

Praia: cultura, convivialidade e trabalho

Beach: culture, friendliness and work

Playa: la cultura, la amistad y el trabajo

Elisabeth LOIOLA

Doutora em Administração (1998) pela Escola de Administração da UFBA. Professora Associada III da Escola de Administração e do Núcleo de Pós Graduação em Administração da UFBA. Pesquisadora 1-D do CNPq
Email: beteloiola@oi.com.br

Paulo MIGUEZ

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Professor Adjunto II do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências (UFBA); docente permanente e ex-coordenador do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (UFBA); pesquisador do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (CULT-UFBA). Entre 2003 e 2005 foi assessor do Ministro Gilberto Gil e Secretário de Políticas Culturais do MinC. De 2008 a 2011 integrou o Conselho Estadual de Cultura da Bahia
Email: paulomiguez@uol.com.br

RESUMO

Este artigo apresenta e analisa resultados de pesquisa realizada em 2006 e apoiada pelo Sebrae e Prefeituras Municipais de Salvador, Lauro de Freitas e Camaçari, que mapeou e caracterizou empreendimentos, trabalhadores e frequentadores das praias de Piatã (Salvador), Ipitanga (Lauro de Freitas) e Guarajuba (Camaçari) na Bahia com o objetivo de sugerir uma agenda para a formulação de políticas públicas para as três praias pesquisadas.

PALAVRAS-CHAVE

praia; economia da praia; práticas socioculturais; práticas socioprodutivas

RESUMEN

Este artículo presenta y analiza los resultados de una investigación realizada en 2006 con el apoyo del Sebrae y de los Municipios de Salvador, Lauro de Freitas y Camaçari, que inventarió y caracterizó empresas, trabajadores y visitantes de las playas de Piatã (Salvador), Ipitanga (Lauro de Freitas) y Guarajuba (Camaçari) en Bahía, con el fin de sugerir una agenda para la formulación de políticas públicas para las tres playas.

PALAVRAS-CLAVE

playa; economía de la playa; prácticas socioculturales; prácticas de producción.

ABSTRACT

This paper presents and analyzes the results of a research carried out in 2006 and supported by Sebrae and the municipalities of Salvador, Lauro de Freitas and Camacari. The study mapped and characterized businesses, workers and bathers at the beaches of Piata (Salvador), Ipitanga (Lauro de Freitas) and Guarajuba (Camacari) in Bahia, with the objective of suggesting public policies for the three beaches.

KEY-WORDS

beach; economics of beach; socio-cultural practices; productive practices

1. Introdução

As praias brasileiras são espaços de convivialidade e, portanto, afiguram-se como locais importantes de produção de serviços ligados ao tempo de não-trabalho dos brasileiros, isso é, de exercício de atividades de produção e oferta de bens e serviços, o que neste artigo denomina-se de economia da praia. A anotação em epígrafe demonstra recomendação antiga de importante cientista social baiano acerca da necessidade de produção de conhecimento sobre a cultura da praia, termo que serve ao propósito de assinalar a relevância das praias para milhões de brasileiros. Cantadas em prosas e versos por poetas e sempre lembradas em discursos de policy makers e de governos, as praias e práticas de convivialidade e de trabalho nelas exercidas têm sido pouco estudadas nas áreas das ciências sociais aplicadas e humanas, paradoxalmente.

Pesquisa na base de artigo Scielo em 25 de agosto de 2012 com o termo praia levou a 356 artigos. Desse total, a grande maioria refere-se a estudos do meio físico-biológico de praias, enfocando questões específicas como flora e fauna, direção e ritmo de ventos, balneabilidade, limites à urbanização e outros. Alguns novos títulos tomam a praia como local de prática de esporte e de visitação turística, investigando, às vezes, impactos negativos e positivos relacionados a essa visitação vis a vis a capacidade de carga desses ecossistemas, ou identificam a percepção de turistas sobre o uso de recursos ambientais. A busca com base na combinação dos termos praia e turismo identificou 6 artigos, enquanto que para os binômios praia e economia e economia da praia chegou-se a apenas 2 artigos. Esses dois últimos artigos tratam do uso de uma certa espécie de caranguejo como indicador de impactos antropogênicos em praias arenosas da Ilha de Santa Catarina (Brasil) e resquícios ancestrais de atividade econômica no Golfo de Gdansk, localizado na parte sul do Mar Báltico.

Essa busca tende a reforçar a afirmação feita sobre a escassez de bibliografia sobre o tema deste artigo: convivialidade, cultura e trabalho, cuja elaboração ampara-se em resultados de pesquisa financiada pelo escritório do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas na Bahia (SEBRAE/BA), e com apoio das prefeituras locais. Essa pesquisa realizou-se em 2006 em praias de Salvador (Piatã), Lauro de Freitas (Ipitanga) e Camaçari (Guarajuba). Focou seus frequentadores, barraqueiros, baianas de acarajé e vendedores ambulantes, objetivando levantar informações para subsidiar a formulação de planos de ação com vista a melhorar condições de trabalho e serviços prestados naquelas praias, e incentivar a implantação de novos empreendimentos de pequeno porte, coletivos e individuais, concorrendo para a atratividade e sustentabilidade, com padrões desejados de qualidade sociocultural, ambiental e financeira, desses empreendimentos. Adicionalmente, a implementação dos planos antes mencionados, esperava-se, tenderia a promover a melhoria das condições de lazer nas praias, na medida em que tomaria como referência o reconhecimento da diversidade cultural de seus frequentadores e trabalhadores.

O objetivo de subsidiar políticas governamentais de apoio e de promoção a condições sustentáveis e orientadas por padrões de qualidade aos negócios desenvolvidos na praia com

reflexos positivos sobre as condições de lazer para seus frequentadores e trabalhadores não foi, no entanto, efetivado.

Pelo contrário, a partir de 2006, Salvador e Lauro de Freitas têm vivenciado uma intensa disputa jurídica sobre a questão da presença das barracas nas praias – particularmente por conta de reais problemas quanto a questões de ordem ambiental – envolvendo os respectivos governos municipais, a justiça federal, organismos de controle ambiental e associação de barraqueiros que já resultou na retirada das barracas de praia em Salvador e Lauro de Freitas mas que ainda não foi capaz de produzir uma solução definitiva.

Tal situação indica, fortemente, que a questão do uso das praias continua marcando presença na agenda de discussão política de ambos os municípios o que, considerando, como já evidenciado mais atrás, que a problemática da economia da praia não tem sido objeto de estudos pela academia, sugere a importância da retomada dos dados da pesquisa realizada em 2006.

Além desta introdução, este artigo compõe-se de 5 partes, que delimitam o objeto conceitual e empiricamente, definem os objetivos, tipo, instrumentos de coleta de dados, sistemática de tratamento dos dados e apresenta os seus resultados.

2. Desenvolvimento Local Sustentado

Definido como processo de mudança social e de elevação das oportunidades presentes da sociedade sem comprometer a capacidade das gerações futuras terem atendidas suas próprias necessidades, o desenvolvimento sustentável requer a compatibilização, no tempo e no espaço, entre crescimento, eficiência econômica, conservação ambiental, qualidade de vida e equidade social. Repõe em outras bases a relação entre eficiência econômica, qualidade de vida e equidade social, além da relação entre economia, sociedade e meio ambiente, apontando, no limite, a possibilidade de otimizar essas relações, o que se mostrou impossível no bojo dos modelos tradicionais de desenvolvimento.

Para o Professor Ignacy Sachs (2005), o desenvolvimento sustentável compreende cinco dimensões: sustentabilidade ecológica; sustentabilidade social; sustentabilidade cultural; sustentabilidade econômica; sustentabilidade espacial.

A sustentabilidade ecológica traduz-se em proteção/conservação da natureza e da diversidade biológica e pressupõe o respeito à capacidade de suporte dos ecossistemas e ao limite de consumo dos recursos naturais. A sustentabilidade social significa a participação cidadã no processo de desenvolvimento para assegurar um padrão negociado e mais estável de crescimento, e menos desigual em termos de renda e de qualidade de vida. Já a sustentabilidade cultural pressupõe a necessidade de se buscar soluções de âmbito local, valorizadoras das especificidades das culturas locais. A sustentabilidade econômica, por sua vez, significa não só a compatibilização entre crescimento e utilização sustentável dos recursos naturais, mas ainda a internalização nos locais dos vetores de crescimento econômico. Por fim a sustentabilidade espacial requer a distribuição geográfica mais equilibrada

dos ativos produtivos (SACHS, 2005) .

Embora ainda persistam tensões entre objetivos de longo e curto prazo, e entre os diferentes interesses dos atores sociais dos territórios, já é tecnológica e socialmente possível adotar modelos de desenvolvimento com impactos sociais e econômicos positivos e negativos mais equanimemente distribuídos entre os diferentes grupos sociais e com, relativamente, menores impactos negativos sobre a natureza e os custos no longo prazo (BUARQUE, 1996).

É comum, todavia, que decisores e formuladores de políticas, homens de negócio e comunidades específicas ainda pautem suas ações em visão estática da relação entre controle ambiental, competitividade e bem-estar social, que sobreleva o impacto dos custos e menospreza os resultados de maior produtividade e retorno social que podem estar vinculados à adoção de práticas inovadoras (PORTER; LINDE, 1995a, 1995b e 1995c).

Sem dúvida, a sustentabilidade do desenvolvimento requer a realização de investimentos para a requalificação dos fatores produtivos pré-existentes no local e para a criação de novos fatores, tudo isso conduzido a partir de uma preocupação conservacionista do meio ambiente e valorizadora das especificidades socioculturais locais. Quanto mais os fatores produtivos dos locais estejam sendo utilizados a partir de condutas desatualizadas, mais investimentos serão necessários canalizar para a reconversão do modelo de desenvolvimento pré-existente e sua transformação em modelo de desenvolvimento sustentável. No entanto, uma vez realizados tais investimentos os retornos sociais e privados tendem a crescer exponencialmente, seja porque os consumidores inclinam-se crescentemente a pagar preços diferenciados por produtos social e ambientalmente limpos, seja porque os contribuintes propendem a reconhecer a necessidade da arrecadação de impostos para manter ou melhorar a qualidade de vida dos moradores do local, seja porque, no médio prazo, os próprios custos operacionais das empresas e governos tendem a cair e novas oportunidades de negócios e de geração de receitas podem emergir (PORTER; LINDE, 1995a, 1995b e 1995c).

Assim, compatibilizar crescimento econômico com a conservação da qualidade do ambiente e a melhoria das condições de vida das populações locais torna-se objetivo estratégico de qualquer projeto de desenvolvimento sustentável.

Todo o desenvolvimento ocorre sobre um território. Os territórios possuem quatro dimensões – física, econômica, político-organizativa e simbólico-cultural. Embora quaisquer dessas dimensões de territorialidade fiquem subsumidas no reconhecimento de que territórios são construções sociais, que são moldados a partir da combinação de condições e forças internas e externas, alguns destaques sobre cada uma daquelas dimensões merecem registro.

Na dimensão física, cada território tem um lugar na terra, que lhe atribui materialidade e, simultaneamente, especificidades. Seus elementos naturais podem vir a constituir bases de desenvolvimento se incorporados pela sociedade às suas práticas territoriais de forma sustentável, enquanto na dimensão econômica todo desenvolvimento se dá sobre um

território e, simultaneamente, modifica esse território. Já em relação à dimensão político-organizativa, tem-se que nomear o território lhe atribui identidade e possibilita o seu reconhecimento pelo outro. A organização territorial se manifesta, em maior ou menor medida, em fluxos e contra fluxos de informações, de conhecimentos, de decisões, de produtos, de dinheiro, de pessoas e de energias. Por fim, a dimensão simbólico-cultural constitui suporte e produto da formação de identidades individuais e coletivas, territórios evocam sentimentos de pertencimento e de especificidade. Sua dimensão simbólica confunde-se com sua dimensão cultural (ALBAGLI, 2004).

As praias de Salvador da Bahia, imortalizadas por belas canções de Dorival Caymmi, povoam o imaginário de moradores, visitantes e turistas. Para os moradores da cidade, em especial, representam uma alternativa de lazer, onde práticas socioculturais se manifestam: além do usufruto da paisagem e do banho de mar, é na praia que as famílias se reúnem, os amigos se encontram e uma boa conversa rende, frequentemente regada a muita cerveja e apimentada pelos muitos quitutes da culinária baiana. Os trabalhadores da praia que produzem e ofertam esses quitutes e outros bens e serviços compõem as estruturas socioprodutivas que viabilizam a forma baiana de usufruir a praia. Ir e estar na praia na Bahia é diferente de ir e estar na praia no Rio de Janeiro, por exemplo. As praias, suas barracas, vendedores ambulantes, baianas de acarajé compõem, sem dúvida, o modo de ser baiano, maneira estilizada de descrever o que Azevedo (1988) denominou de “cultura da praia”, acenando para a necessidade de que essa cultura fosse esquadrinhada.

Essa “cultura da praia” pode, no entanto, ser esquadrinhada, como pediu Azevedo (1988), com a utilização das mais diversas lentes. Neste artigo, as lentes do desenvolvimento sustentável e dos territórios, que são correlacionadas, foram escolhidas para esquadrinhar as três praias pesquisadas. O processo de esquadrinhamento envolveu também frequentadores e trabalhadores desses três praias para, em primeiro lugar, revelar suas particularidades e, com base nessa particularidades, em segundo lugar, propor políticas públicas que almejem barrar processos de degradação socioambiental já instalados e que operam a ritmo acelerado.

3. Método

Essa seção apresenta a delimitação do objeto, objetivos, tipo de pesquisa, a amostra, instrumentos de coletas de dados, os procedimentos de tratamento de dados e os conceitos operacionais.

3. 1 Delimitação do objeto: a leitura do território praia

Estabelecidas as referências teóricas sobre desenvolvimento sustentável e território, pergunta-se: qual a leitura proposta para o território-praia neste trabalho? Começa-se a responder a esta questão com a delimitação e problematização da dimensão física dos territórios-praias no Brasil.

A Zona Costeira brasileira é considerada constitucionalmente como patrimônio nacional e suas praias pertencem à União. Legalmente, as praias são conceituadas como “bens pú-

blicos de uso comum do povo, sendo assegurado, sempre, livre e franco acesso a elas e ao mar, em qualquer direção e sentido, ressalvados os trechos considerados de interesse da segurança nacional ou incluídos em áreas protegidas por legislação específica” (Lei n. 7.661 de 1988 e Decreto n. 5.300 de dezembro de 2004).

O Brasil é um país praieiro do qual se pode afirmar que existe uma cultura da praia. É o que se aprende, por exemplo, com o Professor Thales de Azevedo para quem “os brasileiros têm, mais do que um verdadeiro culto da praia, fazendo das mesmas pontos focais de sua existência, quer vivam nas proximidades das mesmas ou no interior do país, uma autêntica cultura da praia” (AZEVEDO, 1988, p. 31). Ainda segundo este antropólogo, a ida a praia, repetidamente, “cada domingo ou feriado, cada oportunidade, dá ao gesto um sentido como que sagrado com algo de ritual e misterioso [...] isto é, de realização da personalidade, independente da finalidade terapêutica ou lúdica” (p.32). O fato é que, espaços de todos os cidadãos, as praias constituem-se em territórios democráticos (públicos) nos quais são tecidos e se manifestam traços importantes de nossa brasilidade.

As praias brasileiras estendem-se por mais de 8.500 km e em quase 80% desta extensa faixa litorânea predomina o clima tropical. Praia e clima são, portanto, fontes de vantagens comparativas para o Brasil, cuja realização vem se traduzindo em uma crescente intensidade de uso e de investimentos em praias que, aos poucos, vão incorporando novas praias aos circuitos comerciais, requalificando praias já freqüentadas e ampliando as fronteiras apropriadas de sua faixa litorânea nativa. Simultaneamente, intensificam-se a freqüência e a demanda por produtos e serviços, mudam freqüentadores e o perfil de negócios e negociantes. Tais movimentos refletem e engendram, ao mesmo tempo, mudanças de hábitos, de costumes, em geral, e das condições de acessibilidade da população e das praias, em particular. São acompanhados também de mudanças expressivas na dimensão político-organizativa desses territórios-praias (SEBRAE, 2006). O território-praia passa, então, a ser locus de exercício de práticas socioculturais e produtivas, tornando-se espaços de convivialidade e de trabalho. Verifica-se, então, uma forte imbricação entre as dimensões econômica e simbólico-cultural dos territórios-praia (SEBRAE, 2006).

Assim como o Brasil, a Bahia possui um extenso e belo litoral. Suas praias caracterizam-se, em geral, pela presença de coqueirais e areia branca. Em Salvador, cidade com grande número de praias urbanas, destaca-se a praia de Piatã. Com muitos coqueiros e de mar aberto mas com ondas fracas, Piatã, especialmente aos finais de semana, recebe grande número de pessoas para o banho de mar e para práticas esportivas, sendo um local de encontro entre amigos à volta das cervejas e quitutes oferecidos pelas barracas que foram recentemente removidas.

Em Lauro de Freitas, município conurbado a Salvador, fica a praia de Ipitanga. Essa praia, igualmente caracterizada por extensa faixa de areias brancas, também perdeu seus equipamentos socioprodutivos por decisão judicial – aqui, o processo de derrubada de suas barracas foi menos traumático e só se concretizou após um longo processo de negociação entre barraqueiros, Prefeitura e Justiça. Guarajubá fica em Camaçari, município que sedia o Pólo Petroquímico. Situada nas margens da rodovia estadual conhecida como Linha Verde, é uma praia com elevada densidade de ocupação por conta dos muitos

condomínios de classes média e alta aí instalados.

Como vimos as mudanças referidas não geram apenas janelas de oportunidade, comportando, como é óbvio, problemas de natureza diversa, particularmente quanto a questões ambientais, sociais e de uso dos espaços públicos. Ainda assim, contudo, nas cidades brasileiras praias, as areias parecem constituir-se como o mais democrático e acessível espaço para onde se deslocam e transitam uma miríade de pessoas, desde os mais ricos aos mais pobres, os moradores locais, os visitantes, turistas ou veranistas, e aqueles que aí vão buscar algum tipo de ocupação e trabalho, ou seja, como um lugar em que muitas das barreiras sociais que apartam, no cotidiano, os moradores das cidades brasileiras são amenizadas.

De fato, muito pouco se conhece sobre a dinâmica desses territórios. Na ausência de dados e fatos, a fantasia tende a instalar-se. A importância das praias para a economia e para o equilíbrio social urbano contrasta com a escassez de estudos e de conhecimento sobre elas. Conseqüentemente, observa-se também a escassez de políticas públicas com o foco na praia. As ações do poder público com o foco na praia são de natureza errática e assistemática. Dessa forma, não têm gerado resultados sustentáveis, seja ambientalmente, seja economicamente, seja, também, do ponto de vista sociocultural.

3.2 Objetivos

Tendo o quadro traçado até aqui como referência, o objetivo deste artigo é propor políticas públicas que viabilizem a sustentabilidade ecológica e sociocultural e a sustentação econômica dos negócios que se desenvolvem no espaço das praias. Esse objetivo geral desdobra-se nos seguintes objetivos específicos:

- i mapear, enumerar e catalogar os empreendimentos e postos de trabalho, em espaços delimitados nas orlas marítimas das cidades de Salvador, Lauro de Freitas e Camaçari;
- ii mapear as práticas socioculturais dos freqüentadores das praias na tentativa de identificar as suas implicações nas estratégias dos negócios existentes no seu território.

3.3 Tipo de Pesquisa

A pesquisa realizada foi de natureza quanti-qualitativa. Foi implementada uma pesquisa survey cross section e foram desenvolvidas entrevistas com informantes-chave, as quais foram gravadas em vídeo.

3.4 Amostra

Foram aplicados, nas três praias, 969 questionários, sendo pesquisados 460 freqüentadores, 338 ambulantes e 171 negócios fixos. A distribuição do total por praia foi a seguinte: 499 pesquisados em Piatã, 163, em Guarajuba e 306, em Ipitanga. Ainda em relação à amostra total, registra-se que 43,03% dos questionários foram aplicados no sábado e 56,97%, no domingo. Os entrevistados foram escolhidos por acessibilidade. Os entre-

vistados na fase qualitativa foram escolhidos in loco, mas tomando como referência a necessidade de identificar, com maior rigor e qualificação, focos de problemas/conflitos, assim como boas práticas.

3.5 Os instrumentos de coleta de dados

Para a pesquisa survey, foram projetados três instrumentos de coleta de informação, sendo um dirigido aos barraqueiros e baianas de acarajé, outro aos vendedores ambulantes e mais um outro aos freqüentadores das praias. Esses instrumentos foram elaborados com a participação dos parceiros do projeto e foram testados com pessoas que apresentavam perfis equivalentes aos que iam ser efetivamente pesquisados. O modelo final de questionário foi lançado no SPHINX, programa utilizado para a tabulação dos resultados. As entrevistas foram feitas com base em roteiro semiestruturado e foram gravadas, gerando 4 horas de gravação em vídeo. Os dados utilizados neste trabalho são preponderantemente os colhidos na pesquisa survey.

3.6 Sistemática de tabulação e análise

Os resultados da pesquisa survey foram tabulados com o auxílio do programa especializado SPHINX. Os dados foram tabulados no total e por praia e analisados com base em estatística descritiva (freqüências relativas, médias, medianas, etc.) e por tipo de freqüentador, tipos esses que estão indicados e definidos em item a seguir, denominado conceitos operacionais.

O quadro 1 apresenta os conceitos operacionais utilizados no projeto.

QUADRO 1 – Conceitos operacionais

Conceitos	Definições
Praia	Território a beira-mar, de convivialidade e trabalho, onde parcelas das populações locais, visitantes, veranistas e turistas vão em busca de lazer, esportes, pessoas, comer, beber e outros usufrutos, expressões de práticas socioculturais, enquanto outras parcelas vão trabalhar e, preponderantemente, exercer práticas produtivas (SEBRAE, 2006).
Desenvolvimento sustentável	Processo de mudança social e de elevação das oportunidades presentes da sociedade sem comprometer a capacidade das gerações futuras terem atendidas suas próprias necessidades (SACHS, 2005)
Convivialidade	Forma de ocupação dos tempos livres; atividade vivencial entendida e vivida pelos próprios como lúdica e com outros, socialmente próximos ou não (BORRALHO, 2000).
Ocupação	Indivíduos que nos sete dias anteriores ao da entrevista, possuem trabalho remunerado exercido regularmente, com ou sem procura de trabalho; ou que, neste período, possuem trabalho remunerado exercido de forma irregular, desde que não tenham procurado trabalho diferente do atual; ou possuem trabalho não-remunerado de ajuda em negócios de parentes, ou remunerado em espécie/benefício, sem procura de trabalho (DIEESE, 2005).

Trabalho	<p>Ocupação remunerada em dinheiro, produtos, mercadoria ou benefícios (moradia, alimentação, roupas, treinamento, etc.) na produção de bens e serviços;</p> <p>Ocupação remunerada em dinheiro ou benefícios (moradia, alimentação, roupas, etc.) no serviço doméstico; ou</p> <p>Ocupação econômica sem remuneração na produção de bens e serviços, em ajuda na atividade econômica de membro da unidade domiciliar (PNAD, 2005).</p>
Posição na ocupação	Relação de trabalho existente entre a pessoa e o empreendimento em que trabalha, classificadas em Empregado; Conta própria; Empregador (PNAD, 2005).
População local	Conjunto de pesquisados que tem residência nos municípios onde se localizam a praia em que está.
Visitante (excursionista)	Conjunto de visitantes que não pernoitam em meios de alojamentos coletivos ou privados no lugar visitado (WTO, 2006).
Turista	Conjunto de visitantes que permanecem em meio de hospedagem coletivo ou privado no lugar visitado por uma noite, pelo menos (WTO, 2006).
Veranista	Conjunto de pesquisados que não reside no município da praia que está sendo pesquisada, mas possui casa de veraneio nesta mesma praia (WTO, 2006).
Práticas socioculturais	Envolvem atividades de recepção cultural (ler um livro, ver um filme, assistir televisão, ouvir música, ir ao teatro, ao circo ou a um espetáculo de dança, visitar um museu ou uma galeria de arte, freqüentar uma biblioteca, navegar na internet, etc.) e atividades de lazer, de recreação, esportivas, lúdicas e religiosas (SEBRAE, 2006).
Práticas produtivas	Realizadas no exercício de atividades de produção e de trabalho. Compreendem: práticas de produção propriamente dita, práticas de atendimento, práticas de gestão do trabalho, práticas de financiamento e práticas de mercado (SANDRONI, 2005)
Dimensão física do território praia	Corresponde aos limites físicos e a suas características geomorfológicas, de clima e de paisagem (ALBAGLI, 2004).
Dimensão político-organizativa do território praia	Compreende as formas de apropriação e de uso do solo, regulamentações existentes e as formas de organização dos trabalhadores da praia, assim como de seus freqüentadores (ALBAGLI, 2004).
Barraqueiro	Trata-se do dono, arrendatário ou responsável pelas barracas das praias a ser pesquisado
Baiana de acarajé	É a negociante da praia que tem no centro de sua atividade a fabricação e venda de acarajé, abará, cocadas, passarinha e demais iguarias da culinária baiana. Como regra, o trabalho dessas baianas, além de sofrer condicionantes do poder municipal, é regulamentado por associação profissional e, na larga maioria dos casos, obedece a preceitos religiosos (SEBRAE, 2006)
Vendedor ambulante	São os praticantes de ocupações produtivas cujo desenvolvimento implica deslocamentos do negociante e de mercadorias ao longo da praia (SEBRAE, 2006).
Perfil dos empreendedores	Trata-se do perfil identificado a partir da ocorrência de características comportamentais específicas relativas à: adoção de inovações (definida como tal pela ótica do adotante); proatividade (capacidade de antecipar mudanças em sua área de atuação) e propensão a riscos (SEBRAE, 2006).
Visão de futuro	Corresponde à opinião dos entrevistados sobre a expectativa do comportamento, nos próximos cinco anos, do país, do seu negócio e de si mesmo em termos de condições de vida (SEBRAE, 2006).

4. Resultados da Pesquisa

Essa seção apresenta e analisa os resultados da pesquisa, procurando sinalizar indicações de políticas públicas, com suporte na literatura revisada.

4.1 Frequentadores das praias e suas práticas socioculturais

A maioria dos entrevistados encontra-se na faixa etária entre 25 e 29 anos, com ensino médio completo ou ainda cursando o curso superior, faixa de renda entre 1 e 3 salários mínimos (SM), seguidos daqueles que se situam entre 5 e 10 SM. Possui aparelhos de TV, de DVD e de som, sendo significativos, também, os percentuais referentes aos restantes equipamentos, com destaque para a presença de computadores conectados à Internet que gira à volta de 50%. Além disso, é constituída de moradores dos municípios onde estão localizadas as praias em que foram realizadas as entrevistas. Tais dados evidenciam que as praias são alternativas de lazer dos moradores das cidades onde estão localizadas, onde exercem práticas de convivialidade (BORRALHO, 2000).

Apesar disso, em Guarajuba e em Ipitanga, é expressivo o número de pesquisados na condição de visitantes. A praia de Guarajuba, dentre as pesquisadas, foi a que apresentou maior participação relativa de turistas e de veranistas. Tal quadro confirma um padrão que caracteriza a praia de Piatã como espaço de lazer dos moradores locais e a influência, em função da proximidade, especialmente entre Salvador e Lauro de Freitas que são municípios conurbados, e da Linha Verde, de Salvador sobre os destinos praieiros de Ipitanga e Guarajuba. Os dados revelam também a característica de Guarajuba como centro de veraneio - aqui, a ação conjunta entre prefeitura Municipal de Camaçari e barraqueiros dessa praia é um exemplo a ser mais estudado tendo em vista os benefícios que essa parceria tem gerado em termos de implantação de equipamentos urbanos e de conservação e limpeza das praias, situação que relativiza o cenário mais comum dos centros de veraneio e de visitação turística, que costumam sofrer pressões advindas do aumento populacional sazonal, com efeitos danosos em relação à capacidade de carga desses ecossistema, sem que medidas mitigadoras desses impactos sejam incorporadas nas políticas municipais.

A cesta de práticas socioculturais dos entrevistados é muito pouco diversificada, tanto em relação ao total de pesquisados quanto em termos dos pesquisados por praia: é sempre superior a 50% o número total de entrevistados que não freqüentam exposições de artes, espetáculos teatrais, de dança e de circo, museus e bibliotecas; ouvir música diariamente e assistir a filmes em DVD semanalmente são as atividades culturais mais freqüentes do total dos entrevistados, sendo significativamente baixos os percentuais médios registrados tanto para o total quanto para cada praia tomada isoladamente quanto à leitura de livros. Tal cenário reforça, portanto, a percepção anteriormente registrada de que os entrevistados adotam a praia como uma de suas principais práticas de lazer.

A maioria dos entrevistados declarou freqüentar as praias apenas aos finais de semana, usando veículo particular, sobretudo em Ipitanga e Guarajuba. Quando focados isoladamente, a maioria dos freqüentadores de Piatã, todavia, utiliza o ônibus como meio de transporte para a praia. Essa é uma informação muito relevante tendo em vista o objetivo

de sugestão de políticas públicas. Nas entrevistas, os frequentadores não só da praia de Piatã mas também de Ipitanga e de Guarajuba queixam-se fortemente da má qualidade do transporte público para acesso às praias.

Para o total dos entrevistados, os três fatores que mais influenciam a escolha da praia são, em ordem decrescente, a limpeza da praia (42,2%), a qualidade da água (41,7%) e a paisagem (33%). Ressalta-se que todos os três itens são dimensões importantes dos conceitos de sustentabilidade e de território (ALBAGLI, 2004; SACHS, 2005) que norteiam esta pesquisa e compõem sua dimensão ecológica. São também relevantes na escolha da praia o tipo de frequentadores (28,7%), a presença de barracas (22,6%) e a facilidade de acesso (23,5%). Esses resultados corroboram duas premissas básicas deste trabalho. A primeira, que as praias são espaços de convivialidade (BORRALHO, 2000) – onde se vai para encontrar amigos. A segunda, que as praias com suas barracas, vendedores ambulantes e baianas de acarajé compõem, sem dúvida, o modo de ser baiano, maneira estilizada de descrever o que Azevedo (1988) denominou de “cultura da praia”. Note-se que o comércio exercido nas praias é um dos atrativos dos frequentadores e, por isso, candidato a foco de políticas públicas com objetivos de sustentabilidade econômica, cultural, social e ecológica como preconizado por Sachs (2005).

Fatores como a qualidade dos bens e serviços disponíveis para consumo (13,5%), a existência de banheiros e chuveiros (8,3%), a segurança (6,5%), os preços praticados (5%), e facilidades como transporte público (5%) e estacionamento (2,8%) pesam relativamente menos nas escolhas das praias pelos frequentadores. Apesar disso, uma vez apontados como fator de influência na escolha das praias, uma política com foco na sustentabilidade das práticas econômicas desenvolvidas na praia não pode olvidá-los.

Também a cesta de consumo é pouco diversificada entre o total de pesquisados. A primeira evidência disso vem do fato de que seja em relação ao total dos pesquisados, seja no que diz respeito a cada uma das praias, as três principais atividades realizadas na praia são, com pouca variação, o banho de mar, beber e o banho de sol – apenas em Guarajuba comer ocupa lugar entre as três principais atividades, desbancando o banho de sol. Esse resultado parece sugerir a possibilidade de incrementar a receita dos empresários da praia por meio de ações que resultem em maior qualidade, diversidade e segurança alimentar dos alimentos vendidos em todas as praias pesquisadas, especialmente em Piatã e Ipitanga. Novamente registra-se que o caso de Guarajuba pode ser fonte de inspiração para políticas no aspecto de parcerias e, conseqüentemente, de ampliação de benefícios financeiros e não-financeiros para todos os interessados.

Para o total dos pesquisados nas três praias, um segundo bloco de três atividades representativas do lazer praieiro pode ser relacionado: encontrar amigos, à volta de 25%; passar o tempo, em torno de 17%; e praticar esportes, aproximadamente 20%. Esses são exemplos de práticas de convivialidade exercidas na praia, que mais uma vez dão concretude à “cultura da praia” e ao “modo de ser” do baiano na praia (AZEVEDO, 1988). Com um mesmo sentido, um terceiro e último bloco de práticas de convivialidade foi registrado: a paquera e a contemplação da paisagem, atividades que, em média, oscilam entre 9% e 10% das escolhas dos entrevistados, e o acompanhamento das crianças, algo em torno de

10%. Se a contemplação da paisagem e o lazer infantil são motivos de frequentar a praia novas indicações de ação do poder público com vistas à preservação da paisagem e de implantação de equipamentos de lazer para crianças, assim como de serviços de segurança, derivam desses fatores.

A maioria dos entrevistados solicita ao barraqueiro/ambulante para recolher o lixo. Neste ponto, é importante destacar que, embora baixa, registrou-se a ocorrência de frequentadores que não se sentem responsáveis pelo lixo gerado. Aqui encontra-se a documentação de uma prática que não pode ser negligenciada em políticas públicas com o foco da sustentabilidade das praias.

Quanto à avaliação dos produtos e serviços adquiridos, no geral e em cada praia, são qualificados entre bom e razoável todos os itens elencados, com percentuais oscilando entre, aproximadamente, 70% e 80%, exceção feita ao preço, item esse que registra os percentuais de bom e razoável em patamar ligeiramente inferior, aproximadamente entre 55% e 70%, e de ruim entre 13% e 24%. Para todos os itens avaliados são pouco significativas as avaliações enquadradas como muito bom e muito ruim. Também aqui verificam-se aspectos que podem ser objeto de políticas públicas com o foco na economia da praia.

É expressivamente positiva a avaliação que os frequentadores fazem das praias de Ipitanga e de Guarajuba e, em menor grau, da praia de Piatã, ainda que itens como segurança e fiscalização tenham sido classificados como inexistentes em Piatã e Ipitanga e, em menor escala, também em Guarajuba. Emergem daí, pela percepção dos entrevistados, novos focos para políticas públicas para a economia da praia.

Quanto à visão das condições das praias nos próximos 5 anos é positiva, uma vez que prevalece, para Piatã, Ipitanga e Guarajuba, a indicação de que todos os itens avaliados melhorarão. Por fim, a grande maioria dos entrevistados considerou que a praia vai continuar ocupando lugar muito importante dentre suas opções de lazer, o que permite inferir sobre a natureza estratégica de ações para a melhoria das condições de trabalho e lazer nos territórios-praia pesquisados.

4.2 Vendedores ambulantes

Foram identificados mais de 20 produtos comercializados por vendedores ambulantes nas 3 praias pesquisadas. Nesse amplo conjunto de produtos da economia da praia, os principais são: artesanato, queijo coalho, roupas/biquínis, amendoim e castanha, picolé, doces e bijouterias.

Esses produtos são vendidos por ambulantes que, predominantemente, possuem as seguintes características: sexo masculino; idades entre 20 e 44 anos; ensino fundamental incompleto; e autônomos (em Guarajuba houve ocorrência em grau significativo de ambulantes com registro em associações de artesanato, cuja ocupação anterior era de empregado com carteira assinada ou autônomo, e que não possuem outra fonte de renda). A grande maioria declarou: estar na ocupação de ambulante porque estava desempregado ou para melhorar a renda familiar; não conhecer outras “formas de fazer” seu trabalho;

nunca ter recebido qualquer treinamento; e exercer a ocupação de ambulante diariamente, à exceção de Ipitanga. Vê-se a natureza estratégica para esses trabalhadores de suas ocupações em uma cidade como Salvador que à época figurava no rol das capitais brasileiras de maior taxa de desemprego. Também depreendem-se muitas oportunidades de melhorar o padrão de prestação de serviços e de qualidade dos produtos, por meio de treinamento, tendo em vista que a maioria declarou não conhecer outras formas de fazer o que fazia.

No quesito vendas, prevaleceram as respostas dando conta de que as vendas do verão de 2006 foram inferiores ao do verão de 2005, confirmando a natureza sazonal das atividades de ambulante de praias.

O faturamento médio diário dos vendedores ambulantes entrevistados é da ordem de R\$ 64,65 e o faturamento máximo da ordem de R\$ 400,00/dia. Em Piatã, o faturamento médio/dia é menor que a média geral, situando-se em R\$ 58,94, sendo o faturamento mínimo R\$ 5,00 e o máximo de R\$ 350,00. Em Ipitanga, o faturamento médio e máximo declarados pelos ambulantes entrevistados é maior que a média geral, respectivamente R\$ 72,84 e R\$ 400,00. Já em Guarajuba, o faturamento médio é maior do que nas duas outras praias, sendo da ordem de R\$74,84/dia, o mínimo é de R\$ 6,00 e o máximo de R\$ 300,00. O desvio padrão do faturamento médio foi elevado, o que sugere um conjunto de vendedores ambulantes bastante heterogêneo em relação a esse quesito. Projeta-se um faturamento médio mensal um pouco acima de 2,5 SM, considerando-se um período médio de trabalho de 3 dias por semana e de 12 dias por mês. Quanto a esse quesito, os vendedores ambulantes de Guarajuba e de Ipitanga são mais heterogêneos que os de Piatã.

A grande maioria dos ambulantes em Piatã avaliou as condições de infraestrutura para higiene pessoal e descanso, esforço físico, jornada de trabalho, alimentação, preço do transporte, segurança e férias como ruins ou muito ruins, enquanto as condições de remuneração, acesso ao local da ocupação e receptividade dos clientes foram classificadas como regulares, boas e muito boas. Já a grande maioria dos ambulantes de Ipitanga classificou as condições de infraestrutura para higiene pessoal e descanso, esforço físico, alimentação, preço do transporte, segurança e férias como ruins ou muito ruins e, simultaneamente, foram avaliadas como regular, boas e muito boas a remuneração, acesso ao local da ocupação, receptividade dos clientes, infraestrutura para guardar mercadorias, infraestrutura para guardar apetrechos de trabalho. Em Guarajuba, por sua vez, a grande maioria considerou como regular, boa ou muito boa as condições de remuneração, infraestrutura para guardar mercadoria, acesso ao local da ocupação, infraestrutura para higiene pessoal e descanso, jornada de trabalho, folgas, alimentação, receptividade dos clientes, segurança. Apenas o preço do transporte e férias foram avaliados negativamente. Essas avaliações denotam uma relativa satisfação dos vendedores ambulantes com as condições de trabalho, apesar do registro de aspectos que podem ser melhorados como: sistema de regulação do trabalho de vendedores ambulantes, infraestrutura para guardar apetrechos de trabalho, regulação de conflitos com barraqueiros, freqüentadores e donos de grandes empreendimentos. Tais iniciativas são estratégicas tendo em vista que o trabalho ambulan-

te parece ser uma alternativa viável e bem recebida por seus atores como fonte de geração de ocupação e renda. Estas informações são importantes para o delineamento de políticas com foco em treinamento dos ambulantes e podem, também, informar decisões sobre a regulamentação do trabalho dos ambulantes nas praias, assim como de implantação de infraestrutura para dar suporte ao exercício do trabalho ambulante.

Em Piatã e Ipitanga, a maioria dos ambulantes adquire os produtos e mercadorias que negociam junto a terceiros, respectivamente, 60,9% e 64,9%, sendo pouco significativas a produção própria e a venda em consignação. Já em Guarajuba, registra-se um equilíbrio entre a produção própria, 45,7%, e a aquisição junto a terceiros, 42,9%, enquanto que a venda de produtos em consignação representa apenas 7,1%. Esses dados indicam que o trabalho dos ambulantes gera efeitos indiretos na medida em que a maioria dos mesmos adquire os produtos que vendem junto a terceiros, sugerindo a existência de uma cadeia de produção e vendas.

Quanto à origem dos produtos e mercadorias vendidos, enquanto em Piatã a grande maioria efetua a aquisição no próprio município, 74,7%, nas outras duas praias a situação se inverte. Pode-se concluir, com base nesses dados que os efeitos indiretos comentados no item anterior estão mais internalizados no município de Salvador do que nos de Guarajuba e Lauro de Freitas. Também aqui, muitas sugestões de políticas públicas podem ser derivadas, a exemplo de incentivos para a elevação do percentual de compras dos ambulantes em Guarajuba e Ipitanga.

Preço é o principal problema enfrentado pelos ambulantes para a aquisição das mercadorias, em todas as três praias, embora tenham sido citados também transporte, o pequeno número de fornecedores, a qualidade dos produtos e as condições de pagamento. Da combinação com os dados comentados anteriormente, resulta um cenário já muito conhecido dos problemas enfrentados pelos trabalhadores ambulantes no tocante à aquisição de insumos e produtos e ao papel de atravessadores. Com poder de barganha muito limitado em função dos pequenos volumes comprados e da falta de organização, os ambulantes ficam a mercê de atravessadores, que definem os preços a serem cobrados em patamares elevados, o que termina por reduzir substantivamente as margens de ganho e a sustentabilidade do comércio ambulante. Ainda que não se deva esperar das políticas públicas o poder de inverter essa lógica de mercado, muitas experiências em curso, a exemplo da formação de cooperativas e consórcios de compras coletivas, sugerem a possibilidade de serem minorados os problemas enfrentados pelos ambulantes das praias pesquisadas.

A grande maioria dos ambulantes faz uso das lixeiras existentes na praia para recolher o lixo gerado. No entanto, um olhar sobre as praias pesquisadas ao final do dia, à exceção de Guarajuba, indica que a questão de acondicionamento e destino do lixo gerado a cada jornada ainda não encontrou solução sustentável.

A exemplo do registrado para os frequentadores, também é maioria o conjunto daqueles ambulantes que têm uma visão positiva do futuro quanto à situação econômica do país, ao seu próprio negócio e as suas condições de vida. Apesar dessa avaliação positiva, a retirada das barracas, por mais paradoxal que pareça, foi acompanhada de uma degradação

do nível de serviço prestado pelos ambulantes. A praia de Piatã, por exemplo, com a proliferação descontrolada dos ambulantes tem experimentado degradação de sua paisagem, acúmulo de lixo, falta de infraestrutura de alimentação, fatores antes comentados como importantes na escolha da praia a frequentar pelos banhistas.

4.3 Negócios fixos

Os principais produtos vendidos por barraqueiros e baianas da acarajé nas três praias pesquisadas por ordem de importância são: cerveja, acarajé, abará, tira-gosto, refeições, passarinha e coco.

A expressiva maioria dos negócios fixos são de proprietário único, foram fundados pela família e são tocados com recursos próprios ou de familiares e amigos. Em Piatã e Ipitanga, a maioria tem a frente mulheres e em Guarajuba, homens. Em todas as três praias, prevaleceram proprietários que exercem atividade no negócio, com ocupação anterior de empregado com carteira assinada, na faixa de 30 a 49 anos, ensino médio completo e sem outra fonte de renda. Registra-se a ocorrência com o ensino superior, completo ou incompleto, de 10% dos entrevistados nesta categoria, enquanto que é inferior a 3% o número de analfabetos. A situação de desemprego e a necessidade de melhorar a renda familiar aparecem como os dois principais motivos para a abertura do negócio.

O total de empregos gerados pelos negócios fixos pesquisados é da ordem de 1.182, com média de 6,91 empregados. Apenas 11,08% dos empregos gerados são com carteira assinada. Percentual mais representativo da amostra geral declarou que empregava entre 2 e 4 pessoas durante o último verão. Em Guarajuba, entretanto, a maior ocorrência registrada quanto a este quesito situa-se em 30% dos entrevistados que declararam empregar de 6 a 8 pessoas. Observa-se que, na amostra geral, para os intervalos compreendidos entre 4 a 6, 8 a 10, 10 a 12 e mais que 12 empregados, mesmo em relação ao verão passado, os percentuais de resposta ficaram entre 11% e 16%. Trata-se, portanto, de negócios de micro porte, muito deles de caráter familiar.

Em Ipitanga e Guarajuba, respectivamente, a maioria dos entrevistados declarou que seus atuais empregados estão qualificados, tendo, inclusive, já ter recebido treinamento de instituições especializadas tais como o SEBRAE, SENAC, etc., enquanto que, em Piatã, a situação declarada inverteu-se, com a maioria dos entrevistados admitindo que seus empregados não estavam qualificados para exercerem as atividades requeridas, embora tenham reconhecido que variava entre regular e muito boa a situação dos seus empregados no tocante a salários, salários indiretos, ambiente de trabalho, acesso ao trabalho, jornada de trabalho e folgas.

Quanto às necessidades de treinamento dos empregados, das dez opções submetidas aos entrevistados, a que recebeu maior número de escolhas foi a de atendimento. A seguir, a amostra geral registra ocorrências significativas em relação às seguintes opções de treinamento: higienização do ambiente de trabalho, cozinha, segurança alimentar, higiene pessoal e comercialização. Necessidades de treinamentos em compras, saúde pessoal, controle de estoque e manutenção de móveis e equipamentos, foram indicadas por menos

que 10% dos entrevistados.

A maioria dos entrevistados admitiu ter demitido pessoal nos últimos seis meses, mas também a maioria indicou ter admitido novas pessoas em igual período de tempo.

Quase 46,0% dos negócios entrevistados estão situados na faixa de até 5 SM. Na faixa de 6 a 12 SM, encontram-se mais 29,45% dos entrevistados. Somando-se os resultados encontrados para essas duas faixas, tem-se que 75,2% do total de negócios fixos das 3 praias pesquisados faturam até 12 SM por mês. O faturamento médio mensal é de R\$ 3.732,83 (12,44 SM) e anual de R\$ 44.793,96 (149,31 SM). O faturamento médio de Guarajuba e de Ipitanga é maior do que o de Piatã.

Também a maioria dos entrevistados em Piatã e Guarajuba e, em menor escala, em Ipitanga, reconheceu que as vendas do verão de 2006 em relação a 2005 cresceram, com as barracas de Guarajuba apresentando maior faturamento médio mensal em comparação aos dados das praias de Piatã e Ipitanga. Também aqui a natureza sazonal do negócio ficou evidenciada, uma vez que a quase totalidade dos entrevistados nas 3 (três) praias declarou que o faturamento atual está menor do que o registrado no período do verão, o que sugere a necessidade de serem pensadas alternativas de dinamização das praias nos períodos de baixa estação, a exemplo de torneios de futebol, de vôlei e shows.

Novamente a grande maioria dos entrevistados indicou já ter tentado obter um empréstimo junto ao sistema financeiro e apontou como as maiores dificuldades enfrentadas para concretizar o empréstimo: a elevada taxa de juros, o volume de documentação exigida, o fato dos financiadores darem preferência a clientes especiais, o fato do valor do empréstimo não ser grande o bastante e as garantias exigidas. Essas informações podem instruir políticas de crédito específicas para o segmento entrevistado.

Preço é o principal problema enfrentado pelos negociantes para a aquisição das mercadorias, em todas as três praias, vindo a seguir: qualidade dos produtos, pequeno número de fornecedores, transporte, condições de pagamento e escassez. Novamente aqui volta-se a registrar um conjunto de ações já testadas para contrabalançar a falta de poder de empreendimentos atomizados: a formação de cooperativas e consórcios de aquisição de produtos e insumos.

É expressivo o grau de satisfação com o negócio constatado a partir da amostra geral, com a maioria dos respondentes considerando-se em posição competitiva equivalente a de seus concorrentes, avaliando positivamente suas instalações e equipamentos.

Quanto ao destino dado ao lixo produzido, em Piatã e Ipitanga, a maioria dos respondentes declarou fazer uso das lixeiras existentes na praia. Já em Guarajuba, a maioria admitiu recolher o lixo em recipiente próprio. Desses dados, denota-se que há uma maior demanda por serviços públicos de limpeza nas duas primeiras praias.

Melhoria da infraestrutura, financiamento, incentivo e melhoria da organização do trabalho e divulgação da praia são os principais apoios que os entrevistados esperam receber dos diferentes níveis de governo.

Quanto à autoavaliação do espírito empreendedor do ponto de vista dos 11 itens apresentados pelo questionário, podem ser identificados 3 grandes blocos de respostas. No primeiro, com percentuais superiores a 60%, os entrevistados fazem uma auto-avaliação positiva no que diz respeito a: capacidade de atualização, persistência, autoestima e confiança, responsabilidade e comprometimento e capacidade gerencial. Num segundo bloco, com uma avaliação média do seu espírito empreendedor e percentuais entre 40% e 60%, estão registrados o senso de oportunidade, a adaptabilidade, a capacidade de influenciar, a capacidade técnica e a de antecipação. Num terceiro bloco, com percentuais inferiores a 40%, os entrevistados apontam apenas a disposição de assumir riscos e o pioneirismo.

São extremamente promissoras a percepção quanto às condições de sustentabilidade dos negócios, quando medidas em termos de intenção de expandir o negócio e de intenção de permanecer no negócio, tendo em vista que ampla maioria dos entrevistados revelou não ter planos de mudar de negócios e, adicionalmente, que pretendem expandir o negócio atual nos próximos seis a doze meses. Significativa parcela de entrevistados mostrou-se muito otimista quanto a melhoria de suas condições de vida, de crescimento de seu negócio e da economia brasileira.

5. Conclusões

Piatã, Ipitanga e Guarajuba, territórios-praias pesquisados, são espaços de exercício de práticas socioculturais e produtivas, de convivialidade e de trabalho, inserindo-se em espaços sociais e produtivos mais amplos. Dessa forma, suas dinâmicas são influenciadas por seus interessados principais, mas sofrem conjunções emanadas também de fora de seus limites.

Observou-se ainda, que, ao lado da existência de muitas janelas de oportunidade nos territórios-praias pesquisados, tanto para trabalhadores como para freqüentadores, há muitas fontes de conflitos e problemas. Esse problemas relacionam-se a riscos de degradação ambiental por causa de negligências em relação à capacidade de carga de cada ecossistema, de esgarçamentos de tecidos sociais, devido ao grande afluxo de populações novas e à expulsão de moradores nativos, de dificuldades de relacionamentos entre trabalhadores da praia e desses com freqüentadores, de barreiras erigidas ao acesso dos públicos locais em função da elevação dos preços de produtos e serviços, e de ausência de infraestruturas que deem suporte aos seus deslocamentos e permanências nas praias.

Aqui podem ser apontadas algumas perguntas sobre os territórios-praias: quais as relações entre esses mundos, do trabalho e da vida, que se cruzam nas praias pesquisadas? quais são, efetivamente, os públicos que freqüentam as praias pesquisadas? quais são os segmentos de consumidores que freqüentam as praias pesquisadas? quais serviços são prestados ao público nas praias pesquisadas e em que condições? sendo espaços de freqüência de grandes públicos e demandando serviços públicos e infraestrutura, como as

praias pesquisadas encontram-se em termos dessa infraestrutura e serviços públicos?

A pesquisa realizada apresenta respostas, para as praias de Piatã, Ipitanga e Guarajuba, que refletiam uma visão desses territórios que foi totalmente desconhecida e mudada com a implementação da decisão da PMS, lastreada por decisão da Justiça, de derrubada das barracas de praia em Piatã e Ipitanga. Apesar disso, apresenta-se a seguir recomendações de políticas públicas emanadas da leitura dos dados da pesquisada e relatados em tópico anterior, descortinando-se todo um campo de possibilidades para ações planejadas de governos, particularmente os governos municipais, nos três municípios enfocados, além dos mais diversos interessados. Essas ações devem induzir a rotinização de práticas que sejam capazes de não só captar os sinais do meio ambiente para realizar mudanças, como também de antecipar transformações nos empreendimentos fixos e ambulantes.

Trata-se, na verdade, de realçar o papel de regulação do Estado e dos Municípios, sobretudo no tocante à concorrência, à preservação da integridade da saúde de trabalhadores, empregadores e freqüentadores e ao estímulo dos níveis de organização e de cooperação entre os atores que povoam os territórios-praia pesquisados. Tais ações devem se caracterizar pelas: convergências de propósitos e instrumentos; ampla participação dos mais diversos interessados nos níveis de formulação, de implementação e gestão, e de monitoramento e de avaliação; seletividade em termos de foco e de beneficiários; articulação entre as mais diversas instâncias de poder; transparência de processos; respeito à diversidade, consubstanciando o princípio de tratar o diferente de forma diferente; e continuidade para assegurar o alcance dos objetivos pretendidos.

Todavia, este conjunto de ações deve, necessariamente, partir de duas evidências que emergem com força dos dados coletados e que fazem da praia um território dotado de natureza especial. Uma, o fato dos freqüentadores elegerem como determinantes básicos na escolha da praia que freqüentam fatores como a limpeza, qualidade da água e paisagem. A outra, o fato dos atores sociais que têm na praia seu espaço de trabalho, donos de barraca, trabalhadores e ambulantes, conformarem grupos em situação de grande fragilidade.

Daí que tais ações, ao reconhecerem, de forma privilegiada, a natureza especial do território-praia, devam assumir como imperativo o desenvolvimento de um conceito para cada praia, de forma a permitir que as estruturas de governança e as políticas sejam capazes de capturar a diversidade e acolher as diferenças que caracterizam cada praia em particular, o que deve ser feito tomando-se em linha de conta as dimensões física, econômica, político-organizativa e simbólico-cultural que, em conjunto, expressam a noção de território.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBAGLI, Sarita. Território e territorialidade. In: LAGES, Vinícius, BRAGA, Christiano, MORELLI, Gustavo (Org.) Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Brasília: SEBRAE, 2004. p.23-69.
- AZEVEDO, Thales. A praia: espaço de socialidade. Salvador: Centro de Estudos Baianos da Universidade Federal da Bahia, 1988. 40 p.
- BORRALHO, Álvaro. Formas de participação social e política das mulheres nos Açores. IV Congresso Português de Sociologia – Sociedade Portuguesa: passados recentes / futuros próximos. Coimbra, 2000. Disponível em: <<http://www.aps.pt/ivcong-actas/Acta158.PDF>>. Acesso em 25 abr. 2006. 13p
- BUARQUE, S. C.. Desenvolvimento sustentável: conceitos e desafios. Bahia Análise & Dados – Revista da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, Salvador, v.6, n.2, p. 5-15, set. 1996.
- DIEESE. Principais Conceitos da Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED). Disponível em: <http://www.dieese.org.br/ped/pedmet.xml>. Acesso em 25 abr. 2006. . Acesso 25 de agosto de 2012.
- LOIOLA, Elizabeth. Turismo e desenvolvimento local sustentado. Revista Brasileira de Administração Pública, v. 38, p. 817-850, set.out. 2004.
- OLIVEIRA, Henrique. Polêmica das Barracas de Praia Levanta Discussão Social em Salvador. 2010. <http://blogdacomunicacao.com.br/polemica-das-barracas-de-praia-levanta-discussao-social-em-salvador/>. Acesso 25 de agosto de 2012.
- PNAD (2005), disponível em www.ibge.gov.br, acessado em 20/06/2006.
- PORTER M. E; LINDE, C. V.. Toward a new conception of the environment – competitiveness relationship. Journal of Economic Perspectives, v.9, n.4, p. 97-118, 1995c.
- PORTER, M. E.; LINDE, C. V.. Green and competitive. Harvard Business Review, p.120-134, sep./oct. 1995b.
- PORTER, M. E.; LINDE, C. V.. Ser verde também é ser competitivo. Exame, ano 28, n.24, p. 72, nov.1995a.
- SACHS, Ignacy. Desenvolvimento e cultura. Desenvolvimento da cultura. Cultura do desenvolvimento. Organizações & Sociedade, v.12, n.33, p. 151-165, abr./jun. 2005.
- SANDRONI, Paulo. Dicionário de Economia do Século XXI. Rio de Janeiro: RECORD. 2005.
- SEBRAE. Pesquisa economia da praia: espaço de convivialidade e de trabalho. Salvador, SEBRAE, 2006. 56p. Pesquisa coordenada por Elizabeth Loiola e Paulo Miguez.

SIQUEIRA, José. Publicação eletrônica <mensagem pessoal>. Mensagem recebida por <beloi@ufba.br> em 12 ago. 2006.

WTO - World Tourism Organization. Sistema de Estadísticas de Turismo. Conceptos e Unidades. Disponível em: <http://www.world-tourism.org/statistics/basic_references/index-sp.htm>. Acesso em 25 abr

