem o significado de uma extensão de sua própria casa:

Tem um lugar de memória afetiva muito forte para mim. O Pelourinho é uma casa, principalmente a FUNCEB, porque é um lugar que é praticamente uma casa. Quando você é estudante, tem aula o dia todo, então passa longos períodos lá, e o 'after' é sempre também pelo entorno do Pelourinho. Essa relação, sendo professora à noite, possibilitou que eu ocupasse mais o Pelourinho, porque qualquer programação que eu tenha antes de dar aula, eu fico ali pelo entorno, em um dos largos ou em algum restaurante, até dar o horário da aula. Também tenho tido, nos

últimos anos, a experiência de trabalhar em um dos largos do Pelourinho, dando aula e fazendo shows com bandas, que são abertos e gratuitos ao público (Movimento).

A utilização da expressão “casa” demonstra que sua relação com o território está associada à familiaridade, à permanência e ao reconhecimento do espaço como parte de sua rotina. Sua experiência como estudante, professora e artista amplia as formas de ocupação do Pelourinho, que passa a ser vivenciado simultaneamente como espaço de aprendizagem, trabalho, sociabilidade e produção cultural. Além disso, a realização de aulas e apresentações gratuitas nos largos evidencia uma forma de apropriação que contribui para a circulação da cultura e para a manutenção do caráter público do território.

Entre os entrevistados, também foram identificadas relações construídas a partir da moradia e da convivência cotidiana com o Centro Histórico. Sapateiro, por exemplo, destacou que sua experiência com o Pelourinho não está associada prioritariamente à atividade turística, mas às necessidades e práticas comuns de quem cresceu e vive nas proximidades da região:

Eu não costumo frequentar por uma perspectiva turística. Normalmente, eu subo para pegar um ônibus ali na Praça da Sé, que vai pela Carlos Gomes, ou então para visitar algum sebo ou alguma instituição pública (Sapateiro).

O relato de Sapateiro apresenta um Pelourinho distinto daquele frequentemente promovido nas narrativas turísticas. Em seu cotidiano, o território aparece como espaço de passagem, acesso ao transporte público, utilização de serviços e visita a estabelecimentos culturais. Sua fala permite compreender que o uso social do Pelourinho não se limita à contemplação do patrimônio ou ao consumo de experiências turísticas, envolvendo também deslocamentos, necessidades práticas e atividades que integram a vida cotidiana dos moradores da cidade.

A experiência relatada também reforça a importância das percepções locais para a análise dos territórios patrimonializados. Conforme discutem Dazzi e Santos (2026) e Panza, Valério Filho e Mendes (2025), as vivências cotidianas permitem identificar dimensões das transformações urbanas que ultrapassam a materialidade do patrimônio ou os resultados da atividade turística. No caso de Sapateiro, o uso do Pelourinho para deslocamento, acesso a serviços e práticas habituais evidencia que o território possui uma função social que não pode ser reduzida à experiência oferecida aos visitantes.

Outros participantes apresentaram vínculos diretamente relacionados à formação profissional, à educação e à cultura. Reconvexo relatou utilizar o Pelourinho como espaço educativo, promovendo visitas com estudantes e desenvolvendo atividades voltadas à ampliação da formação cultural. Para ela, o processo de aprendizagem não se encerra nos limites físicos da sala de aula:

Eu tenho uma atividade que classifico como ativismo sociocultural. Sou uma ativista sociocultural no sentido de entender que o espaço de formação sempre estará para além da sala de aula. Então, agrego outras ações e atividades à minha prática docente. Entre essas atividades, estão as visitas ao Pelourinho. Tenho uma prática recorrente de levar as turmas para visitas mediadas, seja a museus ou igrejas. Na última vez, fomos visitar uma igreja e um museu no Santo Antônio Além do Carmo. Um casal de estudantes participava de grupos católicos e pôde explicar aos colegas e a mim, que não tenho essa cultura da religião católica, vários elementos relacionados à iconografia e aos paramentos religiosos. Foi um processo de aprendizado muito interessante. O Pelourinho é isso (Reconvexo).

A experiência relatada por Reconvexo demonstra que o território pode funcionar como um espaço formativo aberto, no qual conhecimentos históricos, religiosos e culturais são construídos por meio da interação entre diferentes experiências. A visita mediada não se

configura apenas como observação do patrimônio, mas como oportunidade de troca, participação e reconhecimento dos saberes dos próprios estudantes. Quando a entrevistada afirma que “o Pelourinho é isso”, atribui ao território um significado relacionado à aprendizagem compartilhada e à possibilidade de produzir conhecimento para além das estruturas tradicionais de ensino.

De maneira semelhante, Pelô descreveu uma relação iniciada ainda na infância, influenciada pelo trabalho de sua mãe na região e posteriormente fortalecida por sua atuação como mediadora cultural:

Minha relação com o Pelourinho começou muito cedo, porque minha mãe, desde que eu me entendo por gente, trabalha ali na região do Pelourinho, no Centro Histórico. Nos dias em que não tinha com quem me deixar ou quando ela tinha algo para resolver, eu ia para o trabalho dela. Cresci vendo o Olodum, o Tambores e Cores e outras bandas que representam o Pelourinho, além de vários cantores que saíram de lá. Essa experiência de conviver com um lugar tão histórico foi essencial para a pessoa, a estudante e a profissional que sou hoje. Talvez, se eu não tivesse tido essa experiência tão viva com esse local, eu não estivesse trabalhando lá (Pelô).

O relato de Pelô evidencia que a relação com o território pode ser construída por meio de um processo de socialização iniciado no ambiente familiar. A presença da mãe no Centro Histórico possibilitou à entrevistada um contato precoce e continuado com manifestações culturais afro-baianas, fazendo com que esses elementos fossem incorporados ao seu repertório e à forma como passou a compreender o Pelourinho. Sua atuação posterior como mediadora cultural pode ser interpretada como um desdobramento desse vínculo: ao trabalhar com a história e a cultura do território, Pelô não apenas transforma uma experiência da infância em trajetória profissional, mas também participa da preservação e da transmissão dos significados culturais que contribuíram para sua própria formação.

Essa trajetória demonstra que os significados atribuídos ao território também são produzidos pelas experiências e relações desenvolvidas ao longo do tempo. Nessa perspectiva, Costa (2015) permite observar que a imagem de um lugar não é formada apenas pelas mensagens institucionais dirigidas ao público, mas também pelas vivências, memórias e referências compartilhadas por aqueles que o frequentam. Nesse sentido, a relação de Pelô com o Pelourinho contribui para a construção de uma percepção territorial formada a partir da experiência cotidiana e da identificação com a cultura local.

Os relatos de Movimento e Pelô também evidenciam a importância das manifestações artísticas e da identidade afro-brasileira na construção dos sentidos atribuídos ao Pelourinho. Grupos culturais, bandas, apresentações, espaços formativos e paisagens urbanas integram as lembranças das entrevistadas e influenciam a maneira como elas percebem o valor do território. Ao refletir sobre essa riqueza cultural, Movimento reconhece que o contato com pessoas de outros lugares também contribuiu para que ela redimensionasse sua percepção sobre a cultura local:

É um lugar de muita cultura. Conhecendo pessoas de outros lugares, que compartilham suas realidades, e tendo também a experiência de conhecer outro país, pude entender como aquilo que temos é muito valioso. Por isso, as pessoas de fora valorizam tanto, enquanto nós, às vezes, não conseguimos reconhecer o valor da nossa cultura. Salvador é uma cidade musical, artística e de natureza. A FUNCEB é uma casa para mim. Estou lá praticamente todos os dias, de manhã, de tarde e de noite. Já existe uma rotina ali. Quando preciso respirar, posso ir à Cruz Caída, ver aquela paisagem e ficar ali. Também posso fazer um passeio cultural. Posso viver um leque de experiências. É realmente uma casa, um lugar de muito conforto (Movimento).

A fala demonstra que o valor atribuído ao Pelourinho não está relacionado somente aos bens materiais ou às edificações históricas. Ele também é produzido pelas práticas sociais,

pelas relações estabelecidas entre as pessoas, pelas manifestações artísticas e pelas experiências cotidianas proporcionadas pelo território. Locais como a FUNCEB, os largos, restaurantes e a Cruz Caída formam uma rede de referências afetivas e funcionais que transforma o espaço urbano em um ambiente de acolhimento, descanso, trabalho, lazer e contemplação. Na perspectiva do marketing de lugares, essa multiplicidade de usos evidencia que o valor territorial não é produzido apenas pela imagem turística divulgada institucionalmente, mas também pelas experiências cotidianas que geram identificação, satisfação e vínculo com o lugar. A imagem do Pelourinho é, portanto, construída também por aqueles que o vivenciam, utilizam seus espaços e atribuem significados às práticas culturais e sociais ali desenvolvidas (MEDEIROS; COSTA, 2015).

Os resultados indicam, portanto, que a construção de vínculos com o território não depende exclusivamente da residência formal ou de uma única forma de relação com o Pelourinho. Esses vínculos podem ser construídos por meio da memória, da convivência, do trabalho, da formação, da participação cultural e da frequência continuada. Ao mesmo tempo, as diferentes formas de apropriação do território não eliminam as distinções existentes entre as experiências dos sujeitos, sobretudo quanto às possibilidades de permanência, participação nas decisões e acesso aos benefícios produzidos pela valorização do lugar.

A diversidade dessas relações se aproxima das reflexões de Scherer e Allebrandt (2023), para quem a compreensão do desenvolvimento territorial em cidades patrimonializadas exige considerar as percepções de moradores e visitantes, o uso social do espaço e as diferentes formas de vínculo estabelecidas com o território. Sob essa perspectiva, analisar o Pelourinho apenas por sua capacidade de atrair turistas ou investimentos seria insuficiente, pois sua valorização também depende da preservação das experiências, práticas e relações que sustentam sua vitalidade social.

Essa discussão também dialoga com Rocha e Guimarães (2023), ao evidenciar que a imagem turística consolidada de um território não contempla necessariamente todas as formas pelas quais ele é utilizado e percebido. Enquanto a promoção institucional tende a destacar o patrimônio e a atratividade cultural, os relatos dos entrevistados revelam um Pelourinho igualmente constituído pela mobilidade cotidiana, pelo trabalho, pela aprendizagem, pela convivência e pela produção artística. Para o marketing de lugares, esse resultado demonstra que a construção da imagem territorial precisa incorporar as experiências de quem utiliza e vivencia o Pelourinho, evitando que sua representação seja orientada exclusivamente pela atratividade turística e não contemple a diversidade dos usos sociais existentes no território.

Assim, os diferentes vínculos identificados demonstram que as percepções dos participantes sobre o Pelourinho são construídas a partir das experiências concretas desenvolvidas no território. Essas vivências influenciam a forma como avaliam o turismo, a preservação patrimonial e as transformações do Centro Histórico. Compreender esses vínculos torna-se essencial para analisar as demais categorias da pesquisa, pois as avaliações sobre o território são atravessadas pelas posições ocupadas pelos sujeitos e pelas histórias que cada um construiu em sua relação com o lugar. Essas formas de uso, circulação e interação não se restringem às práticas realizadas no espaço, mas produzem sentidos que se materializam na memória, na identidade e no sentimento de pertencimento dos sujeitos.

4.2 Identidade, memória e pertencimento: significados construídos a partir das experiências no território

As relações apresentadas no tópico anterior demonstram que a convivência com o Pelourinho produz vínculos que ultrapassam o uso funcional ou turístico do território. À medida que os sujeitos vivenciam o espaço, constroem experiências, memórias e formas de reconhecimento que passam a integrar suas próprias trajetórias. Nesse processo, o Pelourinho

deixa de representar apenas um local frequentado e passa a constituir um espaço de identidade e pertencimento.

Essa relação entre lugar, memória e identidade aparece de forma significativa no relato de Sapateiro. Embora tenha afirmado que atualmente não costuma frequentar o Pelourinho como turista, o entrevistado recorda que o território esteve presente em diferentes momentos de sua infância e juventude:

[...] Eu falei que não frequento tanto o Pelourinho como turista, mas acho que isso é algo um pouco mais recente, porque, desde criança, eu sempre frequentei muito o Pelourinho. Todo domingo, a gente saía, eu, meu irmão, minha irmã e meu pai. A gente ia ao Pelourinho só para olhar o movimento, tomar um sorvete na Cubana, visitar a Cruz Caída, subir e descer a Ladeira. Essas sempre foram atividades que eu fiz. [...] Eu acho que o Pelourinho tem um local muito especial na minha vida, na minha formação e na pessoa que eu sou hoje. Os espaços do Pelourinho são espaços em que eu passei toda a minha juventude. [...] É esse local que tem esse quesito de memória, e acho que é justamente por isso que algumas dessas questões são tão sensíveis para mim (Sapateiro).

O depoimento demonstra como experiências aparentemente cotidianas, como caminhar pelas ruas, observar o movimento ou tomar um sorvete com a família, podem se transformar em referências afetivas duradouras. Os espaços mencionados por Sapateiro não aparecem somente como pontos de visita, mas como lugares associados à convivência familiar, à infância e à juventude. Dessa forma, o Pelourinho participa de sua formação pessoal, fazendo com que as transformações e os problemas relacionados ao território sejam percebidos de maneira sensível, uma vez que atingem também parte de sua própria história.

A fala de Sapateiro evidencia que a memória não é construída apenas a partir dos grandes acontecimentos históricos ou dos bens oficialmente reconhecidos como patrimônio. Ela também se forma nas experiências cotidianas e nas relações estabelecidas com pessoas e lugares específicos. Quando essas lembranças passam a integrar a trajetória do indivíduo, o território torna-se uma referência para sua identidade. Essa relação aproxima-se da noção de vínculo com o lugar discutida por Medeiros e Costa (2015), segundo a qual as experiências construídas no território influenciam a identificação, a satisfação e o sentimento de pertencimento dos sujeitos. No caso de Sapateiro, o vínculo não decorre apenas do valor histórico atribuído ao Pelourinho, mas da incorporação desse espaço à sua trajetória familiar e pessoal.

No relato de Reconvexo, o pertencimento aparece de maneira mais diretamente relacionada à identidade territorial, cultural e racial. A entrevistada não se reconhece apenas como pertencente ao Pelourinho ou à cidade de Salvador, mas a uma territorialidade mais ampla, ligada ao Recôncavo e à matriz negra que caracteriza a região:

[...] Eu me sinto pertencente a esse espaço. Eu me sinto pertencente à cidade de Salvador. Eu me sinto pertencente ao Recôncavo, a essa matriz negra. Eu me sinto pertencente a isso, entendeu? [...] Eu sou daqui, eu sou desse lugar: Bahia, Salvador, Recôncavo. Eu sou dessa região aqui, então não me vejo fora desse espaço. Eu me sinto totalmente territorializada e existente nesse espaço (Reconvexo).

Ao afirmar que se sente “territorializada e existente” nesse espaço, Reconvexo expressa uma relação na qual território e identidade não podem ser compreendidos separadamente. O pertencimento está relacionado ao reconhecimento de uma história, de uma cultura e de uma matriz negra que conecta o Pelourinho a Salvador e ao Recôncavo baiano. Nesse sentido, o território oferece referências por meio das quais a entrevistada reconhece sua origem e afirma sua própria existência.

Sua fala também demonstra que o pertencimento não decorre exclusivamente da moradia em determinado local. Ele pode ser construído a partir da identificação com os elementos históricos e culturais que o território representa. O Pelourinho, inserido em uma cidade e em uma região marcadas pela presença negra, torna-se um espaço em que sujeitos afrodescendentes podem reconhecer aspectos de sua ancestralidade, de suas manifestações culturais e de suas experiências coletivas. Sob a perspectiva do marketing de lugares, esse resultado evidencia que a identidade territorial não é produzida exclusivamente pelas estratégias institucionais de promoção, mas também pelo reconhecimento cultural e histórico construído pelos próprios sujeitos. Desconsiderar essas formas de identificação pode resultar em uma imagem territorial pouco conectada às experiências daqueles que atribuem sentido ao lugar.

Essa dimensão também aparece no depoimento de Pelô, que define o Pelourinho como uma “coleção de memórias boas”, um espaço de formação cultural, convivência e lazer:

O Pelourinho representa para mim uma coleção de memórias boas. Representa o berço de uma cultura que nasce, se expande e ganha novos horizontes. Representa também uma casa, no sentido de ter sido um local em que convivi e passei muitos anos da minha vida, e passo até hoje. É o meu local de lazer, porque muitas vezes é o momento que tenho de interação com muitos colegas de trabalho. A gente se reúne para tomar o famoso Cravinho, então se torna uma experiência coletiva, de a gente se encontrar e falar sobre nossos problemas, sobre as dádivas e as ruínas da vida adulta (Pelô).

O depoimento de Pelô evidencia que as memórias associadas ao Pelourinho não se restringem ao passado, mas continuam sendo produzidas nas relações estabelecidas no presente. O território funciona como um espaço de continuidade entre diferentes fases de sua vida, articulando lembranças, vínculos profissionais e experiências de sociabilidade. Nesse sentido, o pertencimento se fortalece não apenas pela recordação do que foi vivido, mas pela possibilidade de continuar construindo experiências coletivas no mesmo espaço. O Pelourinho passa, assim, a integrar sua trajetória como um lugar no qual memória e convivência se renovam continuamente.

Entretanto, Pelô qualifica seu sentimento de pertencimento ao afirmar que se sente pertencente “em partes”. Esse pertencimento parece se fortalecer quando ela encontra pessoas semelhantes a si participando da produção e da comunicação da história do território:

Eu me sinto pertencente em partes, sim, porque, por exemplo, quando vou ao espaço onde trabalho, que é a Cidade da Música, vejo pessoas como eu contando essa história. Não é necessariamente uma história de que ‘os portugueses fizeram isso ou aquilo’. Não é uma história contada pela visão eurocêntrica; é uma história contada de acordo com o baianês, contada pelo povo, sobre o povo e da forma como o povo se entende naquele local (Pelô).

A fala evidencia que o pertencimento também depende da possibilidade de se reconhecer nas narrativas construídas sobre o território. Para Pelô, a presença de pessoas negras e baianas contando suas próprias histórias rompe, em alguma medida, com perspectivas exclusivamente eurocêntricas e permite uma representação mais próxima das experiências e identidades locais. Assim, não basta estar fisicamente presente no espaço; é necessário também perceber-se representado na maneira como sua história é interpretada, preservada e comunicada.

Essa percepção aproxima-se das reflexões de Rocha e Guimarães (2023), ao demonstrarem que a consolidação de uma marca territorial voltada ao turismo e ao consumo cultural não assegura, por si só, a promoção de um desenvolvimento socialmente sustentável. Também dialoga com Costa (2015), ao evidenciar que a relação entre marketing e

desenvolvimento pode produzir externalidades positivas ou negativas, conforme os efeitos gerados para os sujeitos vinculados ao território. No caso analisado, a participação de pessoas negras e baianas na construção e na comunicação da história do Pelourinho pode ser compreendida como uma externalidade positiva, por fortalecer a identificação e o pertencimento. Em contrapartida, narrativas que excluem ou secundarizam essas perspectivas podem produzir efeitos negativos, ampliando o distanciamento entre a imagem territorial promovida e as experiências dos atores locais. No caso de Pelô, o pertencimento se fortalece quando a narrativa sobre o território é construída por sujeitos com os quais a entrevistada se identifica e quando essa narrativa contempla referências culturais próximas de sua experiência. Isso evidencia que a valorização simbólica do Pelourinho precisa estar associada à representatividade das pessoas que participam de sua história, pois a existência de uma imagem territorial reconhecida externamente não significa necessariamente que os atores locais se percebam incluídos ou representados por ela.

O reconhecimento do Pelourinho como espaço de pertencimento também aparece de forma expressiva na fala de Refine, que utiliza a afirmação “o Pelourinho é meu” para demonstrar sua ligação com o território:

Eu fico dizendo: ‘o Pelourinho é meu’, não é? Eu me sinto super Pelourinho, primeiramente pela história que se tem do Pelourinho. O legado histórico não é bonito, mas faz parte da nossa história. Então, ressignificar aquele lugar também a partir de uma perspectiva dos afrodescendentes é muito importante. Trazer para a perspectiva turística tanto aquilo que se passou quanto as lutas e as resistências. Eu acho que é um lugar para se fazer história também nesse sentido, de ressignificar a história (Refine).

A entrevistada reconhece que a história do Pelourinho é marcada por acontecimentos violentos e dolorosos, mas compreende que o território também pode ser ressignificado a partir das lutas e resistências da população negra. Sua percepção não busca apagar os conflitos históricos, mas disputar a forma como essa história é narrada e apresentada. Dessa maneira, o pertencimento não se constrói apenas pela celebração do território, mas também pelo reconhecimento crítico de seu passado.

A reflexão de Refine permite compreender que a construção da imagem de um território envolve escolhas sobre quais acontecimentos, sujeitos e referências culturais serão incorporados às narrativas apresentadas ao público. Souza (2023) observa que a imagem de Salvador é produzida por meio da seleção e da ressignificação de determinados elementos culturais, especialmente quando estes são utilizados em estratégias de promoção territorial. Sob a perspectiva do marketing de lugares, essa seleção participa da construção da imagem pela qual o território será reconhecido e comunicado aos diferentes públicos. Embora esse processo contribua para fortalecer a visibilidade da cidade, também pode resultar em representações que não contemplam integralmente sua complexidade histórica e social.

Essa seleção adquire especial relevância quando se trata da cultura afro-brasileira. Conforme argumenta Ramos (2021), sua apropriação turística pode privilegiar dimensões estéticas, artísticas e performáticas, enquanto conflitos históricos, desigualdades raciais e disputas por reconhecimento recebem menor visibilidade. Ao defender que a história do Pelourinho também seja apresentada a partir das lutas e resistências negras, Refine reivindica uma narrativa que não transforme a cultura afro-brasileira apenas em elemento de atratividade turística, mas reconheça os processos históricos e os sujeitos que contribuíram para a construção e a ressignificação do território. Esse resultado demonstra que o marketing de lugares também constitui um campo de disputa pela representação do território, pois a imagem promovida pode tanto reconhecer as lutas e resistências da população negra quanto reduzir sua cultura a um atributo de atratividade turística.

Além da dimensão histórica, Refine associa o Pelourinho às experiências vividas durante sua juventude e sua trajetória profissional:

Eu passei grande parte da minha juventude curtindo o Pelourinho, estando ali todo fim de semana, em shows nas praças. Fiz teatro em uma sala ali da Faculdade de Medicina durante um bom tempo e trabalhei no Pelourinho. Então, para mim, o Pelourinho é totalmente minha casa, meu lugar de intimidade (Refine).

A definição do território como um “lugar de intimidade” demonstra que o pertencimento resulta da continuidade das experiências estabelecidas no espaço. Os shows, a formação teatral, o trabalho e a convivência frequente fizeram com que o Pelourinho se integrasse à trajetória da entrevistada. Ao dizer que o lugar é seu, Refine não expressa uma relação de posse material, mas de apropriação afetiva e simbólica, construída ao longo do tempo.

Já Beinha relaciona o Pelourinho à identidade baiana, à condição de moradora de Salvador e à sua formação como historiadora:

Como baiana, como moradora de Salvador, como historiadora, eu acho que é um lugar que a gente não pode desconsiderar. Tem um papel histórico importante, tem instituições importantes funcionando lá, na perspectiva cultural e na perspectiva historiográfica: a Casa de Jorge Amado, o Museu Solar do Ferrão, a Igreja de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos. [...] (Beinha).

Em sua percepção, o Pelourinho assume relevância tanto por sua trajetória histórica quanto pela presença de instituições responsáveis pela preservação e circulação da cultura e da memória. A menção à Igreja de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos e a outros equipamentos culturais demonstra que o território concentra referências fundamentais para a compreensão da história de Salvador e da presença negra na cidade.

A presença dessas instituições também evidencia que a preservação e a comunicação da memória são atravessadas por escolhas sobre quais acontecimentos e grupos sociais recebem maior visibilidade. Museus, igrejas e demais equipamentos culturais não apenas conservam elementos do passado, mas participam da construção das narrativas por meio das quais o Pelourinho é interpretado e apresentado. Essa compreensão dialoga com Souza (2023), ao indicar que a imagem territorial resulta de processos de seleção e ressignificação cultural. No caso do Centro Histórico, torna-se fundamental que essas narrativas contemplem não somente a dimensão arquitetônica e colonial, mas também a presença, a atuação e as resistências da população negra na formação social e cultural do território.

Os relatos evidenciam, portanto, que identidade, memória e pertencimento se articulam de diferentes maneiras. Para alguns entrevistados, essa relação é construída pelas lembranças da infância e da juventude; para outros, pela atuação profissional, pela formação cultural, pela convivência coletiva ou pelo reconhecimento da matriz negra e afro-baiana presente no território. Em comum, as falas revelam que o Pelourinho participa da constituição das trajetórias individuais e coletivas dos sujeitos.

Essas percepções aproximam-se das reflexões de Scherer e Allebrandt (2023), para quem os processos de desenvolvimento territorial em áreas patrimoniais dependem do reconhecimento das experiências vividas pelos sujeitos. No contexto do Pelourinho, isso significa que sua valorização não deve se limitar à preservação dos bens materiais ou à promoção da imagem turística, mas precisa considerar as memórias, os vínculos e as formas de identificação construídas por aqueles que o vivenciam.

Também se observa que o pertencimento não é automático nem homogêneo. Ao afirmar que se sente pertencente “em partes”, Pelô demonstra que esse vínculo pode ser fortalecido ou limitado conforme os sujeitos se percebam representados nas narrativas,

instituições e formas de ocupação do espaço. Para o marketing de lugares, esse resultado reforça que a imagem territorial pode fortalecer a identificação quando dialoga com as histórias, experiências e referências culturais dos sujeitos vinculados ao lugar.

Nesse sentido, o Pelourinho constitui um espaço no qual memórias pessoais se encontram com narrativas históricas coletivas. O lugar não apenas preserva uma história, mas continua produzindo relações, identidades e sentidos de pertencimento entre aqueles que o vivenciam.

4.3 Turismo cultural e valorização patrimonial: o consumo turístico do Pelourinho

O turismo foi um dos temas mais recorrentes nas entrevistas, sendo associado à visibilidade do patrimônio, à circulação de pessoas e à manutenção das atividades econômicas e culturais do Pelourinho. Os relatos demonstram que os participantes reconhecem sua relevância para a permanência do Centro Histórico como espaço frequentado e socialmente ativo. Entretanto, essa relação não é percebida de maneira homogênea, uma vez que a valorização turística também produz tensões relacionadas ao acesso, à identificação da população local com o território e às condições de vida daqueles que residem ou trabalham na região.

A própria imagem do Pelourinho como destino turístico aparece como um dos fatores que estimulam o interesse pelo território. Cachoeirano reconhece que sua primeira aproximação com o local ocorreu justamente por meio dessa representação:

Eu só fui para o Pelourinho porque ele foi vendido como um lugar de turismo. Acho que talvez eu não fosse ao Pelourinho se não fosse isso, e olha que sou da Bahia. [...] Pessoas da minha família foram ao Pelourinho apenas uma vez, em uma viagem da escola. Parece que isso é algo consensual, inclusive nas escolas estaduais e municipais da Bahia. Existe essa viagem ao Pelourinho, em que a gente conhece historicamente onde tudo começou e tem uma visão mais ampla da Bahia. Isso também pode se relacionar com o ensino de História que o estudante tem na sala de aula (Cachoeirano).

O depoimento evidencia a capacidade da promoção turística de ampliar o conhecimento e estimular a visita de um patrimônio que, embora esteja localizado na Bahia, nem sempre é incorporado à rotina da própria população do estado. Nesse contexto, as visitas escolares assumem uma função que ultrapassa o lazer, aproximando os conteúdos trabalhados em sala de aula dos lugares em que parte da história de Salvador e da Bahia se materializa.

A possibilidade de vivenciar presencialmente aquilo que é apresentado nos livros confere ao turismo cultural uma dimensão educativa. O patrimônio deixa de ser compreendido apenas como um registro distante do passado e passa a ser experimentado por meio do contato com as edificações, as paisagens, os museus e as manifestações culturais presentes no território. Essa experiência pode favorecer o reconhecimento de sua relevância histórica e estimular a construção de novas relações entre os sujeitos e os bens culturais.

Esses resultados convergem com as reflexões de Montenegro (2022), que defende que o turismo cultural possui potencial para fortalecer a preservação patrimonial quando associado à promoção da memória, da identidade e das expressões culturais locais. Para além de estimular o consumo do espaço, o turismo pode contribuir para ampliar o reconhecimento social do patrimônio e fortalecer os vínculos entre a população e os bens culturais existentes.

Entretanto, a experiência relatada por Cachoeirano também revela os limites dessa aproximação. Apesar de reconhecer a importância das visitas escolares e da valorização arquitetônica e histórica do território, o entrevistado relata que, durante sua primeira

experiência no Pelourinho, não conseguiu se reconhecer entre as pessoas que ocupavam e consumiam aquele espaço:

Quando cheguei como visitante, ainda no ensino médio, senti que era outra Bahia, porque não via pessoas próximas, parecidas comigo, ali. É um lugar que é um atrativo mundial, então pessoas de todo o mundo estão ali. Mas, ao mesmo tempo, quem transita, quem para e quem consome são pessoas de outros lugares da Bahia e de outros lugares do mundo. Eu não consegui me aproximar desse lugar a partir das pessoas. [...] O comércio, toda a estratégia de marketing e os caminhos para conhecer o lugar são pensados exclusivamente para a pessoa de fora. Isso acaba sendo algo negativo, porque não me parece que as pessoas de Salvador tenham aquele espaço como um espaço da cidade (Cachoeirano).

A fala apresenta uma contradição importante para a compreensão do turismo no Pelourinho. A promoção turística contribui para atrair visitantes e ampliar a visibilidade do patrimônio, mas também pode construir uma imagem direcionada prioritariamente ao público externo. Essa coexistência de efeitos positivos e negativos evidencia a produção simultânea de externalidades pelo turismo, aspecto recorrente nos relatos dos participantes. Tal resultado dialoga com Costa (2015), ao permitir compreender que a relação entre marketing e desenvolvimento pode gerar benefícios para o território, mas também efeitos negativos para determinados sujeitos, conforme a forma como as estratégias são planejadas e seus resultados são distribuídos. Quando a comunicação, o comércio e os roteiros de visita são estruturados principalmente para quem vem de fora, a população local pode não se reconhecer como destinatária das experiências oferecidas no território.

A valorização turística, nesse caso, não garante automaticamente o fortalecimento do pertencimento. Embora o Pelourinho seja apresentado como símbolo da identidade baiana, sua organização pode produzir uma sensação de distanciamento entre o patrimônio e os próprios habitantes da cidade. O relato de Cachoeirano demonstra que conhecer a história do lugar não significa necessariamente sentir-se parte dele, sobretudo quando os sujeitos não identificam pessoas, práticas ou formas de ocupação próximas de sua realidade.

A percepção de Cachoeirano dialoga com Dazzi e Santos (2026) e Zhang et al. (2025), ao evidenciarem que as estratégias de valorização de centros históricos tendem a selecionar os elementos culturais e patrimoniais considerados mais atrativos ao consumo turístico. Esse processo pode produzir narrativas estetizadas e controladas do território, nas quais sua diversidade social e seus conflitos cotidianos recebem menor visibilidade. No caso do Pelourinho, a questão não está na promoção de suas referências históricas e culturais, mas na possibilidade de que a imagem construída privilegie a experiência do visitante e não contemple, na mesma medida, as formas pelas quais a população local utiliza e reconhece o espaço.

Essa dinâmica também se aproxima das reflexões de Montenegro (2022) e Souza (2023) sobre a construção da cidade como marca. Ao serem incorporadas às estratégias de promoção urbana, referências culturais podem ser sintetizadas em narrativas facilmente reconhecíveis e comercializáveis, sem necessariamente representar a complexidade das experiências existentes no território. Dessa forma, a imagem culturalmente atrativa do Pelourinho pode ampliar sua visibilidade turística e, simultaneamente, produzir distanciamento entre o espaço divulgado e aquele vivenciado cotidianamente pelos moradores de Salvador.

Cartagena também reconhece que o caráter turístico amplia a atenção destinada à preservação e ao cuidado com o território:

Eu acredito que o turismo seja positivo, porque o fato de o Pelourinho ser uma área turística faz com que ele receba atenção do governo e dos órgãos de turismo, e seja

mais cuidado por causa disso. Há uma preocupação em manter ali um patrimônio histórico e cultural, principalmente pelo caráter turístico que a área possui. Não sei se, caso não fosse uma zona de interesse turístico, haveria a mesma preocupação. [...] Quanto mais visibilidade e mais recursos financeiros um lugar movimenta, mais cuidados ele tende a receber (Cartagena).

Em sua percepção, a visibilidade turística atua como mecanismo de mobilização de atenção institucional e de recursos para a conservação do patrimônio. O interesse de visitantes de diferentes regiões e países contribui para manter o Pelourinho na agenda dos órgãos públicos e do setor turístico, reduzindo a possibilidade de que sua relevância histórica seja desconsiderada.

Essa relação entre conservação patrimonial e exploração turística não é recente. Ramos (2021) explica que a política patrimonial institucional brasileira foi inicialmente orientada pela construção de uma identidade nacional baseada em referências culturais consideradas representativas da nação. Esse projeto ganhou forma durante o governo Vargas, na década de 1930, por meio da criação de leis voltadas à proteção e à conservação da herança histórica do país. Posteriormente, especialmente a partir de 1966 e 1967, a preservação passou a ser articulada ao desenvolvimento econômico por meio do denominado turismo cultural. A atividade turística passou, então, a ser compreendida como uma engrenagem capaz de gerar recursos para a conservação, tornando a valorização patrimonial estratégica para o desenvolvimento dos territórios.

Embora essa articulação tenha contribuído para ampliar a atenção institucional destinada aos centros históricos, ela também aproximou o patrimônio das lógicas de valorização econômica do espaço. A fala de Cartagena suscita, assim, uma questão relevante: até que ponto o cuidado com o Pelourinho está condicionado à sua capacidade de atrair visitantes e movimentar recursos? Quando a preservação se torna dependente do interesse turístico, o patrimônio passa a ser valorizado não somente por sua relevância histórica, cultural e social, mas também por sua possibilidade de inserção nas estratégias de desenvolvimento econômico.

À luz das reflexões de Harvey (2005), pode-se compreender que o espaço urbano não constitui apenas o cenário no qual as atividades econômicas se desenvolvem, mas é continuamente produzido e reorganizado segundo interesses políticos e econômicos. Ao ser incorporado às estratégias de promoção turística, o Pelourinho passa a funcionar como um recurso territorial capaz de produzir valor, atrair investimentos e diferenciar Salvador no mercado de destinos culturais.

A arquitetura, a história, a presença da cultura negra e as manifestações artísticas do Pelourinho são mobilizadas como atributos na construção de uma imagem singular do território, processo que integra as estratégias de marketing de lugares. Essa particularidade pode gerar vantagens econômicas relacionadas à capacidade de oferecer uma experiência considerada única. Entretanto, a transformação dessas referências em elementos de diferenciação turística também pode selecionar quais imagens, práticas e narrativas recebem maior visibilidade.

Essa discussão se aproxima do conceito de “boutiquização do patrimônio”, apresentado por Mosquera (2023) ao analisar intervenções em centros históricos que, sob o discurso da revitalização, direcionam imóveis, serviços e experiências para públicos com maior poder de consumo. Nesse processo, o patrimônio pode ser preservado materialmente e valorizado esteticamente, enquanto seus usos cotidianos, populares e comunitários são progressivamente reduzidos ou substituídos por atividades voltadas ao turismo, ao lazer e ao consumo cultural.

A tensão entre preservação e seletividade dos usos também é identificada em outros contextos patrimoniais. Ren e Chao (2022), ao analisarem processos de produção de lugares

em áreas históricas chinesas, demonstram que intervenções orientadas ao turismo podem favorecer a conservação física e a atratividade do patrimônio, mas também privilegiar narrativas oficiais e padrões estéticos homogêneos. Essa aproximação evidencia que a ambivalência observada no Pelourinho não é exclusiva do contexto local: a valorização turística pode recuperar a materialidade do espaço ao mesmo tempo que reduz a diversidade das práticas sociais que anteriormente compunham sua dinâmica.

Essa leitura contribui para interpretar a percepção de Cachoeirano de que o comércio, as estratégias de marketing e os caminhos de visita são parecem ser construídos prioritariamente para “a pessoa de fora”. Sua dificuldade de reconhecer o Pelourinho como um espaço pertencente à população de Salvador indica que a valorização turística pode produzir uma aproximação física com o patrimônio sem necessariamente gerar identificação social. O território torna-se amplamente visível como símbolo da Bahia, mas pode permanecer distante daqueles que não se reconhecem como público das experiências, dos serviços e das narrativas oferecidas.

A dimensão econômica do turismo também foi destacada por Sulbaiano, que associa a atividade às vantagens geradas para a região e para a cidade, bem como à possibilidade de contato com diferentes culturas:

No sentido econômico, para a região e para a própria cidade, é muito vantajoso. Sem contar que a gente acaba conhecendo outras pessoas, outros lugares, outras culturas, e isso também contribui para a gente, porque cria conexões (Sulbaiano).

O relato evidencia que a circulação turística não movimenta apenas recursos financeiros, mas também promove encontros e intercâmbios culturais. O contato entre pessoas de diferentes origens pode ampliar repertórios, favorecer a troca de experiências e inserir o Pelourinho em redes culturais que ultrapassam os limites locais. Dessa forma, a presença dos visitantes participa da construção de uma dinâmica urbana marcada pela circulação de pessoas, referências e conhecimentos.

A dependência econômica em relação ao turismo aparece de forma mais intensa na fala de Teatral. Para a entrevistada, o fluxo de visitantes é responsável pela manutenção de grande parte das atividades profissionais desenvolvidas no Centro Histórico:

Eu acho que é o turismo que realmente mantém a região viva e forte. Principalmente na alta temporada de navios: os navios atracam no Comércio, a maioria dos turistas vai para o Elevador Lacerda, sobe e fica no Pelourinho. [...] A maioria das pessoas que trabalha no Pelourinho se alimenta e vive do turismo. Os hotéis são voltados para turistas, assim como as baianas de acarajé, os grupos percussivos e os pintores. Existe uma gama de trabalhadores no Pelourinho. Posso dizer, talvez, que entre 70% e 80% das pessoas que trabalham no Pelourinho sobrevivem do turismo (Teatral).

A estimativa apresentada por Teatral deve ser compreendida como uma percepção construída a partir de sua experiência no território, e não como um dado estatístico sobre o mercado de trabalho local. Ainda assim, sua fala revela a amplitude da rede econômica que se forma em torno da visita. O turismo sustenta atividades formais e informais, envolvendo hospedagem, alimentação, produção artística, comércio e diferentes formas de prestação de serviços.

O depoimento também chama atenção para a sazonalidade dessa dinâmica:

Quando é tempo de baixa temporada, principalmente entre junho, julho e agosto, acaba havendo uma redução de turistas na cidade. Isso prejudica. Várias vezes o jornal falou sobre o abandono do Centro Histórico. Quando não tem turista, o Centro Histórico fica abandonado. E essas pessoas vão viver de quê? Eu acho muito

importante essa movimentação dos turistas, porque são eles que mantêm a região viva. Sem pessoas, o Centro Histórico não sobrevive (Teatral).

A associação entre baixa temporada e abandono demonstra a fragilidade de um território cuja vitalidade econômica e circulação de pessoas dependem fortemente do fluxo turístico. Se a redução dos visitantes compromete a renda dos trabalhadores e provoca o esvaziamento dos espaços, torna-se evidente a necessidade de políticas que incentivem a utilização do Centro Histórico durante todo o ano e ampliem sua integração com a vida cotidiana da população de Salvador.

A manutenção de um espaço urbano vivo não deveria depender exclusivamente da presença de turistas. O fortalecimento de atividades voltadas aos moradores da cidade, dos usos culturais e comunitários, dos serviços públicos e do comércio cotidiano poderia contribuir para reduzir essa dependência. Nessa perspectiva, o turismo permanece como atividade relevante, mas passa a integrar uma dinâmica mais ampla de ocupação social do território.

Essa necessidade de integrar o turismo a outras formas de ocupação aproxima-se das reflexões de Mosquera (2023, 2024) e Scherer e Allebrandt (2023), segundo as quais os resultados do turismo cultural dependem das condições de planejamento, regulação e articulação com as demais políticas territoriais. A preservação patrimonial e a dinamização econômica não asseguram, isoladamente, a continuidade da vida social dos centros históricos. Para que o território permaneça ativo para além das temporadas e dos grandes eventos, a gestão precisa conciliar a atividade turística com os usos residenciais, comunitários, culturais e cotidianos do espaço.

A dependência do fluxo turístico também ajuda a compreender a produção capitalista do espaço discutida por Harvey (2005). Quando a organização do território passa a responder principalmente às necessidades de circulação, consumo e geração de renda, seus usos são reorganizados segundo a capacidade de produzir valor econômico. Hotéis, restaurantes, estabelecimentos culturais e serviços voltados aos visitantes tornam-se centrais na dinâmica local, enquanto atividades que não apresentam o mesmo potencial de rentabilidade podem perder espaço.

Isso não significa que toda atividade turística produza necessariamente exclusão ou descaracterização. Contudo, evidencia que a valorização econômica do patrimônio envolve escolhas sobre quais usos serão incentivados, quais agentes receberão investimentos e quais públicos serão priorizados. A conservação das edificações pode coexistir, portanto, com mudanças na composição social, comercial e funcional do território.

Os relatos também demonstram que o aumento da movimentação turística pode produzir impactos negativos para quem vive na região. Cartagena chama atenção para os efeitos da programação constante sobre o cotidiano dos moradores:

Eu também imagino que haja um aspecto negativo. Aquele morador de muitos anos também se vê afetado pelas atividades desenvolvidas ali, pela música e pelos eventos, que devem incomodar as pessoas que moram no local. Todo final de semana existe uma atividade no bairro, então pode ser desafiador para quem vive ali (Cartagena).

Teatral apresenta uma percepção semelhante ao reconhecer que, embora a circulação de visitantes seja necessária para a economia do território, o fluxo intenso pode dificultar a rotina da população residente:

Eu também entendo que o fluxo muito grande [...] atrapalha o deslocamento de quem é morador do Pelourinho (Teatral).

Essas falas demonstram que o mesmo movimento responsável pela vitalidade econômica e cultural pode gerar conflitos de uso. O Pelourinho é simultaneamente local de moradia, trabalho, lazer, realização de eventos e visitação turística. A sobreposição dessas funções exige formas de planejamento capazes de equilibrar interesses distintos, evitando que as necessidades dos visitantes e dos agentes econômicos se sobreponham às condições de vida dos moradores.

A perspectiva de Mosquera (2023) contribui para aprofundar essa questão ao demonstrar que determinados processos de revitalização podem privilegiar a transformação dos centros históricos em espaços de consumo. Nesses casos, a preservação física do território não assegura a continuidade das práticas sociais e dos vínculos comunitários que contribuíram para construir seu significado. Um espaço pode apresentar edificações restauradas, comércio ativo e elevada circulação turística, mas ainda assim experimentar o enfraquecimento de seus usos residenciais e cotidianos.

A valorização patrimonial deve ser analisada, portanto, não apenas a partir da conservação das fachadas, da realização de eventos ou da quantidade de visitantes atraídos. Também é necessário observar quem consegue permanecer no território, quais atividades econômicas são fortalecidas, quem se beneficia dos recursos movimentados e de que maneira os moradores e trabalhadores participam da definição dos usos do espaço.

Assim, o turismo cultural aparece nas entrevistas como um fenômeno ambivalente. Por um lado, contribui para a preservação material, amplia a visibilidade da história e da cultura local, movimenta a economia, sustenta diferentes trabalhadores e possibilita experiências educativas e interculturais. Por outro, pode reforçar a dependência econômica, direcionar o território prioritariamente ao consumo de visitantes, gerar conflitos com os usos residenciais e dificultar o reconhecimento do Pelourinho como espaço pertencente à população local. A recorrência desse padrão evidencia que as estratégias de marketing de lugares não devem ser avaliadas apenas por sua capacidade de atrair visitantes e ampliar a visibilidade do destino, mas também pelas externalidades positivas e negativas produzidas para os diferentes sujeitos vinculados ao território.

A valorização do patrimônio não pode ser medida somente pelo número de visitantes atraídos ou pelos recursos financeiros movimentados. Sua efetividade também depende da capacidade de aproximar a população de sua história, garantir condições adequadas para quem reside e trabalha no território e preservar os significados culturais e sociais que sustentam sua relevância. O desafio consiste em fortalecer o turismo sem transformar o Pelourinho em um espaço exclusivamente orientado ao olhar e ao consumo externo, mantendo-o integrado à vida social, cultural e cotidiana de Salvador.

4.4 Marketing de lugares e transformações territoriais: contradições da valorização urbana

As discussões apresentadas no tópico anterior demonstraram que o turismo contribui para ampliar a visibilidade do Pelourinho, movimentar sua economia e estimular a preservação do patrimônio. No entanto, quando os entrevistados analisam as transformações territoriais promovidas ao longo dos anos, surgem questionamentos sobre a finalidade dessas intervenções, os públicos aos quais elas se destinam e a maneira como seus benefícios são distribuídos. A valorização urbana aparece, assim, como um processo contraditório: ao mesmo tempo que recupera edificações, amplia a segurança e fortalece determinadas atividades econômicas, também pode encarecer o acesso, reorganizar os usos do espaço e enfraquecer a permanência dos sujeitos historicamente vinculados ao território. Essa contradição também envolve o marketing de lugares, uma vez que a valorização e a construção da atratividade territorial não devem ser orientadas exclusivamente ao público

externo. A incorporação dos residentes ao planejamento permite considerar suas necessidades, seus usos cotidianos e sua participação na definição da imagem e das experiências oferecidas no território.

As entrevistas evidenciam que as mudanças no Pelourinho não ocorreram de maneira linear. Em diferentes momentos, o território foi marcado pelo abandono de imóveis, pela insegurança, pela escassez de investimentos públicos e pela redução da circulação de pessoas. Em outros períodos, recebeu projetos de restauração, equipamentos culturais, empreendimentos privados, eventos e ações de segurança. Cartagena associa essa alternância às diferentes formas pelas quais os governos conduziram as políticas destinadas ao Centro Histórico:

São muitas mudanças que a gente observa ao longo dos anos no Pelourinho, e elas têm a ver com a própria troca de governos, das prefeituras e do Estado, e com a maneira como cada gestão encara as políticas públicas para aquele local. O Pelourinho já viveu períodos de grande abandono, de escassez de recursos para atividades, saneamento e restauração das construções históricas. [...] Nos últimos anos, ocorreu uma restauração. O interesse público governamental entendeu a importância daquele local e tem ampliado a segurança e a oferta de atividades para que as pessoas retornem ao Pelourinho e se sintam atraídas e seguras para ir até lá (Cartagena).

A fala demonstra que a configuração atual do território resulta de decisões políticas, investimentos e formas específicas de intervenção urbana. O que hoje é percebido como um espaço de intensa programação cultural não corresponde a uma condição permanente, mas a um cenário produzido por políticas que selecionam prioridades, áreas e formas de uso. Ao mencionar a restauração de museus, a instalação de grandes empresas e a expansão da hotelaria, Cartagena reconhece os efeitos positivos das intervenções, mas também indica que elas modificam a composição econômica e funcional do território.

A recuperação de áreas anteriormente abandonadas também foi observada por Cachoeirano, especialmente em relação à Rua Chile. O entrevistado reconhece mudanças na iluminação, na segurança e na conservação dos imóveis, mas questiona para quem essas melhorias foram efetivamente planejadas:

A Rua Chile, que é uma entrada principal ali do Pelourinho, onde fica o Elevador Lacerda, estava abandonada. Existiam casarões e lugares onde já funcionaram hotéis famosos e cinemas, mas que estavam fechados, com tapumes. [...] Depois da reforma, venho entendendo que aquilo tem mudado e se iluminado. Mas não foi pensado para a pessoa que passa por lá e vai trabalhar; foi pensado para o turista que vai pagar, tirar uma foto e se hospedar (Cachoeirano).

O relato apresenta uma distinção fundamental entre a melhoria física do espaço e sua função social. Iluminar, restaurar e ampliar a segurança são ações que podem beneficiar diferentes grupos. Entretanto, quando essas intervenções são acompanhadas pela instalação de serviços caros, hospedagens de luxo e experiências direcionadas prioritariamente aos visitantes, a valorização deixa de atender de forma equivalente às necessidades de quem utiliza o território para morar, trabalhar ou circular diariamente. No âmbito do marketing de lugares, esse resultado demonstra que os residentes não devem ser compreendidos apenas como beneficiários indiretos da valorização, mas como sujeitos que participam da produção, do uso e da definição do território. Quando as intervenções e experiências são concebidas prioritariamente para turistas e consumidores de maior renda, o marketing pode ampliar a atratividade externa sem fortalecer a identificação e o usufruto da população local.

Cachoeirano também chama atenção para a diferença entre a velocidade com que determinadas intervenções são realizadas para atender à atividade turística e a demora no atendimento às reivindicações da população local:

As casas abandonadas no centro vão ter que ser conservadas, reestruturadas. A luz que não existe vai ter que ser acesa. Então, imagino que esses pontos acabam agregando muito mais para o visitante do que para o próprio morador que está ali. Isso é denunciado ou cobrado há muito tempo, mas não foi ouvido (Cachoeirano).

A fala sugere que as demandas por iluminação, conservação e segurança já existiam antes da ampliação dos investimentos turísticos, mas ganharam maior atenção quando passaram a interferir na imagem e na atratividade econômica do território. Não se trata, portanto, de rejeitar as melhorias, mas de questionar por que determinadas necessidades são reconhecidas apenas quando passam a interessar ao mercado turístico. Essa percepção revela uma hierarquização dos usuários do espaço: o visitante, por representar consumo e circulação de recursos, parece adquirir maior centralidade nas decisões do que o morador ou o trabalhador cotidiano.

A seletividade das intervenções também aparece na fala de Movimento, que diferencia a valorização estética da criação de condições efetivamente funcionais para a vida urbana:

A mudança já é bem perceptível da proximidade da Praça Castro Alves para cima. Realmente, sinto que é só uma fachada, uma rua bonita. Como é a primeira rua do Brasil, querem deixar aquilo bonito, não necessariamente funcional, mas bonito, com espaços de luxo, rooftops, vista privilegiada e acesso mais encarecido. [...] Não sinto que as mudanças sejam realmente funcionais. Existem ruas do Pelourinho que são muito escuras e não têm iluminação adequada (Movimento).

Ao utilizar a expressão “só uma fachada”, a participante questiona intervenções concentradas na aparência e na apresentação do território. A recuperação visual de determinada rua pode contribuir para sua valorização patrimonial, mas não significa necessariamente que problemas de iluminação, mobilidade, acesso, moradia ou segurança tenham sido solucionados em outras partes do Centro Histórico. A transformação territorial ocorre de maneira fragmentada, concentrando recursos em espaços com maior visibilidade e potencial de exploração econômica.

Movimento também relaciona a organização do território ao calendário de grandes eventos:

É sempre próximo aos grandes eventos. Teve o verão, agora tem o São João, e as coisas estão bem organizadas, está tudo bonito no lugar. Depois, a gente passa por agosto e setembro com tudo completamente morto, sem movimento. Não apenas movimento de turista, mas de outras pessoas ocupando a cidade. Não tem como, porque está tudo muito encarecido (Movimento).

Essa percepção indica a existência de uma lógica de intervenção orientada por períodos de maior circulação e exposição turística. O território recebe ações de organização, segurança e embelezamento quando se prepara para festas e eventos, mas pode retornar ao esvaziamento após o encerramento dessas programações. A valorização assume, assim, um caráter temporário e espacialmente seletivo, em vez de produzir condições permanentes de uso para moradores, trabalhadores e demais habitantes da cidade.

As percepções de Movimento também dialogam com Souza (2023), ao evidenciarem que a imagem de Salvador é construída por meio da seleção e da ressignificação de determinados elementos culturais e urbanos utilizados na promoção territorial. Quando ruas, paisagens e eventos recebem investimentos concentrados em razão de sua visibilidade

turística, a imagem divulgada pode apresentar um território organizado, seguro e culturalmente ativo sem contemplar, na mesma medida, os problemas de iluminação, acessibilidade, encarecimento e esvaziamento identificados pelos entrevistados. A valorização simbólica pode, assim, produzir uma representação atrativa do Pelourinho que não corresponde integralmente às experiências cotidianas de seus diferentes usuários.

Essa dinâmica pode ser compreendida a partir das reflexões de Harvey (2005) sobre a produção capitalista do espaço. Para o autor, o espaço urbano não é um elemento neutro ou simplesmente físico, pois sua organização resulta de decisões econômicas, políticas e sociais. Os investimentos urbanos tendem a se concentrar em áreas e atividades capazes de ampliar a circulação de capital, atrair consumidores e gerar novas oportunidades de rentabilidade.

No contexto analisado, a restauração de casarões, a criação de espaços de luxo, a ampliação da hotelaria e a realização de grandes eventos demonstram como características históricas, culturais e paisagísticas do Pelourinho podem ser transformadas em atributos econômicos. A singularidade do território passa a ser utilizada para produzir valor e diferenciá-lo no mercado turístico. Entretanto, essa valorização não beneficia automaticamente todos os sujeitos que participam de sua construção cotidiana.

A exclusão econômica decorrente dessas mudanças aparece de forma expressiva no relato de Teatral. Ao analisar as transformações da Rua Chile, a entrevistada afirma que os novos empreendimentos e serviços não correspondem às condições econômicas de grande parte das pessoas que trabalham ou residem no Centro Histórico:

É para quem vem de fora. [...] A galera que trabalha no Pelourinho é uma galera batalhadora: são as meninas que trançam cabelo, a galera que trabalha nos barzinhos, as pessoas que trabalham com pintura. Quem mora no Pelourinho, nas condições em que mora, vai acessar uma diária de doze mil reais? Não é para todo mundo. Os restaurantes são muito caros, o sorvete também. É tudo muito mais caro. É para um público de padrão altíssimo (Teatral).

A fala contrapõe dois grupos que compartilham o mesmo território, mas possuem diferentes possibilidades de usufruí-lo. De um lado, trabalhadores que sustentam parte da dinâmica cultural e comercial do Pelourinho; do outro, consumidores com maior poder aquisitivo, para os quais são direcionados hotéis, restaurantes e experiências de luxo. A presença dos trabalhadores permanece necessária para o funcionamento do território, mas isso não significa que eles tenham acesso aos serviços e benefícios resultantes de sua valorização.

Ao afirmar que as mudanças são destinadas a “quem está chegando”, Teatral demonstra que a transformação física pode ocorrer sem ampliar o direito de participação e usufruto da população local:

É óbvio que é para benefício de quem está chegando. Não é para benefício da população, até porque a população não tem condições financeiras para acessar esses espaços (Teatral).

Essa percepção se aproxima da discussão de Mosquera (2023) sobre a “boutiquização do patrimônio”. O conceito descreve processos nos quais imóveis e áreas patrimoniais são recuperados e transformados em hotéis, restaurantes, lojas, equipamentos culturais e experiências voltadas a consumidores de maior renda. O patrimônio permanece preservado em sua dimensão material e adquire maior valorização estética, mas seus usos populares, residenciais e cotidianos podem perder espaço diante de atividades mais rentáveis.

A boutiquização não significa apenas a instalação de estabelecimentos sofisticados. Ela envolve uma reorientação mais ampla da função do território, que passa a ser organizado para oferecer uma experiência selecionada de consumo cultural. Nesse processo,

determinadas imagens, práticas e públicos são valorizados, enquanto outros se tornam menos compatíveis com o perfil econômico projetado para o espaço.

Essa seletividade também pode ser observada na própria trajetória das políticas de preservação no Brasil. Ramos (2021) destaca que a valorização patrimonial foi historicamente excludente, ao privilegiar determinados estilos, períodos e regiões, enquanto as referências culturais afro-brasileiras permaneceram marginalizadas durante décadas. Embora o reconhecimento mais recente de seus aspectos materiais e imateriais represente um avanço para a valorização da diversidade cultural brasileira, no contexto do Pelourinho é necessário observar se essa visibilidade também se traduz em reconhecimento, participação e permanência dos sujeitos vinculados a essas manifestações.

Santoamarense também observa essa priorização do público externo ao relacionar o aumento dos preços às estratégias de divulgação turística:

Desde a primeira vez que fui, percebo que, a cada vez que passa, o foco é maior no turista. Até os próprios vendedores, e não estão errados porque precisam vender para sobreviver, praticam valores extremamente altos. A prefeitura e o governo do Estado estão focando bastante na divulgação para atrair cada vez mais turistas. Fazem bastante marketing para os de fora, enquanto não há políticas públicas para muitos dos moradores dali (Santoamarense).

O relato demonstra que os próprios comerciantes e trabalhadores são inseridos em uma dinâmica econômica na qual dependem do consumo turístico. Os valores elevados não aparecem apenas como decisão individual dos vendedores, mas como parte de um ambiente territorial progressivamente orientado para visitantes com maior capacidade de consumo. A crítica da entrevistada dirige-se, sobretudo, à ausência de equilíbrio entre os investimentos em promoção turística e as políticas destinadas às necessidades dos moradores. Essa percepção reforça que as estratégias de marketing de lugares precisam conciliar a atração de visitantes com a criação de condições para que moradores e trabalhadores também utilizem, acessem e se reconheçam nas experiências existentes no território. O residente não participa apenas da composição simbólica e cultural da imagem do Pelourinho, mas também deve ser considerado como usuário legítimo dos serviços, equipamentos e espaços resultantes de sua valorização.

As falas também recuperam transformações ocorridas durante intervenções anteriores no Pelourinho, especialmente aquelas associadas à retirada ou à transferência de moradores. Refine identifica uma continuidade entre o modelo adotado em décadas anteriores e as mudanças observadas atualmente:

É um turismo para turista, não para os moradores da região. Eles estão sendo sempre empurrados para trás. O que eu acho é que esse modelo já foi feito, viram que não deu certo e continuam repetindo a mesma coisa. [...] Na década de 1990, para vários moradores, acho que foi péssimo. As pessoas foram realocadas para outros lugares, retiradas do seu lugar de identidade, enquanto outras foram empurradas para trás, sem acesso. Para o turismo naquele período foi muito bom; para o turista, foi muito bom (Refine).

A expressão “empurrados para trás” sintetiza uma percepção de perda de centralidade dos moradores na organização do território. A valorização turística pode conservar fachadas e ampliar a circulação de visitantes, mas, quando acompanhada do deslocamento da população, rompe vínculos construídos ao longo do tempo e enfraquece as relações sociais que atribuem significado ao espaço.

A análise aproxima-se das reflexões de Maricato (2008), para quem as intervenções em áreas urbanas históricas não devem se limitar à recuperação física ou à valorização imobiliária. A reabilitação precisa incorporar políticas habitacionais, infraestrutura, serviços públicos e condições que assegurem a permanência da população. Sem essa articulação,

projetos apresentados como revitalização podem recuperar o patrimônio construído enquanto promovem a substituição dos grupos que historicamente produziram a vida social do território.

A retirada dos moradores não constitui apenas uma mudança de endereço. Como aponta Refine, ela pode significar o afastamento de um “lugar de identidade”. Moradia, vizinhança, trabalho, práticas culturais e redes de apoio não são elementos facilmente transferidos de um ponto para outro da cidade. Quando uma população é deslocada, perde-se parte das relações que sustentavam sua vinculação com o território e contribuíam para sua continuidade como espaço socialmente vivo.

Os dados do Censo Demográfico de 2022 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística — IBGE — ajudam a situar essa percepção em uma tendência urbana mais ampla, ao indicarem redução da população residente e presença expressiva de domicílios vagos em áreas centrais históricas de grandes cidades brasileiras (IBGE, 2022).. Embora esses dados não permitam atribuir uma causa única às transformações do Pelourinho, eles reforçam a necessidade de analisar a valorização urbana em articulação com as políticas de habitação, ocupação e permanência. A recuperação dos imóveis e a atração de novos investimentos não correspondem necessariamente à recuperação da função residencial do território.

Essa leitura é reforçada por Rocha e Guimarães (2023), que demonstram que a consolidação de uma marca territorial voltada ao turismo e ao consumo cultural não se converte automaticamente em desenvolvimento sustentável ou em distribuição equitativa dos benefícios. No Pelourinho, a valorização de sua imagem, a restauração das edificações e a instalação de novos empreendimentos podem coexistir com dificuldades de permanência, acesso e apropriação pela população local. A efetividade das intervenções precisa, portanto, ser avaliada também pelas condições oferecidas aos sujeitos que moram, trabalham e constroem cotidianamente o território.

Nesse sentido, as transformações do Pelourinho também podem ser analisadas a partir da compreensão de Santos (2008) sobre o espaço como resultado inseparável de formas materiais e relações sociais. O território não se resume aos casarões, ruas, igrejas e monumentos que compõem sua paisagem. Ele é continuamente produzido pelas práticas de moradia, trabalho, circulação, sociabilidade, religiosidade e manifestação cultural desenvolvidas por diferentes sujeitos.

A preservação das edificações, embora indispensável, não assegura sozinha a preservação do lugar. Quando os usos cotidianos são substituídos, os moradores são afastados ou os espaços se tornam economicamente inacessíveis, parte dos significados sociais do território também é modificada. É possível, portanto, conservar a materialidade de um centro histórico e, ao mesmo tempo, enfraquecer as relações que lhe conferem identidade.

Apesar das críticas identificadas, as intervenções não são percebidas como integralmente negativas. Cartagena, por exemplo, destaca que a ampliação da segurança, a restauração dos prédios e a retomada de atividades culturais produziram benefícios diretos e indiretos para a cidade. A contradição reside justamente no fato de que melhorias necessárias podem coexistir com processos de seletividade, encarecimento e exclusão.

Dessa forma, o problema não está na restauração dos imóveis, na realização de eventos ou na atração de investimentos, mas na ausência de equilíbrio entre valorização econômica e função social. Quando os investimentos priorizam áreas de maior visibilidade, atividades mais rentáveis e públicos de maior poder aquisitivo, as transformações podem produzir uma paisagem renovada sem assegurar condições equivalentes de permanência, circulação e acesso para a população local.

Os relatos evidenciam, portanto, que a valorização urbana do Pelourinho é marcada por ambiguidades. As intervenções contribuem para recuperar espaços anteriormente abandonados, fortalecer a atividade econômica e ampliar a circulação de pessoas, mas

também podem aprofundar desigualdades, concentrar melhorias, encarecer o território e direcioná-lo ao consumo externo. A existência de ruas restauradas e iluminadas ao lado de áreas escuras e pouco funcionais expressa materialmente essa valorização seletiva.

Compreender essas contradições exige deslocar a análise da pergunta sobre quanto foi investido para questões relacionadas à finalidade e aos destinatários das intervenções: quais áreas são priorizadas, quais usos são estimulados, quem consegue acessar os novos serviços, quem participa das decisões e quem possui condições de permanecer no território após sua valorização. A transformação urbana somente pode ser considerada socialmente sustentável quando a recuperação material do patrimônio estiver associada à garantia do direito à moradia, ao trabalho, à cultura, à mobilidade e à participação. Essa leitura amplia a compreensão do marketing de lugares ao evidenciar que a atratividade territorial precisa ser construída com a participação dos residentes e avaliada também pela capacidade de atender às suas necessidades. Uma estratégia territorial socialmente sustentável não se limita a promover o Pelourinho como destino, mas incorpora aqueles que o vivenciam à definição de sua imagem, de seus usos e das formas de distribuição dos benefícios produzidos.

Nesse sentido, a valorização do Pelourinho não deve resultar apenas na construção de um território atrativo para quem chega, mas também na criação de condições dignas para aqueles que o vivenciam cotidianamente. As percepções dos entrevistados demonstram que a preservação patrimonial, quando dissociada da permanência dos sujeitos e da democratização dos benefícios, pode converter um espaço historicamente vivo em uma paisagem valorizada, porém socialmente seletiva. Essa contradição evidencia a necessidade de compreender como moradores, trabalhadores e agentes culturais participam das decisões sobre o território e de que forma os benefícios gerados pelo turismo e pelos investimentos urbanos são distribuídos.

4.5 Participação social e distribuição dos benefícios da valorização territorial

As contradições observadas nas transformações territoriais do Pelourinho conduzem a uma questão central: quem participa das decisões relacionadas ao território e quem se apropria dos benefícios produzidos por sua valorização? Embora os entrevistados reconheçam a importância do turismo para a preservação patrimonial, a circulação de pessoas e a geração de trabalho, as falas revelam diferentes percepções sobre a inclusão dos moradores, trabalhadores e agentes culturais nos processos de planejamento e na distribuição das oportunidades econômicas.

Os relatos indicam que estar presente na dinâmica turística não significa, necessariamente, participar das decisões ou controlar os recursos gerados por ela. Moradores e trabalhadores podem atuar no comércio, nos eventos e nos serviços oferecidos aos visitantes, mas permanecer afastados dos espaços nos quais são definidas as intervenções urbanas, as estratégias de promoção e os investimentos destinados ao território. Dessa forma, a análise da participação social exige considerar tanto a possibilidade de influenciar as decisões quanto as condições de acesso aos benefícios econômicos produzidos pelo turismo. Essa distinção também é central para as estratégias de marketing de lugares, pois a valorização territorial não deve ser avaliada apenas pela capacidade de atrair visitantes e investimentos, mas também pela participação dos atores locais e pela forma como os resultados produzidos são distribuídos. Nesse sentido, moradores, trabalhadores e agentes culturais devem ser reconhecidos como sujeitos do planejamento territorial, e não apenas como força de trabalho ou componentes da imagem promovida.

A distribuição espacial das atividades no Pelourinho oferece um primeiro indício dessa desigualdade. Cartagena observa que os moradores parecem estar menos presentes nas vias principais, ocupadas predominantemente por estabelecimentos comerciais e instituições:

O que eu percebo é que os moradores não estão ocupando as vias principais. Eles moram nas zonas mais periféricas, digamos assim, nas ruas secundárias. Os casarões que estão nas vias principais, nas praças e nos terreiros já estão ocupados por empresas e locais comerciais. [...] O morador está em outro lugar, mais escondido. O que a gente vê no Pelourinho, à primeira vista, é comércio, loja e instituição. (Cartagena)

A percepção de Cartagena demonstra que a distribuição dos benefícios também possui uma dimensão espacial. As áreas mais visíveis, valorizadas e frequentadas pelos visitantes concentram estabelecimentos comerciais, empresas e instituições, enquanto a presença residencial aparece deslocada para ruas secundárias. Essa configuração não representa apenas uma diferença entre zonas comerciais e residenciais, mas pode revelar uma perda de centralidade dos moradores na imagem e na organização do território.

Ao afirmar que o morador está “mais escondido”, a entrevistada sugere que a presença de quem vive no Pelourinho se torna menos perceptível diante da paisagem construída para a atividade turística. O território apresentado ao visitante tende a destacar o patrimônio, o comércio e as instituições, enquanto as experiências cotidianas da população residente permanecem em áreas menos valorizadas e menos integradas aos principais circuitos de circulação.

A percepção de Cartagena aproxima-se das reflexões de Rocha e Guimarães (2023), ao evidenciarem a relação ambivalente construída pelos moradores com a atividade turística no Centro Histórico de Salvador. Embora reconheçam sua relevância cultural e econômica, os residentes percebem uma distância entre os discursos institucionais de desenvolvimento e os benefícios efetivamente incorporados ao cotidiano do território. A redução da presença residencial nas áreas mais valorizadas, a reconfiguração do espaço público e a priorização de atividades orientadas ao consumo turístico também são observadas por Dazzi e Santos (2026), indicando que a valorização patrimonial pode ampliar a atratividade do território sem assegurar a centralidade de seus moradores.

Essa invisibilização também aparece no relato de Sulbaiano, que chama atenção para a presença de pessoas em situação de vulnerabilidade nas ruas menos frequentadas pelos turistas:

Quando você entra no Pelourinho, tem muita gente em situação de rua. Às vezes, essas pessoas são expulsas dali para não ficarem, entre aspas, ‘manchando’ a imagem daquilo que é bonito, que é o Centro Histórico. Quando você vai às ruas que não são as principais, tem muita gente nessa situação de vulnerabilidade. [...] A própria população que mora ali não tem boas condições financeiras. E, quando a gente olha para a maioria de quem está vivendo em situação de rua, você não enxerga ninguém que não seja negro. De cada dez, nove são (Sulbaiano).

A fala revela uma tensão entre a imagem promovida do Centro Histórico e as desigualdades presentes no território. A retirada de pessoas em situação de rua das áreas de maior circulação não resolve as condições de vulnerabilidade, apenas as desloca para locais menos visíveis. O cuidado com a aparência do espaço turístico pode, portanto, operar por meio da ocultação dos problemas sociais que não correspondem à imagem de beleza, segurança e organização projetada para os visitantes.

A dimensão racial destacada por Sulbaiano também é significativa. Sua percepção de que a população em maior situação de vulnerabilidade é predominantemente negra evidencia que os benefícios e os custos da valorização urbana não se distribuem de forma neutra. Em um território cuja identidade turística está amplamente associada à cultura afro-brasileira, a permanência de pessoas negras em condições de pobreza, precariedade habitacional e

exclusão econômica expõe uma contradição entre a valorização simbólica dessa cultura e as condições sociais de parte dos sujeitos que a representam.

Essa contradição encontra respaldo em Ramos (2021), ao observar que as intervenções realizadas pelo governo estadual no Centro Histórico de Salvador buscaram valorizar uma imagem cenográfica colonial, preenchida por elementos culturais afro-brasileiros. Entretanto, a imagem construída em torno do Pelourinho não foi orientada para a inclusão da população de baixa renda. Desse modo, referências da cultura negra passaram a ocupar uma posição central na promoção do território, enquanto parte da população historicamente vinculada a essas manifestações permaneceu exposta a processos de deslocamento, vulnerabilidade e exclusão dos espaços mais valorizados.

A utilização da cultura afro-brasileira como elemento de diferenciação turística não assegura, por si só, o reconhecimento dos direitos ou a melhoria das condições de vida de seus produtores. O Pelourinho pode ser promovido como território negro, musical e culturalmente diverso sem que as populações representadas nessa imagem participem, na mesma proporção, das decisões, dos investimentos e das oportunidades econômicas. A valorização simbólica da identidade negra pode, assim, coexistir com a marginalização social e territorial de sujeitos negros e de baixa renda.

Ramos (2021) também destaca que as tentativas de revitalização e gentrificação do Centro Histórico encontraram resistência na presença e na atuação da população de baixa renda que utilizava o território. Essa observação permite compreender os moradores e trabalhadores não apenas como sujeitos passivos diante das intervenções, mas como agentes que reivindicam permanência, constroem estratégias de resistência e disputam os sentidos e os usos atribuídos ao espaço.

As dúvidas sobre a participação dos moradores aparecem diretamente no relato de Sulbaiano:

Quem mora lá praticamente não tem muito poder de decisão, no meu ponto de vista. Todo movimento de manutenção do Pelourinho, ou da falta dela, é parte da prefeitura e depende mais do período em que está acontecendo alguma coisa, do evento e do porte esperado. Mas a população e os moradores de lá, eu creio que não (Sulbaiano).

Sua percepção relaciona a limitada influência da população à centralização das decisões nos órgãos públicos e à priorização de intervenções associadas a eventos. Nesse cenário, o cuidado com o território parece responder mais às demandas do calendário turístico do que a um planejamento contínuo construído com a população local. A participação dos moradores não seria incorporada como parte permanente da gestão, mas subordinada a decisões institucionais tomadas fora de seu cotidiano.

Letrando apresenta avaliação semelhante ao questionar a existência de processos de escuta e colaboração:

A partir de tudo o que falei, acredito que não seja uma questão muito de escuta e colaboração. É mais para atender às demandas de mercado. Em tese, essa escuta, esses arranjos e esses acordos estariam atrapalhando essa movimentação (Letrando).

O relato sugere a existência de uma incompatibilidade percebida entre a velocidade exigida pelos interesses econômicos e a construção coletiva das decisões. Processos participativos demandam diálogo, negociação e reconhecimento de interesses divergentes, enquanto intervenções orientadas pelo mercado tendem a privilegiar a agilidade, a rentabilidade e a capacidade de atrair investimentos. A participação pode, assim, ser tratada como um obstáculo à implementação de projetos previamente definidos, e não como uma

condição para que o desenvolvimento territorial responda às necessidades dos sujeitos afetados.

Essa percepção dialoga com Panza, Valério Filho e Mendes (2025), que relacionam a limitada participação social nos processos de planejamento urbano à produção de sentimentos de exclusão e à percepção dos moradores como agentes secundários nas transformações de seu próprio território. Esse afastamento também pode fragilizar o sentimento de pertencimento, uma vez que o vínculo com o território não se constrói apenas por meio das memórias e referências culturais, mas também pela possibilidade de os sujeitos influenciarem sua gestão e reconhecerem suas demandas nas decisões institucionais. Quando a escuta ocorre apenas depois da definição das prioridades ou se limita à validação de projetos previamente formulados, a participação perde sua capacidade de influenciar efetivamente as decisões. A governança turística, nesse sentido, não depende apenas da existência formal de espaços de consulta, mas da possibilidade concreta de os atores locais interferirem na definição dos investimentos, dos usos e das estratégias de desenvolvimento.

Essa tensão também aparece nas experiências analisadas por Rezaei, Ghaderi e Ghanipour (2022), Ren e Chao (2022) e Sengupta e Sen (2022). Em contextos distintos, esses estudos demonstram que projetos orientados à valorização turística podem contribuir para a conservação física e, simultaneamente, produzir alienação, perda de pertencimento e restrições aos usos populares quando as populações locais não participam de sua formulação.

Refine também questiona em que medida moradores e trabalhadores são ouvidos na construção das estratégias destinadas ao Pelourinho:

Eu não sei qual é a medida de escuta que se tem desses moradores e trabalhadores, de pensar junto as estratégias. Muitos vivem disso, têm as trancistas, os donos de lojas e precisam do turismo para sobreviver. Mas, vendo o que estão fazendo com a Rua Chile, eu vejo que é pura vontade política. É para circular e aumentar o capital ali em cima, tem todo o investimento sendo feito. [...] Em termos de crescimento, fortalecimento econômico e geração de renda, acho que fica sempre na sobrevivência. Não cresce (Refine).

A contribuição de Refine permite diferenciar a geração de renda da promoção de desenvolvimento. O turismo pode assegurar a sobrevivência cotidiana de trabalhadores, como trancistas, vendedores e pequenos comerciantes, sem necessariamente criar condições para seu crescimento econômico, sua estabilidade ou sua participação na valorização do território. A existência de trabalho não significa que os benefícios sejam distribuídos de maneira equilibrada, sobretudo quando os investimentos mais expressivos se concentram em empreendimentos de maior porte e em áreas consideradas estratégicas.

Essa distinção é fundamental para a análise dos benefícios do turismo. Parte dos trabalhadores locais pode obter renda a partir da presença dos visitantes, mas continuar ocupando posições marcadas pela informalidade, pela sazonalidade e pela dependência do fluxo turístico. Enquanto isso, agentes com maior capacidade de investimento podem controlar hotéis, restaurantes, imóveis e empreendimentos que concentram parcelas mais elevadas e permanentes dos recursos movimentados.

A percepção de Reconverso aprofunda essa discussão ao questionar quem ocupa os diferentes níveis da economia turística:

Eu vejo muito criticamente a forma como são conduzidas as políticas em relação a esses espaços e ao turismo no Pelourinho. Acho que o morador é excluído. Eu nem diria excluído, acho que ele é executado mesmo. Se você perguntar quem são os donos das lojas, quem trabalha nas lojas, quem são os camelôs, quem vende canga, cigarro e cafezinho nesse espaço, talvez você encontre alguns empreendimentos de pessoas negras, como o Cravinho, as baianas de acarajé e as mulheres que fazem

tranças. Mas estou falando dos hotéis e das galerias. Tem muita gente que não é daqui, que é de fora (Reconvexo).

Sua fala estabelece uma separação entre propriedade e trabalho. Os moradores e trabalhadores locais aparecem vinculados principalmente às atividades de menor escala, ao comércio informal e à prestação direta de serviços, enquanto empreendimentos de maior valor econômico podem estar sob o controle de investidores externos. Isso significa que a população local participa da economia do turismo, mas não necessariamente ocupa as posições nas quais se concentram o patrimônio, o capital e o poder de decisão.

A questão, portanto, não se limita a verificar se existem pessoas do território trabalhando nas atividades turísticas. É necessário observar quais funções elas desempenham, as condições em que trabalham, a estabilidade de seus rendimentos e sua participação na propriedade dos empreendimentos. A presença local na execução dos serviços não assegura que os recursos produzidos permaneçam no território ou sejam convertidos em desenvolvimento comunitário.

A distinção entre participar da execução das atividades e apropriar-se dos resultados da valorização pode ser aprofundada a partir da noção de justiça distributiva apresentada por Costa (2015). Sob essa perspectiva, a análise das práticas de marketing deve considerar não apenas sua capacidade de atrair visitantes, investimentos e recursos, mas também a maneira como seus benefícios e custos são distribuídos entre os diferentes grupos sociais. No Pelourinho, a concentração da propriedade de hotéis, galerias e empreendimentos de maior porte nas mãos de agentes externos, enquanto moradores e trabalhadores locais permanecem vinculados a atividades informais ou de menor escala, evidencia uma distribuição desigual das oportunidades geradas pelo turismo. Essa leitura é aprofundada por Medeiros e Costa (2020), ao defenderem que a avaliação das estratégias relacionadas ao turismo deve considerar a distribuição dos benefícios, dos custos, das responsabilidades e do poder de decisão entre os diferentes atores envolvidos.

Essa assimetria também é observada por Zhang et al. (2025) e Ren e Chao (2022), ao demonstrarem que os ganhos econômicos, simbólicos e institucionais associados à valorização turística podem se concentrar em determinados agentes, enquanto as populações locais assumem custos relacionados ao encarecimento do território, à perda de centralidade residencial e à descaracterização de práticas cotidianas. Dessa forma, a geração de renda não deve ser analisada isoladamente, pois um território pode apresentar crescimento econômico sem assegurar condições equitativas de acesso aos recursos e às posições de maior poder.

Essa dinâmica dialoga com Harvey (2005), para quem os processos de valorização urbana atraem agentes econômicos interessados nas oportunidades abertas pela transformação do espaço. Aqueles que possuem maior acesso a capital, informação e redes institucionais encontram melhores condições para adquirir imóveis, instalar empreendimentos e apropriar-se da valorização gerada pelos investimentos públicos e pela crescente atratividade turística.

A participação desigual na economia evidencia que a valorização do território não produz resultados uniformes. Enquanto determinados grupos acumulam ativos e ampliam sua presença empresarial, outros permanecem dependentes da venda diária de produtos e serviços. O crescimento da circulação econômica pode, portanto, coexistir com a manutenção de condições de sobrevivência entre os trabalhadores que sustentam parte significativa da experiência cultural oferecida no Pelourinho.

Movimento também reconhece que eventos culturais permitem a geração de renda por meio de barracas e atividades comerciais, mas considera que essa participação ocorre de forma limitada:

Eu entendo que vou fazer um show no Pelourinho e os moradores que colocam suas barracas conseguem lucrar com isso. Tem esse lugar de fazer o movimento de arte e

cultura acontecer e as pessoas desfrutarem. Mas sinto falta deles trabalhando nesse evento cultural, estando como produtores, organizadores e montadores, fazendo a renda circular pelo próprio espaço. Toda vez que tem um evento cultural, é sempre algo de fora para dentro, para ocupar lá, e não o Pelourinho se ocupando, com as pessoas que produzem ali (Movimento).

O depoimento distingue a participação periférica da participação estruturante. Instalar uma barraca durante um evento permite obter renda, mas não equivale a participar de sua concepção, produção ou gestão. As funções de planejamento, contratação e organização tendem a concentrar maior poder decisório, melhores remunerações e possibilidades de continuidade profissional. Quando essas posições são ocupadas majoritariamente por agentes externos, parte significativa dos recursos pode deixar de circular entre os sujeitos e as organizações do próprio território.

A fala de Movimento demonstra que a inclusão econômica não deve se limitar à abertura de oportunidades temporárias de venda. Uma distribuição mais ampla dos benefícios exigiria incorporar moradores, trabalhadores, artistas e produtores locais em diferentes etapas da cadeia do turismo e dos eventos, incluindo planejamento, gestão, produção, comunicação, contratação de serviços e avaliação das ações realizadas.

A entrevistada também relaciona a atual dificuldade de organização comunitária aos processos de retirada de moradores e de desocupação dos casarões:

Minha mãe fazia parte de um movimento sem teto na Ladeira da Praça. Eu lembro muito desses movimentos de ocupação das casas antigas. Havia reuniões para tomada de decisões no bairro, de as pessoas se juntarem e começarem a pensar. [...] Como já não existem mais essas ocupações dos casarões, foram tirando as pessoas para dar espaço para outras coisas. Isso continua acontecendo, essas desocupações para outros fins do governo. E aí fica difícil essa organização coletiva da comunidade (Movimento).

O relato demonstra que a participação social depende também da permanência física e da continuidade dos vínculos comunitários. Quando moradores são retirados ou dispersos, não ocorre apenas uma transformação residencial. As redes de convivência, mobilização e organização política também são enfraquecidas. A perda desses vínculos reduz a capacidade da população de construir demandas coletivas e disputar as decisões relacionadas ao território.

Essa percepção se aproxima de Maricato (2008), ao evidenciar que políticas de requalificação urbana dissociadas da habitação e da permanência populacional podem aprofundar desigualdades e enfraquecer a organização dos grupos mais afetados. A participação social não se realiza apenas por meio da criação formal de conselhos, reuniões ou consultas públicas. Ela depende da existência de comunidades com condições materiais para permanecer no território, compartilhar experiências e formular coletivamente suas reivindicações.

As contribuições de Mosquera (2024) ampliam essa discussão ao apontarem a crescente influência do capital imobiliário na construção de lugares estratégicos nos centros urbanos. Segundo o autor, essa atuação tem sido favorecida por alianças entre os setores público e privado e por mecanismos como isenções fiscais, licitações e concessões de uso do patrimônio por longos períodos. O poder público pode, assim, assumir uma função semelhante à de uma “imobiliária pública”, criando condições institucionais para a instalação de empreendimentos privados em áreas valorizadas.

Essa compreensão ajuda a interpretar as percepções sobre a Rua Chile e sobre a presença de hotéis, galerias e estabelecimentos de alto padrão. Os investimentos públicos em restauração, segurança, iluminação e infraestrutura podem ampliar o valor econômico dos imóveis e criar oportunidades apropriadas principalmente por agentes com maior capacidade

financeira. A população local participa do funcionamento do território, mas pode não possuir os recursos necessários para controlar os empreendimentos ou acessar os espaços resultantes dessa valorização.

Diante desse cenário, Mosquera (2024) defende a democratização do planejamento urbano e das políticas públicas, com a incorporação de movimentos de moradores e associações de trabalhadores às redes de gestão institucional. Essa participação deve ser acompanhada por políticas de investimento socioeconômico e de habitação, de modo que o Centro Histórico concilie atividades turísticas com a permanência das classes trabalhadoras.

A conciliação entre turismo e habitação também pode contribuir para enfrentar os períodos e horários de esvaziamento identificados nas entrevistas. Um território ocupado por moradores, serviços cotidianos, atividades culturais e diferentes formas de trabalho mantém sua vitalidade para além das temporadas turísticas e dos grandes eventos. A presença residencial não deve ser compreendida como obstáculo ao desenvolvimento, mas como condição para que o Pelourinho permaneça um espaço urbano vivo e não se converta em uma área utilizada apenas em determinados horários ou épocas do ano.

Apesar da predominância de percepções críticas, as entrevistas também apresentaram uma leitura distinta. Teatral considera que os moradores e agentes culturais participam das decisões relacionadas ao Pelourinho, especialmente em razão da existência de organizações, equipamentos, grupos culturais e personalidades reconhecidas no território:

Eu acredito que sim. Os moradores participam das decisões do Pelourinho. [...] Para pensar a dinâmica de um distrito criativo, a gente precisa pensar governança. No Pelourinho, já existem casas de show, o governo que administra essas casas, a FUNCEB, os grupos culturais e os restaurantes. Acredito que eles fazem parte dessa movimentação de decisões em prol do bairro. Existem pessoas historicamente reconhecidas, personalidades da região. Ninguém vai chegar lá do nada e fazer as coisas sem considerar essas pessoas. Elas são bem imponentes em relação ao que querem para a região (Teatral).

Sua fala demonstra que o Pelourinho possui uma estrutura social e institucional consolidada, formada por equipamentos públicos, grupos culturais, empreendimentos e lideranças com capacidade de reivindicação. A existência desses atores pode criar canais de interlocução com o poder público e impedir que determinadas decisões sejam implementadas sem resistência ou negociação.

Teatral também entende que os moradores estão entre os principais beneficiários econômicos do turismo:

A maioria das pessoas que trabalha no Pelourinho são pessoas que moram lá. As mulheres que fazem turbantes e tranças, os homens que fazem pintura, o vendedor da fitinha do Bonfim. É óbvio que muitos restaurantes são de pessoas que vêm de fora, compram a casa e montam o restaurante, mas as pessoas que trabalham nos barzinhos e dentro das praças, em sua maioria, moram aqui. Também existem políticas públicas do governo e da prefeitura para abarcar a população em algumas atividades. Acho que as pessoas mais beneficiadas pelo fluxo do turismo, no sentido do trabalho, são os moradores da região (Teatral).

A percepção de Teatral funciona como um contraponto importante, pois demonstra que o turismo também pode criar oportunidades concretas para sujeitos locais e que existem formas de participação já estabelecidas. Seu relato evita que o território seja interpretado exclusivamente como espaço de exclusão e evidencia a presença ativa de trabalhadores, artistas, comerciantes e lideranças na economia e nas disputas relacionadas ao Pelourinho.

Entretanto, sua própria fala reconhece que muitos restaurantes pertencem a pessoas externas ao território, enquanto moradores aparecem com maior frequência na prestação de

serviços e nas atividades realizadas nas ruas e praças. Desse modo, a divergência entre Teatral e os demais entrevistados não elimina a desigualdade apontada, mas revela que os benefícios podem ser percebidos de maneiras diferentes conforme a posição ocupada pelos sujeitos e sua proximidade com as instituições e redes de governança.

As entrevistas não permitem concluir que exista ausência absoluta de participação, tampouco que os benefícios do turismo sejam totalmente apropriados por agentes externos. O que os relatos evidenciam é uma estrutura desigual e fragmentada, na qual alguns moradores, trabalhadores, organizações culturais e lideranças conseguem participar e obter renda, enquanto outros permanecem pouco representados ou limitados a oportunidades precárias e sazonais.

Essa compreensão dialoga com Santos (2008), para quem o território deve ser analisado a partir das relações entre os diferentes agentes que o utilizam e disputam. O Pelourinho é apropriado simultaneamente por moradores, trabalhadores informais, comerciantes, empresas, investidores, instituições culturais, órgãos públicos e visitantes. Esses atores, entretanto, não dispõem dos mesmos recursos econômicos, políticos e institucionais para determinar os usos do espaço.

As percepções também se aproximam das reflexões de Scherer e Allebrandt (2023), segundo as quais o desenvolvimento territorial em áreas patrimoniais depende do reconhecimento das experiências e da participação dos sujeitos que vivenciam esses espaços. A construção de mecanismos de governança que incorporem diferentes atores locais contribui para a sustentabilidade social do turismo, pois permite conciliar a preservação patrimonial, a geração de renda e a continuidade dos significados atribuídos ao território.

Assim, uma política participativa não deve se limitar à consulta eventual de lideranças ou à inclusão dos moradores em atividades já planejadas. É necessário criar condições para que diferentes grupos participem da identificação dos problemas, da definição das prioridades, da elaboração dos projetos, da execução das ações e da avaliação dos resultados. Essa participação precisa alcançar também os sujeitos menos institucionalizados, como trabalhadores informais, pessoas em situação de vulnerabilidade e moradores que não integram organizações culturais ou empresariais reconhecidas.

Da mesma forma, distribuir os benefícios do turismo não significa apenas gerar postos de trabalho ou autorizar a instalação de barracas durante eventos. Pressupõe ampliar o acesso à qualificação, ao crédito, aos espaços comerciais, à propriedade dos empreendimentos, às contratações públicas e às posições de planejamento e gestão. A renda gerada deve contribuir não apenas para a sobrevivência imediata, mas para o fortalecimento econômico e social dos sujeitos vinculados ao território.

Os resultados demonstram, portanto, que o debate sobre os benefícios do turismo precisa considerar quem trabalha, quem decide, quem possui os empreendimentos e quem consegue permanecer no espaço valorizado. O crescimento do fluxo turístico e do número de atividades econômicas não garante, isoladamente, um desenvolvimento territorial inclusivo. Um território pode movimentar recursos expressivos e, ainda assim, manter seus trabalhadores em condições precárias, seus moradores afastados das áreas mais valorizadas e suas decisões concentradas em agentes públicos e privados com maior capacidade de influência.

Dessa forma, o turismo apresenta potencial para contribuir com a preservação do patrimônio, a valorização cultural e a geração de oportunidades no Pelourinho, mas sua sustentabilidade social depende da democratização das decisões e dos benefícios. A inclusão efetiva de moradores, trabalhadores e agentes culturais deve ocorrer não apenas como presença simbólica ou força de trabalho, mas como participação ativa na definição do futuro do território e na apropriação das oportunidades econômicas produzidas por sua valorização.

4.6 Possibilidades para o equilíbrio entre valorização turística e uso social do território

Ao serem questionados sobre como o Pelourinho poderia se tornar um território mais inclusivo, os entrevistados apresentaram propostas relacionadas à acessibilidade, à segurança, à participação social, à inclusão econômica e ao fortalecimento das atividades culturais e comunitárias. As respostas demonstram que a inclusão não depende apenas da ampliação da visitação ou da recuperação física dos imóveis, mas de uma gestão territorial capaz de considerar as necessidades dos diferentes sujeitos que moram, trabalham, circulam e constroem vínculos com o Centro Histórico.

A acessibilidade apareceu como uma das demandas mais recorrentes. Os participantes destacaram que as características históricas e geográficas do Pelourinho, como as ladeiras, o calçamento de pedras e os passeios elevados, dificultam a circulação de idosos, pessoas com deficiência e indivíduos com mobilidade reduzida. Também foram mencionadas a ausência de pisos táteis, rampas e percursos acessíveis entre os pontos de transporte e os equipamentos culturais. Carmo sintetizou essas limitações ao afirmar:

Não tem, por exemplo, piso tátil. Foi feita a organização da calçada, mas não foi colocado o piso tátil, então, para pessoas cegas, seria difícil. Acho também que os passeios são muito altos para pessoas em cadeira de rodas e idosos (Carmo).

As falas evidenciam que a acessibilidade não pode ser avaliada apenas pela existência de adaptações no interior de determinados equipamentos. Mesmo quando um museu ou espaço cultural possui elevador, o trajeto até o local pode permanecer inacessível. Pelô, que atua em um equipamento cultural, explicou:

Para cadeirantes, não vejo acessibilidade nenhuma, tanto por rampas quanto por piso tátil e pela própria estrutura das ruas. [...] Se a pessoa não for de carro, para chegar à porta e entrar, encontra muitas dificuldades (Pelô).

Além das barreiras físicas, os entrevistados apontaram dificuldades relacionadas à acessibilidade sensorial. A realização constante de eventos e a intensidade dos sons em determinados espaços podem dificultar a permanência de pessoas autistas ou com sensibilidade auditiva. Nesse sentido, foram sugeridos o controle dos níveis de ruído, a disponibilização de abafadores e a adaptação das experiências culturais a diferentes públicos. Como afirmou Pelô:

Para receber um grupo TEA, muitas vezes não é possível por conta dos diversos ruídos encontrados no espaço. [...] Deveriam disponibilizar mais equipamentos de proteção auditiva para que a experiência se tornasse mais acessível (Pelô).

Essas percepções reforçam que a inclusão territorial precisa considerar a diversidade dos corpos e das formas de vivenciar o espaço. Ao tratar o desenvolvimento de áreas patrimonializadas como um processo relacionado ao bem viver, à justiça social e ao uso social do território, Scherer e Allebrandt (2023) permitem compreender que a preservação histórica deve ser conciliada com condições concretas de acesso e participação. A proteção do patrimônio não deve significar a manutenção de barreiras que impeçam determinados grupos de usufruí-lo. A acessibilidade integral, portanto, a própria experiência territorial e precisa ser incorporada às estratégias de marketing de lugares, uma vez que a promoção de um espaço como destino cultural perde coerência quando parte da população encontra barreiras para acessá-lo e vivenciá-lo.

A segurança, a iluminação, a limpeza e a manutenção urbana também foram apontadas como condições fundamentais para a inclusão. Os entrevistados criticaram a concentração do

policiamento e dos cuidados com o território nos períodos de festas e de maior circulação turística. Para eles, a segurança deve ser permanente e alcançar não apenas as vias principais, mas também as ruas transversais e as áreas residenciais:

A polícia e a Guarda Municipal só aparecem em festa. Depois disso, somem, e a gente fica ali refém da criminalidade (Carmo).

Sulbaiano relacionou a inclusão ao tratamento igualitário entre visitantes e moradores:

Os movimentos poderiam não ser sazonais, só para quando vai ter turista, como Carnaval ou São João. [...] Mais segurança e manutenção da limpeza urbana trariam inclusão, porque demonstrariam mais respeito por quem mora lá, e não somente por quem está vindo visitar (Sulbaiano).

Essas falas retomam a seletividade territorial identificada nas seções anteriores. Quando os serviços públicos são intensificados apenas nos períodos de maior exposição turística, a gestão do território tende a privilegiar sua imagem externa em detrimento das condições cotidianas da população. Conforme observam Rocha e Guimarães (2023), a consolidação de uma marca territorial não assegura, por si só, que os benefícios da valorização sejam percebidos de forma equitativa pelos residentes. A inclusão exige que segurança, limpeza, iluminação e manutenção sejam tratadas como direitos permanentes, e não como recursos temporários de preparação do espaço para os visitantes.

A necessidade de ampliar a escuta e a participação dos sujeitos locais também esteve presente nas respostas. Os participantes defenderam maior aproximação entre os órgãos públicos, moradores, trabalhadores, comerciantes, ocupações, movimentos sociais e agentes culturais. Letrando destacou:

Acho que o principal ponto seria essa questão da escuta, porque, quando são tomadas decisões, existe sempre esse privilégio em relação aos turistas. [...] Seria necessário abrir espaço de diálogo com os moradores e também com visitantes que precisam dessa atenção (Letrando).

Reconvexo mencionou que a mobilização comunitária é dificultada pelas próprias condições de sobrevivência dos trabalhadores da cultura:

A gente fica tão correndo atrás de recurso para sobreviver que é difícil fazer alguma articulação que não seja sobreviver. [...] O que poderia ser feito era organizar movimentos para exigir uma participação ativa na construção de políticas públicas (Reconvexo).

Essa percepção dialoga com Panza, Valério Filho e Mendes (2025), que relacionam a participação limitada nos processos de planejamento à sensação de exclusão e à perda de pertencimento. A escuta institucional não deve ocorrer apenas após a definição dos projetos, mas precisa permitir que moradores e trabalhadores interfiram na identificação dos problemas, na definição das prioridades, na execução das políticas e na avaliação de seus resultados. A participação social constitui, portanto, uma condição de legitimidade da gestão territorial.

A inclusão econômica também foi associada à necessidade de ampliar as oportunidades para trabalhadores e empreendedores locais. Os entrevistados questionaram a presença de grandes investimentos e empreendimentos de alto padrão sem contrapartidas claras em relação à geração de empregos, à formalização do trabalho e à circulação da renda no próprio território. Reconvexo defendeu maior fiscalização:

Você vai comprar um casarão e vai fazer o quê? Quantos empregos vai gerar? Quantas pessoas daqui vai empregar? Não tem isso. [...] É subemprego (Reconvexo).

As respostas também mencionaram a necessidade de serviços mais acessíveis à população de baixa renda, como restaurantes populares, mercados com preços subsidiados e apoio aos pequenos negócios. Essas propostas aproximam-se da noção de justiça distributiva apresentada por Costa (2015), segundo a qual a avaliação das práticas de marketing deve considerar como seus benefícios e seus custos são distribuídos socialmente. No Pelourinho, não basta que o turismo movimente recursos; é necessário analisar quem controla os empreendimentos, quais trabalhadores são contratados, em que condições trabalham e quanto da renda permanece no território. Essa compreensão também dialoga com Medeiros e Costa (2020), ao indicar que a avaliação das estratégias turísticas deve considerar a distribuição dos benefícios, dos custos, das responsabilidades e do poder de decisão entre os diferentes atores.

O fortalecimento de projetos culturais, educativos e sociais também foi apresentado como caminho para ampliar a inclusão. Os participantes defenderam investimentos permanentes nos equipamentos e nas organizações que atuam com crianças, jovens, artistas, professores e moradores. Movimento destacou:

Tendo investimento, tem que investir o dinheiro para as coisas acontecerem, entendeu? Lá a gente já tem projetos, projetos acontecendo, né? Tem a Fundação, tem o Projeto Axé, tem a TV Pelourinho eu acho que é investir cada vez mais nesses equipamentos culturais, sabe? (Movimento).

Human sugeriu ampliar o acesso de estudantes e professores aos equipamentos culturais:

A gente precisa melhorar essa questão de trazer mais escolas, não somente da cidade, mas também do estado, para frequentar o Pelourinho e os equipamentos de cultura. [...] Esse já seria um primeiro passo para a inclusão (Human).

Essas propostas reforçam a dimensão educativa do turismo cultural identificada anteriormente. A aproximação de estudantes, professores e moradores de Salvador pode contribuir para que o Pelourinho seja reconhecido não apenas como destino para visitantes externos, mas como parte da formação cultural e histórica da própria população baiana. Conforme Montenegro (2022), a valorização patrimonial pode fortalecer vínculos entre os sujeitos e o território quando não se limita à promoção comercial, mas contribui para a circulação da memória, da identidade e das expressões culturais locais.

Por fim, as entrevistas revelaram que a inclusão possui uma dimensão racial e simbólica. Alguns participantes apontaram que a resistência de parte da população de Salvador em frequentar o Pelourinho não decorre apenas de barreiras físicas ou da sensação de insegurança, mas também de estigmas associados à pobreza, à violência e à presença negra. Como afirmou Cartagena:

Além das questões estruturais, há questões ideológicas. Muitas vezes, as pessoas associam o Pelourinho a um lugar de negros, pobres e violência. [...] É necessária uma reestruturação ideológica e física também (Cartagena).

Essa percepção evidencia que tornar o Pelourinho mais inclusivo exige enfrentar as representações sociais que hierarquizam territórios e sujeitos. A valorização da cultura afro-brasileira precisa ultrapassar sua utilização como elemento de atratividade turística e contribuir para o reconhecimento das populações negras como produtoras, gestoras e

destinatárias legítimas das políticas destinadas ao território. Como aponta Ramos (2021), a visibilidade das expressões culturais negras não assegura, isoladamente, a inclusão dos sujeitos historicamente associados a elas.

Os caminhos apontados pelos entrevistados demonstram, portanto, que a inclusão do Pelourinho depende de uma atuação integrada. Acessibilidade física e sensorial, segurança permanente, manutenção urbana, participação social, trabalho digno, apoio aos projetos culturais e enfrentamento dos estigmas raciais não constituem demandas isoladas. Elas revelam que o desenvolvimento territorial precisa conciliar a preservação patrimonial e a atividade turística com o direito dos diferentes sujeitos de acessar, ocupar, decidir e beneficiar-se do espaço. Nesse contexto, as estratégias de marketing de lugares não devem ser avaliadas apenas pela atratividade da imagem construída, mas também pela forma como se articulam a uma gestão democrática, acessível e socialmente justa do território.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar a aplicação do marketing de lugares no Pelourinho, considerando seus impactos sobre o uso social do Centro Histórico, os processos de apropriação do espaço urbano e as percepções de diferentes sujeitos em relação à atividade turística. Buscou-se compreender em que medida as estratégias de valorização e promoção territorial contribuem para um desenvolvimento inclusivo ou, em sentido contrário, reproduzem desigualdades socioespaciais já presentes no território.

A análise das entrevistas demonstrou que o Pelourinho não pode ser compreendido apenas como um destino turístico ou um conjunto de edificações reconhecidas como patrimônio. Trata-se de um território construído por diferentes formas de presença, circulação e apropriação, no qual se articulam moradia, trabalho, formação, produção cultural, religiosidade, memória, lazer e convivência. Os vínculos identificados ultrapassam as classificações formais de morador, trabalhador ou visitante, uma vez que muitos participantes mantêm com o local relações afetivas, profissionais, educativas e identitárias desenvolvidas ao longo de suas trajetórias.

Os relatos evidenciaram que a memória e o pertencimento são produzidos tanto pelas experiências do passado quanto pela continuidade da convivência no presente. O Pelourinho foi definido como casa, lugar de intimidade, espaço de formação e referência para a identidade negra, baiana e vinculada ao Recôncavo. Entretanto, esse pertencimento não se mostrou automático ou homogêneo. A possibilidade de se reconhecer nas narrativas, nas instituições e nas pessoas responsáveis por comunicar a história do território influencia diretamente o sentimento de inclusão. Nesse sentido, a valorização simbólica do Pelourinho não depende apenas da divulgação de sua cultura, mas da presença e do reconhecimento dos sujeitos que historicamente participam de sua construção.

Entre os resultados mais relevantes, destacaram-se a recorrência e a intensidade com que o Pelourinho foi associado à identidade e ao sentimento de pertencimento dos participantes. Mesmo entre sujeitos com diferentes formas de vínculo com o território, as experiências vividas no local apareceram relacionadas às histórias familiares, à formação profissional e cultural, à identidade negra e baiana e às maneiras pelas quais as pessoas reconhecem a si mesmas. Esse resultado mostrou-se especialmente significativo porque evidencia que os efeitos da valorização territorial não se restringem à imagem divulgada ou ao estímulo à visitação, alcançando dimensões íntimas das trajetórias individuais. Ao mesmo tempo, esse pertencimento pode ser fortalecido ou fragilizado conforme os sujeitos se reconheçam nas narrativas promovidas, participem das decisões e tenham condições concretas de acessar e vivenciar o território.

Quanto ao turismo cultural, os resultados confirmaram seu caráter ambivalente. Por um lado, a atividade amplia a visibilidade do patrimônio, estimula a visitação, sustenta trabalhadores, movimenta estabelecimentos comerciais, favorece intercâmbios culturais e contribui para manter o território na agenda das instituições públicas. As visitas escolares e as atividades desenvolvidas em museus, igrejas, equipamentos culturais e espaços públicos também evidenciam o potencial educativo do turismo, aproximando a população da história de Salvador e da Bahia.

Por outro lado, a promoção turística pode construir uma imagem predominantemente orientada ao público externo. Quando os roteiros, os serviços, os preços, os investimentos e as formas de comunicação são planejados principalmente para visitantes com maior capacidade de consumo, parte da população local pode não se reconhecer como destinatária das experiências oferecidas. Desse modo, um território amplamente apresentado como símbolo da identidade baiana pode permanecer material ou simbolicamente distante de muitos habitantes da própria cidade e do estado.

As transformações observadas no Pelourinho também revelaram que a recuperação física do patrimônio não equivale necessariamente à recuperação de sua função social. As entrevistas reconheceram avanços relacionados à restauração de edificações, à iluminação, à segurança, à ampliação da hotelaria e à retomada de atividades culturais. Contudo, também apontaram que essas melhorias tendem a se concentrar nas áreas de maior visibilidade e potencial econômico, podendo coexistir com ruas escuras, imóveis vazios, dificuldades de mobilidade, insegurança e enfraquecimento dos usos residenciais e cotidianos.

A instalação de hotéis, restaurantes, galerias e experiências de alto padrão, especialmente em áreas como a Rua Chile, foi percebida como expressão de uma valorização seletiva. Embora esses empreendimentos contribuam para recuperar imóveis e movimentar a economia, seus serviços nem sempre são acessíveis aos sujeitos que moram ou trabalham no território. A paisagem pode ser renovada e valorizada enquanto permanecem limitações relacionadas à moradia, ao acesso, ao custo de vida e à permanência dos grupos historicamente vinculados ao Centro Histórico.

A análise permite concluir que o marketing de lugares contribui para o desenvolvimento territorial do Pelourinho quando amplia o reconhecimento de seu patrimônio, fortalece sua produção cultural, gera oportunidades econômicas e aproxima a população de sua história. Entretanto, quando se limita à construção de uma imagem atrativa, à captação de investimentos e ao aumento do fluxo de visitantes, pode reforçar processos de seletividade e exclusão. O marketing não atua apenas na comunicação do território: participa da definição das narrativas valorizadas, dos públicos priorizados, dos investimentos realizados e das formas de uso que passam a ocupar maior centralidade.

Os resultados também demonstraram que a existência de trabalho e renda não assegura uma distribuição equitativa dos benefícios do turismo. Moradores e trabalhadores locais participam da atividade por meio do comércio informal, da venda de produtos, da produção artística, dos serviços de alimentação, das tranças, dos turbantes, das pinturas e de outras atividades que integram a experiência cultural do Pelourinho. Contudo, essa presença ocorre com frequência em posições marcadas pela informalidade, pela sazonalidade e pela dependência do movimento turístico.

A separação identificada entre propriedade e trabalho constitui um dos principais achados da pesquisa. Enquanto parte da população local atua na prestação direta dos serviços, empreendimentos de maior valor econômico podem permanecer sob o controle de investidores externos. Assim, estar inserido na economia turística não significa necessariamente participar da valorização patrimonial em condições de igualdade. É preciso observar não apenas quem trabalha, mas quem define os investimentos, possui os imóveis e

empreendimentos, ocupa as funções de gestão e consegue acumular os resultados econômicos produzidos no território.

Da mesma forma, instalar barracas, vender produtos ou prestar serviços durante eventos não equivale a participar de sua concepção, organização e gestão. A inclusão econômica precisa alcançar funções estruturantes, como planejamento, produção, comunicação, contratação, avaliação e tomada de decisão. O desenvolvimento territorial inclusivo pressupõe que moradores, trabalhadores, artistas, produtores e organizações locais não sejam considerados apenas como força de trabalho ou componentes da imagem cultural, mas como agentes capazes de influenciar o futuro do espaço que ajudam a sustentar.

As entrevistas não permitem afirmar que exista uma ausência absoluta de participação. A percepção mais favorável foi apresentada por Teatral, trabalhadora e agente cultural que atua como assessora técnica e gestora pública. Essa posição pode favorecer maior familiaridade com os atores institucionalizados, os canais de interlocução e as estruturas de governança do território, contribuindo para sua avaliação mais positiva. Em contraste, participantes como Sulbaiano, Letrando, Refine, Reconvexo e Movimento enfatizaram a centralização das decisões, a insuficiência da escuta, as dificuldades de organização comunitária e a permanência dos trabalhadores em posições voltadas principalmente à sobrevivência econômica.

Esse contraste demonstra que as desigualdades de participação não podem ser explicadas apenas pelo nível de escolaridade. Reconvexo, por exemplo, também atua como agente cultural e possui doutorado, enquanto Refine possui mestrado, mas ambas apresentaram percepções críticas sobre os processos decisórios. Isso sugere que o tipo de vínculo institucional, a posição ocupada nas redes de gestão, o acesso à informação e a proximidade com os espaços de decisão podem exercer maior influência sobre a percepção e o exercício da participação. Sob uma leitura interseccional, aspectos como raça, condição econômica, ocupação, formalidade do trabalho e inserção institucional podem se combinar na definição dessas possibilidades. Entretanto, a natureza qualitativa e a composição da amostra não permitem estabelecer relações causais ou determinar o peso específico de cada dimensão.

Ao serem questionados sobre como o Pelourinho poderia tornar-se mais inclusivo, os participantes apontaram caminhos que reforçam a necessidade de uma gestão territorial integrada. A acessibilidade física e sensorial apareceu como uma das demandas mais recorrentes, envolvendo a instalação de pisos táteis, rampas, percursos adequados, adaptação das calçadas, melhoria do acesso aos equipamentos culturais e atenção às pessoas com deficiência, mobilidade reduzida, autismo ou sensibilidade auditiva. As características históricas e geográficas do território representam desafios reais, mas não devem justificar a ausência de planejamento e de soluções capazes de ampliar o direito de acesso.

Segurança, iluminação, limpeza e manutenção também foram apresentadas como condições de inclusão. Os relatos criticaram a concentração dos serviços públicos nos períodos de festas, grandes eventos e maior circulação turística. Uma política inclusiva exige cuidados permanentes, que alcancem tanto as vias principais quanto as ruas transversais, as áreas residenciais e o entorno do Pelourinho. A proteção do território não deve estar condicionada apenas à preservação de sua imagem ou à recepção de visitantes, mas às necessidades de quem vive e trabalha cotidianamente no local.

Outro caminho apontado foi a ampliação dos mecanismos de escuta, diálogo e participação. Moradores, trabalhadores, lojistas, ocupações, movimentos sociais, fazedores de cultura, pessoas em situação de vulnerabilidade e sujeitos com deficiência precisam participar da identificação dos problemas, da elaboração das propostas, da execução das ações e da avaliação dos resultados. A realização de consultas formais não será suficiente se as decisões fundamentais já estiverem definidas ou se os grupos participantes não possuírem condições efetivas de influenciá-las.

Também se destacou a necessidade de fortalecer projetos sociais, culturais e educativos já existentes, ampliar o acesso de estudantes e professores aos equipamentos culturais e oferecer programação contínua para a população de Salvador. O financiamento de organizações que atuam com crianças, adolescentes, artistas e comunidades locais pode contribuir para enfrentar vulnerabilidades sociais e manter o território ativo para além das temporadas turísticas. Essa perspectiva reconhece a cultura não apenas como atrativo econômico, mas como instrumento de formação, inclusão e desenvolvimento social.

A inclusão econômica, por sua vez, depende de medidas voltadas à contratação e à qualificação de trabalhadores locais, ao apoio aos pequenos empreendimentos, à formalização das relações de trabalho, ao acesso ao crédito e aos espaços comerciais e à fiscalização das contrapartidas geradas pelos investimentos privados. A criação de serviços acessíveis à população de baixa renda e de mecanismos para que os recursos movimentados permaneçam no território também pode reduzir a distância entre crescimento turístico e desenvolvimento comunitário.

As respostas demonstraram ainda que a inclusão possui uma dimensão racial e simbólica. Parte das barreiras que afastam a população do Pelourinho relaciona-se a representações historicamente associadas à pobreza, à violência e à presença negra. Ao mesmo tempo que a cultura afro-brasileira constitui um dos principais elementos de promoção do território, pessoas negras permanecem expostas a vulnerabilidades, informalidade, deslocamentos e invisibilização. Dessa forma, valorizar a cultura negra exige reconhecer seus produtores como sujeitos de direitos, participantes da gestão e destinatários dos benefícios econômicos e institucionais produzidos por essa valorização.

No campo da Administração, o estudo contribui ao demonstrar que a gestão de territórios patrimonializados exige mais do que estratégias de comunicação e atração de públicos. O marketing de lugares precisa ser articulado ao planejamento urbano, à gestão cultural, às políticas de habitação, à acessibilidade, à mobilidade, à segurança, ao desenvolvimento econômico e à participação social. Essa articulação é necessária para favorecer a produção de externalidades positivas e reduzir as externalidades negativas e os desequilíbrios decorrentes das relações de troca e consumo que atravessam o território. Isso demanda coordenação entre órgãos públicos, organizações culturais, empreendedores, associações, trabalhadores e comunidades, além da definição de responsabilidades, contrapartidas, indicadores e mecanismos permanentes de acompanhamento.

Sob essa perspectiva, a gestão territorial deve avaliar não apenas o número de visitantes, a realização de eventos, a ocupação hoteleira ou os recursos movimentados. Também precisa considerar indicadores relacionados à permanência residencial, à formalização do trabalho, à participação dos atores locais, à acessibilidade, à circulação da renda no território, à continuidade dos serviços públicos e à percepção dos sujeitos que vivenciam o espaço. O êxito de uma estratégia de marketing de lugares não pode ser medido somente pela força da imagem projetada, mas pela relação entre essa imagem e as condições concretas oferecidas no território.

Do ponto de vista teórico, o estudo contribui para preencher uma lacuna ao articular o marketing de lugares, o turismo cultural e o uso social do espaço urbano a partir das percepções de sujeitos com diferentes vínculos com um centro histórico. Ao deslocar a análise da atratividade e da imagem promovida para as experiências de pertencimento, trabalho, participação, acesso e permanência, a pesquisa amplia a compreensão crítica do marketing de lugares. Os resultados demonstram que a consolidação de uma imagem territorial forte e reconhecida pode coexistir com dificuldades de identificação da população local, participação fragmentada, desigualdade na distribuição dos benefícios e seletividade dos usos do espaço.

Entre os principais achados, destacam-se a força do Pelourinho na constituição das identidades dos participantes; a coexistência de externalidades positivas e negativas

produzidas pelo turismo; a separação entre o trabalho realizado pela população local e a propriedade dos empreendimentos de maior valor; e a diferença entre participar da execução das atividades e ocupar posições de planejamento, gestão e tomada de decisão. Esses resultados reforçam que a valorização cultural e econômica de um território não assegura, isoladamente, sua apropriação social ou a distribuição equitativa das oportunidades geradas.

Em termos práticos, os resultados oferecem subsídios para gestores públicos, organizações culturais e formuladores de políticas de turismo e patrimônio. Para a gestão pública, apontam a necessidade de integrar promoção turística, habitação, acessibilidade, mobilidade, segurança permanente, geração de trabalho digno e participação social. Para as organizações culturais, reforçam a importância de ampliar a mediação com as comunidades, o acesso de estudantes e moradores aos equipamentos e a inclusão de artistas, produtores e trabalhadores locais nas diferentes etapas dos projetos e eventos. Para os formuladores de políticas, indicam a necessidade de estabelecer contrapartidas para os investimentos privados, critérios de contratação local, mecanismos permanentes de escuta e indicadores que permitam acompanhar não apenas a visitação e a movimentação econômica, mas também a permanência dos moradores, a formalização do trabalho, a circulação da renda e a distribuição do poder de decisão.

Como limitações, reconhece-se que a pesquisa foi desenvolvida como um estudo de caso qualitativo, com 15 participantes selecionados por amostragem de conveniência e pela técnica bola de neve. Por se tratar de uma seleção não probabilística, os entrevistados não foram escolhidos aleatoriamente, e os resultados representam as experiências e percepções do grupo participante, não podendo ser generalizados para todos os moradores, trabalhadores e visitantes do Pelourinho. O recrutamento por meio de redes de indicação também pode ter aproximado pessoas pertencentes a círculos sociais, profissionais ou culturais semelhantes, favorecendo determinados níveis de informação e formas de acesso ao território e às suas instituições, enquanto outros perfis permaneceram menos representados.

A predominância de participantes baianos ou com vínculos duradouros com a Bahia esteve alinhada ao interesse de compreender o Pelourinho a partir de sujeitos cujas trajetórias favorecessem a compreensão do território em sua relação com a história, a cultura e a identidade do próprio estado, ultrapassando uma experiência turística pontual. Essa composição contribuiu para aprofundar as discussões sobre memória, identidade e pertencimento, mas também pode ter influenciado a recorrência desses temas e reduzido a possibilidade de comparação com as percepções de visitantes sem vínculos prévios com a Bahia. Por fim, as entrevistas captaram as interpretações dos participantes em um período específico, enquanto as políticas públicas, os empreendimentos e as formas de ocupação do Centro Histórico permanecem em transformação.

Para estudos futuros, recomenda-se ampliar a participação de moradores residentes em diferentes áreas do Centro Histórico, trabalhadores informais, pessoas com deficiência, gestores públicos, representantes de organizações sociais, empreendedores e investidores. Pesquisas comparativas com outros centros históricos do Nordeste também podem contribuir para identificar semelhanças e particularidades nos processos de valorização patrimonial. Abordagens quantitativas ou de métodos mistos poderiam examinar de forma mais ampla a distribuição dos benefícios econômicos, a composição da propriedade dos empreendimentos, as condições de trabalho, a permanência residencial e as barreiras de acessibilidade.

Conclui-se que o Pelourinho permanece como um território de grande relevância histórica, cultural, econômica e simbólica, cuja vitalidade depende da continuidade das relações sociais que nele se desenvolvem. O desafio não consiste em escolher entre turismo e moradia, preservação e uso cotidiano ou valorização econômica e inclusão social. Consiste em construir formas de gestão capazes de conciliar essas dimensões sem transformar a cultura, a memória e o espaço urbano em recursos apropriados de maneira seletiva.

Preservar o Pelourinho, portanto, não significa apenas conservar casarões, igrejas, ruas e fachadas. Significa também assegurar que moradores, trabalhadores, artistas, estudantes e visitantes possam reconhecer-se no território, participar de suas decisões e usufruir das oportunidades produzidas por sua valorização. Um Pelourinho socialmente sustentável será aquele que, além de atrair quem chega, crie condições para acolher, proteger e valorizar aqueles que já o constroem cotidianamente.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BÓGUS, Lucia Maria Machado; SOUSA, António Miguel Lopes de. **Habitação em centros históricos: um desafio à integração das políticas públicas**. Cadernos Metrópole, São Paulo, v. 18, n. 37, p. 845–861, 2016.

COSTA, Francisco José da. **Marketing e sociedade**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2015.

DAZZI, Camila; SANTOS, Davi Bastos. **Fruição e permanência em centros históricos tombados: um olhar sobre Paraty/RJ**. CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, v. 20, n. 1, 2026. DOI: 10.36113/cultur.v20i01.4866. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/4866>. Acesso em: 26 mai. 2026.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro. **Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas**. Cadernos de Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 17–27, 2008. DOI: 10.1590/S0102-311X2008000100003.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico 2022: resultados preliminares**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

KOTLER, Philip; HAIDER, Donald H.; REIN, Irving. **Marketing público: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, estados e países**. São Paulo: Makron Books, 1994.

MARICATO, Ermínia. **Brasil, cidades: alternativas para a crise urbana**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

MEDEIROS, Fabiana Gama de; COSTA, Francisco José da. **Satisfação e apego ao lugar: implicações para qualidade de vida em uma visão de marketing de lugares**. Revista Turismo em Análise, São Paulo, v. 26, n. 4, p. 795–816, 2015. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v26i4p795-816.

MEDEIROS, Fabiana Gama de; COSTA, Francisco José da. **Uma proposta de visualização do sistema agregado de marketing turístico**. Estudios Gerenciales, v. 35, n. 152, p. 237–248, 2019. DOI: 10.18046/j.estger.2019.152.3262.

MEDEIROS, Fabiana Gama de; COSTA, Francisco José da. **Proposição de um modelo integrativo de justiça para o sistema agregado de marketing turístico**. Estudios Gerenciales, v. 36, n. 156, p. 251–263, 2020. DOI: 10.18046/j.estger.2020.156.3894.

MONTENEGRO, Tatiana Martins. **A cidade como marca**: um estudo de Juiz de Fora sob a ótica do Place Branding. *Revista Multidisciplinar Pey Këyo Científico*, v. 7, n. 2, p. 14–36, 2022. Disponível em: <https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/pkcroraima/article/view/961>. Acesso em: 26 mai. 2026.

MOSQUERA, Carlos Andrés Díaz. **Gestão territorial e a boutiquização do patrimônio no Programa Revive, no Centro Histórico de Salvador**. *Cadernos NAUI*, [S. l.], v. 12, n. 22, p. 240–265, 2023. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/naui/article/view/6647>. Acesso em: 26 mai. 2026.

MOSQUERA, Carlos Andrés Díaz. Quem constrói a cidade? Agentes público-privados no Programa Revitalizar no Centro Histórico de Salvador. *Revista Baru – Revista Brasileira de Assuntos Regionais e Urbanos*, Goiânia, v. 10, n. 1, p. 1–25, 2024. DOI: 10.18224/baru.v10i1.13358.

PANZA, Tatiana Marchetti; VALÉRIO FILHO, Mario; MENDES, Rodolfo Moreda. **Planejamento e gestão de territórios turísticos**: Análise das percepções de gestores públicos e privados do município de Campos do Jordão - SP. *Boletim Goiano de Geografia*, Goiânia, v. 45, n. 1, 2025. DOI: 10.5216/bgg.v45i1.78353. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/bgg/article/view/78353>. Acesso em: 26 mai. 2026.

RAMOS, Ana Carolina. **Patrimônio da cultura afro-brasileira e seu uso e apropriação pelo turismo**. Anais do XIV ENANPEGE... Campina Grande: Realize Editora, 2021. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/77851>>. Acesso em: 26 mai. 2026.

REN, Xuefei; CHAO, Ren. **Place-making and heritage governance in historic urban areas**. *Journal of Urban Affairs*, v. 44, n. 6, p. 893–911, 2022.

REZAEI, Naimeh; GHADERI, Zahed; GHANIPOUR, Maryam. **Heritage tourism and place making: investigating the users' perspectives towards Sa'd al-Saltaneh Caravanserai in Qazvin, Iran**. *Journal of Heritage Tourism*, v. 17, n. 2, p. 204–221, 2022. DOI: 10.1080/1743873X.2021.1998076.

ROCHA, Ângela Machado; GUIMARÃES, Márcia Magalhães. **Centro Histórico de Salvador, Bahia, Brasil**: marca coletiva e territorial para o desenvolvimento sustentável. *Revista de Gestão e Secretariado*, v. 14, n. 10, p. 16522–16541, 2023. DOI: 10.7769/gesec.v14i10.2767.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Edusp, 2008.

SCHERER, Luciana; ALLEBRANDT, Sérgio Luís. **Desenvolvimento e bem viver em uma cidade patrimônio mundial**: marketing de lugares e as perspectivas de moradores e visitantes em São Miguel das Missões – RS. *Colóquio – Revista do Desenvolvimento Regional*, Taquara, RS, v. 20, n. 2, p. 68–85, 2023. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/coloquio/article/view/2677>. Acesso em: 26 mai. 2026.

SENGUPTA, Soma; SEN, Anjan. **Re-Creating Chandni Chowk**: Place-Making and Place-Marketing of 'Old' Delhi's Historic City Centre. *Indian Journal of Spatial Science*, v. 13, n. 2, p. 47–53, 2022.

SOUZA, Mário César. **Cidade literaturalizada**: a obra de Jorge Amado como ferramenta do marketing urbano de Salvador. *Tabuleiro de Letras*, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 153–168, 2023. DOI: 10.35499/tl.v17i1.17153. Disponível em: <https://revistas.uneb.br/tabuleirodeletras/article/view/17153>. Acesso em: 26 mai. 2026.

VELOSO, Caetano. **Reconvexo**. Intérprete: Maria Bethânia. In: BETHÂNIA, Maria. *Memória da pele*. [S. l.]: PolyGram/Philips, 1989. 1 CD. Faixa 1.

ZHANG, Jiao et al. **Toward sustainable and differentiated protection of cultural heritage illustrated by a multisensory analysis of Suzhou and Kyoto using deep learning**. *npj Heritage Science*, v. 13, art. 287, 2025. DOI: 10.1038/s40494-025-01855-z.

APÊNDICE 1 - ROTEIRO DE ENTREVISTA

Subtema	Perguntas
Caracterização do participante	1 - Você se identifica como morador(a), trabalhador(a) ou visitante do Centro Histórico? 2- Qual a sua idade? 3- Qual é a sua ocupação principal? 4 - Qual o seu nível de escolaridade? 5 - Em que bairro ou cidade você reside atualmente?
Uso social do espaço e cotidiano no Pelourinho	6 - Como é a sua relação com o Pelourinho no dia a dia? 7 - Com que frequência você utiliza ou frequenta o Pelourinho? 8 - Você se sente à vontade circulando pelo bairro? Por quê?
Turismo cultural e patrimonialização	9 - Como você percebe a presença do turismo no Pelourinho? 10 - O turismo contribui positivamente para o bairro? Em quais aspectos? 11 - Há impactos negativos do turismo para quem vive ou trabalha ali?
Gestão territorial e transformações urbanas	12 - Você percebe mudanças no Pelourinho nos últimos anos? Quais? 13 - Essas transformações atendem mais aos moradores ou aos visitantes? 14 - Quem você acha que se beneficia mais com a valorização do bairro?
Marketing de lugares e imagem do Pelourinho	15 - Como você acha que o Pelourinho é divulgado para quem vem de fora? 16 - Essa imagem corresponde à realidade do bairro? 17 - O que fica de fora dessa imagem divulgada?
Participação social e justiça distributiva	18 - Você sente que moradores e trabalhadores participam das decisões sobre o Pelourinho? 19 - Os benefícios do turismo são distribuídos de forma justa? 20 - O que poderia melhorar para tornar o bairro mais inclusivo?
Identidade, memória e pertencimento	21 - O Pelourinho representa o quê para você? 22 - Você se sente pertencente a esse espaço?