

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade

Mestrado e Doutorado

Anais

VI Encontro Semintur Jr.

Nos Fluxos do Turismo

ISSN: 1806-0447

Caxias do Sul

2015

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

**UCS**
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Apresentação

O Encontro Semintur Jr. apresenta-se como um espaço de incentivo à produção de pesquisa na graduação, ao dar visibilidade a essa produção. Em termos de organização, o evento é também um espaço para práticas acadêmico-científico dos alunos do PPGTURH-UCS, pois são eles os responsáveis pela condução do evento, em todas as suas fases, com supervisão de um professor doutor do Programa. É importante ressaltar que vários dos trabalhos apresentados foram assinados por graduandos orientados por egressos do PPGTUR, atualmente em exercício no magistério superior.

Ficha técnica

Coordenação Científica: Dra. Susana de Araújo Gastal.

Coordenação Geral: Ms. Gabriella Veridiana Stein.

Comissão Científica: Ms. Gabriella Veridiana Stein; Maicon Gularte Moreira; Ms. Tauana Macedo de Paula; Ms. Marcela Marinho.

Secretaria: Charlene Del Puerto; Simone Simon; Thays Marcelino; Mateus Tadioto.

Comissão de Acolhimento e Hospitalidade: Renato Lima; Letícia Bisol; Jasmine Pereira.

Comissão de Logística e Infraestrutura: Francisco de Sá.

Comissão de Comunicação: Natália Biazus; Viviane Rocha; Lurian Puntel.

Comissão de Alimentação: Carlos Leoni; Etyene Johansen.

ISSN: 1806-0447

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade (Mestrado e Doutorado)

E-mail: ppgturh@ucs.br

Telefone: (54) 3218-2621

Endereço: Campus Universitário de Caxias do Sul - Bloco 46 - sala 416

Caxias do Sul/RS

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

SUMÁRIO

Hospitalidade em Museus: Pressupostos para Qualificação das Instituições Museológicas como Espaço Hospitaleiro aos Turistas.	4
A Função Ludoterápica do Entretenimento e sua Inserção nas Estratégias de Fidelização de Hóspedes.	14
Alojamento de Floresta: Uma Análise Sustentável do Hotel Juma Amazon Lodge.	28
A Motivação como Instrumento para Qualificação Profissional na Hotelaria: Estudo de Caso no Vela Branca Grand Hotel, Porto Seguro, BA.	43
Turismo e Cultura: Enfoque Pós-Moderno.	59
O Filó e a Hospitalidade em Arvorezinha, RS.	72
Turismo de Intercâmbio: Uma Análise sobre a Motivação para a Escolha do Brasil como Destino.	87
Análise Crítica do Discurso Aplicada às Canções do Projeto Publicitário da Embratur Encuentros en Brasil	104
O Artesanato Feito por Descendentes Italianos na Destinação Turística Mais Italiana do Brasil (Antônio Prado, RS).	119
Geração de Resíduos Sólidos nos Procedimentos de Manutenção de Rotina de Aeronaves.	129
Diagnóstico dos Meios de Hospedagem da Ilha Grande, Município de Angra Dos Reis/RJ.	141
Teoria do Espaço Turístico: Representações Espaciais e Métodos Para o Entendimento da Serra Gaúcha.	151

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Primórdios do Laranjal – Pelotas, RS: O Uso do Espaço para Atividades de Lazer. ...	160
Blues e o Lugar de Memória: A “Casinha do Blues” em Caxias do Sul/RS.	173
Gentrificação: Estudo Preliminar da Relação de Ocupação Urbana na Área Central de Gramado, RS.	187
Paisagem e Arquitetura como Possibilidade na Formação de Atrativos Turísticos: Uma Análise do Potencial de Galópolis (Caxias do Sul, RS).	196
Acessibilidade a Pessoas com Deficiência: Produção em Revistas Científicas Nacionais (Qualis-CAPES).	212
Análise da Produção Científica Sobre Dimensão Ambiental em Meios de Hospedagem em Periódicos Brasileiros de Turismo.	228
Ações Ambientais nos Estádios de Futebol da Copa de 2014: O Caso do Estádio Beira-Rio em Porto Alegre/RS.	242
Turismo em Lagos: Uma Análise das Publicações Científicas sobre a Temática.	251
A Hospitalidade Comercial dos Restaurantes de Cozinha Italiana do Município de Silveira Martins, Rs.	264
Selfie: Estudo Comparativo entre as Mídias Sociais Expressivas dos Albergues “X” e “Y” da Cidade Manaus.	279
O Processo de Criação do Camping Municipal de Pelotas, RS.	295
Turismo e Desenvolvimento no Vila Flores, Porto Alegre, RS: Requalificação Criativa e Colaborativa.	306
Tecendo Relações de Amorosidade. Os Artesãos e sua Comunicação, nas Ruas de Caxias do Sul, como Dispositivo para a Hospitalidade no Turismo.	321

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Preservação do Patrimônio Cultural: A utilização do Teatro Amazonas como produto turístico.	337
As Funções do Plano Diretor Aplicadas ao Planejamento Urbano para o Turismo. ...	351
Narrativas Urbanas: Dispositivo de Reinvenção do Sujeito e de sua Relação com a Cidade.	365
Acessibilidade e Turismo: As Pessoas com Deficiência e o Turismo nos Parques Nacionais.	376
Niterói para Bicicleta.	390
O Frequentador do Jardim Botânico de Caxias do Sul.	401
A Apropriação do Jornalismo Literário Avançado pelo Jornalismo de Turismo: Análise dos Jornais Zero Hora e Pioneiro.	418
Turismo de Eventos Esportivos: As Competições de Patinação Artística e as Experiências Turísticas.	430
Praça Pública e de Lazer na Terra do Trabalho: Estudo das Áreas Verdes em Caxias Do Sul, RS, e suas Apropriações Urbanas e Turísticas.	442
Estudo do Turismo Cinematográfico e o Legado Deixado pela Cidade Cenográfica Vila de Santa Fé em Bagé.	452
XIX Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Cai/RS: Estudo do Nível de Satisfação dos Visitantes.	466
Festival da Primavera - <i>Frühlingsfest</i>.	477

Hospitalidade em Museus: Pressupostos para Qualificação das Instituições Museológicas como Espaço Hospitaleiro aos Turistas.

Iasmim da Silva Leite¹; Higor Araujo de Carvalho²; Karla Estelita Godoy³
Universidade Federal Fluminense

Resumo: Os museus são instituições culturais frequentemente vinculadas à oferta dos destinos turísticos e, ao passo em que o turismo desponta, os museus também passam a captar maior fluxo de visitantes. Assim, entende-se que esses espaços devem ser hospitaleiros e compostos por profissionais capacitados. Visando à aproximação das áreas do Turismo e da Museologia, desde 2010, desenvolvemos projetos que analisam a demanda e a oferta turística dos museus. Um deles se concentra em elaborar a Oficina de Hospitalidade para Museus. A fundamentação teórica se baseia em autores como Lucio Grinover e Luiz Otávio de Lima Camargo. Para a criação deste produto, vem sendo elaborado instrumento de pesquisa para avaliação de ofertas turísticas em museus, aplicado, inicialmente, no Museu Imperial de Petrópolis (RJ). Assim, vimos apresentar o estado da arte do referido projeto, que se propõe, dentre outros objetivos, apontar as interfaces entre os museus e o turismo, e mensurar a hospitalidade em instituições museológicas.

Palavras-chave: Turismo; Museus; Hospitalidade; Museu Imperial de Petrópolis/RJ

Introdução

O projeto Turismo, Museus e Hospitalidade surgiu em 2014 como uma vertente do projeto “Turismo e Museus: controvérsias, possibilidades e necessidades da turistificação e da qualificação dos museus para o turismo”, criado a partir de diversos estudos desenvolvidos desde 2010. Ambos os projetos pertencem ao Grupo de Pesquisa Turismo, Cultura e Sociedade (T-Cult/UFF), que conta com a participação de alunos e professores da Faculdade de Turismo e Hotelaria, e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense (UFF). Inicialmente, o projeto Turismo e Museus realizou pesquisa em 11 museus no Estado do Rio de Janeiro, dentre eles, o Museu Imperial, localizado na cidade

¹ Aluna de Bacharelado em Turismo, da Universidade Federal Fluminense (UFF). Bolsista de Iniciação Científica FAPERJ.

² Aluno de Bacharelado em Turismo, da Universidade Federal Fluminense (UFF); Iniciação Científica, na UFF.

³ Professora do Programa de Pós-Graduação em Turismo PPGTUR/UFF e da Faculdade de Turismo e Hotelaria da UFF.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CASIÁS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

de Petrópolis. Os resultados das pesquisas foram publicados em artigos científicos, bem como apresentados em congressos, seminários e palestras, ao longo dos últimos cinco anos.

Além de inúmeras iniciativas voltadas para se pensar o campo museológico, como a disciplina “Museologia Aplicada ao Turismo”, oferecida pela professora coordenadora do projeto aos graduandos da UFF, a Faculdade de Turismo e Hotelaria inaugurou, em 2015, o primeiro Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Turismo do Estado do Rio de Janeiro, o que desdobra as possibilidades de se realizarem pesquisas ainda mais aprofundadas, no que tange aos Estudos sobre Turismo e Museus.

O projeto Turismo, Museus e Hospitalidade se mantém, desde sua criação, sob a coordenação do Grupo de Pesquisa Turismo, Cultura e Sociedade, sendo, no final de 2014, submetido para a solicitação de uma bolsa de Iniciação Científica pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ). Em abril de 2015, o projeto foi contemplado com a bolsa, e, desde então, tem sido cumprida uma série de objetivos com a finalidade principal de oferecer uma Oficina de Hospitalidade aos funcionários de um museu. A instituição museológica escolhida foi o Museu Imperial de Petrópolis (RJ), local onde será realizada a primeira edição da pesquisa de oferta turística e da Oficina de Hospitalidade.

Uma das razões pelas quais o Museu Imperial foi escolhido é o seu preponderante quantitativo de visitas, especialmente de turistas. As pesquisas de demanda turística realizadas pelo próprio Grupo de Pesquisa Turismo, Cultura e Sociedade confirmam que se trata de um dos museus mais visitados do Estado do Rio de Janeiro, apesar da sua localização pouco privilegiada, à primeira vista, uma vez que se encontra distante dos grandes centros do Estado, na Região Serrana. Contudo dados recentes do Instituto Brasileiro de Museus (2014) apontam que o Museu Imperial, durante o feriado prolongado de Corpus Christi – entre os dias 4 e 7 de junho de 2015 – contabilizou 10.677 visitantes.

Mesmo que o Museu Imperial tenha batido recordes de visitas, entendemos que a quantidade de visitantes é apenas um dos índices para identificar o sucesso de uma instituição museológica, na medida em que há também outros fatores a serem levados em conta na hora de avaliá-lo como instituição qualificada para o turismo. O conteúdo apresentado pelo Museu Imperial aos seus visitantes, disponível pelo seu acervo e textos informativos, ampliam a qualidade da visita para seu público. Ao destacar a vida da família Imperial em sua casa de

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

veraneio, é possível conhecer um pouco mais do Brasil Império, contando, inclusive, com visitas monitoradas que o Museu oferece em idioma local ou em inglês. Esses são identificados como alguns dos motivos que fazem do Museu Imperial um atrativo para visitantes nacionais e internacionais, que vêm ao Rio de Janeiro na intenção de aprender um pouco mais sobre a história do Brasil.

O site da instituição também é indicativo da qualidade para um museu. Observa-se, no caso do Museu Imperial, que ele conta com uma interface de simples acesso, facilitando a navegação do visitante. É possível realizar um tour *online* pelo museu, com a intenção de atrair o turista para ver o conteúdo ampliado mais de perto. O site disponibiliza acesso ao acervo museológico e à biblioteca, ao circuito da exposição de longa duração do museu e, ainda, há um espaço dedicado ao agendamento de visitas. Tais iniciativas colaboram com o sucesso do museu, que registrou, no ano de 2014, 339.374 visitantes (MUSEU IMPERIAL, 2015).

Considera-se que o museu, ao ter um site que amplie as “possibilidades de integração entre as instituições museológicas e seu público potencial ou recorrente” (GODOY; SANCHES, 2014, p. 211), gera também um instrumento de motivação para a visita do turista, já que se estabelece uma relação de confiança entre a instituição e seu público. Segundo dados do IBRAM (2014), o número médio de visitas em museus no Brasil, durante o mês de junho de 2014, foi de 29.693 pessoas. O IBRAM chegou a essa média após uma pesquisa que contemplou 883 museus, sendo descartadas 46 instituições por não contabilizarem seu público. Esse quantitativo representa o maior número de visitantes em museus desde 2001, fato que pode estar diretamente relacionado com o megaevento esportivo, Copa do Mundo de 2014, sediada pelo Brasil, uma vez que os turistas estão ocupando cada vez mais o patrimônio cultural dos destinos. Além de consumirem produtos turísticos como praias, *shoppings centers* e bares, turistas diversos também visitam museus durante suas viagens.

O projeto Turismo e Museus realizou pesquisa de demanda, em 2011, verificando que 61,5% do público dos onze museus pesquisados⁴ no Rio de Janeiro eram formados por

⁴ Foram pesquisados 11 museus, são eles: Museu de Arte Religiosa e Tradicional (Cabo Frio), Museu de Arqueologia / Socioambiental de Itaipu (Niterói), Museu Casa da Hera (Vassouras), Museu Forte Defensor Perpétuo (Paraty), Museu Histórico Nacional, Museu Nacional de Belas Artes, Museu da República, Museu

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

turistas. Cabe ressaltar que o projeto considerou como pertencente à categoria turista o visitante que não possuísse residência fixa na cidade em que o museu estava instalado, e que estivesse visitando o local por um período inferior a um ano. Geralmente, nas pesquisas de público em museus, os turistas são incluídos na categoria visitante, ou seja, o público espontâneo, entendido como diferente do público escolar ou do que não agendou visita previamente. Assim, nossos estudos se concentram em identificar e analisar os turistas como uma categoria em separado, compreendendo sua especificidade.

Tendo em vista os Jogos Olímpicos de 2016, a serem realizados no Rio de Janeiro, e a conseqüente possibilidade de aumento do fluxo turístico na cidade e nos espaços museológicos, deve-se atentar para a forma como as instituições recebem seus visitantes, principalmente os pertencentes à categoria “turista”. Sabe-se que esse público necessita de opções de serviços que vão além dos oferecidos normalmente pelos museus, dentre eles podendo-se citar a visita guiada, monitorada, ou mesmo mediada, e a recepção bilíngue.

Como mencionado, para os museus, em geral, pelo menos ao que se observa na maioria das instituições museológicas brasileiras, não há um tratamento específico para a categoria “turista”, uma vez que os museus entendem todo seu público espontâneo como “visitante”. Frente a esse cenário, o projeto busca identificar e analisar a oferta turística disponível em museus, a fim de investigar até que ponto as instituições estão preparadas para receber turistas e, posteriormente, indicar ações técnicas da área do turismo e da hospitalidade, no sentido de auxiliar os gestores dos museus e sua equipe a qualificar profissionalmente seu pessoal e a incrementar melhorias na sua infraestrutura.

Como o presente trabalho tem por finalidade apresentar o estado da arte em que se encontra a pesquisa, consideramos importante destacar os objetivos que norteiam o desenvolvimento do projeto, listando-os a seguir:

- Identificar como as instituições museológicas entendem a relação Museus-Turismo-Hospitalidade, baseando-se na literatura específica das áreas e na observação em campo.
- Realizar pesquisas qualitativas na instituição pesquisada, a saber, o Museu Imperial de Petrópolis, localizado no RJ.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

- Analisar e avaliar as condições do Museu Imperial em relação à sua capacidade de oferta, no que tange à sua qualificação para o turismo.
- Analisar e avaliar as condições do site do Museu Imperial, a fim de observar se a página contém os pressupostos desejáveis para ser considerada hospitaleira, segundo conceitos da hospitalidade virtual (Camargo, 2005).
- Contrastar os dados obtidos com a pesquisa e a oferta que é divulgada no site da instituição, a fim de se chegar a resultados finais ou parciais sobre os tópicos analisados.
- Elaborar relatórios sobre a oferta turística do Museu Imperial, com a proposta de sugerir ações apropriadas ao desenvolvimento e preparação das instituições museológicas, frente ao esperado impacto de público turístico.
- Aplicar Oficina de Hospitalidade com os funcionários dos diversos setores do museu, onde serão abordados todos os itens que, por meio da pesquisa, forem considerados relevantes.

Metodologia

De acordo com a proposta do projeto Turismo, Museus e Hospitalidade, o grupo de pesquisa, após passar por processo de construção do embasamento teórico a ser adotado, encontra-se na fase de elaboração do instrumento de pesquisa, capaz de avaliar a oferta turística, inicialmente do Museu Imperial de Petrópolis, e, posteriormente, considera-se que a pesquisa poderá ser replicada em outros museus.

O instrumento de pesquisa levará em conta aspectos que impactam a percepção do visitante sobre a visita, e que são responsáveis por transformar o espaço em hospitaleiro. O formulário tem-se aprimorado constantemente, após visitas ao Museu Imperial, estudo da literatura indicada e ao assistir diversos seminários e palestras sobre temas relacionados com os museus. Todas essas ações trouxeram uma visão macro de inúmeros fatores que são necessários para tornar os museus espaços acolhedores ao público. Para privilegiar todos os itens considerados essenciais, o formulário foi dividido em duas dimensões: “infraestrutura” e “técnica”. A infraestrutura foi subdividida em externa e interna, onde a subdivisão externa se propõe a avaliar aspectos em torno do museu fortemente importantes para que os turistas se

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

sintam confortáveis para visitar a instituição, e a interna trata de aspectos essenciais sobre a percepção da visita, em relação aos distintos ambientes do museu.

Com relação à dimensão técnica, foram realizadas três subdivisões. A primeira delas, a visual, diz respeito ao acervo, isto é, são levados em consideração itens como: a rotatividade das exposições, a iluminação, legendas, segurança das obras, entre outros. A segunda subdivisão trata diretamente a questão da hospitalidade e turismo, em que são privilegiados aspectos relacionados com serviços turísticos prestados, como atendimento bilíngue, existência de *audioguides*, e visitas guiadas, monitoradas ou mediadas. Por fim, como terceira subdivisão, está a segurança, que contempla tanto a segurança do público quanto a das obras em exposição e dos demais espaços.

Foram adicionados, também, os chamados domínios da Hospitalidade (CAMARGO, 2005), onde são somente utilizadas as categorias comercial/pública e virtual. A categoria comercial/pública pretende avaliar aspectos dos itens relacionados à infraestrutura e à técnica. Em contrapartida, a categoria virtual, avalia itens próprios, atrelados somente às informações e serviços disponíveis no site da instituição.

No que concerne ao conteúdo apresentado virtualmente, o grupo de pesquisa mensura a hospitalidade virtual do site do Museu Imperial, utilizando como material norteador os indicadores propostos por Godoy e Sanches (2014). Alguns itens serão avaliados, identificando se o site engloba informações importantes como horário de visitação, horário de funcionamento da bilheteria, preços e detalhes sobre a visitação, se dispõe de cafeteria, banheiros, entre outros.

Além disso, para fortalecer a relação dos “domínios da hospitalidade”, foram sistematizados também itens do museu de acordo com as seguintes categorias: acesso, estrutura, acessibilidade, alimentação, acervo, serviços, segurança e serviços turísticos. Para cada item, além de se estabelecer uma avaliação sobre a qualidade do serviço, é preciso enquadrá-lo em uma (ou mais, se for o caso) categoria da Hospitalidade (dar, receber, entreter ou alimentar). Entretanto, cabe ressaltar que o instrumento de pesquisa para avaliação de ofertas turísticas em museus, apesar de estruturado, ainda não foi dado como concluído, o que pode gerar, nos próximos meses, algumas mudanças. Considera-se que, somente após o pré-



teste, a ser realizado dentro de alguns meses no Museu Imperial, o instrumento estará concluído, de acordo com os objetivos a serem alcançados.

Embasamento Teórico

O projeto considera a hospitalidade como algo que vai além da hospitalidade artificial (Camargo, 2005), em que os estabelecimentos julgam ser uma necessidade administrativa e um padrão de qualidade. Acredita-se que a hospitalidade é “um ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitar natural” (CAMARGO, p. 53, 2005).

Entender o museu segundo as dimensões da hospitalidade pode valorizar a experiência do turista. Grinover (2006) aponta que os elementos tangíveis presentes em determinado espaço induzem o viajante a comportamentos hospitaleiros. A atmosfera do museu é um fator importante para contribuir com a experiência do visitante e, a partir de tal afirmação, direciona-se o estudo para analisar o museu como uma instituição preparada ou não para acolher o turista.

Grinover (2006, p. 31) afirma que a “Hospitalidade é, portanto, uma relação espacializada entre dois autores: aquele que recebe e aquele que é recebido; ela se refere à relação entre um, ou mais hóspedes, e uma instituição [...]”. Partindo da direção conceitual apresentada por Grinover (2006), a relação museu–visitante se estabelece diante da percepção do próprio visitante sobre a eficiência que a instituição tem de acolhê-lo, podendo ser tal experiência afetada por ambas as partes.

A partir dos estudos do Grupo, acredita-se na possibilidade de contribuir com o uso de suas pesquisas para a construção de um cenário propício e qualificado para o turismo, a fim de recepcionar e bem receber o turista, aplicando os conceitos teóricos estudados como alicerce para fomentar e testar as hipóteses levantadas.

Para a formulação do instrumento de pesquisa sobre a oferta turística dos museus, observa-se o conceito de Hospitalidade de acordo com estudos desenvolvidos por Camargo em 2004, com seu livro “Hospitalidade”, onde é possível observar o fenômeno como algo multi e transdisciplinar. Camargo delimita, então, novas formas de pensar a hospitalidade quando traz à tona o cruzamento das categorias doméstica, pública, comercial e virtual

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

(categoria nova até então) com o recepcionar, entreter, alimentar e hospedar, onde é possível observar a interação das duas categorias e, a partir daí, criar os famosos domínios da hospitalidade, que são utilizados na metodologia do projeto.

O Grupo de Pesquisa optou por incluir a categoria hospitalidade virtual, pois acredita que a Internet exerce influência direta no público que visita museus. Segundo Camargo (2005, p.66), o entretenimento virtual “envolve, aproximadamente, mais de 40% da totalidade do tempo livre dos indivíduos”. Enquanto domínio da hospitalidade, podemos entender o campo virtual como um instrumento de divulgação das instituições, funcionando como um atrativo para que o turista possa manifestar uma possível vontade de deslocamento. Sendo o site o cartão de visita da instituição, tal ferramenta tem sido utilizada para divulgar os museus.

De acordo com Godoy e Sanches (2014, p.209), “é das instituições museológicas que deveria partir o conteúdo confiável sobre o que se irá encontrar a respeito de sua história, das exposições de longa e curta duração apresentadas, dos acervos, da localização e de demais serviços oferecidos pelo museu”. Frente a essa realidade, o projeto de pesquisa ‘Turismo Museus e Hospitalidade’ preocupou-se em avaliar as dimensões e informações presentes no site do Museu Imperial, entendendo-o como um domínio da hospitalidade, segundo estudo proposto por Camargo (2005).

É necessário se colocar no lugar do visitante para entender os elementos que, se presentes no site, podem motivar sua visita, bem como as informações que não constam no site e poderiam afetar a sua experiência. Segundo Godoy e Sanches (2014), “geralmente, essas informações, quando disponíveis, estão dispersas – na internet ou na própria instituição –, formando um emaranhado de dados estanques e separados entre si, o que dificulta sua leitura e interpretação”. Nesse sentido, já se pode apontar, de acordo com as primeiras investigações, que o Museu Imperial de Petrópolis, no que diz respeito às informações agregadas no domínio virtual, disponibiliza informações completas e sistematicamente organizadas sobre os serviços oferecidos, perguntas frequentes e eventos a serem realizados.

O caderno do IBRAM sobre Museus e Turismo: Estratégias de Cooperação (2014) também foi adotado para que se pudesse compreender a visão das instituições museológicas acerca de sua relação com o turismo e com as possibilidades de tornar os museus acessíveis a todos os públicos. Deve-se salientar a iniciativa do IBRAM ao falar sobre hospitalidade em



museus, no caderno de Museus e Turismo, ainda que seja apenas um breve capítulo do documento.

Considerações Finais

O projeto de pesquisa está em andamento, e, após a ida a campo e a análise dos resultados coletados no Museu Imperial de Petrópolis, será realizada oficina com os funcionários da instituição, como um dos produtos resultantes de todo o processo investigativo. Espera-se que a pesquisa de análise da oferta turística possa ser algo a ser aplicado em diversos museus, não só do Estado do Rio de Janeiro, mas de outros Estados do Brasil. Desse modo, almejamos contribuir com a realização de ações que privilegiem a qualificação dos museus para o turismo.

Referências

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima de. **Hospitalidade**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2004.

GODOY, Karla Estelita; SANCHES, Flávio. **Turistas online: produção, distribuição e qualidade das informações para o turismo em museus**. In: II Seminário Serviços de Informação em Museus, 2014, São Paulo. II Seminário Serviços de Informação em Museus: o trabalho da informação em instituições culturais: em busca de conceitos, métodos e políticas de preservação. São Paulo: Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2014, p. 209.

GRINOVER, Lucio. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. **Revista Hospitalidade**, v. 3, n. 2, p. 29-50, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS – IBRAM. Formulário de Visitação Anual: **Resultados FVA 2014**. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2015/08/RESULTADOS-FVA-2014.pdf>>. Acesso em: 20 ago 2015. Brasília – DF, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS - IBRAM. Museu e Turismo: **Estratégias de Cooperação**. Brasília, DF, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS – IBRAM. **Visitas ao Museu Imperial crescem 60% no feriado de Corpus Christi em 2015**. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/tag/visitacao/>>. Acesso em: 20 ago 2015.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

MUSEU IMPERIAL. **Museu Imperial registrou público de 339.374 visitantes em 2014.**
Disponível em: <<http://www.museuimperial.gov.br/imprensa/sala-de-imprensa/5337-museu-imperial-registrou-publico-de-339374-visitantes-em-2014.html>> Acesso em: 05 de Set 2015.

A Função Ludoterápica do Entretenimento e sua Inserção nas Estratégias de Fidelização de Hóspedes.

Celso Rossi⁵

André Volkart Vaccari⁶

Faculdades Integradas de Taquara/RS

Resumo: O objetivo deste estudo foi sondar a valorização do lazer, do entretenimento e da recreação ao longo da história e sua inserção no dia-a-dia do homem moderno, especialmente na atenção que esse tema deve receber por parte dos meios de hospedagem. Foi utilizada a pesquisa bibliográfica como metodologia para formação de uma visão abrangente sobre o tema. O estudo mostra que houve uma mudança de paradigma, especialmente no que tange ao abandono da arte e da cultura aristocráticas em troca de uma busca pela satisfação dos desejos imediatos, disponíveis na prateleira de uma indústria de entretenimentos populares. Revela, também, que o mundo acadêmico está cada vez mais interessado no estudo desse *homo ludens* e a hotelaria reconhece a importância de disponibilizar a recreação aos seus hóspedes, dirigida por profissionais qualificados, como forma de conquistar e fidelizar clientes.

Palavras-chave: Entretenimento; Hotelaria; Recreação; Lazer.

Introdução

O lazer, o entretenimento e a recreação têm ocupado um espaço cada vez maior na vida das pessoas e motivado estudos científicos sobre seus aspectos motivacionais e terapêuticos, que mostram essenciais na vida do homem moderno, submetido ao estresse da competição profissional e do ritmo de vida contemporâneo. Os administradores dos meios de hospedagem, atentos a essas necessidades demandadas por seus usuários, estão promovendo a profissionalização desses setores nos seus estabelecimentos e obtendo como resultado a fidelização dos seus clientes.

Por entretenimento, no segmento do turismo e mesmo noutras áreas que se caracterizam por uma organização dirigida a um fim econômico ou social, entende-se o conjunto de “atividades programadas e geralmente pagas”, direta ou indiretamente pelo participante das mesmas (TRIGO, 2003, p. 25). Analisando-se etimologicamente a palavra

⁵ Celso Rossi – Acadêmico de Turismo da FACCAT – Faculdades Integradas de Taquara – Taquara – RS, celsorossi@live.com

⁶ André Volkart Vaccari – Professor mestre das Faculdades Integradas de Taquara – RS, andrevaccari@faccat.br

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

“entretenimento”, cuja origem advém da língua latina, verifica-se que a mesma provém de *inter* e *tenere* (entre e ter), ou “ter entre”, como se fosse o resultado de “algo a se ter” entre outras atividades – essas, sim, dignas ou importantes. Na língua inglesa, a palavra *entertainment* significa “aquilo que diverte com distração ou recreação” e “espetáculo público ou mostra destinada a interessar e divertir” (GABLER *apud* TRIGO, 2003, p. 32).

Atividades lúdicas podem ser de natureza ativa ou passiva. Ambas podem melhorar a qualidade de vida das pessoas e isso é muito importante considerar, principalmente quando se trata de atividades lúdicas direcionadas à terceira idade (NEGRINI, 2001). Os cursos de Educação Física, que se ocupam das Ciências do Movimento Humano, segundo Negrini (2001, p. 116 -122), fizeram com que o lazer adquirisse status científico, e passa-se a “valorizar mais o *Lazer* como necessidade de todo trabalho, e as *Atividades Recreativas* são vistas como meio eficaz na melhoria da qualidade de vida”. Ele acrescenta que “aumentou consideravelmente a pós-graduação no Brasil em nível estrito senso, ou seja, de cursos voltados à produção de conhecimento através da investigação”. Também acrescenta que “a ludicidade como ciência se fundamenta sobre os pilares de quatro eixos de diferentes naturezas, isto é, sociológico, psicológico, pedagógico e epistemológico” (NEGRINI, 2001, p. 116 -122).

Para Ruth Gouvêa (1975), é um estímulo externo que desencadeia um impulso interno de energia de natureza lúdica e é essa a característica da atividade recreativa (GOUVÊA, 1975). No livro *A sociedade do futuro*, Toynbee (1976) salienta que “a humanidade, em sua grande maioria, logo se aborrece com a ociosidade e mais cedo ou mais tarde passa a assistir ou praticar esportes” (TOYNBEE *apud* NEGRINI, 2001, p. 33).

A prática de esportes, na maioria das suas variantes, requer a participação de outras pessoas e isso é fundamental para o exercício da vida em grupo. Para Negrini (2001), a inserção do homem na coexistência social tem caráter estrutural, pois, segundo ele, “o significado existencial do homem se fundamenta nas atividades compartilhadas, principalmente naquelas em que o nexo se dá através das atividades lúdicas” (NEGRINI, 2001, p. 41).

Negrini (2001) também reforça que as diferentes formas de atividades lúdicas podem variar em qualidade. Aquelas atividades que produzem interatividade, terão um maior

significado e, certamente, produzirão maiores benefícios. Segundo ele, é fundamental alterar a rotina semanal, principalmente em função do momento em que se vive, e “reaprender a utilizar as horas livres” para realizar atividades que deem prazer, gerem alegria e disposição. “Ao brincar o adulto não se torna criança como se costuma rotular, torna-se, sim, um adulto lúdico”. Isso amplia as sensações de prazer e desbloqueia resistências e preconceitos contra as diversas práticas. “Sabe-se que toda atividade prazerosa provoca alterações biológicas no organismo humano, como por exemplo, aumento da produção de endorfina que, por sua vez, gera sensações de prazer, de bem-estar” (NEGRINI, 2001, p. 43).

Nesse “viver enquanto” do “*inter ter*”, haverá uma “migalha virtual do sonho ou uma satisfação simulada do desejo, ou então os momentos de ócio tornarão menos pesado o fardo monótono e algumas vezes dolorido do cotidiano” (TRIGO, 2003, p. 153). E ele conclui, reconhecendo que “com tudo isso, o entretenimento é mesmo divertido, fácil, sensacional, irracional, previsível e subversivo” (TRIGO, 2003, p. 32).

O entretenimento ao longo da história

A história registra, nas diversas culturas, o empreendimento de atividades divertidas e programadas que se apresentam de diversos modos. Desde festas, teatros, shows e circos até simples brincadeiras na rua ou quermesses da igreja. Com a evolução tecnológica, uma verdadeira revolução cultural inseriu as máquinas no contexto do entretenimento, com surgimento do cinema, do rádio, da televisão e, mais recentemente, dos DVDs, *videogames* e Internet. Trigo (2003) lembra que o entretenimento remonta aos antigos circos romanos, às feiras medievais, aos teatros de rua e feiras religiosas; promoveu Shakespeare, óperas e tantas outras manifestações populares e mesmo das elites. No passado, era a aristocracia que dominava a produção cultural, tanto na Europa quanto nos Estados Unidos. Até então, a arte tinha a nobre missão de articular e subsidiar o desenvolvimento pessoal e até espiritual das pessoas que a ela tivessem acesso.

Os primeiros parques de diversão, abertos ao público, surgiram no século XVI, na Europa. Além de alamedas arborizadas, espaços para jogos e locais para tocar e ouvir música, já se encontravam carroceis, balanços e até mesmo brinquedos para adultos. Dois séculos



depois, tentando reproduzir, no verão, as emoções das descidas de trenó, nas montanhas nevadas, os russos inventaram a famosa Montanha Russa (TRIGO, 2003).

Platão poderia ter servido de inspiração àqueles que se sentiam atemorizados com a expansão da cultura do entretenimento, porquanto, em sua obra *República*, alerta que as pessoas poderiam se tornar irracionais e serem manipuladas pela influência de um orador carismático ou mesmo de um cantor. Já Aristóteles entendia na catarse, provocada nas massas pelo antigo teatro grego, algo necessário, conforme manifesta em seu livro *Poética* (TRIGO, 2003).

Capitulando ante à poderosa invasão cultural dessa nova ordem, os intelectuais se rendiam ao novo mundo dominado pelo entretenimento com o:

[...] triunfo dos sentidos sobre a mente, da emoção sobre a razão, do caos sobre a ordem, do id sobre o superego, do abandono dionisíaco sobre a harmonia apolínea. O entretenimento era o maior pesadelo de Platão. Depunha o racional e entronizava o sensacional e, ao fazê-lo, depunha a minoria intelectual e entronizava a maioria sem requinte. (Eles) sabiam que aí residia o maior perigo, o poder de substituir a velha ordem cultural por uma nova ordem, o poder de substituir o sublime pelo divertido (GLABER, 1999, *apud* TRIGO, 2003, p. 34).

Na transição desse paradigma cultural, com a arte-aristocracia cedendo o palco para o entretenimento-plebe, alguns fenômenos localizados começaram a surpreender os mais atentos observadores culturais:

Fiquei sabendo que em toda a ilha não havia lei, ou que havia lei própria. (...) Mas o legado de MacKane sobrevivia nessa ilha lunática [Coney Island] dedicada aos parques de diversões, aos bordéis, ao crime, ao vício e ao prazer. Coney Island recebia nova-iorquinos burgueses cada fim de semana que lá gastavam fortunas com diversões tolas produzidas por empreendedores de coragem (FORSYTH, 1999, p. 42).

Nessa esteira, Gabler (1999) analisa que os objetivos almejados por aqueles que buscavam o entretenimento “eram gratificação e não edificação, escape em vez de submissão às instruções morais” (*apud* TRIGO, 2003, p. 30). Nos anos 1920, Ortega Y Gasset caracterizou aquela época como sendo o período no qual a alma medíocre e a mente rasteira se arvoravam no direito de reivindicar seu “direito à mediocridade” para impor-se onde fosse possível (GABLER, *apud* TRIGO, 2003, p. 33). Nos Estados Unidos, um dos precursores foi

Phineas Taylor Barnum (1810-1891), que deixou como legado a noção do “fantástico e do insólito”, muito utilizado até hoje em boa parte da indústria do entretenimento do país (TRIGO, 2003, p. 39).

Estabelecendo-se, então, um novo paradigma, fruto de uma perspectiva mais abrangente sobre as sociedades atuais, podendo-se identificar três categorias bastante complexas nesse novo universo cultural: “a arte e a cultura em geral; o entretenimento; e o lixo produzido com finalidades racistas, pervertidas ou grotescas (...)” (TRIGO, 2003, p. 34). Negrini (2001) oferece uma sintética visão sobre as diferentes teorias desenvolvidas até o século passado, sobre as finalidades do jogo:

- Na teoria do RECREIO, de Schiller (1875), o jogo serve para recrear, sendo essa sua finalidade intrínseca.
- Na teoria do DESCANSO, de Lazarus (1883), o jogo é visto como atividade que serve para descansar e para restabelecer as energias consumidas nas atividades sérias ou úteis.
- Na teoria denominada do EXCESSO DE ENERGIA, de Spencer (1897), o jogo tem como função a descarga de energia excedente, portanto, sua característica seria de provocar catarse.
- Na teoria da ANTECIPAÇÃO FUNCIONAL, de Groos (1902), o jogo é visto como um pré-exercício de funções necessárias à vida adulta.
- Na teoria da RECAPITULAÇÃO, de Stanley Hall (1906), o jogo é tido como forma de recapitular gerações passadas, caracterizando a função atávica da atividade lúdica (NEGRINI, 2001, p. 32).

Dessa revalorização do lúdico, de sua relevância no processo de desenvolvimento, começa a surgir o que se poderia conceituar de “*homo ludens*, para significar o homem que se diverte” (NEGRINI, 2001, p. 31).

A inserção da aventura, do novo e da ação, no mercado

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Cada vez mais, o homem contemporâneo percebe que não basta “existir”, pois “viver” é o que realmente faz diferença na contabilidade existencial. Pascal (2002) chega a considerar a monotonia, a “platitude” como refere, como sendo o “inferno de nossos contemporâneos”, que buscam a “plenitude” através da ação e de uma gama de variadas experiências. Identifica uma verdadeira dicotomia, ao afirmar que “existem os que viveram e os que duraram” (Pascal, *apud* Trigo, 2003, p. 94).

São muitos os componentes das atividades recreativas e do jogo. A competição, a sorte ou o azar, a sensação de vertigem daí proveniente ou a simples imitação de um personagem ou algo, pode se configurar parte integrante da atividade (CALLOIS, 1990). Quando inseridas na natureza, essas atividades, em especial aquelas praticadas no turismo de Aventura, produzem uma sensação especial. Segundo Kayser (2007), a natureza “reflete uma condição primitiva, em que o desejo insaciável do homem, num contexto de liberdade total e igualdade generalizada, expõe a humanidade a uma constante ameaça de morte”. Mesmo não sendo essa desejada, sua possibilidade intensifica a emoção (Kayser, 2007, p. 25). Os “elementos imprevisíveis”, que são uma característica intrínseca do ambiente natural, produzem emoção e sendo esta subjetiva e individual, “a repetição [...] torna-se aceitável e até desejável” (ROSSI, 2012, p. 6).

A popularização do entretenimento e a participação cada vez maior da indústria tecnológica na sua produção e distribuição, resultou no fato de que esse cresceu em níveis acima dos registrados pela indústria automobilística, siderúrgica ou mesmo pelo setor financeiro (TRIGO, 2003). É perceptível a importância social, cultural e econômica que as atividades ligadas ao setor de entretenimento adquiriram na vida das pessoas, notadamente nos países mais desenvolvidos. Não podemos incluir, certamente, nessa abrangência as sociedades islâmicas mais radicais, ou as mais pobres comunidades africanas, assim como também aqueles grupos que, por questões religiosas, excluem-se voluntariamente, como alguns pequenos grupos judaicos, cristãos e budistas, que não se deixam permear pelos avanços da modernidade (TRIGO, 2003).

Os novos artigos de luxo

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Uma nova virada no rumo dessa “nave cultural” em que, enquanto civilização, viaja pelos mares dos tempos, detectada por Hans-Magnus Enzensberger numa pesquisa levada a cabo na década de 1990, descortina o novo horizonte apontado pela bússola dos desejos humanos. Nos tempos idos, o conceito de “luxo” trazia à luz ideias de coisas supérfluas, sofisticadas, caras. Hoje, esse conceito reúne outras “preciosidades”, que se apresentam como “tempo, atenção, espaço, sossego, meio ambiente e segurança” (TRIGO, 2003, p. 153). Numa linha semelhante de percepção, Bruckner (2002) conclui que:

O luxo reside em tudo que se tornou raro: a comunhão com a natureza, o silêncio, a meditação, a paciência reencontrada, o prazer de viver fora do tempo, a ociosidade estudiosa, o gosto pelas obras importantes do espírito, privilégios que não se compram porque, literalmente, não podem ter um preço estipulado. [...] O verdadeiro luxo é a invenção da própria vida, é o poder sobre o próprio destino (*apud* TRIGO, 2003, p. 154).

Na sequência dessa jornada inspirada pela satisfação dos desejos populares pelas emoções virtuais, ou mesmo pela possível guinada espiritual na busca pelo luxo que a natureza, cada vez mais rara, representa, vivenciamos permanentes experimentos, como Trigo (2003, p.198) suscita de modo provocador, que:

[...] todo um pastiche artístico/religioso/científico/filosófico é sistematicamente detonado e reciclado em outros espaços-tempo das realidades virtuais e mundos imaginados. (...) os parques temáticos, os simuladores das mais diferentes sensações, experiências com drogas alucinógenas, meditação transcendental, clonagem humana, contatos alienígenas, viagens no tempo e todos os tipos de experiências culturais, reais ou imaginárias. Sem esquecer da religião, do jogo e do sexo (não necessariamente nessa ordem), afinal essas atividades têm sido as mais antigas formas de entretenimento conhecidas pela humanidade.

Atualmente, mais do que nunca, a vida agitada e competitiva, resultada da dependência cada vez maior do funcionamento de um sistema de serviços movido a dinheiro, e da necessidade permanente deste para a própria sobrevivência, produz um estado de espírito tensionado que se desdobra em *estresse psíquico*, problemas de várias ordens e depressão (NEGRINI, 2001).

Apesar de toda essa intromissão dos novos valores trazidos pelo “*homo ludens*” ainda há uma diferença de *status* no conceito social, diferenciando o tempo livre da pessoa que

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

trabalha, como sendo “lazer” e do tempo livre da pessoa que não trabalha, que é considerado como “ócio”. Essa percepção diferenciada tem raízes tão antigas quanto o Império Romano, em cuja época, “quando alguém se retirava da vida pública, tinha direito ao *otium cum dignitatem*, ou seja, ao ‘ócio com dignidade’” (NEGRINI, 2001, p. 33).

Ariès (1978) salienta que, a partir dos séculos XVII e XVIII, adotou-se uma postura diferente do que ocorria até então, passando a prevalecer “um novo sentimento de infância” (*apud* NEGRINI, 2001, p. 30). A sociedade interioriza valores imaginários, sobre “o que se espera” de um cidadão adulto, e as modificações constantes impostas pelo mundo moderno vão “progressivamente afastando os indivíduos do convívio social de caráter lúdico, principalmente nas grandes metrópoles”. Do mesmo modo, cria-se uma concepção generalizada de que “o brincar está reservado às crianças”. Isso se traduz na “perda progressiva da naturalidade humana, imposta ao homem pelo próprio homem” (NEGRINI, 2001, p. 40).

Com relação aos preconceitos que inibem uma participação mais generalizada por parte dos hóspedes, Marcellino (2002, p. 201) conclui:

[...] que a grande maioria das propostas é destinada a crianças, talvez pelo fato de que, ainda hoje, apesar de todos os avanços verificados em termos de quebra de preconceitos, recreação continua sendo considerada como “coisa não-séria”, e, portanto, como “coisa de crianças”. É possível uma adaptação para faixas etárias e públicos diferenciados, sem que se “infantilize” as propostas, o que não deve ocorrer nem com as próprias crianças.

As atividades lúdicas, no campo do entretenimento, têm motivado estudos científicos cada vez mais aprofundados e os mesmos apontam que elas representam um papel fundamental no processo de desenvolvimento humano, por “provocar mudanças substanciais nas relações interpessoais, e que, por extensão, provocam mudanças intrapessoais, pelo caráter cultural que o comportamento lúdico representa num determinado contexto” (NEGRINI, 2001, p. 28). Negrini (2001, p.28) vai ainda mais longe, apontando que a “atividade lúdica serve de mediação entre o racional e o mundo simbólico, ‘mundos’ nos quais se insere todo o comportamento humano”.

Cultura da ludicidade

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A formação de uma “cultura lúdica ativa” parece ser o tema a ser trabalhado nos projetos científicos nos estudos sobre essa questão, que abonarão o trabalho dos futuros facilitadores de atividades de entretenimento na hotelaria neste milênio. As novas funções e denominações, como “recreadores, brinquedistas, ludotecários, terapeutas lúdicos” (NEGRINI, 2001, p. 34) etc., já começam a se tornar presentes nos trabalhos disponíveis sobre o tema. Na visão de Negrini (2001), o lazer compartilhado tem-se deslocado para formas de lazer individual, caracterizados principalmente nas relações do homem com o computador ou com a televisão. Mais recentemente, entretanto, posteriormente às considerações de Negrini, a Internet começa a fomentar um novo tipo de lazer compartilhado, através dos videogames online, e a própria televisão, através de programas com interatividade dos telespectadores, por meio de aplicativos específicos.

Negrini (2001 p. 43) alerta que “um número significativo de pensadores pós-modernos refere que o terceiro milênio será o da ludicidade. Isso significa que no campo pedagógico certamente novas profissões devem surgir”.

Hotelaria recreativa

Na hotelaria, o serviço de recreação é mais uma alternativa que pode ser oferecida aos hóspedes. Qualquer administrador hoteleiro deve ter em mente que o planejamento, uma oferta maior de serviços e as relações interpessoais devem ser pensadas de forma a beneficiar os usuários. Geralmente, as atividades hoteleiras são distribuídas em diversos setores, como recepção, área administrativa, almoxarifado, setor de reservas, lavanderia, governança, limpeza, manutenção, restaurante, cozinha, copa, etc. Muitos hotéis já dispõem de piscinas, quadras esportivas, salas de jogos, sala de TV, sauna, boate. Esses locais podem perfeitamente ser aproveitados na programação de recreação, através de um projeto desenvolvido por um recreacionista. Havendo locais adequados, o recreacionista pode instalar também uma “brinquedoteca infantil”, ou mesmo uma “brinquedoteca para adultos”, caso o público da terceira idade seja frequente (NEGRINI, 2001).

A finalidade de estabelecer um serviço de recreação é de oportunizar aos hóspedes alguma forma de lazer ativo. De acordo com o espaço físico disponível no empreendimento, a decisão de direcionar essas atividades para o próprio hotel ou para outros locais ou

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

instituições próximas, que disponham de piscinas, parques infantis, quadras esportivas, etc., poderá resultar numa melhor qualidade dos serviços oferecidos (NEGRINI, 2001). Nos resorts brasileiros, essas questões já fazem parte das estratégias organizacionais, “notadamente as de *marketing*, recursos humanos e operação, que representam o desdobramento de uma estratégia maior dos empreendimentos” (BARBOSA, 2014, p. 736).

Negrini (2001) lembra que se deve levar em consideração o perfil dos usuários que ocupam os hotéis, seja em finais de semana, seja durante a semana. Aqueles que ocupam os hotéis nos finais de semana e feriados, “são usuários que buscam entretenimento, lazer; portanto, o objetivo é passar dias e horas prazerosas. Ainda mais porque muitos desses usuários se fazem acompanhar de filhos, geralmente, crianças e/ou adolescentes”. Já nos hotéis “pensados para atender executivos” ou, ainda, para serem “hotéis de trânsito”, o lazer e o entretenimento dos hóspedes, embora não seja desnecessário, adquire outras formas, geralmente mediante salas de TV, internet, saunas, etc., não requerendo a necessidade da contratação de um recreador, como nos hotéis de lazer. Nestes, mesmo que contratados apenas para finais de semana, quando pode haver uma mudança no perfil dos usuários, é aconselhável que haja aquela pessoa que vai “exercer a função de facilitador para que o serviço oferecido sirva inclusive de marketing da empresa” (Idem, p. 47-48).

A administração do hotel deve ter em mente que os profissionais contratados para realizar os serviços de entretenimento devem ter à sua disposição os equipamentos compatíveis com o projeto almejado. Esses, por sua vez, devem ter um amplo e diversificado conhecimento das áreas em que irão desempenhar suas atividades e em relação ao papel que irão desempenhar enquanto facilitadores lúdicos. No Brasil, aparentemente, os profissionais de Educação Física são os que apresentam um perfil mais compatível com a realização desse trabalho, especialmente os egressos do curso de licenciatura. Um fator muito importante para o sucesso das atividades de lazer e recreação é uma apropriada comunicação das rotinas e eventos do hotel. Um mural que contenha a programação das atividades de lazer, localizado numa área de grande circulação, é essencial para que esta comunicação aconteça de modo apropriado. Além de ser afixado próximo à recepção, caso o hotel disponha de uma sala de jogos, com mesas de pingue-pongue, *videogames*, sinuca, dominó, etc., deve ser aí também



colocado um mural com as atividades de recreação oferecidas e os respectivos horários (NEGRINI, 2001).

O perfil do recreacionista

O papel do recreacionista é o de contribuir para que o uso dos equipamentos de lazer seja adequado em relação ao seu propósito, sem incitar os participantes a uma atitude compulsiva para simplesmente se manter ocupada, quando a finalidade da recreação é o lazer e não o estresse (MARCELLINO, 2002). O recreacionista ou mesmo a pessoa responsável pela área de entretenimento do hotel deve ter sensibilidade para estabelecer uma estratégia de atividades que considere os horários apropriados a cada tipo de grupo. Negrini (2001 p. 68) sugere que:

[...] para os adultos, as atividades mais apropriadas e de boa aceitação são: as caminhadas a lugares próximos ao hotel e que possam despertar o interesse dos usuários (1); sessões de ginástica que incluam alongamentos acompanhados de música sempre que possível (2); sessões de hidroginástica (3); organização de jogos de futebol, vôlei, polo aquático, etc. (4); bingo familiar (5); jogos culturais e atrações musicais (6).

Outros aspectos que dizem respeito à habilidade e consciência das responsabilidades do recreacionista de conhecer sua posição podem ser essenciais. “O recreador que *tira a camisa, por exemplo, perde sua identificação*. E, ao curtir a brincadeira, esquecendo que ali é o facilitador, não permite que o processo se desenvolva conforme planejado” (NEGRINI, 2001, p. 73). Até que ponto um comprometimento mais ativo, por parte dos usuários, pode ser considerado essencial na realização de uma atividade? Marcellino (2002 p. 11) considera que:

[...] a simples prática não significa participação, assim como nem todo “consumo” corresponde necessariamente à passividade. Isso tem implicação direta no desenvolvimento das atividades. Por exemplo: até que ponto jogos excludentes são efetivamente excludentes? Será que o impedimento de fazer, da participação direta, por quaisquer motivos, implica não-participação em sentido amplo? Do nosso ponto de vista, tudo isso dependerá da postura do animador.

Por outro lado, como lembra Marcellino (2002. p. 12), deve-se ter sempre em mente a intenção de se minimizar fatores que levem à exacerbação dos próprios participantes: “a *competição* que não leve à introjeção de comportamentos sociais de exclusão; a *vertigem* que

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

não leve ao risco não calculado de vida; [...]”. Alerta também que nunca deve ser abandonado o papel de educador, por parte do recreacionista, “fazendo das atividades de animação um exercício de democracia e de autoridade sem autoritarismo” (Idem).

É importante lembrar, de acordo com Marcellino (2002. p.11), que as barreiras *intraclasses* e *interclasses* sociais podem ser restritoras de atividades coletivas. Além disso, segundo ele, “o nível de instrução, a faixa etária, o gênero, entre outros fatores limitam o desenvolvimento das atividades de lazer”, e igualmente o preconceito, de modo geral, vinculado à imagem de “normalidade” que se deseja passar. É notório que o recreador acaba se tornando elo entre o hóspede e a gerência do hotel, principalmente naqueles estabelecimentos em que a área do lazer seja uma das principais atrações oferecidas e componente importante nas estratégias de marketing. Negrini (2001, p. 53) sugere que, para exercer a função de recreadora, a pessoa necessita ter algumas habilidades bem desenvolvidas, como “facilidade de estabelecer relações interpessoais (1); respeito à opinião dos outros (2); capacidade de tomar iniciativa (3); capacidade de ser mediador (4), e ter espírito criativo (5)” (NEGRINI, 2001,).

A fidelização dos clientes

A influência das atividades de recreação já foi objeto de estudos que demonstraram que as mesmas, quando disponíveis, são muito procuradas. “Os hóspedes se sentem bem durante sua estada, divertem-se mais, sentem-se relaxados e desfrutam com prazer do tempo que permanecem no hotel” (NEGRINI, 2001, p. 62). Esse também é um importante fator de fidelização dos clientes. Negrini (2001) ressalta que as relações interpessoais que se estabelecem entre os recreadores e os hóspedes que participam das atividades recreativas decorrentes do clima de descontração e espontaneidade, geram vínculos que influenciam na fidelização e, especialmente, no nível de satisfação dos usuários. Vale ressaltar também que a sensação de novo e de novidade sempre é “algo que quebra a rotina, cria novas expectativas e possibilita experiências novas” (NEGRINI, 2001, p. 121).

É possível verificar que quando as pessoas se sentem acolhidas num determinado local, dispõem-se a ampliar consideravelmente suas relações com os demais. Nessas situações, “elas dão um significado todo especial àqueles momentos, procurando revivê-los sempre que

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

possível, já que há uma tendência no comportamento humano de reviver tudo o que causa prazer” (NEGRINI, 2001, p. 49). Além disso, os “agentes envolvidos na prestação de serviços devem ter a percepção de que uma considerável parcela dos usuários poderá retornar num curto espaço de tempo e ainda fazer-se acompanhar por mais pessoas de suas relações” (ROSSI, 2012, p. 13). Outro fator a ser considerado é o fato de que “na maioria das vezes são as mulheres que decidem o destino das viagens da família” o que sugere uma atenção especial às atividades recreativas para o público feminino (COSTA, 2011, p. 7).

Conclusão

Os trabalhos científicos, cada vez mais focados nas necessidades do homem moderno, apontam para o fato de que as atividades de lazer, além de desconstruírem o adulto tenso, estressado pela competição profissional, transformando-o no “*homo ludens*”, favorecem a integração social, com efetivos resultados nas relações interpessoais. Como decorrência do acesso cada vez mais massificado às opções de lazer, entretenimento e recreação, a aristocracia perdeu seu espaço enquanto condutora da cultura artística e da valorização da virtude. O prazer e a satisfação dos desejos imediatos impulsionaram a cultura do entretenimento fácil, mas o desenvolvimento da sociedade de consumo transformou em luxo o tempo, a natureza e a possibilidade de inventar a própria vida, trazendo para essas questões o valor que de fato merecem.

Sugere-se, por fim, que os administradores do setor de hotelaria, conscientes de todo esse processo, devem acompanhar as mudanças culturais e procurar desenvolver em seus estabelecimentos os setores que possam dar uma resposta a essa nova demanda. A formação de equipes de profissionais da recreação, com a devida atenção às qualidades e características pessoais adequadas ao trabalho a ser executado, passa a ser não só uma questão de busca da melhoria na qualidade dos serviços oferecidos, mas um importante instrumento na fidelização da clientela conquistada.

Referências

BARBOSA, Marcos Aguiar; ISAYAMA, Hélder Ferreira. O Lazer nas Alianças Estratégicas de Resorts Brasileiros. **Turismo em Análise**. Vol. 25, n. 3, dez. 2014. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/89486>. Acesso em: 02 jun. 2015.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens: A máscara e a vertigem.** Lisboa: Cotovia, 1990.

COSTA, Cicera S; TAHARA, Alexandre K; CARNICELLI, Sandro. **Recreação em hotéis: a concepção de hóspedes e monitores recreacionistas.** LICERE, Belo Horizonte, v.14, n.3, set. 2011. Disponível em: <https://seer.lcc.ufmg.br/index.php/licere/article/viewFile/486/378>
Acesso em: 09 jun. 2015.

FORSYTH, Frederick. **O fantasma de Manhattan.** Rio de Janeiro, RJ: Record, 1999.

GOUVÊA, R. Experiência da Fundação Van Clé e o Congresso Mundial de Lazer. **ANAIS DO 1º ENCONTRO NACIONAL SOBRE O LAZER, CULTURA, RECREAÇÃO, EDUCAÇÃO FÍSICA.** Rio de Janeiro: SESC/SESI, 1975.

KAYSER, Marcos. **O paradoxo do desejo: Hobbes e a mecânica do desejo nas relações de poder.** São Leopoldo: Nova Harmonia, 2007.

MARCELLINO, Nelson Carvalho (Org.). **Repertório de atividades de recreação e lazer: Para hotéis, acompanhamentos, clubes, prefeituras e outros.** Campinas, SP: Papirus, 2002.

NEGRINE, Airton; BRADACZ, Luciane; CARVALHO, Paulo E. G. **Recreação na hotelaria: o pensar e o fazer lúdico.** Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

ROSSI, Celso Luís; SILVA, Guilherme; MACHADO, Álvaro Luiz. A insaciabilidade como característica da prática de atividades de turismo de aventura. *In: ANAIS DO VI SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL/ SEMINTUR JR. 2012.* Caxias do Sul: ANAIS em *CDROM*.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi; ABDALA, Benjamin; ALEXANDRE, Isabel Maria M. **Entretenimento: uma crítica aberta.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.



Alojamento de Floresta: Uma Análise Sustentável do Hotel Juma Amazon Lodge

Renata Pinto de Souza⁷; Maria Adriana S. B. Teixeira⁸
Universidade do Estado do Amazonas – UEA

Resumo: Os Alojamentos de Floresta estão se adaptando as necessidades da sociedade na busca por sustentabilidade, com práticas de preservação e conservação dos bens naturais, contribuindo assim para o desenvolvimento da atividade turística. Assim, o objetivo geral do estudo foi investigar se o hotel Juma Amazon Lodge aplica medidas sustentáveis. No que se refere aos objetivos específicos, foi averiguado se o estabelecimento é conhecedor de medidas sustentáveis; identificado que medidas são utilizadas no hotel para reduzir os impactos ambientais e examinado a importância das medidas aplicadas no equipamento turístico para população local. Em relação à forma de abordagem foi qualitativa e os objetivos metodológicos foram exploratórios, descritivo e explicativo. Vale ressaltar que estudo permitiu conhecer de perto os benefícios e dificuldades que os alojamentos trazem a população local.

Palavras-chave: Turismo Sustentável; Alojamento de floresta; *Lodge*.

Introdução

Percebe-se atualmente, que os problemas relacionados ao meio ambiente tem sido objeto de preocupação nos grandes debates mundiais. Desde a década de 1970, quando se começou a perceber a escassez dos recursos naturais, a exemplo disso, a crise do petróleo nesta mesma década (SENAC, 2012). Diante disso, medidas sustentáveis foram criadas para amenizar os efeitos que diversas atividades econômicas têm causado ao meio ambiente. A atividade turística tem adotado algumas delas em seus segmentos. Sendo assim, tem-se o seguinte questionamento: *Quais as medidas sustentáveis que estão sendo aplicadas no Hotel Juma Amazon Lodge?*

Acredita-se que esse estudo seja relevante para a sociedade por tratar de atitudes não ofensivas ao meio ambiente, levando em consideração a sociedade, a biodiversidade e a

⁷ Bacharel em Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (reenata.souza@hotmail.com).

⁸ Doutora em Educação pela Universidade D La Empresa – UDE; Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul – UCS; Especialista em Metodologia da Pesquisa pelo Centro Universitário do Norte – UNINORTE; Educadora em Turismo na Universidade do Estado do Amazonas – UEA (madrianabezerra@bol.com.br).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

identidade cultural de cada lugar. Tendo em vista, que esse é um tema ainda pouco explorado nas pesquisas acadêmicas, por isso tem-se muita dificuldade de encontrar embasamento teórico referente ao termo alojamento de floresta, vale ressaltar que este segmento é característico da Região Amazônica.

Esses equipamentos são um dos que mais se preocupam em utilizar as medidas sustentáveis, ou pelo menos deveria ser assim, já que foram criados para atender a demanda de pessoas que procuram o contato com a natureza. Entretanto, devem sempre estar localizados em áreas não urbanas, possuindo uma infraestrutura própria que atendam às necessidades básicas dos hóspedes sem prejudicar o ecossistema local (NELSON E PEREIRA, 2004).

O alojamento de floresta é um tipo de Meio de Hospedagem localizado em área de floresta, fora dos limites da área urbana, com oferta de atividades de turismo sustentável, propiciando aos hóspedes a vivência em ambiente natural, conforme a classificação proposta pelo Ministério do Turismo (2010). Por esse motivo a escolha do *Juma Amazon Lodge*, onde foi verificado se o mesmo atende os pré-requisitos citados.

Entende-se que os objetivos são as hipóteses que foram construídas pelo pesquisador, o qual pretende obter respostas por meio do estudo. Sendo assim, o objetivo geral do artigo foi investigar se o *Juma Amazon Lodge* aplica medidas sustentáveis, os objetivos específicos foram: averiguar se o estabelecimento é conhecedor de medidas sustentáveis; identificar que medidas são utilizadas no hotel para reduzir os impactos ambientais; e examinar a importância das medidas aplicadas no equipamento turístico para população local.

Em relação a forma de abordagem identificou-se que o estudo é qualitativo, pois há necessidade de interpretação dos fenômenos e atribuição de significados. Para Turato (2005), as pesquisas que utilizam o método qualitativo devem trabalhar com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões. Não tem qualquer utilidade na mensuração de fenômenos em grandes grupos, sendo basicamente úteis para quem busca entender o contexto onde algum fenômeno ocorre.

Os objetivos metodológicos foram: exploratórios, descritivo e explicativo. A classificação das pesquisas em exploratórias, descritivas e explicativas é muito útil para analisar os fatos do ponto de vista empírico e confrontar a visão teórica com os dados da

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

realidade, torna-se necessário traçar um modelo conceitual e operativo da pesquisa que se caracteriza por meio dos métodos de pesquisa (UNIFEBE, 2011). Destaca-se que na coleta de dados foram utilizados formulários para os colaboradores e gestores do hotel. Já as entrevistas estruturadas e não estruturadas foram realizadas com os moradores que vivem ao entorno do equipamento turístico. O estudo de caso se deu pela realização da pesquisa em campo no alojamento de floresta Juma Amazon Lodge, localizado no município de Autazes, a 100 km ao sudeste de Manaus. A pesquisa foi realizada entre junho de 2014 a maio de 2015.

Alojamento de Floresta

Não se pode falar em alojamento de floresta sem antes falar em Amazônia, pois Ramos (2012) descreve que o Amazonas foi o Estado pioneiro dos Alojamentos de floresta, antes denominados Hotéis de Selva. A floresta Amazônica é detentora da maior cobertura vegetal tropical do planeta. Banhada por intensa luminosidade, que praticamente a aquece por igual durante as quatro estações, e alimentada por um complexo sistema hidrológico. (AMAZONASTUR, 2015). A denominação Alojamento de floresta substituiu a denominação “Hotel de selva”, proposta anteriormente pelo Ministério do Turismo - MTur. A mudança aconteceu no dia 07 de maio de 2010 em Manaus, durante uma reunião que discutiu as regras para o novo Sistema de Classificação Hoteleira do país, o primeiro termo utilizado para se referir a este segmento foi ecolodges. Teixeira (2006, p. 40) ressalta:

O termo hotéis de selva foi originado pela EMBRATUR e pelo Conselho Nacional de Turismo-CNTur através da resolução normativa n. 23 de 1987 que substituiu o termo ecolodge por hotéis de selva o qual se integrava dentro da classificação de hospedagem ambiental e ecológico, porém essa resolução foi revogada pela Deliberação Normativa n. 360, de 16 de abril de 1996, que cancelou os conceitos de meios de hospedagem ambiental e ecológico, ou seja, a atual matriz hoteleira do Brasil não prevê essa conceituação de meio de hospedagem.

Entende-se que alojamento de floresta deve possuir as mesmas características que possuía hospedagem ambiental e ecológico, que passou a ser o ecolodge, que foi substituído por hotel de selva e que, atualmente, é denominado como alojamento de floresta. Esse tipo de meio de hospedagem procura seguir um padrão que obedeça algumas características de um turismo sustentável. Transmitindo ao turista a importância da proteção ambiental e desperte

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

no mesmo uma consciência ambiental. Vale (2003, apud Teixeira, 2006) salienta que os alojamentos de floresta devem construir e utilizar materiais e conceitos culturais que caracterize o ambiente onde está localizado, além disso, deve possuir mobília e acessórios provindos do manejo florestal; adequada remoção de lixo e dejetos orgânicos; e algum tratamento de água.

Segundo os princípios construtivos regionais, os alojamentos de floresta adotam tipologias arquitetônicas baseadas na cultura ribeirinha, podendo ser estruturadas tanto por palafitas, flutuantes e habitações de terra firme, podendo também ser um misto de cada uma delas. Assim, os hotéis acabam usando, mesmo que seja indiretamente, essas estruturas como um diferencial competitivo no mercado, buscando sempre atrair demanda. (AHS, 2011). Entretanto, a AHS (2011) salienta que os alojamentos de floresta busquem estruturas arquitetônicas que caracterizem a região não apenas pela questão mercadológica e sim para que este se faça parte da paisagem e do ecossistema.

Compreende - se que leis e políticas públicas possuem um papel de suma relevância em contribuição com atividade turística, no que tange a fiscalização dos hotéis classificados como alojamento de floresta, observando se estes procuram seguir algum princípio que zele pela natureza, evitando que o turismo cause impactos negativos ao meio ambiente e a sociedade em geral.

Políticas Públicas voltadas para o Turismo Sustentável

É notório o crescimento da atividade turística frente a outros setores da economia mundial, pois existe a captação de divisas, em compensação existe a devastadora utilização de recursos físico-naturais escassos. Por isso, houve-se a necessidade de criar políticas para controlar o uso desses recursos existentes de forma a minimizar possíveis impactos, e também para tratar de questões diretamente ligadas às iniciativas que tendem a desenvolver a referida atividade. Goeldner; Ritchie e McIntosh (2002, p. 294), descrevem que políticas públicas voltadas ao turismo são:

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Um conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetos e estratégias de desenvolvimento e promoção que fornecem uma estrutura na qual são tomadas as decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento turístico e as atividades diárias dentro de uma destinação.

Lickrorish e Jenkinns (2000) apontam que as políticas públicas de dois terços dos países estão concentradas nas mãos dos Ministérios, e que apenas um terço dos países atuam por meio das agências estaduais. A partir do momento em que a atividade passou a ser pauta de reuniões do governo, o turismo no Brasil ganhou uma instituição responsável pela gestão e coordenação do mesmo; o Instituto Brasileiro de Turismo [EMBRATUR], absorvido, hoje, pelo Ministério do Turismo. No Brasil, as políticas de desenvolvimento do turismo estão em todos os níveis do poder público, como relata Solha (2010, p. 33), apesar disso, o Ministério do Turismo [MTUR] é que controlar a maior parte das ações feitas pelas agências de nível regional, assim, verificar-se a fragilidade dessas representações regionais, estaduais e locais dentro dessa longa tradição de centralismo das esferas do poder.

Todo esse processo de desenvolvimento de políticas públicas voltada para as questões ambientais no turismo de certa forma obriga a mudança do comportamento dos principais agentes envolvidos. Segundo o Plano Nacional de Turismo (2007), a atividade pode o turismo pode ser uma importante ferramenta para alcançar o chamado desenvolvimento do milênio, erradicando a extrema pobreza e a fome, garantindo a sustentabilidade ambiental e ao mesmo tempo uma parceria mundial para o desenvolvimento.

Turismo Sustentável

Tendo em vista todos os problemas ambientais que surgiram a partir da má utilização dos recursos não renováveis e da degradação do meio ambiente feita pelo homem, percebeu-se a necessidade de organizar uma convenção onde todos os países e seus representantes pudessem tratar sobre o tema. Foi assim que a Organização das Nações Unidas [ONU] decidiu, em 1972, inaugurar a Primeira Conferência Mundial sobre o Homem e o Meio Ambiente. Ao longo de vários debates e apresentações de pesquisas foram concebidos documentos que tratavam de temas ambientais, de preservação e de uso dos recursos naturais, isso em esfera global. Desde então, muitos governos adotam a sustentabilidade como a política para o desenvolvimento.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Atualmente muito se fala acerca da relevância da sustentabilidade para o futuro do planeta, fazendo com que a consciência ambiental seja adotada tanto por consumidores quanto pelas grandes empresas que constituem o mercado turístico. Entretanto, para que esse tema seja discutido é preciso saber o que é sustentabilidade. A sustentabilidade é condição *sine qua non* do turismo responsável, tal como revela a etimologia do termo sustentável – do latim *sustentare* que significa defender, apoiar, conservar e cuidar. (REVISTA TURISMO EM PAUTA, 2013, p. 51).

Alguns estudiosos do assunto, turismo sustentável, vêm tentando definir e conceituar o fenômeno, a exemplo de Swarbrooke (2000, p.6) que diz: “Formas de turismo que satisfaçam hoje as necessidades do turista, da indústria do turismo e das comunidades locais sem comprometer a capacidade de as gerações satisfazerem suas próprias necessidades”. Welter (2007) destaca que o termo sustentabilidade passou a ser utilizado formalmente nos anos de 1980 no Relatório de Brundtland – Nosso Futuro Comum, realizado pela Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD). Após esse encontro, tantos outros eventos nas décadas de 1980 e 1990 foram relevantes para a construção da sustentabilidade e da ideia inseri-la no gerenciamento de atividades econômicas, inclusive o turismo, buscando uma atividade mais preocupada com o equilíbrio do meio do ambiente.

O setor hoteleiro tem sua presença marcante nesse contexto, pois atualmente tem trabalhado essa questão para se manter no mercado, devido à exigência dos hóspedes em vivenciarem espaços naturais. A sustentabilidade traz aos empreendimentos hoteleiros vantagens econômicas, qualidade de vida, meio ambiente saudável e conhecimento cultural.

Resultados

Nesta etapa se procurou responder os objetivos específicos, os quais se originaram por meio de inquietações das pesquisadoras. Haja vista, se ressalta que se acredita como uma das etapas mais relevantes por responder cientificamente sobre fenômenos quais se considera importante. Atuando no mercado hoteleiro da Amazônia há quase 15 anos, os proprietários do *Juma Amazon Lodge* são naturais do Amazonas e quando jovens trabalharam por nove anos no famoso alojamento de floresta *Ariaú Amazon Towers*, onde exerceram diversas funções,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

diante disso, adquiriram experiência com esse tipo de segmento e resolveram então abrir o próprio hotel.

Para chegar ao alojamento é necessário partir em uma embarcação no Porto da Ceasa em Manaus até o município de Careiro da Várzea, a viagem continua por meio de transporte rodoviário, sendo 54 km (Rodovia BR 319 Manaus – Porto Velho), até um ramal de 13 km. Depois por meio de transporte fluvial passando por furos e igarapés, até se chegar ao lago Juma onde se situa o alojamento com o mesmo nome do lago. Totalizando uma viagem em torno de 3 horas, importante mencionar que o hotel possui todos os modais necessários para essa viagem, além disso, os modais são identificados com a logo do empreendimento e os funcionários que fazem esse *transfer* regular ficam devidamente uniformizados. Contudo, eles também trabalham com o chamado de *transfer* especial, para quem prefere uma viagem mais rápida, dura aproximadamente 30 minutos, porque é feito por um hidroavião da empresa *Seaplane Tours*, saídas do Porto do Tropical em Manaus. Essa opção é um diferencial oferecido pelo hotel, além de ser uma experiência única de contemplar toda a beleza da Floresta Amazônica.

Em uma área de sete mil hectares, o estabelecimento possui características arquitetônicas de palafita em uma altura próxima a copa das árvores, acompanhando o período da seca e cheia dos rios, podendo o nível da água subir até 15 metros. Por isso, o tipo de construção é todo em madeira. Parte dessa madeira utilizada na construção do alojamento e da mobília do mesmo foi retirada da própria área do hotel e outra parte comprada em comunidades próximas. Segundo o proprietário para o corte e/ou retirada de qualquer madeira dessa área é necessário sempre solicitar a autorização do IPAAM. Pois, o empreendimento possui uma licença ambiental para atuar na região.

A construção do hotel não contou com a participação de equipes multidisciplinares como engenheiros, turismólogos, arquitetos, entre outros, os mesmos foram erguidos por marceneiros e carpinteiros das comunidades locais. O próprio proprietário idealizou todo o projeto de construção de como seria o alojamento, assim como ele mesmo faz os trabalhos de manutenção do hotel. São 20 unidades habitacionais, sendo oito bangalôs com vista para a floresta e doze com vista para o lago Juma. Todas as unidades habitacionais são bem rústicas e sem muito luxo, porém faz com que o hóspede se sinta parte da floresta. Todas as

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

acomodações possuem varanda com rede, banheiro privativo (com água quente através de um sistema que agrega um painel solar com um reservatório de água em cada bangalô) e ventilador de teto. Mas utiliza a maior parte do dia à ventilação natural, até porque a maioria das áreas do hotel são abertas ou teladas. Os alojamentos de florestas devem proteger a edificação do acúmulo de calor, das chuvas constantes, do sol excessivo, dos insetos e procurar utilizar da melhor forma a ventilação natural do lugar, essas são premissas básicas a serem adotadas para a obtenção de uma arquitetura adequada ao clima quente-úmido da Amazônia (RAMOS, 2012).

A gastronomia do hotel oferece comidas regionais e ao mesmo tempo alimentos padrões que possam agradar a todos os públicos, afinal, os principais hóspedes são estrangeiros. Na visão de Reimberg (2005), os meios de hospedagens amazônicos vão além da alimentação e da hospedagem convencional, pois buscam realizar todas as atividades em ambiente natural, evitando estruturas mais artificiais feitas pela mão humana como as piscinas, quadras de esportes, saunas, etc.

Todavia, o proprietário do alojamento não é conhecedor de medidas sustentáveis no quesito teoria, ele até já ouviu falar no termo turismo sustentável, mas de fato não sabe como o mesmo ocorre. O relevante a se destacar nesse estudo é como esse empresário possui o conhecimento empírico, que se fez muito importante para esse estabelecimento. Pois sem ao menos saber, eles praticam medidas sustentáveis que preservam o meio ambiente em que vivem. Entretanto, Carvalho (2011, apud Ramos 2012, p. 56) relata que nos últimos anos, surgiram novos complexos na Região Amazônica, muito destes hotéis não possuem conhecimento referente a medidas sustentáveis que poderiam ser aplicadas, visando garantir melhorias nas condições de vida das populações locais e na manutenção dos recursos naturais.

Em relação aos dejetos orgânicos produzidos, há um sistema de tratamento de esgoto próprio do estabelecimento. O esgoto do *Juma Amazon Lodge* é tratado por um eficiente sistema que reúne os tipos de tratamentos mais utilizados na atualidade, separando a gordura, óleo e sólidos. Esse sistema realiza o tratamento com difusores bolha fina, filtração biológica, reuso do lodo e desinfecção por radiação ultravioleta. Todos os dejetos orgânicos (dos

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

banheiros, pias, etc.) são levados até esse sistema de tratamento por meio de encanações em baixo da trilha suspensa.

Quanto ao fornecimento de energia o *Juma Amazon Lodge* emprega a energia solar por meio de placas que ficam em uma balsa ao lado do hotel. Essas placas abastecem as baterias que são utilizadas para gerar energia em todo o empreendimento. As baterias carregadas ficam armazenadas em um casebre aos fundos do empreendimento. Como estão empregando as placas solares a pouco tempo, o *Juma* ainda possui geradores que antes eram ligados à noite e hoje ficam como uma alternativa, caso não tenham baterias suficientes para o abastecimento do hotel. A iluminação dos caminhos que dão acesso às unidades habitacionais está sendo substituídas por luzes de *led*, consideradas mais econômicas (consomem de 80 a 90% menos energia que as lâmpadas incandescentes). Em relação a telefonia, se tem apenas um telefone fixo da recepção, onde só se receber ligações. Sinal de celulares e de internet não funcionam nessa região.

Se tratando dos resíduos sólidos o estabelecimento realiza a coleta seletiva, e em várias áreas do hotel se tem lixeiras seletivas. Esses resíduos são armazenados nos fundos do hotel, na chamada central de resíduos. Após atingir certo limite, o lixo é levado de barco até o Careiro Castanho onde o caminhão de coleta leva todos os resíduos, isso ocorre de uma a duas vezes por mês dependendo da quantidade armazenada. Mas o que vem a ser negativo nesse contexto, é quando o caminhão da coleta passa no Careiro acaba misturando todo o lixo separado, fazendo com que a coleta seletiva do estabelecimento tenha sido em vão.

Notou-se que a população que reside próximo ao hotel não é prejudicada por nenhuma atividade que o mesmo pratica. De todas as medidas sustentáveis aplicadas nos equipamentos para as populações locais, percebe-se que a questão do mercado de trabalho oferecido nesses meios de hospedagens é o maior benefício para os autóctones da região. Assim, essas pessoas deixam de praticar o desmatamento e algumas atividades ilegais como a venda de animais em extinção, por exemplo, e passam a valorizar a fauna e flora local.

Contudo, o estabelecimento possui dificuldades de encontrar mão de obra para completar seu quadro de colaboradores, nem é pelo fato de se exigir qualificação, pois a maioria dos funcionários do hotel possui baixa escolaridade. São contratados colaboradores tanto da capital Manaus, quanto de vários outros municípios do Amazonas, estes recebem



treinamento apenas quando começam a trabalhar, e somente os guias sabem falar outro idioma. Destes guias, muitos são autóctones e até mesmo indígenas que atuam na profissão a mais de uma década.

O quadro de funcionários fica sempre se renovando, pois as pessoas começam a trabalhar entre três a cinco dias, não se adaptam ao ambiente de trabalho e acabam desistindo. A maior dificuldade de se conseguir mão de obra para esse tipo de estabelecimento se tratando de pessoas que moram em outras cidades é justamente a questão da distância e do tempo que devem permanecer no alojamento, sendo vinte e cinco dias de trabalho e cinco dias de folga. Quanto aos funcionários que são moradores do entorno muitos desistem por já sobreviverem de atividades de subsistência como a pesca e caça, pela questão da vergonha de falar com outras pessoas, e também porque algumas famílias recebem um valor simbólico de um programa social do Governo Federal Bolsa Família.

O Juma *Amazon Lodge* desenvolve em parceria com a Qualynorte (empresa de treinamentos e consultorias, para a entrada no mercado de trabalho), realizando palestras educacionais nas comunidades ribeirinhas, essas atividades são bimestrais e tratam de assuntos ligados ao meio ambiente, dentre os temas destaca-se: aproveitamento do lixo orgânico, coleta seletiva, redução de riscos de desastres ambientais, importância da biodiversidade, construção de um minhocário, entre outros. O Colégio Poliedro do Estado de São Paulo é outro parceiro que contribui para trazer benefícios às comunidades locais, ao menos duas vezes no ano, os alunos doam livros, roupas e brinquedos para as crianças de comunidades. O Juma *Lodge* escolhe a cada ano uma comunidade ribeirinha diferente para receber as doações.

Existe uma preocupação por parte do hotel em não incomodar os residentes do entorno, pois para se chegar ao empreendimento passamos por várias casas flutuantes e pequenas canoas, assim sempre que se passava próximo a esse tipo de residências e modais, o barqueiro diminuía a velocidade da lancha, justamente para não fazer muito barulho e nem o chamado banzeiro. Além disso, no Juma *Lodge* não são realizados eventos e nem músicas são tocadas.

Discussão

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

Ressalta-se que na discussão o pesquisador cogita as semelhanças e diferenças encontradas em relação a outros estudos da literatura. Com a coleta de dados ficou claro que o estabelecimento analisado busca utilizar medidas sustentáveis que diminuam os impactos negativos causados ao meio ambiente. Logo, essas atitudes além de diminuir os gastos do hotel, acabam atraindo hóspedes que hoje, buscam hotéis mais sustentáveis. Assim agregam nesses investimentos não somente a questão da economia e da sustentabilidade, como também o marketing positivo do empreendimento atraindo novos clientes.

Outro ponto relevante é quanto à classificação dos alojamentos de floresta, que apesar de não terem sido contemplados na nova classificação hoteleira de 2010, alguns autores procuram contribuir com essa classificação através de estudos voltados para análises desses empreendimentos de áreas rurais. É o caso das autoras Nelson e Pereira (2004) que classificam os alojamentos de floresta em *Lodges* e *Ecolodges*, segundo as autoras o termo *lodge*, considerado isoladamente significa alojamento, sendo um hotel tradicional em áreas de belezas naturais. Mas quando acrescido pelo prefixo eco passa a ter um significado mais restrito, passando a ser um hotel totalmente baseado nos princípios do ecoturismo. Para entender melhor o que Nelson e Pereira (2004) ressaltam como diferenças entre o *lodge* e *ecolodge*, observa-se o quadro abaixo:

Quadro: Diferença entre *Lodge* e *Ecolodge*

TRADICIONAL (LODGE)	ECOLOGDE
Luxo	Conforto básico necessário
Estilo genérico	Estilo de características únicas
Foco em descanso e lazer	Foco em atividades educacionais
Atividades baseadas nos equipamentos; p. ex.: golfe, tênis, piscinas, ginásios.	Atividades baseadas na natureza e recreação; p. ex.: caminhadas, mergulho, cavalgadas, canoagem.
Desenvolvimento isolado	Desenvolvimento integrado ao meio local
Propriedade de grupos/consórcios	Propriedade individual
Lucratividade baseada na alta capacidade, serviços e preços.	Lucratividade baseada em projeto arquitetônico estratégico, localização, baixa capacidade, serviços e preços.
Investimento de grande porte	Investimento pequeno e moderado
Principais atrativos são os equipamentos e o entorno	Principais atrativos são o entorno e os equipamentos
Refeições gastronômicas, serviços e apresentação	Serviços e refeições bons/caseiros, frequentemente com influência cultural.
Adota marketing de grupo/cadeia de hotéis	Marketing individual



Os guias e intérpretes da natureza não existem ou representam uma parte menor da operação.	Os guias e intérpretes da natureza são o foco da operação.
--	--

Fonte: Adaptado de: Russel, Bottrill e Meredith (1995, apud NELSON; PEREIRA, 2004).

Diante disso, e com base nos estudos de Nelson e Pereira (2004) observou – se que o Juma Amazon Lodge pode ser classificado como um Ecolodge, pois busca e realiza atividades ligadas ao turismo sustentável.

Considerações Finais

O estudo apresentando deu-se como positivo por abordar a respeito de um tema ainda pouco explorado nas pesquisas acadêmicas, de forma a ser dificultoso em encontrar referencial teórico, isso em nível de Brasil. A Região Amazônica mostra um enorme potencial para o desenvolvimento da atividade turística, principalmente na temporada de pesca, quando os hotéis de floresta recebem muitos turistas, a maioria estrangeiro. De acordo com as coletas de dados feitas no alojamento ficou claro que as políticas públicas voltadas para Turismo não auxiliam esses empreendimentos, que segundo dados da AHS (2011) são estimados em 45 alojamentos de floresta identificados no Amazonas.

Na realização de pesquisas acadêmicas muitas empresas se recusam a contribuir com o estudo, isso se dá como um aspecto negativo. Pois, muitos empresários são receosos em divulgarem informações dos seus hotéis. Acredita-se que por não possuírem o conhecimento científico, entretanto, não sabem que o resultado de uma pesquisa como essa venha a ser benéfico, porque através dos resultados se tem uma noção mais clara do que se deve ajustar nos serviços oferecidos e assim melhor a qualidade da oferta.

Outra grande dificuldade é na realização das entrevistas, se dá principalmente com colaboradores e moradores do entorno, essas pessoas são bastante melindrosas em conversar com desconhecidos e acabam se assustando com as perguntas, deve-se ter muita cautela e tentar juntar as informações através de conversas informais e descontraídas. Apesar disso, são pessoas hospitaleiras e simples, e que ainda estão se adaptando com a atividade turística, por isso, a importância de treinamentos e palestras voltadas a atividade se faz tão necessária. Nessas visitas realizadas no hotel, tanto o proprietário como os colaboradores foram bem receptivos e solícitos em mostrar cada espaço e peculiaridades do alojamento, o que facilitou a coleta de dados.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Realizar essa pesquisa foi um grande desafio, como se sabe as distâncias no Amazonas são grandes obstáculos e chegar até esse empreendimento foi bastante complicado, pois a pesquisa in loco ocorreu no município de Autazes. Mas todo esforço será por um bem maior, que é deixar este trabalho ao conhecimento de pessoas interessadas em aprofundar – se no assunto. Um aspecto negativo que foi analisado no hotel foi à falta de profissionais da área do turismo trabalhando nesse segmento, vale ressaltar que esses meios de hospedagem estão sempre contratando novos colaboradores e nem exigem que estes possuam algum idioma, exceto os guias de turismo. Uma proposta para o melhor desenvolvimento do hotel seria a inclusão de turismólogos atuando nesse empreendimento, é uma proposta bem interessante para os recém-formados que ainda estão buscando experiência no mercado de trabalho. Outro fator que poderia contribuir para a inclusão desse profissional seria uma parceria entre a Universidade e o alojamento, a instituição realizaria consultorias e palestras sobre o Turismo com o hotel e ele contrataria os acadêmicos e egressos para integrar o quadro de funcionários.

Logo, essa possível parceria ajudaria o estabelecimento a desenvolver um turismo sustentável e ainda abriria portas para os acadêmicos do curso. Até porque nem o proprietário sabe que pode utilizar a Universidade como uma ponte ao conhecimento, pois esse é o papel da instituição, trazer benefícios à sociedade. E nem os acadêmicos conhecem bem o trabalho dos alojamentos de floresta e sua importância na sociedade, e o quão seus conhecimentos aprendidos no curso poderão contribuir nesse segmento.

Portanto, considera-se que apesar de todas as dificuldades da execução deste trabalho, ele é satisfatório, pois conseguiu atingir os objetivos propostos, bem como traz muitas informações quanto aos alojamentos de floresta, de como se desenvolve esse tipo de meio de hospedagem tão característico da Amazônia, e que ainda é tão desconhecido até mesmo por autóctones. E principalmente que relevância eles trazem ao Turismo e as populações locais.

Referências

AMAZONAS. Secretaria de Turismo do Estado do Amazonas. Amazonas: Natureza. Manaus: Amazonastur, 2015. Disponível em: <http://visitamazonastour.com/site2/natureza/>. Acesso em: 16 de abril de 2015.

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA DE SELVA DA AMAZÔNIA BRASILEIRA – AHS. Diagnóstico da Hotelaria de Selva da Amazônia. Manaus: SEBRAE. 2011.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

BRASIL. Ministério do Turismo – Mtur. Alojamento de floresta será contemplado na classificação de hotéis. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20100507-3.html>. Acesso em:
15 de março de 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo: 2007 – 2010. Brasília:
Ministério do Turismo, 2007.

CENTRO UNIVERSITARIO DE BRUSQUE. MANUAL DE ORIENTAÇÕES
METODOLÓGICAS. – Unifebe. Agosto de 2011.

GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R.; MCINTOSH, R. W. Turismo: princípios, práticas e
filosofias. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

LICKRORISH, Leonard J; JENKINNS, Carson L. Introdução ao Turismo. Rio de Janeiro:
Campus, 2000. 317 p.

MOURA, Anna Karla Cavalcante; GARCIA, Loreley Gomes. Políticas Públicas de Turismo e
Sustentabilidade: O Pólo Turístico Cabo Branco em análise. CULTUR – Revista de Cultura e
Turismo. Ano 03 – n. 03 – Paraíba Junho/2009.

NELSON, Sherre Prince; PEREIRA, Ester Maria. Ecoturismo: Práticas para o turismo
sustentável./Organização: Sherre Prince Nelson e Ester Maria Pereira, - Manaus: Editora Vale
/ UniNorte, 2014.

RAMOS, Amanda Cristiane da Silva Moraes. Alojamento de floresta no Amazonas: Uma
análise para classificação. 2012. 141f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) –
UNINORTE/Laureate, Manaus, 2012.

REIMBERG, Mariana Lapiez. Turismo sustentável e os hotéis de selva: a inter-relação entre o
ambiente natural e humano. São Paulo: USP, 2001. Dissertação (Mestrado em Ciência da
Comunicação), Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2001.

SENAC. DN. Sou recepcionista: técnicas, tendências e informações para o aperfeiçoamento
profissional. 1 reimpr. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2012. 112 p. Inclui bibliografia.

SILVA, Marise Borba da; SCHAPPO, Vera Lúcia. Introdução à pesquisa em educação.
Florianópolis, UDESC, 2002.

SOLHA, Karina Toledo. Papel do Poder Público para o Turismo Sustentável. In: PHILIPPI
JR, A; RUSCHMANN, D. Gestão Ambiental e Sustentabilidade no Turismo. Barueri, SP:
Manole, 2010.

SWARBROOKE, John. Turismo sustentável: conceitos e impactos ambiental, vol. 1/ John
Swarbrooke; (tradução Margarete Dias Pulido). São Paulo: Aleph, 2000.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

TEIXEIRA, Maria Adriana Sena Bezerra. A prática do turismo de natureza em hotéis de selva do estado do Amazonas e sua relação com as ações estratégicas da Política Nacional de ecoturismo. 2006. 130f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, 2006.

TURATO E. R. Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. Revista de Saúde Pública, 2005. Jun. 39(3): 507-14.

TURISMO EM PAUTA / Confederação Nacional de Comércio de Bens, Serviços e Turismo, - n. 1, out. 2010. Rio de Janeiro: Confederação Nacional de Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2013.

WELTER, Vanessa Fernandes. Contribuição das atividades turísticas na manutenção socioambiental e econômica de Reservas Particulares do Patrimônio natural: Estudo de caso da RPPN Lote Cristalino. 2007. 133f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, 2007.

A Motivação como Instrumento para Qualificação Profissional na Hotelaria: Estudo de Caso no Vela Branca Grand Hotel, Porto Seguro, BA

Carlos Luiz Santos de Jesus⁹; Ericer de Jesus Piloto¹⁰; Salete Vieira¹¹
Universidade do Estado da Bahia, Campus XVIII, Eunápolis

Resumo: A discussão sobre qualificação da mão de obra na hotelaria e a relevância que a mesma possui dentro do mercado turístico, remete à problemática por que um segmento tão requisitado no mercado de serviços é carente em mão de obra qualificada. Diante deste debate buscou analisar a importância da motivação no ambiente de trabalho para que a mesma sirva de instrumento para a busca da qualificação profissional. Nessa perspectiva, a pesquisa tem como objetivo analisar a relação da motivação no ambiente de trabalho com a busca pela qualificação. A pesquisa é quantitativa, de caráter exploratório descritivo e bibliográfico, utilizando a pesquisa de campo. Diante das informações coletadas é possível afirmar que os aspectos motivacionais contribuem muito para um clima organizacional favorável ao desempenho dos colaboradores. Entretanto foi identificado que a falta de qualificação educacional e profissional pode comprometer a qualidade no serviço do empreendimento.

Palavras-chave: Hotelaria; Qualificação; Motivação.

Introdução

Na contemporaneidade a hotelaria é um dos segmentos primordiais na prestação de serviços, sendo o alicerce do *trade* turístico, uma vez que ela faz parte de todo o processo, da viagem à alimentação. Diante da relevância da hotelaria para o turismo mundial, Marques (2003) diz que a mesma capta 40% dos investimentos direcionados para o turismo, enaltecendo a importância que a hotelaria representa no cenário econômico nacional e internacional.

⁹ Graduando no Curso de Bacharelado em Turismo no Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias da Universidade do Estado da Bahia - Campus XVIII da UNEB. E-mail: carlosluiz1990@hotmail.com

¹⁰ Graduanda no Curso de Bacharelado em Turismo no Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias da Universidade do Estado da Bahia - Campus XVIII da UNEB. E-mail: ericerpiloto@hotmail.com

¹¹ Mestre em Cultura e Turismo – UESC. Prof.^a do Curso de Turismo da UNEB- Universidade do Estado da Bahia, Campus XVIII, Eunápolis. Grupo de Pesquisa MEL –UNEB DCHT Campus XVIII. E-mail: saletur@hotmail.com

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Os serviços de hospedagens destacam-se na cadeia dos serviços turísticos por serem considerado um dos mais importantes, pois representa a base de permanência do turista no destino visitado, oferecendo ao turista a extensão de sua residência com conforto e comodidade. (BRASIL, 2011). Dentro desta afirmação é preocupante a fala de Dias e Filho (2006) que ressaltam dizendo que este segmento é fragmentado em relação à mão de obra qualificada. Entretanto, Castelli (2003) aposta na qualificação do profissional como elemento humano para alcançar o aumento da produtividade, excelência e qualidade no serviço.

Nesta perspectiva a pesquisa discorrerá sobre a questão motivacional dos colaboradores almejando a qualificação necessária para o ramo de serviços. Para Chiavenato (2004) os funcionários possuem necessidades que precisam ser supridas para que os mesmos sintam-se motivados a desempenharem suas atividades corretamente contribuindo para o crescimento da organização.

Diante disso, é notória a importância da motivação humana como ferramenta para qualificação profissional dos colaboradores a fim de identificar quais são as expectativas dos mesmos dentro da organização. Assim, levando em consideração esse elemento fundamental para as empresas o artigo adotou a seguinte questão: o Vela Branca *Grand Hotel* trabalha a questão motivacional como auxílio para a busca da qualificação dos seus colaboradores? Desta forma o objetivo da pesquisa buscou analisar a relação da motivação no ambiente de trabalho com a busca pela qualificação sob a percepção dos funcionários do estabelecimento hoteleiro.

Perante a problemática, a investigação buscou mapear os principais fatores motivacionais que são instrumentos para qualificação profissional baseado - se em autores como: Chiavenato (2004), Castelli (2003), Dias e Filho (2006), Amboni e Andrade (2011) e Kwasnicka (2006).

Para isso, foi feito uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa utilizando como instrumentos a pesquisa bibliográfica como base para o desenvolvimento do estudo e a aplicação de um questionário para com os colaboradores do hotel proporcionando uma familiaridade com o presente tema.

Hotelaria: aspectos e princípios.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A hotelaria está inserida no meio de hospedagem e obteve visibilidade em consonância com o turismo. Este processo de hospedagem surgiu com as rotas comerciais na Ásia, Europa e África na Antiguidade que deram origem aos núcleos urbanos favorecendo o surgimento das hospedarias que serviam de abrigos para os viajantes que por ali passavam. (CÂNDIDO; VIEIRA, 2003). Muito embora se acredite que o ato de receber e hospedar nascem com as antigas civilizações e vem sendo aprimorada à medida que a sociedade evolui. Desde então este ato sustenta uma atividade lucrativa e mantenedora do mercado turístico e da economia mundial. (CASTELLI, 2001). Todavia a hotelaria é um dos meios de hospedagens que recebe o maior fluxo de turistas, o ramo turístico é definido da seguinte forma:

A hotelaria pode ser considerada a indústria de bens de serviço. E como qualquer ramo industrial, possui suas características próprias de organização e sua finalidade principal é o fornecimento de hospedagem, alimentação, entretenimento, segurança e bem-estar dos hóspedes. (CÂNDIDO e VIEIRA, 2003, p. 37)

A partir desta perspectiva o hotel configura-se por parte essencial nesta formalização. Segundo Pérez (2001) a palavra hotel é derivada do latim *hospes* que quer dizer pessoa acomodada e de *hospitium*, que significa hospitalidade, a palavra foi utilizada pela primeira vez na França e disseminada para outros países. Sendo assim, o mesmo é descrito como estabelecimento de caráter público com finalidade de fornecer ao hóspede uma série de serviços como acomodação, alimentos e bebidas, lazer e outros serviços que são diferenciais entre os hotéis. Cândido e Vieira (2003) dizem que além dos serviços mencionados os hotéis têm por objetivos: prestar o melhor serviço, o melhor atendimento, o melhor preço e a melhor satisfação.

Perante a relevância conquistada pela hotelaria e visando orientar os clientes a respeito da estrutura física e operacional do hotel estabeleceu-se a classificação hoteleira. No âmbito nacional esta classificação é feita pelo Ministério do Turismo através do Sistema Oficial de Classificação dos Meios de Hospedagens (SBCLass). A classificação possibilita ao cliente uma maior familiaridade com a empresa no intuito de conhecer o produto ofertado, bem como o conforto, comodidade, serviços e atendimento.

Quadro 01- Classificação SBCLass

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

Categoria	Tipo
Cama e Café	Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento reside.
Flat Apart-hotel	Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integrada, que possua serviços de recepção, limpeza e arrumação.
Hotel	Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária.
Hotel Fazenda	Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo.
Hotel Histórico	Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida.
Pousada	Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário.
Resort	Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento.

Fonte: Adaptado do Ministério do Turismo, 2014.

A partir do reconhecimento desta classificação a rede hoteleira ganha competitividade para manter-se com diferencial no mercado turístico, visando excelência na qualidade da prestação do serviço e auxilia os clientes na escolha de suas acomodações (BRASIL, 2010). Segundo Pérez (2001), os hotéis podem ser classificados a partir de análise sob quatro critérios: Por tamanho, por modalidade, por categoria e por forma de associação.

Quadro 02- Classificação Hoteleira

Classificação dos Hotéis	Característica
Tamanho	Pequeno, médio e grande porte
Modalidade comercial da operação	Negócios, férias, suítes, residenciais, apart-hotéis, cassinos, spa e outros.
Categoria	Por estrelas (1,2,3,4,5); por ordem de letras (AA, A, B, C e D); por palavras afins (luxo, primeira categoria, categoria turística, segunda categoria A, segunda categoria B).
Forma de associação	Hotéis independentes e hotéis de cadeia.

Fonte: Adaptado de Pérez, 2001.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Embora esta classificação esteja vigente no Brasil alguns estabelecimentos hoteleiros, de grande porte, elaboram sua própria classificação a partir dos serviços que os mesmos se dispõem a oferecer, é o caso das redes *Accor*, *Marriot*, *Club Mediterranée*, *Blue Tree Park* e *Sol Meliá* (NUNES, 2002 *apud* DIAS e FILHO, 2006). Neste contexto o *Vela Branca Grand Hotel*, apesar de ser um hotel de médio porte, possui características, produtos e serviços nos quais o mesmo se auto classifica, como *Grand*, sendo um dos poucos hotéis na Costa do Descobrimento com classificação própria galgando assim um diferencial perante os outros empreendimentos turísticos.

A busca da qualidade na hotelaria

O mercado turístico possui grande relevância na economia nacional e mundial. Desta forma a rede hoteleira busca por uma excelência e qualidade que é galgada por um diferencial cada vez mais almejado por grandes redes turísticas empresariais nacionais e multinacionais: profissionais qualificados e capacitados para angariar e subsidiar uma área promissora e crescente em todo o mundo. (CASTELLI, 2003).

De acordo com Dias e Pimenta (2005) a preocupação com a qualidade, no que diz respeito à hotelaria, teve início na última década do milênio passado com a vinda de redes multinacionais para o Brasil, anteriormente a este fator determinante o serviço era prestado sem muita diversificação e preocupação com a qualidade na prestação deste serviço. A qualidade na hotelaria começou a ser discutida e desenvolvida como estratégia de negócios no fim do século XX e início do século XXI, visando à qualidade não apenas como um procedimento para identificação de erros, mas como uma escuta e visão construída a partir da satisfação do cliente, pois se trata de um processo longo que envolve a necessidade do cliente, o comprometimento da empresa, a inovação dos produtos e serviços, a qualificação e entrega dos colaboradores intersetoriais e a reação interna e externa do ambiente, objetivando satisfação e qualidade na prestação do serviço (DIAS e PIMENTA 2005).

A motivação como instrumento para a qualificação

Motivação é uma palavra derivada do latim *motivus*, *movere*, que significa mover. Originalmente a palavra indica o processo pelo qual o comportamento humano é incentivado,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

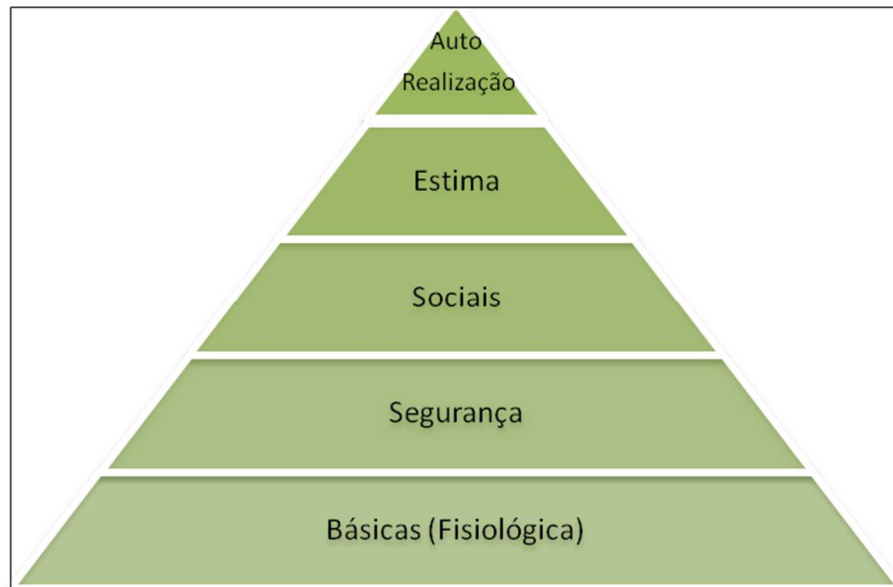
06 DE NOVEMBRO
DE 2015

estimulado ou energizado por algum tipo de motivo ou razão (MAXIMININO, 2004). Segundo Kwasnicka (2006, p. 64) “motivação é o processo de mobilização de energia.” Já Silva (2004) descreve a motivação como uma situação em que envolve motivos (necessidades) e ações (os comportamentos dirigidos), os motivos são responsáveis pelos impulsos e ações, para o autor estar motivado é estar com vontade, ter garra, ter prazer e força.

A discussão a respeito da motivação no ambiente de trabalho começou a ser levantada após os resultados da teoria clássica que tinha a concepção do homem com ser econômico influenciável apenas pelo dinheiro e recompensas salariais. Porém outro estudo, a experiência de Hawthorne, realizada por Elton Mayo e seus colaboradores comprovaram com a teoria das relações humanas que a remuneração não é a única motivação para o desempenho das atividades no trabalho (CHIAVENATO, 2003).

Um dos movimentos em questão é a escola comportamental que aborda uma visão sobre a conduta humana e suas necessidades, fundamenta-se na motivação, valorizando o fator humano nas organizações. (SILVA, 2011). Neste panorama Maslow desenvolveu a Teoria das Necessidades Humanas, no qual estabelece que as necessidades humanas estejam organizadas em nível hierárquico podendo ser observado através de uma pirâmide, demonstrando o grau de prioridade do indivíduo (FREITAS, 2006). Maslow classifica a pirâmide em cinco categorias explanando os níveis de necessidades.

Figura 1: Teoria das Necessidades Humanas



Como demonstra a figura acima, encontra-se na base da pirâmide as necessidades fisiológicas (fome, repouso, etc.) que uma vez atendidas surge a necessidade do próximo nível acima, as necessidades de segurança (perigo, doença, desemprego, etc.). Consequentemente na pirâmide está às necessidades sociais (relação de afeto, amizade e amor entre os colegas de trabalho) que são percebidas no momento em que as duas necessidades anteriores estão relativamente satisfeitas. Seguindo a hierarquia da pirâmide encontram-se as necessidades de estima (são fatores ligados ao respeito, autonomia, etc.). No topo da pirâmide está a necessidade de auto-realização que demonstra o potencial individual, autonomia, autocontrole e competência. (CHIAVENATO, 2004).

Para Amboni e Andrade, (2011) esta hierarquia demonstra um papel importante na motivação do indivíduo. Através da percepção de Maslow em criar a pirâmide e provar as necessidades humanas no ambiente de trabalho propiciou outros estudos e outras percepções acerca da motivação dos indivíduos em desempenhar atividades nas organizações. Desta forma o elemento humano e sua motivação passam a serem pontos importantes dentro das empresas.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Para Dias e Filho (2006) a hotelaria é o segmento com maior carência de mão-de-obra qualificada no Brasil, demonstrando assim a lacuna no setor e o atraso em acompanhar o processo de globalização, construindo padrões de qualidade, competitividade e produtividade. Com estes dados às empresas prestadoras de serviço necessitam desenvolver principalmente a qualidade do elemento humano, devido à relevância deste na interação com os clientes. O elemento humano é um fator determinante na competitividade da empresa, muito embora, através do mesmo busca-se o aumento da produtividade objetivando a excelência e qualidade do serviço. Entretanto para obter-se a eficácia deste elemento humano é necessário educação e treinamento (CASTELLI, 2003).

Através desta visão Bahl (2003) ressalta que ter especialistas, além de funcionários treinados, reduz os erros de forma considerável e a excelência no serviço é conquistada por meio da qualificação, satisfazendo as necessidades e desejos dos visitantes, este processo é fundamental para que a estrutura organizacional funcione sem percalços. Para Araújo (2003) a profissionalização no setor turístico é algo recente no Brasil e é permeada por tensões e contradições. Sendo assim o modelo educacional prevalece o treinamento e o desenvolvimento das habilidades técnicas, não oportunizando a discussão nas questões estratégicas.

Ainda na mesma linha de discurso Dias e Filho (2006) frisam que somente o conhecimento técnico não é suficiente para os profissionais da hotelaria, mas que estes busquem ampliar o nível educacional desenvolvendo habilidades peculiares como participação, autonomia, iniciativa, cooperação e responsabilidade. Em análise sobre a qualidade dos recursos humanos, Cobra diz que as pessoas que integram uma empresa, são consideradas, mais que máquinas, equipamentos e instalações caracterizam sua competência organizacional. (COBRA, 1991). Todavia o compromisso de manter este panorama é tanto de responsabilidade da empresa, em incentivar a qualificação e o aprimoramento de seus colaboradores, e de comprometimento dos profissionais em buscar desenvolver-se profissional e socialmente.

Diante do panorama discutido Castelli (2001) discorre a respeito do elemento humano, da sua qualificação e treinamento para a sobrevivência e qualidade do setor hoteleiro. Nesta perspectiva percebe-se a necessidade das organizações em desenvolver a motivação com seu



corpo interno (colaboradores). Portanto trabalhar questões motivacionais passa a ser premissa para os empreendimentos que pretendem ter um quadro de funcionários satisfeitos, motivados e comprometidos a satisfazer as necessidades dos clientes.

Caracterização da área de estudo

A cidade de Porto Seguro está localizada no extremo sul da Bahia, é uma das cidades mais importante da costa do descobrimento, possui ofertas diversificadas e atende vários segmentos turísticos, sendo o mais relevante o turismo de sol e praia. Do ponto de vista histórico a cidade tem relevância significativa, pois nela está contido o início da história do Brasil, tombada pelo patrimônio histórico, possuindo importantes igrejas, monumentos e marcos históricos (BAHIATURSA, 2013).

O Vela Branca *Grand* Hotel está localizado na cidade alta de Porto Seguro, sendo o primeiro hotel da cidade, é um empreendimento turístico histórico construído em 1968 e inaugurado em 1972. Á princípio o hotel continha sessenta apartamentos com um quadro de trinta e cinco colaboradores tendo por produtos diferenciais o fato de ser um hotel histórico, a vista panorâmica da cidade e do mar e o serviço. O empreendimento foi reconstruído entre 1994 a 1996 e foi reinaugurado em 1997, segundo o presidente da empresa o hotel precisava passa por este processo para se adaptar às exigências do mercado, bem como modificar sua classificação de hotel para resort e posteriormente para *Grand* Hotel, que é referente à elegância, sofisticação e qualidade no serviço.



Figura 2- Vista aérea do Vela Branca Grand Hotel.



Atualmente, o Vela Branca *Grand* Hotel mantém uma ocupação diversificada e crescente o ano todo, oferecendo serviços específicos tanto na área de hospitalidade quanto em eventos variados, possuindo uma área de 120 mil metros quadrados, com apartamentos adequados aos padrões exigidos e uma gama de serviços e sofisticação. Sendo que o grande desafio da organização são fatores externos da região da Costa do Descobrimento e reposicionar o empreendimento diante do público já segmentado para o produto.

Metodologia

Para a realização do artigo utilizou-se a pesquisa descritiva exploratória para o seu desenvolvimento. A pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de determinadas população ou fenômeno (GIL, 2008). Em relação à pesquisa exploratória Gil, 2008, diz que a mesma tem por principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos para estudos posteriores.

Como instrumento de pesquisa foi trabalhado as pesquisas bibliográficas, de campo e questionários estruturados fechados. Para Martins (2006) a pesquisa bibliográfica trata-se de levantamentos de referências expostas em meios escritos ou outros meios. Tendo por finalidade colocar o pesquisador em contato com todo o conteúdo já escrito a respeito de determinado assunto, sendo que as consultas são realizadas em fontes secundárias

(LAKATOS e MARCONI, 2001). Em relação aos questionários, eles têm a finalidade de obter de modo sistemático e ordenado às informações que auxiliam na investigação em relação à determinada amostra contribuindo para o êxito da pesquisa (DENKER, 1998).

Baseando-se na a pesquisa bibliográfica para construção do presente artigo foi elaborado um questionário para os colaboradores do Vela Branca como forma de analisar a percepção deles sobre a motivação como instrumento para a qualificação profissional na hotelaria. A coleta de dados foi feita por meio de um questionário fechado com perguntas estruturadas que levaram em consideração os funcionários de todos os setores da organização. Dados do Departamento de Pessoal confirmam um universo de 70 colaboradores no estabelecimento, desta forma foi retirada uma amostra de 30% dos funcionários, sendo que a pesquisa foi realizada no período entre outubro e novembro de 2014.

Discussão da pesquisa

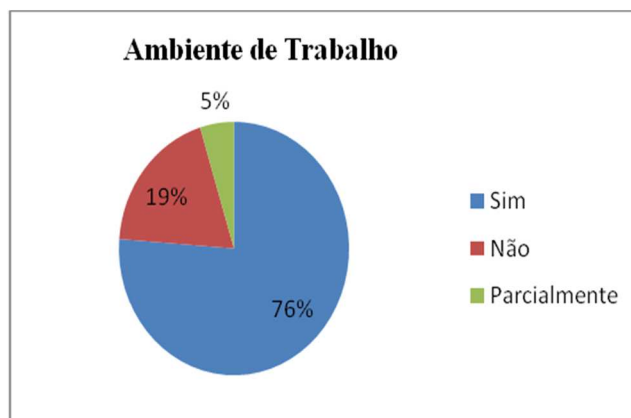
Diante dos dados obtidos retorna-se ao problema proposto por esse trabalho sobre a motivação dos funcionários nos meios de hospedagem e como a motivação pode estimular a busca por qualificação. Neste parâmetro foi investigado a respeito do perfil deste profissional, desta forma 38% dos colaboradores do Vela Branca *Grand Hotel* possuem idade entre 25 a 35 anos, seguido de 29% com idade entre 40 a 60 anos. No que diz respeito à escolaridade 53% dos entrevistados possuem o ensino médio e apenas 14% tem curso superior sendo na sua maioria voltada para área de turismo. Entretanto, 52% dos colaboradores mesmo sem ter nível superior possuem cursos técnicos no setor ao qual está inserido. Em relação a tempo de serviço na organização 43% responderam que prestam serviço no empreendimento no período de 2 a 5 anos, e 19% disseram que estão na empresa a um tempo estimado de 15 a 20 anos.

Após analisar os dados conclui-se que o perfil do funcionário do hotel tende a ser descrito como indivíduos com idade mediana, com um tempo de serviço que propõe a interação com o ambiente de trabalho e com o comprometimento de sentir-se responsável pelo serviço e pela empresa, com baixa escolaridade para o mercado de serviços turísticos, porém com habilidades e experiência ao desenvolver suas atividades.

A primeira questão buscou analisar a relação do ambiente de trabalho com a motivação como instrumento para buscar a qualificação. Diante disso, o resultado demonstrou

que grande parte dos colaboradores, 76% do total analisado, percebe que o clima organizacional da empresa é favorável à busca por qualificação profissional, embora uma pequena parcela ainda não atentasse para essa questão. Veja no gráfico a seguir.

Gráfico 1: Motivação no ambiente de trabalho

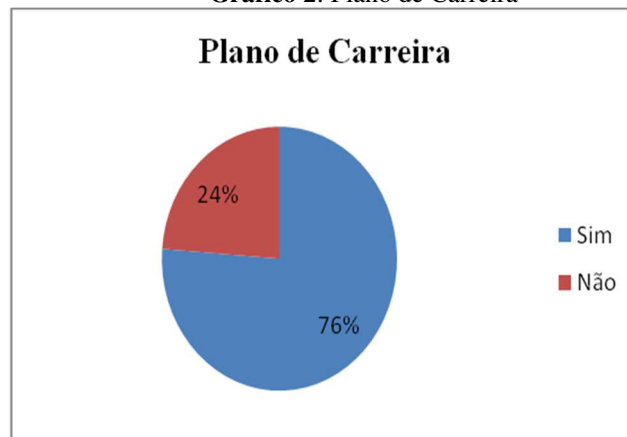


Fonte: Elaboração própria, 2014.

No que diz respeito ao ambiente de trabalho Kwasnicka (2006) diz que o mesmo é responsável por influenciar os colaboradores na sua tomada de decisão, sendo este um dos fatores pelo qual os gestores devem colaborar na criação de um clima propício para desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores.

O gráfico 2 retrata que a maioria dos colaboradores possui um plano de carreira, que é uma necessidade de segurança, dentro da organização tornando um fator fundamental para que o colaborador atinja seus objetivos. Segundo Chiavenato (2004) esta é uma necessidade que conta muito no desempenho profissional. Neste panorama os dados apresentados mostram que independente de fatores externos e internos os colaboradores pretendem buscar qualificação para crescer dentro do mercado de serviços turístico.

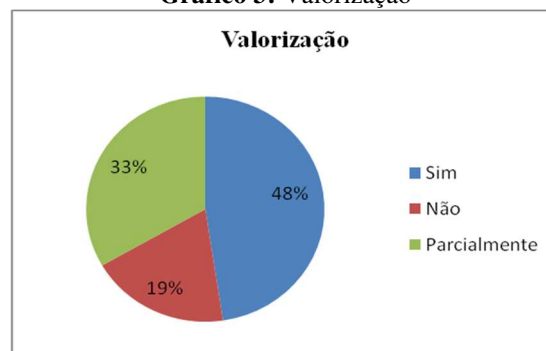
Gráfico 2: Plano de Carreira



Fonte: Elaboração própria, 2014

No gráfico 03 buscou analisar a respeito da valorização no ambiente de trabalho, por meio da investigação ficou comprovado que 48% dos entrevistados admitem que sentem-se valorizados profissionalmente pelo empreendimento, sendo que 19% disseram que não são valorizados e 33% afirmaram que essa valorização não é perceptível sempre, apenas esporadicamente.

Gráfico 3: Valorização



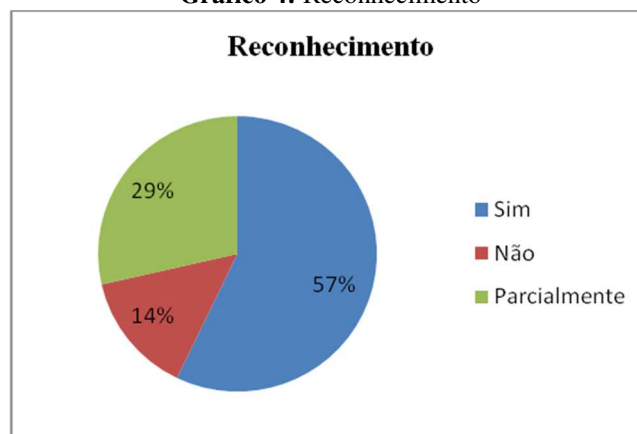
Fonte: Elaboração própria, 2014.

Silva (2011) ressalta que a conduta humana e suas necessidades são fundamentadas na motivação, valorizando o fator humano nas organizações. Andrade e Amboni (2011) dizem

que o indivíduo necessita também ser valorizado como ser social, onde suas necessidades precisam ser respeitadas.

Em relação ao reconhecimento, Chiavenato (2004) diz que esta é uma necessidade de estima, esta necessidade faz parte dos aspectos motivacionais que impulsionam os indivíduos ao crescimento profissional galgando status social.

Gráfico 4: Reconhecimento



Fonte: Elaboração própria, 2014.

Através da análise do gráfico 4, conclui-se que a maioria dos entrevistados percebe que a empresa reconhece suas necessidades particulares dentro do ambiente de trabalho. Com o percentual de 57% dos colaboradores responderam que sim, 14% responderam que não e 29% responderam que este reconhecimento é perceptível parcialmente.

Diante das informações coletadas é possível afirmar que os aspectos motivacionais contribuem muito para um clima organizacional favorável ao desempenho dos colaboradores que procuram se qualificarem caso suas necessidades básicas sejam supridas. Entretanto, foi identificado, através da ideia de Bahl (2003) e da concepção de Dias e Filho (2006), que a falta de qualificação educacional e profissional possa vir a comprometer a qualidade no serviço do empreendimento. Dias e Filho refletem frisando que o conhecimento técnico não é suficiente para os profissionais da hotelaria, pois o mesmo passa de um instrumento de trabalho para um ser social que complementa a atividade turística. Bahl (2003) discorre a respeito da diferença entre ter profissionais qualificados e ter uma mão de obra treinada, sendo que os técnicos apenas diminuem os erros e os especialistas galgam por excelência.

Considerações

Diante do exposto, percebe-se que a motivação é uma ferramenta relevante para o indivíduo que busca se qualificar dentro do ambiente de trabalho. A hotelaria está inserida nesse contexto, pois é um ramo muito importante na atividade turística no qual necessita de mão-de-obra específica e qualificada. Embora alguns autores ponderassem que a qualidade no serviço de hotelaria seja algo recente no Brasil é preciso atentar para esta problemática no serviço turístico. Tendo em vista que o setor de hospedagem é um dos que mais compromete uma viagem (DIAS E FILHO, 2006; CASTELLI, 2003 E BAHL, 2003).

O objetivo da investigação foi alcançado, uma vez que a pesquisa visava analisar a relação da motivação no ambiente de trabalho com a busca pela qualificação. Neste sentido, a pesquisa a respeito da motivação como instrumento para a qualificação buscou através de questionários e entrevistas analisar estas temáticas em um empreendimento turístico de relevância regional. Embora os resultados demonstrem um nível relevante de motivação por parte dos colaboradores em relação à empresa, a mesma não consegue manter esta motivação a ponto de os funcionários entenderem o quão é importante à qualificação para o segmento de hospitalidade. Sendo assim considera que o empreendimento precisa desenvolver ações motivacionais rotineiramente inserindo todos os colaboradores no intuito de conseguir manter a motivação, bem como desenvolvendo sentimentos de comprometimento e pertencimento à organização.

Seguindo esta visão Castelli (2003) ressalta a importância de trabalhar o elemento humano dentro das organizações, uma vez que o turismo é uma atividade que permite e necessita da interação entre pessoas de diferentes culturas e costumes.

Referências

ANDRADE, R. O. B.; AMBONI, N. *Teoria da Administração*. 2 ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

ARAÚJO, C. M. *Ética e qualidade no turismo do Brasil*. – São Paulo: Atlas, 2003.

BAHL, M. *Turismo: enfoques teóricos e práticos*/ Miguel Bahl (organizador). – São Paulo: Roca, 2003.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO



06 DE NOVEMBRO
DE 2015

CÂNDIDO, Í.; VIEIRA, E. V. de. *Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços*. – Caxias do Sul: EducS, 2003. (Coleção Hotelaria).

CASTELLI, G. *Turismo: atividade marcante*- 4. ed. Revisada e ampliada- Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

COBRA, M. *Administração Estratégica do Mercado*. São Paulo: Atlas, 1991.

DANTAS, J. C. de S. *Qualidade no atendimento nas agências de viagens: uma questão estratégica*. São Paulo: Roca, 2008.

DIAS, R.; PIMENTA, M. A.. (orgs). *Gestão hoteleira e turismo*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DIAS, R.; FILHO, N. A. *Hotelaria e turismo: elementos de gestão e competitividade*. – Campinas, SP: Editora Alínea, 2006.

GIL, A.C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. – 6 ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, E.M; MARCONI, M. A. *Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos*. – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2001.

LOHMANN, G.; NETTO A. P. *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. – São Paulo: Aleph, 2008. – (Série turismo).

MARQUES, J. A.; *Introdução à Hotelaria*. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

MARTINS, G. A. *Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa* / --São Paulo: Atlas, 2006.

MAXIMINIANO, A. C. A. *Introdução à administração*. – ed. ver. camp.- São Paulo: atlas, 2004.

PÉREZ, L. D. M.: *Manual prático de recepção hoteleira*; [traduzido por Andréa Favano]. -- São Paulo: Roca, 2001.

SILVA, F. B. *Apsicologizados serviços em turismo: entender o cliente e atender com eficácia*. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

PETROCCHI, M. *Turismo: planejamento e gestão*. – São Paulo: Futura, 1998.



Turismo e Cultura: Enfoque Pós-Moderno

Ana Rosa Guimarães Bastos Proença; Alana Patrícia Pires de Oliveira; Edilza Laray de Jesus
Universidade do Estado do Amazonas

Resumo: O presente artigo é um desdobramento do Projeto de Iniciação Científica “Turismo e cultura: enfoque pós-moderno e desenvolvimento comunitário”, financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa no Amazonas – FAPEAM. Reflete sobre como a pós-modernidade vem influenciando as inter-relações entre cultura e turismo. A pesquisa tem contorno qualitativo, descritivo, método dedutivo, pesquisa bibliográfica e documental.

Palavras-chave: Cultura; Pós-modernidade; Turismo.

Introdução

No contexto de pós-modernidade a globalização das economias se estende às culturas com investidas de homogeneização das sociedades. O turismo é agente ativo da globalização e é impactado diretamente por ela, beneficiando-se das novas tecnologias, telecomunicações, finanças, transportes, rede hoteleira e entretenimento (PANOSSO; TRIGO, 2009, p. 43). Logo, o turismo passa a evidenciar a mudança comportamental de sociedades, assumindo o papel de válvula de escape do cotidiano frenético. Krippendorf (2001) afirma que as pessoas “sentem necessidade urgente de se desfazer temporariamente da rotina massificante do dia-a-dia do trabalho, da moradia e o lazer, a fim de estar em condições de retomá-las ao regressarem”. Viajam também em busca do inusitado, da liberdade, de experiências.

A busca de experiências proporcionadas pelo turismo impulsiona o viajante a procurar culturas e ambientes distintos de seu usual, ocorrendo à emersão das singularidades de cada região e tornando-as potencialidades turísticas. Assim, afirma-se que o turismo é “um fenômeno de experiências vividas de maneiras e desejos diferentes por parte dos seres envolvidos, tanto pelos ditos turistas quanto pelos empreendedores” (PANOSSO NETTO, 2011, p. 36).

A cultura figura como atrativo significativo para os turistas, especialmente para aqueles que buscam na apreciação do outro, um diferencial em relação às suas vivências habituais. Nesse contexto, conhecer a herança cultural reelaborada na cotidianidade de povos e

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

comunidades específicos, através de suas diversas formas de representações, constitui-se um viés integrador (CARNEIRO, 2010).

O objetivo desse artigo é revisar o turismo e a cultura pela abordagem do pós-modernismo e a inter-relação no desenvolvimento de ambas, pois atualmente percebe-se que a procurar por atividades turísticas focam em “experiências/vivências” e não mais em espaços de grande fluxo por apresentarem representação materiais do local. A escolha do tema se deu em razão de que visões epistemológicas estão cada vez mais abrangentes no turismo, contestando a primeira visão de sistema turístico ser apenas produto-mercado-demanda para um turismo mais intrínseco onde se analisa também o turista-sustentabilidade-espacialidades-autóctones.

Pós-Modernidade: Tempos em Revisão

Nas últimas décadas tem havido uma série de discussões entre diversos autores que buscam refletir sobre as modificações processadas nas áreas cultural, econômica e social. Há uma concordância entre esses autores de que houve realmente uma mudança de paradigmas em relação ao período passado, em função da “crise da modernidade”. Segundo Terry Eagleton, a pós-modernidade seria um período histórico que questiona noções clássicas da modernidade como a verdade, a razão, a identidade e a objetividade, a ideia de progresso, a emancipação universal, os sistemas únicos e as grandes narrativas que impregnaram a sociedade ocidental (EAGLETON, 1998).

Jameson (2002) considera que as transformações trazidas pelo capitalismo tardio, termo popularizado pela Escola de Frankfurt nos textos de Adorno e Horkheimer, foi o grande estopim para o surgimento da pós-modernidade. De acordo com o autor, a emergência da pós-modernidade está estritamente relacionada ao nascimento desta nova fase. Após haver a escassez de bens de consumo e peças de reposição na época da guerra, segundo Jameson (2002) há o surgimento da terceira fase do capitalismo que teria sido fomentada nos anos 50, quando novos produtos e tecnologias, incluindo a mídia, foram introduzidos. Além disso, o capitalismo tardio viria a reboque das mudanças sociais e psicológicas ocorridas nos anos 60 que modificaram o pensamento ocidental.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

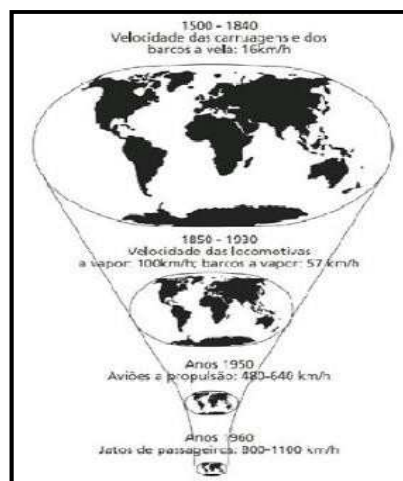
O pós-modernismo seria a expressão cultural contemporânea baseada nas transformações trazidas pela pós-modernidade. Jameson (2002, p.29) diz que se deve “entender o pós-modernismo não como um estilo, mas como uma dominante cultural: uma concepção que dá margem à presença e à coexistência de uma série de características que, apesar de subordinadas umas às outras, são bem diferentes”. De acordo com os estudos desenvolvidos pelo autor, a cultura pós-moderna e o pós-modernismo poderiam figurar quase como sinônimos, já que considera o pós-modernismo como “a lógica cultural do capitalismo tardio”. Complementa ainda que a cultura se tornou tão indissociável da economia, que o termo pós-modernismo seria quase uma tradução de capitalismo tardio (Ibid., p.25).

Portanto, o uso do termo cultura pós-moderna, inclusive nesta pesquisa, se refere às manifestações próprias do pós-modernismo, que tangem os diversos aspectos culturais da sociedade contemporânea e que estão ligadas diretamente ao advento do capitalismo avançado. “Assim, na cultura pós-moderna, a própria ‘cultura’ se tornou um produto, o mercado tornou-se seu próprio substituto, um produto exatamente igual a qualquer um dos itens que o constituem. (...) O pós-modernismo é o consumo da própria produção de mercadorias como processo” (Ibid., p.14).

Hobsbawn (1998) afirma que a partir do terceiro/quarto do século XX os intelectuais passaram a tentar explicar os fenômenos que aconteciam num mundo que vivia uma revolução social¹². O prefixo “pós-” é inserido ao conceito de modernidade, na tentativa de se explicar tal revolução. O período do século XX pós 2ª Guerra Mundial é o palco para o rápido desenvolvimento destas tecnologias (HOBSBAWN, 1995; CASCINO, 2000a). Esse fenômeno pode ser chamado de compressão espaço-tempo (BAUMAN, 2001; HARVEY, 2003). A imagem abaixo é elucidativa.

¹² Conferir Hobsbawn, E. A era dos extremos: o breve século XX 1914-1991. São Paulo: Cia das Letras. 1998, especialmente os capítulos LG, V10 (A revolução social– 1945-90) e 11 (Revolução Cultural).

Figura 1. Compressão espaço-temporal da condição pós-moderna de Harvey



Fonte: Harvey (2003, p. 220)

Na contemporaneidade, essa compressão chega (especialmente com o desenvolvimento da informática e das telecomunicações) a seu limite: vivemos num tempo praticamente instantâneo e à medida que o espaço parece encolher numa ‘aldeia global’ de telecomunicações e numa ‘espaçonave terra’ de interdependências ecológicas e econômicas – para usar apenas duas imagens conhecidas e corriqueiras –, e que os horizontes temporais se reduzem a um ponto em que só existe o presente (o mundo do esquizofrênico), temos de aprender a lidar com um avassalador sentido de compressão dos nossos mundos espaciais e temporais (HARVEY, 2003, p.219).

Isso “conduz a cultura e a ética humanas a um território não-mapeado e inexplorado, onde a maioria dos hábitos aprendidos para lidar com os afazeres da vida perdeu sua utilidade e sentido” (BAUMAN, 2001, p.149). Bauman chama essa condição de modernidade líquida. Por conta de tal compressão, as distâncias se encurtam para alguns, especialmente aqueles que detêm a possibilidade do deslocamento rápido, podendo cobrir – e dominar – assim, uma área maior.

Assim, enquanto a modernidade poderia ser caracterizada como um processo de racionalização e diferenciação crescentes de esferas da vida, com tendência à fragmentação social e à alienação, a pós-modernidade poderia ser interpretada como um processo de de-diferenciação (19), ou seja, como um processo que tende à implosão de fronteiras entre dimensões ou aspectos da vida social previamente

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

diferenciados. Essa implosão de fronteiras é também, em Baudrillard, uma implosão do social como um todo (TASCHNER, 1999, p.11).

Segundo Jameson (2002), uma das características mais marcantes da cultura pós-moderna seria o apagamento da linha que separava a “alta cultura” da “cultura de massa”. Não há mais oposição entre essas duas vertentes, que agora formam uma massa unificada. Essa transformação também é responsável pela geração de uma série de mercadorias que alimentam a indústria cultural. Hebdige (1988) faz um elenco e, ao mesmo tempo, testemunha a invasão daquilo que é comumente rotulado de pós-moderno:

Quando é possível às pessoas intitular como “pós-moderno” a decoração de um quarto, a arquitetura de uma construção; a narrativa de um filme, a confecção de um disco e de um filme em vídeo, um comercial na televisão, um documentário sobre as artes ou suas relações “intertextuais”; o layout de uma página numa revista de moda ou numa revista de crítica; a tendência antiteleológica dentro da epistemologia, o ataque contra a “metafísica da presença”, a atenuação de sentimentos, a ira coletiva e as projeções mórbidas da geração pós-guerra defronte à meia-idade desilusória, “o predicamento” da reflexividade, um conjunto de tropos retóricos, uma proliferação de superfícies, uma nova fase de fetichismo em comodidades; o fascínio de imagens, códigos e estilos; o processo de fragmentação e/ou crise cultural, política ou existencial; a descentralização do sujeito; o “ceticismo diante das metanarrativas”; a substituição dos eixos unitários do poder pela pluralidade de forma do poder ou do discurso, a “implosão do significado”, o colapso das hierarquias culturais, o temor provocado pela ameaça da autodestruição nuclear, o declínio das universidades, o funcionamento e os efeitos das novas tecnologias miniaturizadas; as grandes mudanças na sociedade e na economia para as fases “mídia”, “consumista” e “multinacional”; o senso (dependendo de quem você lê) de “não estar em lugar nenhum” ou o abandono desse “nenhum lugar” (“regionalismo crítico”) ou (até) uma substituição generalizada das coordenadas espaciais pelas temporais – quando é possível descrever todos os itens acima como “pós-modernos” (ou, simplesmente, usando a abreviação mais comum, “pós” ou “muito pós”), então é evidente que estamos diante de um modismo (HEBDIGE, 1988, p. 181-182).

Vivemos hoje “num mundo de rapidez e fluidez” (SANTOS, 2000, p. 83) no qual,

[...] a velocidade do movimento e o acesso a meios mais rápidos de mobilidade chegaram nos tempos modernos à posição principal de ferramenta do poder e da dominação” (BAUMAN, 2001, p. 16). A modernidade líquida não tem intenção de duração eterna, nela “o ‘curto prazo’ substitui o ‘longo prazo’ e [faz] da instantaneidade seu ideal último. Ao mesmo tempo em que promove o tempo ao posto de contêiner de capacidade infinita, a modernidade fluida dissolve, obscurece e desvaloriza sua duração (BAUMAN, 2001, p. 145).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Turismo: Modernidade e Pós-Modernidade

Ao analisar estudos sobre o turismo em seus conceitos ou definições, percebe-se o turismo entre antes e depois, divididos pela Era industrial. Muitos autores entendendo o turismo como deslocamentos, no sentido de ir e vir, defendem que o mesmo se originou há milhares de anos:

Há autores que situam o começo do turismo no século VIII a.C., na Grécia, porque as pessoas viajavam para ver os jogos olímpicos a cada quatro anos (De la Torre, 1991, p. 12); outros acreditam que os primeiros viajantes foram os fenícios, por terem sido os inventores da moeda e do comércio (MCINTOSH 1972, p. 09 *apud* BARRETTO, 2001, p. 44).

Visto que o turismo vai além de deslocamento, utiliza-se do espaço, tempo, visitantes e organização estrutural, concorda-se com Moesch (2000, p. 09) que:

O Turismo nasceu e se desenvolveu com o capitalismo. A cada avanço capitalista, há um avanço do turismo. A partir de 1960, o turismo explodiu como atividade de lazer, envolvendo milhões de pessoas e transformando-se em um fenômeno econômico, com lugar garantido no mundo financeiro internacional.

No século XIX, quando o sistema capitalista estava no ápice, muitos autores consideram o surgimento do chamado “turismo moderno”. Segundo Hobsbawm (2000, p. 285)., “o capitalismo industrial produziu duas novas formas de viagens de prazer: turismo e viagens de verão para a burguesia e pequenas excursões mecanizadas para as massas em alguns países como a Inglaterra”. O Turismo, assim como o lazer, surge como nova forma de produção e reprodução do capital. Com isso, as destinações turísticas passam também a ser entendidas como espaços de consumo.

Compreende-se que entre metade do século XIX ao XX, o turismo é marcado pela *Thomas Cook and son*, aberta em 1861, determinante para a transformação das viagens, pois antes vistas como simples deslocamento e adotam um complexo formado por organização, produtos, vendas, clientes.

Quando Thomas Cook morreu, em 1892, a Agência de Viagens Cook and Son era a mais importante do mundo. Sua importância, entretanto, está em ter descortinado um novo caminho, como pioneiro que foi. Por esta época, outras 500 agências de

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

viagens encontravam-se em atividade permanente e oferecendo seus serviços de forma profissional (FÚSTER apud PIRES, 2001:48)

Pela expressão do turismo de massa ou tradicional que se refere ao turismo iniciado no século XIX após a Revolução Industrial e intensificado no século seguinte após a Segunda Guerra Mundial. Esta atividade tinha característica principal de ser um fenômeno do mundo industrializado que ocorre em função da existência de tempo livre, da melhoria da qualidade de vida, do desenvolvimento dos meios de comunicação, de transporte e das novas tecnologias existentes (BARRETTO, 1995 *apud* DANTAS, 1999). Logo, o turismo de massa também se modifica e se populariza como atividade humana do lazer moderno. É decorrente de transformações sociais e econômicas, as quais somente surgem e se concretizam no século XX, em virtude das conquistas trabalhistas. Segundo Montejano (2001, p.56) entre outros fatores que contribuíram para o crescimento da atividade, cita-se:

a) Redução da jornada de trabalho, que gradativamente foi diminuindo até chegar às oito horas diárias na década de 1920, em alguns países mais desenvolvidos; b) Férias remuneradas que começam a se regulamentar por diversos países na década de 1930; c) Livre circulação de pessoas, devido aos acordos bilaterais e multilaterais firmados entre os países; d) Avanços técnicos e comerciais dos transportes e a “democratização” de seus preços (automóvel, trens, aviões, etc; e) A “industrialização” maciça dos pacotes turísticos, organizados por operadoras de turismo.

O turismo convencional ou de massa, de acordo com Fennell (2002), caracteriza-se por dominar o turismo de uma região, além de contribuir muito pouco para o desenvolvimento local, visto que os recursos financeiros não ficam na região. Entende-se para que o segmento do turismo seja aproveitado com maior responsabilidade, rentabilidade e menores impactos nocivos ao local da atividade é preciso identificar precocemente os impactos associados ao desenvolvimento das atividades do turismo. Nesta perspectiva, o turismo pós-moderno apresenta questões implícitas que de acordo com Harvey (1992), permite avançar na reflexão do turismo não apenas no enfoque de uma atividade do capitalismo financeiro, mas na sua inter-relação com os fenômenos sociais, culturais e ambientais dos quais ele é.

Ao contrário do turismo massificado, predominante nas décadas de 1950 a 1970, a nova tendência da atividade turística é o turismo alternativo, de acordo com Krippendorf

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

(2001), personalizando o produto turístico, atendendo às expectativas do turista, que cada vez mais valoriza experiências pessoais significantes. O turismo passa ser percebido como uma nítida expressão da sociedade pós-moderna e manifesta que vivê-lo é uma necessidade compartilhada pela sociedade. O autor corrobora esse viés: “desejamos aproveitar o tempo livre, as férias, para satisfazer nossos desejos, as necessidades que não foram realizadas o dia-a-dia, no cotidiano do trabalho [...]”.

Dessa forma, aborda-se que o pós-turismo compartilha com essa tendência de expressão por experiências gratificantes que possibilitam o sentir da cultura que está se visitando e o sentir das peculiaridades características do local. A natureza das viagens, os seus fins, a sua dimensão e extensão, bem como a forma que assumiram, adquiriram características muito diferentes de época para época e possibilitam novas formas de se enxergar e definir o turismo. Muito mais do que apenas “produto do capitalismo” o turismo pode ser integrado a vias sociais, a culturais, a experiências, a identidades e singularidades locais.

Visando os aspectos singulares regionais no Brasil, o Ministério do Turismo (2006) dividiu a atividade em nove segmentos objetivando atender os variados tipos de públicos consumidores do turismo e também beneficiar as potencialidades turísticas dos destinos. São eles: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Negócios e Eventos, Rural, Estudos e Intercâmbio, Cinematográfico, Cultural, Sol e Praia, Pesca ou Aventura Especial¹³. Mas a questão é: o turista dito da pós-modernidade pode ser encaixado em apenas um segmento? Pensando o Turismo como um organismo interligado essas divisões dão sentido apenas para fins de divisão de público onde o “estilo espacial” primário o classificaria em um tipo de turismo. Nota-se esta divisão ainda deixa colunas visto que cada vez mais a experiência está mais ligada aos antônimos da realidade de cada um.

Cultura sob Enfoque Pós-Moderno

Na busca para definir “o que é cultura?”, vários vieses foram formados utilizando diferentes áreas de estudos como a Antropologia, História ou Educação. A primeira definição foi criada por Edward Tylor no século XIX, na qual afirma que cultura abrange todas as

¹³ PORTAL DO BRASIL. **Ministério publica manuais de segmentação turística**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2011/01/ministerio-publica-manuais-de-segmentacaoturistica>>. Acesso em: 26 ABR 15.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

realizações materiais e os aspectos espirituais de um povo. Ou seja, em outras palavras, cultura é tudo aquilo produzido pela humanidade, seja no plano concreto ou no plano imaterial, desde artefatos e objetos até ideais e crenças. Cultura é todo complexo de conhecimentos e toda habilidade humana empregada socialmente. Além disso, é também todo comportamento aprendido, de modo independente da questão biológica (Silva; Silva, 2006).

No século XX, surge Franz Boas afirmando que toda cultura tem uma história própria, que se desenvolve de forma particular e não pode ser julgada a partir da história de outras culturas (Silva; Silva, 2006). Porém, a interpretação de cultura pode ir além. O estudioso brasileiro Alfredo Bosi (1995, p. 16), adentra neste conceito voltando-se muito mais a Educação. Afirmar que:

Cultura é o conjunto de práticas, de técnicas, de símbolos e de valores que devem ser transmitidos às novas gerações para garantir a convivência social. Mas para haver cultura é preciso antes que exista também uma consciência coletiva que, a partir da vida cotidiana, elabore os planos para o futuro da comunidade.

Tal definição dá à cultura um significado muito próximo do ato de educar. Assim sendo, nessa perspectiva, cultura seria aquilo que um povo ensina aos seus descendentes para garantir sua sobrevivência.

Cultura é qualquer tipo de manifestação que venha a atar, unir o convívio em sociedade. Qualquer tipo de criação, de artefato, ou de meio de continuar vivendo em sociedade é um ato cultural estrito senso (BARROS *apud* GASTAL, 2002, p. 125).

Outro sentido muito comum atribuído à palavra cultura é aquele que a define como produção artística e intelectual. Assim, podemos falar de cultura erudita, cultura popular, cultural de massa etc, todas as expressões que designam conceitos específicos para a produção intelectual de determinados grupos sociais (SILVA; SILVA, 2006).

Tendo em vista essas definições, volta-se o pensamento em como se dá a cultura sob a pós-modernidade. A cultura liga-se diretamente a identidade, sendo assim, a identidade cultural o alvo de questionamentos. Quando se pensa em era pós-moderna e identidade cultural, percebe-se uma visão de desconstrução sobre identidades “definidas” ou pressupostas. Essa desconstrução tem gerado as chamadas “crises identitárias”. Porém ao nos

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

depararmos com autores como Cohn (2001) e Sahlins (1991), notam-se um viés no qual as culturas estão apenas passando por seu processo espontâneo de mutação junto ao caminhar da humanidade. Se atualmente, cita-se o passar da cultura pela globalização, sendo está a que corrói a estabilidade por ter caráter de homogeneização, as manifestações não podem estar apenas integrando-se ao todo, porém criando fronteiras? Sendo apenas a representação natural do que é a cultura, algo mutável?

Nessa acepção, o que define uma cultura não são seus traços constitutivos, mas sim o estabelecimento da fronteira entre um e outro, o que é feito pela atribuição da diferença, pelos traços diacríticos (CUNHA, 1986).

A cultura em si não pode ser considerada mutável e em constante variação de acordo com o espaço e tempo que o ser humano vive? Ora, então vejamos a cultura composta por manifestações humanas, materializadas em sentimentos, expressões, histórias, lugares e cotidianos. Enquanto existir o ser haverá cultura. É nesse sentido que Cohn (2001, p.37) afirma que:

O que importa não é a manutenção dos traços em si, mas da diferença que origina a identidade e que é estabelecida contextualmente por meio de traços maleáveis e flexíveis. A cultura não deve se manter em uma suposta integridade; o que deve ser preservada é sua diferenciação em relação às outras, são as fronteiras, e essas são traçadas por elementos que têm origem cultural, mas são escolhidos em contexto.

Nestas compreensões, pensa-se então em um *mix* cultural ligado ao desejo do ser. Pensando na questão pós-moderna, como saciar esse ser cultural pós-moderno? É a partir deste ponto em que interligamos o Turismo a Cultura, pois o desejo de viver experiências, conhecer o antônimo de seu cotidiano e agregar conhecimentos, instiga o atual ser, podendo ser denominado um “turista” potencial e suas motivações:

[...] as motivações assumem posição destacada, pois sem elas o turista não se constitui, isto é, não ocorre o deslocamento que o caracteriza e muito menos a sua volta ao cotidiano. Além disso, sua compreensão (destas motivações) poderia apontar para caminhos de melhor apreensão dos impactos sócio-espaciais e econômicos no destino visitado, já que é esta motivação que irá conduzir o comportamento destes agentes durante a prática turística, assim como daqueles que referenciam suas condutas nestes comportamentos e expectativas, dentre os quais se



encontram os diversos prestadores de serviços envolvidos no turismo e as populações receptoras (CRUZ, 2002).

Mas se acima, cita-se o turista, uma das facetas do ser atual, como enxergar o autóctone das comunidades em relação a isso tudo? Se observarmos que os conceitos de estática cultural devido a paradigmas ou estereótipos forem os contextos mais simples para engessamento do povo que vive sob tal, não estaríamos indo contra o fluxo contínuo dos seres? Esta indagação relacionada a tradições de povos, por exemplo, remete ao fato de que a cultura deve se manter viva nas pessoas e não em locais ou vestimentas. Um exemplo são comunidades indígenas que se adaptam a culturas fronteiriças, como o linguajar português, a transmissão de informações (internet, celular, entre outros), trajes comuns. Isto não deve ser encarado como perda de identidade, ou cultura subjugada, mas sim como integração ao meio.

A questão da identidade só surge com a exposição a “comunidades” da segunda categoria – e apenas porque existe mais de uma ideia para evocar e manter unida a “comunidade fundida por ideias” a que se é exposto em nosso mundo de diversidades e policultural (BAUMAN, 2005, p. 17).

Nesta perspectiva, entende-se o turismo como a ligação dos seres. Tem-se o turista e o autóctone em espaços compartilhados ocorrendo interação sociocultural, onde o que se deixa e o que se leva são experiências e conhecimento por meio do Turismo de Base Comunitária, por exemplo. Essas atividades caracterizam a experiência que envolve grupos étnicos, como os indígenas, ou povos tradicionais ocorrendo interações sociais entre turista e autóctone a partir do modo de vida e expressões socioculturais das comunidades. O Ministério do Turismo (2010) acrescenta ainda que nessa atividade:

O turista busca, neste caso, estabelecer um contato próximo com a comunidade anfitriã, participar de suas atividades tradicionais, observar e aprender sobre suas expressões culturais, estilos de vida e costumes singulares [...]

Entretanto, o turismo quando desenvolvido de forma deliberada sem o envolvimento da população local, e associado a outros fatores, pode interferir negativamente na cultura de uma determinada localidade, seja através da cenarização dos lugares, seja por intermédio da

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

espetacular. A cultura tem que ser apropriada pelo turismo de uma forma que valorize a mesma, reforçando as suas peculiaridades e especificidades.

O turismo cultural é tido como instrumento de desenvolvimento local, à medida que os recursos disponíveis sejam utilizados preservando a cultura local, gerando um turismo cultural sustentável, que, além disso, contribui para a ascensão da identidade da comunidade e é considerado uma das vertentes mais significativas da dimensão cultural de desenvolvimento (LEITE; RUIZ, 2013). Isto correlaciona-se a correntes teóricas do turismo como fenômeno pós-moderno que tem como uma de suas vertentes segundo Pires (2009, p.71) “relacionada à busca por valores que possam conferir ao turista algum sentido de raiz, de história e de significado”.

Considerações Finais

A visão pós-modernista se faz necessária para um entendimento de mudança no turismo e na cultura. A tecnologia e o avanço produtivo no turismo impulsionaram o mercado e a forma de se “consumir” o turismo. Cada vez mais as espacialidades ditas “destinos de massa” tendem a abrir espaço aos destinos onde se consome experiências, a cultura. Há uma reaproximação entre a denominada alta cultura e a cultura de massa, tão distanciadas pelo conceito de “arte moderna”.

O aspecto cultural mostra-se extremamente importante para a teorização da pósmodernidade, e não somente para o “pós-modernismo”, pois autores como Harvey (2003) corroboram que a cultura é indissociável dessa transição. Yúdice (2006, p.52) corrobora: “cultura enquanto recurso é o componente principal do que poderia definir-se como uma episteme pós-moderna”.

Referências

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001. BOSI, Alfredo. **Dialética da Colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

DENCKER, Ada de Freitas M. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. SP: Futura, 2007.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

EAGLETON, T. **A ideia de cultura**. São Paulo: Editora: Unesp. 2011. FENNELL, D. A. **Ecoturismo: uma introdução**. São Paulo: Contexto, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, S. **A Identidade Na Pós-Modernidade**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Mj Livros. 2000.

HARVEY, D. **A Condição Pós-Moderna**. 12. Ed. São Paulo: Edições Loyola. 2003.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança social**. São Paulo: Loyola, 1992.

HEBDIGE, D. **Hiding in the light**. London: Comedia, 1988.

HOBSBAWM, E. **A Era do Capital**. Ed. 5. Paz e Terra, Rio de Janeiro, 2000.

HOBSBAWN, E. **A Era dos Extremos: O breve século XX 1914-1991**. SP: Cia das Letras. 1998.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2002.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão de lazer e das viagens**. 3ª ed. São Paulo: Aleph, 2001.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.

PANOSSO NETTO, Alexandre. TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Cenários do Turismo Brasileiro**. São Paulo: Aleph, 2009.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do Turismo no Brasil: Hóspedes, hospedeiros e viajantes do século XIX**. São Paulo: Manole, 2001.

SANTOS, M. **Por uma Outra Globalização: do Pensamento Único a Consciência Universal**. SP: Edusp. 2000.

SILVA, Kalina Vanderley. SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de Conceitos Históricos**. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

O Filó e a Hospitalidade em Arvorezinha, RS

Samara Camilotto¹⁴; Dalila Rosa Hallal¹⁵
Universidade Federal de Pelotas

Resumo: A imigração italiana no Rio Grande do Sul iniciou em 1875. No início dos anos 1900, os primeiros imigrantes italianos chegaram à região onde hoje é o município de Arvorezinha, no nordeste do Rio Grande do Sul. Esses imigrantes italianos trouxeram o costume do filó que é um encontro de familiares, amigos e vizinhos, inicialmente, para suportarem as adversidades encontradas no Brasil. A prática se manteve, mas atualmente possui finalidades de lazer, religião e até negócios. Este artigo se dedica a analisar a prática do filó na comunidade de Arvorezinha à luz da hospitalidade. A hospitalidade envolve ofertar, compartilhar, comer, beber e festejar e nisso se constitui o filó. Os dados foram coletados a partir de entrevistas realizadas com moradores do município em abril de 2015. O filó é um momento em que a comunidade de Arvorezinha realimenta laços sociais que reafirmam, através da reciprocidade, laços de sociabilidade.

Palavras-chave: Hospitalidade; Filó; Arvorezinha, RS.

Introdução

O município de Arvorezinha, no nordeste do Rio Grande do Sul, está localizado na região do Vale do Taquari (LOPES, 2012). Segundo censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015) no ano de 2010, Arvorezinha possui pouco mais de 270 km² e cerca de 10 mil habitantes, sendo que, de acordo com o site da Prefeitura Municipal, 95% da população são descendentes de italianos (PREFEITURA MUNICIPAL DE ARVOREZINHA, 2015).

Este artigo tem como objetivo analisar a prática do filó na comunidade de Arvorezinha à luz da hospitalidade. Tem como foco um dos elementos que se destaca no cotidiano desta comunidade e que representa uma prática da “cultura italiana¹⁶” no município - o filó. Este aspecto foi identificado a partir da pesquisa realizada por Camilotto (2015) em abril de 2015

¹⁴ Bacharel em Turismo (UFPel)

¹⁵ Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora adjunta do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). E-mail: dalilahallal@gmail.com.

¹⁶ “Cultura Italiana” estará, ao longo do estudo, representada entre aspas, pois compreende-se que a mesma, no Brasil, é uma cultura que desencadeou-se a partir do contato entre os imigrantes italianos e os brasileiros e hoje em dia, conforme Pozenato (2000 apud MONTEIRO et al., 2007), configura-se como uma cultura de raízes italianas e, dessa maneira, uma cultura brasileira diferente.



na qual se procurou compreender aspectos relevantes da “cultura italiana”, segundo a comunidade de Arvorezinha, RS. Os filós:

Fazem parte da cultura italiana e foram os primeiros imigrantes que trouxeram esse costume para o Brasil a partir de 1875, e mais especificamente para o Rio Grande do Sul. A cultura de se fazer o filó, como se sabe, consistia num encontro social entre parentes, amigos e vizinhos realizado muitas vezes no paiol, na cozinha, no porão ou mesmo ao ar livre. Depois do jantar, homens, mulheres e crianças iam à casa do vizinho para conversar ou muitas vezes para debulhar milho (GOMES; LAROQUE, 2010, p.38-39).

A prática do filó apresenta-se como um modo privilegiado de organização em torno do princípio da hospitalidade, a partir do conceito de reciprocidade proposto por Mauss (1988). Para este autor, este princípio vai para além da troca, referindo-se ao ritual da troca como mais importante que as coisas trocadas em si, já que não se trocam apenas coisas economicamente úteis, mas antes de tudo gentilezas, banquetes, ritos, danças, festas, etc. A reciprocidade está alicerçada no movimento de dar, receber e retribuir, constituindo laços sociais, alicerçado na obrigação, associada à liberdade de retribuir.

Os dados foram levantados a partir de nove entrevistas com moradores do município de Arvorezinha, RS. Por tratar-se de uma pesquisa qualitativa não houve um número delimitado a priori de entrevistas a serem realizadas. Quando as informações começaram a se repetir, decidiu-se que já se havia chegado a um ponto de saturação. As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas. No momento da transcrição optou-se por transcrever as falas literalmente, ou seja, da mesma forma que o entrevistado fala. Decidiu-se isso em virtude dos fortes traços dialetais (*Talian*¹⁷) existentes na comunidade.

Enquanto tema incipiente na academia, a hospitalidade tem preponderância nos estudos antropológicos e turísticos. Tal fenômeno emana do ato de dar e receber (SELWYN, 2004) e como o filó, basicamente, constitui-se disso, é importante analisá-lo através desse viés.

A prática do filó e a hospitalidade em Arvorezinha – RS

¹⁷ *Talian*: Dialeto criado pelos imigrantes italianos no Rio Grande do Sul. Uma das diferenças na fala dos descendentes de imigrantes italianos e observada nas entrevistas refere-se à utilização da letra “r” ao invés de “rr”, como por exemplo, ao falar “tera” ao invés de “terra”.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O filó é um costume das famílias italianas: Fez-se o filó. Quando muitas dessas famílias tiveram que abandonar seu recém-formado país em busca do novo, do desconhecido, do desejo da *cucagna* (prosperidade) “onde, além de frutos, moedas de ouro brotavam das árvores” (FAVARO, 2006, p. 314, apud GOMES; LAROQUE, 2010, p. 34) que os governos italiano e brasileiro afirmavam existir no Brasil, o filó veio com elas e fez-se presente no Rio Grande do Sul.

Na Itália, o inverno era muito rigoroso e os vizinhos viviam próximos uns dos outros. Já no Rio Grande do Sul, ao constituírem as linhas, mesmo os vizinhos mais próximos estavam distantes. Manfroi (2001 apud MILANO, 2010) explica que as colônias eram divididas por uma linha, que era um caminho estreito por onde se separavam os lotes. Cada lote possuía de 22 a 25 hectares em forma retangular. Para ficarem mais pertos uns dos outros, os imigrantes construía suas casas próximas às linhas (caminhos). Assim “as casas se sucediam, alinhadas paralelamente umas às outras. Desta forma, o limite dos fundos de um lote eram os fundos da linha paralela; portanto, a distância entre as duas linhas media um total de dois quilômetros” (MILANO, 2010, p. 57). Conforme Pozenato:

A experiência vivida nas regiões de emigração, com exceção das regiões de montanha, era a de uma vizinhança próxima, em pequenas aldeias - os *paesi*. [...] O regime de colônias, com propriedades familiares da ordem de 25 hectares em média, oferecido ao imigrante No Rio Grande do Sul, obrigava-os a residir na propriedade. Com isso, os vizinhos mais próximos já não estavam ao lado, mas a centenas de metros de distância, separados ainda, muitas vezes, pela floresta e por caminhos quase intransitáveis (POZENATO, 2000, p. 120 apud GOMES; LAROQUE, 2010, p. 39).

No Rio Grande do Sul, tendo em vista a distância entre as casas dos imigrantes italianos, o filó tinha uma razão para acontecer: criou-se uma necessidade das pessoas conviverem, confraternizarem, “saberem notícias da Itália, dos parentes e amigos que permaneceram por lá. Também trata-se de um momento em que as cartas recebidas da Itália eram lidas para todos os presentes” (GOMES; LAROQUE, 2010, p. 39).

O Brasil mostrou-se diferente das propagandas que eram feitas na Itália. Os italianos ao chegarem às terras brasileiras descobriam que as mesmas não eram de riqueza e fartura. Eles se depararam com os índios, a mata fechada, os animais ferozes e peçonhentos e, segundo Nicolini (2001), com o descaso do governo, que em momento algum auxiliou com os

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

recursos que haviam sido prometidos. Então, esses encontros noturnos também foram vistos como um momento em que eles se reuniam para amenizar o sofrimento causado pela imigração e pelo abandono sofrido por parte do governo. Serviam também para suportar a saudade da terra natal, dos parentes e amigos deixados na Itália, pois famílias inteiras foram divididas no processo imigratório: “Quando a saudade e o desconforto batessem à porta, o remédio era, quase sempre, um copo de vinho, uma cantoria ou um filó bem aproveitado. O filó era um momento de amenizar o sofrimento causado pela imigração” (GOMES; LAROQUE, 2010, p. 39).

Gomes e Laroque (2010) destacam que o filó acontecia principalmente nos meses mais frios, entre maio e setembro, em virtude do pouco trabalho na lavoura. Os visitantes eram recebidos “na cozinha, devido ao fogão a lenha, para que pudessem se aquecer e também para esquentar o chimarrão e colocar os pinhões e amendoim na chapa do fogão” (GOMES; LAROQUE, 2010, p. 39). Ribeiro (2004, p. 03) define o filó como sendo:

[...] o costume de reuniões entre parentes ou vizinhos mais próximos. Eram encontros sociais nas cozinhas, ou nas cantinas domésticas, sobretudo na zona rural. Dele participavam homens, mulheres, jovens e crianças. De um modo geral, fazia-se filó aos sábados à noite, porque, no dia seguinte (domingo), não havia necessidade de levantar cedo para trabalhar.

Nesse sentido, o filó pode ser pensado como um momento de hospitalidade. Segundo Dias (2002), originária da expressão latina *hospitalitas-atris*, a noção de hospitalidade carrega sentidos diversos, como o ato de acolher, hospedar; a qualidade do hospedeiro; boa acolhida; recepção; tratamento afável, cortês, amabilidade; gentileza. Para Derrida (1999, p. 37) a hospitalidade é “uma atitude fundamental do eu em relação ao outro”. Conforme Lashley (2004), a hospitalidade centrada no receber visitantes e convidados em ambientes familiares é classificada como hospitalidade privada (doméstica), focada em especial na relação entre anfitrião e hóspede.

Em sociedades camponesas, “a hospitalidade e o dever em acolher tanto os vizinhos como os forasteiros representam um maior imperativo moral” (LASHLEY, 2004, p. 07). Lashley pontua, ainda, que nessas sociedades, qualquer falha em agir de modo adequado nessa relação anfitrião hóspede é tratada como condenação social, pois

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIÁS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

[...] o dever de proporcionar hospitalidade, de atuar com generosidade enquanto anfitrião e proteger os visitantes era mais do que uma questão deixada ao gosto dos indivíduos. As crenças a respeito da hospitalidade e as obrigações em relação aos outros estavam fixadas em ideias e visões sobre a natureza da sociedade e a ordem natural das coisas (LASHLEY, 2004, p. 7).

A religiosidade do mesmo modo que as festividades são aspectos importantes da “cultura italiana” em Arvorezinha (CAMILOTTO, 2015) - são elementos definidores dos traços culturais e da organização social dessa comunidade. O filó enquanto prática religiosa e festiva da comunidade arvorezinhense é uma prática bastante comum no município de Arvorezinha e que foi citada pela maioria dos entrevistados. Nas falas observou-se certo tom de nostalgia.

Em Arvorezinha, o filó é realizado no interior e na cidade, apesar de predominar no interior. Um dos entrevistados salientou que “[...] na cidade não usam aquilo, eu acho. Mas aqui nós na colônia fazemos ainda” (Morador 04, feminino, 87 anos, zona rural). Outro morador também abordou esse assunto: “Hoje não existe mais... existe, mas é pouco. Poucas as pessoas que dizem: ‘Ah vamo aí na outra casa, vamo passear’. Uma vez não, isso aí era... Que nem os vizinhos se visitavam, iam de noite, tudo” (Morador 02, feminino, 48 anos, antigamente zona rural, atualmente zona urbana).

Para ser considerado um filó, deve acontecer à noite, podendo ser em qualquer dia da semana, quando uma família ou grupo de amigos vai visitar outra família com uma ou mais finalidades: lazer, religião ou negócios. Não é obrigatório o convite do anfitrião, ou o aviso-prévio da visita, embora facilite que o dono da casa se organize para receber os visitantes. Implicitamente, várias regras são impostas, regras estas que serão descritas a seguir, como horário para terminar, quem é responsável pelas comidas e bebidas e a dívida criada entre anfitriões e hóspedes.

No contexto do filó, a alimentação e sociabilidade estão relacionadas. O alimento, através do filó, auxiliou na interação entre os imigrantes italianos. Afinal, eles reuniam-se para conversar, beber e comer (GOMES; LAROQUE, 2010). Gomes e Laroque (2010) destacam que quem oferecia as comidas e bebidas era a família anfitriã, os visitantes não levavam nada. Entre as comidas, a dona da casa “oferecia batata-doce cozida no forno, abóbora cozida, pinhões, pipoca, amendoim torrado, pão, salame, queijos, bolos e frutos da

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

época” (GOMES; LAROQUE, 2010, p. 40). Um dos entrevistados arvorezinhenses ao lembrar-se de sua infância destaca: “*ai tu comia pinhão, tu comia batata-doce, tomava mate, chimarrão, então era bem legal*” (Morador 08, 59 anos, feminino, zona urbana).

Percebe-se, assim, a presença da comensalidade. O comensal, segundo seu significado etimológico, é aquele que come à mesa com outro ou com outros. (RODRIGUES, 2012) Historicamente, a comensalidade apresenta-se como momento real e simbólico de integração entre as pessoas e está ligada à própria existência e constituição da sociedade. Durante o filó, a comensalidade supõe a solidariedade, o compartilhamento e a cooperação entre as pessoas. Nesse momento acontece a partilha do alimento, o convite a saborear-se degustando alimentos e comidas produzidos pelos anfitriões enquanto os laços de amizade são fortalecidos. O filó, então, pode ser visto como uma atividade social. A hospitalidade se faz presente na comensalidade através do prazer da convivência exercida através dela e das relações nela estabelecidas durante o filó.

A comensalidade, o ato de comer juntos, é um ato hospitaleiro fundamental no desenvolvimento da identidade cultural em Arvorezinha, pois transforma o filó em um momento de sociabilidade carregado de forte conteúdo social. A comida é o principal elemento constitutivo das relações de dádiva e reciprocidade, que se expressam não somente a partir da troca de alimentos, mas igualmente na comensalidade, na sociabilidade proporcionada pela comida, na honra que envolve apresentar fartura de alimentos para familiares, parentes e vizinhos.

Enquanto acontece o filó, o valor de uso da comida não se limita às suas qualidades alimentícias, ela envolve também suas qualidades como linguagem e identidade cultural, pois fala do pai, da família, do trabalho árduo na roça, da cultura imigrante onde Itália e Brasil estão presentes. A alimentação, no filó, envolve também outras dimensões como prazer e emoções e está inserida na hospitalidade quando envolve compartilhamento, sociabilidade, convivialidade, dádiva e até mesmo, em algumas circunstâncias, demonstração de status, aonde a família anfitriã expõe a grande colheita de frutos, as receitas que contém segredos conhecidos somente pelos membros desta ou a “mão boa” da dona da casa em fazer determinadas comidas.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Os anfitriões procuram satisfazer todas as possíveis necessidades de seus convidados com investidas culinárias, agradados personalizados, conforto, segurança e alegria, geralmente de acordo com as possibilidades que sua estrutura doméstica e financeira permite. Já os visitantes, ao sinalizarem o aceite do convite e retribuírem com sua presença, precisam compreender que estarão sob teto alheio e devem apresentar-se de maneira gentil, humilde e despretensiosa em relação aos anfitriões, atentos à cultura da casa e a seguir regras de bom comportamento, as quais auxiliam para o bem-estar mútuo. O anfitrião oferece a comida. É dever do visitante aceitar, ao menos no primeiro momento. No filó, a comida simboliza a relação de afeto e demonstra a preocupação do dono da casa em tratar bem o convidado. O visitante, ao aceitar, não faz desfeita e expressa que a estima é recíproca.

Da mesma maneira, por estar sob o controle do anfitrião, o visitante não pode pedir para comer ou beber algo, deve esperar pela comida a ser ofertada. Assim, ao mesmo tempo em que demonstra cumprir as regras da casa, sinaliza que deve ser bem tratado. Camargo (2004, p. 17) trata a hospitalidade “como um conjunto de leis não escritas que regulam o ritual social [...] cuja violação remete os indivíduos e as sociedades no campo oposto, a hostilidade”. A essência da etiqueta se aproxima da hospitalidade por meio de um código social também não escrito, baseado no bom senso, na educação, na sensibilidade com o próximo e, quando tais regras simbólicas são transgredidas no meio social, existe a possibilidade de tensões, desentendimentos e até mesmo a dissolução dos laços de amizade e familiaridade.

Uma dessas regras presentes do ato de fazer filó é a de que apesar da fartura de comidas e bebidas o filó não é uma janta, deve-se jantar em casa e dois sair para visitar o conhecido e fazer filó: “*Que nem os vizinhos se visitavam, iam de noite, tudo. [...] mais iam lá, contar causo, tomar chimarão, assim!*” (Morador 02, 48 anos, feminino, antigamente zona rural, atualmente zona urbana). Outra regra não escrita, mas abordada por um dos entrevistados arvorezinenses é o horário para o fim do filó: “*O serão¹⁸ é fazer um serão de noite, supor, vem outra família fazer o serão aqui, até as dez horas como a gente costuma né*” (Morador 04, 87 anos, feminino, zona rural).

¹⁸ O filó também é conhecido por “serão”.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A partilha da hospitalidade cria laços simbólicos e vínculos entre as pessoas envolvidas, sendo sua finalidade a inversão dos papéis, quando anfitrião se tornará hóspede e vice e versa. Vale pontuar que Lashley conclui que a hospitalidade privada “é um relacionamento baseado nas obrigações mútuas e, em última análise, na reciprocidade. [Pois] o hóspede torna-se o hospedeiro em outra ocasião” (LASHLEY, 2004, p.15).

O domínio da hospitalidade privada apresenta ainda uma característica essencial: a família nuclear enquanto anfitriã. Segundo Lashley (2004, p. 14), “a família nuclear introduz os indivíduos em regras, rituais, normas e costumes que modelam as atividades de hospitalidade no cenário social”. Esse fato coaduna com a perspectiva de Mauss (1988) na qual as relações recíprocas não são apenas desempenhadas por indivíduos, mas também por grupos, como as famílias. Por mais que a oferta de alimentos, bebidas e acomodação venha a representar atos de amizade, sabe-se que nessa modalidade de hospitalidade, o anfitrião possui um status de controle sobre as práticas que são concernentes aos hóspedes. Selwyn chega a determinar que:

Os atos relacionados à hospitalidade servem como um modo de articular as estruturas sociais. Esses atos proporcionam os meios simbólicos para permitir que as pessoas deixem os grupos sociais e também se juntem a eles, e para que as estruturas hierárquicas sejam, ao mesmo tempo, firmadas e legitimadas (SELWYN, 2004, p. 36).

Durante as recepções, os integrantes familiares festejam, comemoram e rememoram experiências de convivência passada, nutrindo assim, o fato de pertencerem ao mesmo laço consanguíneo. Porém, mesmo nas relações entre os familiares, a hospitalidade impõe divisas entre quem recebe e quem é visita: “A hospitalidade não consiste em dar um espaço ao outro, mas em receber o outro no seu espaço. [...] O espaço é sempre de quem recebe, do doador” (GODBOUT, 1997, p. 41). A presença da retribuição também é presente no ritual da hospitalidade e de acordo com Camargo (2004), deriva da dádiva fundante da hospitalidade, que deve ser recebida ou aceita, e quem recebe deve retribuir. Ou seja, essas trocas são regidas pela tríplice obrigação de dar – receber – retribuir, criando uma assimetria entre as pessoas, o que faz com que as trocas se perpetuem, fortalecendo os laços sociais.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A reciprocidade e a dádiva são apresentadas por Mauss (1988) enquanto ordem moral que perpassa as relações sociais e que pode ser traduzida pela obrigação, ligada à liberdade de dar, receber e retribuir. Observa-se que essas relações estão presentes no ritual do filó, aonde após a primeira visita cria-se uma dívida entre anfitrião e convidado aonde, posteriormente, ocorre uma troca de papéis: o anfitrião vira convidado e vice-versa. Além disso, a dívida ocorre no campo da comensalidade também: já que houve a partilha de comidas e bebidas no primeiro filó, no segundo também deve haver com fartura igual ou até superior, no terceiro também e assim consequente. A dívida acaba nunca sendo “paga”, ela se renova a cada filó.

A reciprocidade e a dádiva podem ser entendidas como uma linguagem que fala da família, da honra do pai e da mãe de família, relacionadas, como diz Woortmann (1990), a uma ética e moralidade camponesas. Essa ética pode ser observada durante os filós na medida em que, mesmo vivendo na cidade e estando inseridos na economia de mercado, os arvorezinhenses permanecem mantendo relações de troca, de reciprocidade e dádiva, como pode ser notado a respeito da organização dos filós:

Eu quando era criança, o meu pai tinha caminhão, então ele botava nós dentro do caminhão e a gente ia fazer filó na colônia, uma vez na casa de um amigo, do outro, do outro, do outro. A nossa relação, embora morasse na cidade, era totalmente com os colonos, por causa dos fretes né. Então eu me criei dentro da cidade, mas convivendo muito com o pessoal da colônia (Morador 08, 59 anos, feminino, zona urbana).

Camargo (2004) esclarece que toda ação (de dádiva) oferecida espontaneamente dentro do processo de hospitalidade implica em uma renúncia voluntária, a certos “sacrifícios” ocultos (despesas monetárias, tempo ao receber, disposição e tolerância acerca dos costumes da casa alheia) para que se estabeleçam interatividades. O ritual da hospitalidade pode ser iniciado na soleira da porta, no limite entre dois mundos, o exterior e o interior, pode ser considerado o momento de iniciação, a linha de demarcação de uma intrusão, pois Montandon (2003) afirma que a hospitalidade é intrusiva mesmo que se aceite as regras do outro. Ou seja, como acontece no filó, o espaço da casa é aberto para poucos, ou melhor, para as pessoas que fazem parte do convívio social da família, e também para aqueles que se tem o interesse de criar vínculos sociais entre as partes.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

No filó conversa-se. Inicialmente com o propósito de, juntas, as famílias superaram as adversidades encontradas no Brasil e saber notícias dos parentes que ficaram na Itália, o filó transformou-se em momento para difundir – através das comidas, bebidas, jogos, artesanato, mas, sobretudo, da linguagem oral – a “cultura italiana”. Gomes (2008, p. 53) destaca que “os velhos transmitiam, oralmente, aos mais jovens toda a sabedoria acumulada de geração em geração, ou seja, transmitiam a cultura italiana, para que ela se perpetuasse”. Um dos moradores de Arvorezinha destacou a importância dos “causos” contados durante o filó:

Porque cada... Porque o povo de antigamente, quando eles se reunião pra fazer os filós, eles contavam as anedotas, as histórias que eles chamavam, que nunca se sabe se é verdade, se é mentira, se é lenda, se não é lenda, o que que é verdade né, mas enfim, fazia parte da cultura deles né. Isso daí, a gente tá tentando resgatar essas histórias, tentando ver se sai mais um livro pra poder... Porque é muito interessante! (Morador 08, 59 anos, feminino, zona urbana).

Outro entrevistado relatou que era no filó que as pessoas tomavam conhecimento das novidades e que esse era, também, momento de desenvolvimento comercial:

Depois, depois geralmente no filó, eles atualizavam a página deles do Face daquela época. Eles botavam todas as notícias em dia: “Ah, o milho tá esse preço” “Eu tô vendendo uma junta de boi” “Ah, eu tenho 20 porco gordo, não sei quanto vender” “Ah vizinho, vende pro fulano de tal que paga melhor”. Era isso que acontecia, era uma troca de informações (Morador 05, 44 anos, masculino, antigamente zona rural, atualmente zona urbana).

No filó reza-se. O filó, em algumas ocasiões é, também, momento de expressão da religião dos participantes, através da reza do terço quando há a entrega da capelinha entre vizinhos¹⁹. Um dos moradores entrevistados explicou que quando os imigrantes italianos chegaram ao Rio Grande do Sul, como eram católicos, decidiram se reunir para rezar. Então as pessoas se reuniam, chegavam a ter trinta, quarenta famílias, uma vez na casa de uma, outra na casa de outra família, rezavam para a Nossa Senhora de Fátima e já aproveitavam

¹⁹ Com base em uma capelinha presente na residência de um morador arvorezinhense entrevistado, ela é um altar de madeira, com a Nossa Senhora de Fátima ao centro. Possui duas portinhas, sendo que são fechadas para ser transportada de uma casa à outra. No lado esquerdo do interior da porta há orações coladas. Já no lado direito está uma lista com o nome dos moradores que ela “visitará”. Abaixo da Nossa Senhora, há uma espécie de cofre, onde podem ser depositados donativos para a igreja. Existem várias capelinhas no município. Cada uma pode “visitar” até trinta famílias no mês, cada dia em uma casa, sendo que um vizinho deve levá-la no outro e assim consequente.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

para fazer um filó (Morador 05, 44 anos, masculino, antigamente zona rural, atualmente zona urbana).

O relato apresentado pelo entrevistado a respeito da reunião entre as famílias para rezar condiz com Gomes e Laroque (2010, p. 36) ao afirmarem que “foi através da religião que os primeiros imigrantes se encontraram consigo mesmos e com os outros”. Dessa forma, esses imigrantes perceberam-se iguais entre si e identificaram-se em meio ao desconhecido. Em virtude dessas junções entre famílias, decidiram construir a capelinha. Mesmo após a construção das igrejas, a capelinha se manteve e se mantém no interior e na cidade. Um entrevistado explicou como a Nossa Senhora “visita as famílias” da zona rural de Arvorezinha:

[...] cada vez que chegava a Nossa Senhora a gente reza o terço, que nem se é no interior daí os vizinho vão um na casa do outro fazer os filós. Um vizinho vai levar a Nossa Senhora na casa de outro, vão de noite. Daí cada um sabe o dia que chega a Nossa Senhora, daí vão, se reúnem, daí fazem um filó, ficam lá, conversam, tomam um chimarão, aí rezam o terço todo mundo junto, daí naquela casa. Depois na outra noite leva no outro vizinho. [...] Daí vai passando, conforme vai conforme vai indo a Nossa Senhora pra frente são os vizinho de lá que vão indo né, não é todo mundo que vai. Uma noite tá numa casa, os que mora perto ali vão, daí depois vão na outra casa, daí quando, conforme vai indo mais longe, é os vizinhos, os primeiros perto aí que vão e rezam o terço tudo junto (Morador 02, feminino, 48 anos, antigamente zona rural, atualmente zona urbana).

Outro entrevistado também destacou que a “visita” da capelinha era um acontecimento muito importante, principalmente ao reunir a reza com o filó: “E o pessoal fazia o filó, às vezes tinha aquela oração que te falo, muitas famílias tinha aquela oração direto, sem ter a capelinha. [...] Então quando vinha a capelinha né, era o evento!” (Morador 05, masculino, 44 anos, antigamente zona rural, atualmente zona urbana).

No filó canta-se. Gomes (2008, p. 39) afirma que “o canto para os imigrantes italianos, era uma maneira de esquecer as preocupações do dia-a-dia, uma verdadeira celebração de coragem diante das dificuldades”. A autora ressalta também que “o canto era um sedativo aos problemas do dia-a-dia” (GOMES, 2008, p. 58). Ribeiro (2004, p. 03) estudando “O lugar do canto” entre os imigrantes e na “cultura italiana”, destaca que:

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O espaço privilegiado para o canto associativo foi o filó [...] É durante o filó que, entre copos de vinho, emergem as canções que são executadas sem acompanhamento instrumental. Dessa forma, conserva-se o repertório do grupo nas suas variantes regionais, assim como se enriquece e se amplia.

No filó faz-se artesanato. O filó possui um aspecto econômico através do desenvolvimento comercial citado por um dos entrevistados e também através do artesanato. Ribeiro (2005 apud GOMES; LAROQUE, 2010, p. 39) destaca que o filó “oportunizou a manutenção e, por vezes, o surgimento do artesanato doméstico, quando as mulheres remendavam a roupa, teciam as rendas de crochê, fiavam e teciam o linho”. Um dos entrevistados arvorezinhenses lembrou-se em tom de nostalgia do artesanato feito durante o filó: “*Aquela socialização do filó, aquela socialização do artesanato, [...] que é muito gostosa*” (Morador 08, feminino, 59 anos, zona urbana).

Ribeiro (2004, p. 03) explica quais tipos de artesanato eram feitos:

Nessas ocasiões as mulheres faziam, principalmente, a dressa – trança de palha de trigo que daria origem aos chapéus e às sports. Remendar a roupa e fazer crochê eram outras atividades das mulheres no filó. Já os homens jogavam cartas e conversavam. Se o filó acontecia in cantina – no porão – desfolhava-se e debulhava-se o milho. Os homens podiam dedicar-se, também, a pequenas atividades artesanais como, por exemplo, fazer um cabo para a enxada ou tecer um cesto de vimes. As crianças brincavam com os sabugos do milho, ouviam histórias e, no verão, brincavam ao ar livre.

Ao analisar a citação de Ribeiro (2004) quando explica quais tipos de artesanatos eram feitos percebe-se uma clara divisão: as mulheres preocupavam-se com tecidos, linhas e palhas para fazer peças de vestuário e de decoração para embelezar suas casas. Já os homens faziam ferramentas a serem utilizadas no trabalho: o cabo de enxada para capinar ou o cesto para recolher frutos.

Outra divisão é apresentada por um dos arvorezinhenses entrevistados: “*as vez os homem joga carta, nós tomemo chimarrão, prosiemo, assim passa né*” (Morador 04, feminino, 87 anos, zona rural). Cada gênero possui a sua função, cria-se uma linha que não pode ser ultrapassada: jogar cartas é “negócio” de homem, às mulheres resta divertir-se fazendo o seu artesanato, comendo, tomando chimarrão e conversando. Já as crianças possuem liberdade maior para exercer suas funções: podem brincar da maneira que quiserem, desde que não

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

atrapalhem os adultos. Também são frequentes os grupos de jogos (de loto, de dominó, de cartas) entre os homens. Assim, através do filó, estes se encontram frequentemente, em rodízio entre as casas dos participantes. Aquele que recebe os parceiros de jogo em casa deve servir comida, sempre abundante, pois ali também está em questão o prestígio da família anfitriã frente os convivas.

No filó todos se divertem, mas cada um à sua maneira. Para Migot (2001, p. 48 apud GOMES, 2008, p. 53), “nas capelas, aos domingos, os homens e as mulheres não se juntavam, mas no filó juntavam-se em agradável convivência”. Apesar disso, cada um possui o seu papel, expressando, assim, as relações de gênero e geração, através de hierarquias. Toma-se como referência a posição ocupada por cada um dos elementos no sistema familiar, ocorrendo uma divisão das esferas de intervenção de homens e mulheres, bem como entre membros de diferentes gerações.

O filó que, antigamente, possuía, como principal função, a junção entre famílias para amenizar e suportar as adversidades encontradas no Rio Grande do Sul serve, atualmente em Arvorezinha, como espaço para enaltecer a “cultura italiana” dos descendentes de imigrantes italianos. No filó anfitrião e visitante, homem, mulher e criança, todos possuem seus papéis delimitados, papéis esses que não impedem que a confraternização e os laços de amizade sejam mantidos e fortalecidos.

Considerações finais

O filó é um momento em que a comunidade de Arvorezinha compartilha o alimento e realimenta laços sociais que reafirmam, através da reciprocidade, laços de sociabilidade. É assim, que o ato de ir à casa de um vizinho ou outro membro da comunidade logo após o jantar, implica igualmente que a visita será retribuída, reproduzindo-se também nessas ocasiões, o princípio da reciprocidade e da dádiva.

Assim, o filó apresenta-se como um modo privilegiado de organização comunidade arvorezinhense em torno do princípio da hospitalidade, a partir do conceito de reciprocidade proposto por Mauss (1988). A reciprocidade está alicerçada no movimento de dar, receber e retribuir, constituindo laços sociais, alicerçado na obrigação, associada à liberdade de retribuir. A prática do filó é uma das relações de reciprocidade que eram realizadas nas

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

comunidades rurais onde residiam os descendentes de italianos e que quando estes que migraram para a cidade trouxeram consigo essa prática e mantêm, mesmo que com menor frequência, reforçando, assim, os laços familiares, comunitários e identitários.

Nesse contexto, a prática do filó é um ato de hospitalidade dessa comunidade. Eles compartilham o momento de sociabilidade, eles jogam, conversam, comem, bebem, dançam, cantam, rezam e preparam os alimentos de modo a valorizar suas origens, exercitam relações solidárias e fraternas, e dividem o que têm. O filó pode ser considerado uma prática de apropriação e produção da cultura, e possibilita a reapropriação de valores aparentemente perdidos e desvalorizados em sociedades globalizadas.

Referências

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CAMILOTTO, S. **Cultura Italiana e Turismo em Arvorezinha/RS: Percepção da Comunidade Local**. Pelotas, 2015. 133f. Monografia (Bacharelado em Turismo). Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2015.

DERRIDA, J. **Gramatologia**. São Paulo: Perspectiva, 1999

DIAS, C. M. M. (org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Editora Manole: Barueri, São Paulo. 2002.

GODBOUT, J. T. **O Espírito da Dádiva**. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

GOMES, V. F. **Os filós comunitários e a cultura italiana**. 2008. 122f. Monografia (Licenciatura em História). Centro Universitário Univates, Lajeado, 2008.

GOMES, V. F.; LAROQUE, L. F. S. História e cultura dos italianos e seus descendentes: o costume do filó em localidades do Vale do Taquari/RS. **Revista Destaques Acadêmicos**, ano 02, n. 02, p. 33-43, 2010.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em 05 jan. 2015.

LASHLEY, C. Para um Entendimento Teórico. In: LASHLEY, C. MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO



06 DE NOVEMBRO
DE 2015

LOPES, S. N. **O patrimônio histórico e cultural sob a ótica do poder público no Vale do Taquari/RS**. 2012. 120f. Dissertação (Mestrado em Patrimônio Cultural). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa: Edições 70, 1988.

MILANO, D. K. **Uma Vila Operária na Colônia Italiana: O Caso Galópolis (1906-1941)**. 2010. 184f. Dissertação (Mestrado em História). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

MONTANDON, A. Hospitalidade: ontem e hoje. In DENCKER, A. F.M. BUENO; M. S. (Orgs) **Hospitalidade: Cenários e Oportunidades**. São Paulo: Pioneira-Thomson, 2003.

MONTEIRO, C.; LADEIRA, R.; SILVA, B. R.; GATELLI, R. A Influência do Estudo da Língua e Cultura Italiana no Processo Decisório da Compra de Produtos de Mesma Origem. In: Seminários em Administração FEA-USP, X Semead, 2007, São Paulo. **Anais**, São Paulo, p. 01-15, 2007.

NICOLINI, C. Análise das representações dos imigrantes através do material de propaganda turística no Vale do Taquari. In: IX Encontro Nacional dos Pesquisadores do Ensino de História, 2001, Florianópolis. **Anais**, Florianópolis, p. 01-15, 2001.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARVOREZINHA. Disponível em:
<<http://www.arvorezinhars.com.br>> Acesso em 05 mai. 2015.

RIBEIRO, C. M. P. J. O lugar do Canto. In: RIBEIRO, C. M. P. J.; POZENATO, J. C. **Cultura, imigração e memória: percursos e horizontes – 25 anos do Ecirs**. Caxias do Sul: Educs, p. 339-345, 2004.

RODRIGUES, H. A. F. Alimentação como fonte de sociabilidade e de hospitalidade. **SINAIS**, n.12, v. 01, p. 85 – 100, dez. 2012.

SELWYN, T. Uma antropologia da hospitalidade. In: LASHLEY, C. MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004.

WOORTMANN, K. Com parentes não se negocia: o campesinato como ordem moral. **Anuário antropológico/87**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1990.

Turismo de Intercâmbio: Uma Análise sobre a Motivação para a Escolha do Brasil como Destino

Leonardo Paloschi²⁰; Paula Nora²¹;

Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai

Resumo: O presente trabalho tem por intuito identificar os fatores decisivos para a escolha do Brasil como destino para a realização de intercâmbio. A pesquisa teve caráter exploratório-descritivo, de corte qualitativo. Para tanto, utilizou-se pesquisa bibliográfica e documental, além de entrevistas. Foram consultadas bibliografias pertinente às teorias do turismo, turismo cultural e turismo de intercâmbio. Analisou-se material relativo ao departamento de Relações Interinstitucionais e Internacionais da Universidade de Caxias do Sul, em especial no site da instituição, bem como documentos disponibilizados pela secretaria do Programa de Línguas Estrangeiras. As entrevistas foram realizadas com os estudantes do primeiro semestre do Programa de Língua Estrangeira da referida universidade. Embora os resultados não sejam conclusivos vale destacar, como fatores motivacionais, os convênios de cooperação entre universidades, a proximidade geográfica entre o país de origem e o Brasil, a facilidade dos trâmites legais, e a cultura brasileira.

Palavras-chave: Turismo de Intercâmbio; Estudantes Estrangeiros; Motivação; Programa de Línguas Estrangeira; Universidade de Caxias do Sul.

Considerações Iniciais

Atualmente, independentemente da condição socioeconômica, faixa etária ou situação acadêmica, milhares de intercambistas migram temporariamente, ao redor do mundo, almejando novas experiências culturais, seja bancando sua própria viagem, seja por meio de bolsas de estudo ou outros tipos de incentivo, oferecido por entidades apoiadoras. Além da oportunidade de aprimorar a formação intelectual, grande parte dos estudantes ainda vislumbra desfrutar do local visitado, vivenciando sua cultura. No entanto, sabe-se que o comportamento do consumidor atual vem mudando numa escala nunca presenciada, tornando-se fundamental conhecer seus anseios e desejos, para que seja possível atender suas expectativas.

Em um mundo globalizado, onde se diferenciar adquire importância a cada dia, os turistas exigem, cada vez mais, roteiros turísticos que se adaptem às suas

²⁰ Discente do Bacharelado em Turismo do Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai.

²¹ Docente do Bacharelado em Turismo do Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

necessidades, sua situação pessoal, seus desejos e preferências. (BRASIL. Ministério do Turismo, 2010, p. 7).

Surge assim, a justificativa para a realização deste trabalho, que tem por intuito identificar os fatores decisivos para a escolha do Brasil como destino para a realização de intercâmbio. Trata-se de uma pesquisa exploratório-descritiva, de corte qualitativo. Para atender aos objetivos utilizou-se: a) pesquisa bibliográfica e documental; e b) entrevistas. Foram consultadas bibliografias pertinente às teorias do Turismo, turismo cultural e turismo de intercâmbio. Analisou-se material relativo ao departamento de Relações Interinstitucionais e Internacionais da Universidade de Caxias do Sul (UCS), em especial no site da instituição, bem como documentos disponibilizados pela secretaria do Programa de Línguas Estrangeiras (PLE). As entrevistas foram realizadas com os estudantes do primeiro semestre do PLE, da referida universidade.

Sobre Turismo e Turismo Cultural

O turismo é um fenômeno complexo e de proporções imensuráveis. Em sua acepção contemporânea está alicerçado no desejo pela mudança de ambiente, apreciação de cenários, contato com a natureza, entre outros aspectos. Está cada vez mais acessível em consequência da abertura das fronteiras e, ainda, em virtude do desenvolvimento dos mercados e aperfeiçoamento dos meios de transporte. (ACERENZA, 2002). A Organização Mundial de Turismo, afirma que turismo:

[...] compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. (OMT, 2001, p. 38).

Para Andrade (2000, p. 38) o fenômeno envolve uma gama de atividades e serviços pertinente aos “deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento”. Apesar da problemática que envolve a conceituação de Turismo, acredita-se que ele deva ser abordado como atividade que inclui, concomitantemente: a) deslocamento de indivíduos; b) sua motivação; c) tempo livre; e d) consumo.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Sabe-se que os deslocamentos, de maneira geral, acarretam conhecimento aos visitantes, porém, em diferentes níveis. Caracteriza-se, então, como Turismo Cultural as viagens com propósitos diretamente relacionados “à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 15).

A definição desse segmento imprime o modo e a motivação de como o turista vivencia a cultura, incluindo o desejo de compreender as características do local visitado e a vontade de interagir e participar ativamente de experiências. Para Barretto (2007, p. 89), “é todo o turismo no qual o principal atrativo não é a natureza, mas os aspectos da cultura humana, que pode ser a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer dos aspectos abrangidos pelo conceito de cultura”. Há, ainda, subcategorizações dentro do segmento de Turismo Cultural. Um deles é chamado Turismo de Intercâmbio e constitui-se da “movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional”. (BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 15).

Nas últimas décadas tem-se presenciado, com maior intensidade, a migração temporária de estudantes de diversas partes do planeta, em busca de aventura e conhecimento, aliados à imersão em novas culturas. Um estudo realizado pela *Brazilian Education & Language Travel Association* (BELTA, 2011) aponta que, no âmbito de estudos e intercâmbio, os destinos mais procurados são a Europa, com 47% da totalidade; e a América do Norte, com 35%; enquanto a América Latina é responsável por singelos 5% da procura.

Apesar da escassez de bibliografias conceituando o Turismo de Intercâmbio com fins especificamente culturais, pode-se traçar um comparativo entre essa modalidade contemporânea e o *Grand Tour*, do século XVIII. Barretto (1988), p. 135-136) expõe as diferenças entre o *Grand Tour* e o Intercâmbio Cultural atual, afirmando que:

Diferentemente do turista do século XVIII que viajava sob a tutela de um mestre que lhe dizia o que devia ver com quem devia relacionar-se, como devia comportar-se, o turista contemporâneo perfila-se como um ser reflexivo que faz sua própria leitura dos lugares de acordo com o seu embasamento cultural prévio, é uma pessoa que não precisa de um agente ou guia para lhe dizer o que ver e o que não ver, apenas

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

pode precisar de alguém que lhe ajude a interpretar o que está vendo. (BARRETTO, 1988, p. 135-136).

Por meio dessa afirmação a autora é precisa em avaliar que na contemporaneidade as pessoas são mais autônomas nas suas escolhas e no modo de viajar. O Ministério do Turismo (2010, p. 15), delimita o conceito de Turismo de Estudos e Intercâmbio com base na motivação, na busca por atividades e programas de aprendizagem, que podem promover o desenvolvimento pessoal e profissional e define “constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional”. (BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 15). A Associação Brasileira de Intercâmbio Cultural acrescenta: conhecer hábitos, costumes, tradições, idioma local, entre outros aspectos. (ABIC, 2008).

O perfil do turista de estudos e intercâmbio, no entanto, varia de acordo com cada modalidade de estudo. Tais turistas, em geral, possuem dinheiro suficiente para viajar pelo país durante sua estada e privilegiam a busca por conhecimento e visitas a novos lugares, em detrimento ao luxo. Assim, procuram alternativas econômicas de hospedagem como casas de famílias, albergues e residências estudantis, usufruindo maior parte do seu dinheiro com deslocamentos domésticos, gastronomia e outros aspectos culturais. Os cursos de idioma e os ligados às artes são os que possuem maior amplitude etária, oscilando entre 15 e 45 anos. (BRASIL. Ministério do Turismo 2010).

Intercâmbios Promovidos pela Universidade de Caxias do Sul

Nas últimas décadas, o Brasil tem recebido uma quantidade significativa de intercambistas, de diferentes partes do mundo. O mercado convencionou como intercâmbio “toda e qualquer viagem de estudos de idiomas, cursos de áreas específicas, estágios no exterior, trabalho remunerado, ou seja, toda e qualquer viagem com a função de agregar algum conhecimento” (GIARETTA, 2003, p. 34). Acompanhando essa tendência, a Universidade de Caxias do Sul (UCS) tem acolhido estudantes que procuram, por vezes conhecimento acadêmico, por vezes a oportunidade de aperfeiçoar a língua portuguesa, além da vivência da cultura regional e brasileira. De acordo com seu site institucional, mantém



parceria com cerca de cento e noventa instituições, em vinte e oito países, envolvendo quatro continentes, assim distribuídas:

- a) **América:** 82. Canadá (5), Estados Unidos (8), México (4), Cuba (6), Honduras (2), Argentina (32), Bolívia (1), Chile (3), Colômbia (8), Equador (1), Paraguai (3) e Uruguai (9);
- b) **África:** 1. Moçambique (1);
- c) **Ásia:** 10. Coréia do Norte (1), Israel (1), China (4), Tailândia (1) e Rússia (3); e
- d) **Europa:** 100. Alemanha (11), Espanha (30), Finlândia (1), França (16), Inglaterra (1), Itália (16), Noruega (1), Portugal (21), Romênia (1) e Suíça (2).

O Programa de Português para Estrangeiros tem por finalidade agregar ações de extensão relacionadas ao ensino de português para estrangeiros envolvendo, ainda, projetos culturais acadêmicos. Dessa forma, oferece modalidades de cursos com estadas curtas, médias e longas, em diferentes períodos do ano. São disponibilizados certificados, após seu término exitoso, tornando possível aos intercambistas validarem as horas de estudo da língua portuguesa como atividades complementares, em suas universidades de origem. É preciso mencionar que os estrangeiros que não possuem certificação de proficiência em língua portuguesa e que pretendem cursar disciplinas, em nível superior na Universidade de Caxias do Sul são, obrigatoriamente, submetidos ao teste para obtenção do Certificado Internacional de Língua Portuguesa (CILP).

Análise

Na tentativa de identificar os fatores decisivos para a escolha do Brasil como destino para a realização de intercâmbio, coletou-se de informações utilizando os seguintes instrumentos: a) pesquisa documental; e b) entrevista com intercambistas: realizadas em Caxias do Sul, nos meses de maio e junho de dois mil e quinze, com estudantes do Programa de Língua Estrangeira (PLE), da Universidade de Caxias do Sul, matriculados no primeiro semestre do curso de língua portuguesa.

As entrevistas foram desenvolvidas a partir de um roteiro de perguntas, pré-

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

estabelecidas e testadas, por meio de uma pesquisa piloto. Cabe destacar que, o questionário foi aplicado com a autorização da coordenação do Programa de Línguas Estrangeiras (PLE).

Obteve-se sete pesquisas, relativa à quatro mulheres e três homens, o que significa a totalidade de intercambistas matriculados no primeiro semestre do curso de língua portuguesa para estrangeiros da UCS. As entrevistas foram realizadas em língua portuguesa, por solicitação dos próprios intercambistas, apesar de haver a possibilidade de serem feitas em língua inglesa. Optou-se por não mencionar o nome dos entrevistados, identificando-os com uma respectiva letra.

Os quadros apresentados a seguir se tratam de um resumo dos dados obtidos por meio das entrevistas e foram elaborados com o intuito de facilitar a compreensão e a análise das respostas.

Pesquisado	QUESTÃO 1 País de origem
A	México
B	República do Congo
C	Peru
D	Venezuela
E	Equador
F	Equador
G	França

Em relação ao país de origem, observa-se que grande parte dos entrevistados, 71,43%, provém do continente americano; sendo 57,14% mais precisamente da América do Sul. De nacionalidade europeia têm-se 14,29% e africana outros 14,29% do total. Fica evidente que a questão da distância, em termos geográficos, mostra-se como um facilitador para a realização do intercâmbio, embora, outro elemento importante possa ser a questão da proximidade de idiomas, já que todos os países americanos, aqui citados, possuem o espanhol como língua oficial. No entanto, cabe ressaltar que embora a UCS mantenha convênio com cerca de vinte e oito países, somente 50% dos entrevistados, considerando seis nacionalidades, provém de países nos quais a instituição mantém parcerias.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

QUESTÃO 2	
Pesquisado	País de residência
A	México
B	República do Congo
C	Brasil
D	Brasil
E	Equador
F	Equador
G	França

Do total de sete pesquisados, dois (28,57%), possuem visto de residente temporário, que permite aos estrangeiros estudar e trabalhar no país. Talvez por essa razão, o país de residência informado por eles, foi o Brasil. Os outros cinco (71,43%), possuem vistos de estudante, demonstrando que o tipo de visto concedido influencia no senso de pertencimento.

QUESTÃO 3		QUESTÃO 4	
Pesquisado	Tempo de permanência no Brasil	Pesquisado	Tempo de duração do curso
A	5 meses	A	4 meses
B	4 anos e 5 meses	B	4 anos e 5 meses
C	2 anos e 5 meses	C	Não definido
D	2 anos	D	3 meses
E	5 meses	E	4 meses
F	5 meses	F	5 meses
G	2 anos	G	2 anos

Em relação ao tempo total de permanência no Brasil, se comparado ao tempo de duração do curso, verificou-se que três intercambistas (42,86%) permanecerão no país por um período superior ao do curso. Outros três (42,86%) ficarão o tempo exato dos estudos; e um deles (14,29%), não possui definição quanto à data do seu retorno. Observa-se, assim, que alguns intercambistas optaram por permanecer no país além do período dos estudos, para poderem desfrutar de atividades de interesse específico, seja essa profissional ou de lazer, conforme relataram.

QUESTÃO 5		QUESTÃO 6	
Pesquisado	Porque optou por estudar a língua portuguesa	Pesquisado	Nível de conhecimento do idioma antes da viagem
A	Aprender a língua	A	Nenhum
B	Poder estudar	B	Nenhum
C	Aprender a língua	C	Básico
D	Aprender a língua	D	Nenhum
E	Aprender a língua	E	Nenhum
F	Aprender a língua	F	Nenhum
G	Aprender a língua	G	Nenhum

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Por meio das questões 5 e 6 percebeu-se que 100% dos intercambistas pesquisados têm por objetivo principal aprender a língua portuguesa. No entanto, há diferenças em relação às suas motivações. Verificou-se, igualmente, que apenas o estudante proveniente do Peru, possuía conhecimento básico do idioma.

De acordo com o depoimento de 85,71% dos intercambistas, estudar a língua portuguesa é importante e trata-se de seu terceiro idioma, pois possuem o inglês como segundo. Ainda, para eles, os intercâmbios possuem características que influenciam positivamente no currículo, sendo bem vistas perante o mercado de trabalho. Experiências desse porte são capazes de auxiliar no desenvolvimento pessoal, estimulando habilidades como flexibilidade, tolerância, respeito, liderança, entre outras citadas.

Sabe-se que a língua é um instrumento importante nos relacionamentos sociais, sendo assim, o estudo do idioma local apresenta-se como um mecanismo de aceitação e inclusão.

Pesquisado	QUESTÃO 7	
	Ficou em dúvida entre o Brasil e outros países	
A	Sim	China e Coréia do Sul
B	Não	
C	Sim	Alemanha
D	Sim	Estados Unidos
E	Não	
F	Não	
G	Não	

Percebeu-se, observando a questão 7, que quatro pessoas (57,14%), não tiveram dúvida para a tomada de decisão e três pessoas (42,86%) consideraram ir para outros países. A entrevistada “A” mencionou China e Coréia do Sul como possíveis destinos, mas acabou optando pela Brasil em decorrência da proximidade geográfica e linguística. O pesquisado “C” enfatizou que sua primeira opção era a Alemanha, porém, enfrentou dificuldades burocráticas. A entrevistada “D” chegou a considerar os Estados Unidos e acabou optando pelo Brasil em função da proximidade do idioma português com o espanhol, sua língua mãe.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

Pesquisado	QUESTÃO 8
	Fatores decisivos para a escolha do Brasil
A	Cultura - língua - mesmo programa de graduação
B	Cultura - língua - natureza
C	Cultura - língua - natureza
D	Namoro - saúde - trabalho
E	Língua - educação - arquitetura
F	Língua - graduação - TCC
G	Cultura - graduação - turismo

Na questão 8 solicitou-se que os entrevistados listassem os três fatores decisivos para a escolha do Brasil como destino. Obtiveram-se vinte e uma possíveis respostas, assim distribuídas, ao relacionar o termo com sua frequência: Língua (5); Cultura (4); Graduação (3); Natureza (2); Namoro (1); Educação (1); Arquitetura (1); Trabalho (1); Saúde (1); TCC (1); Turismo (1). Os termos graduação, trabalho de conclusão de curso e educação, foram unidos numa categoria única, nomeada estudos, por considerar que se tratam do mesmo tipo de motivação. Assim, tem-se que, língua e estudos lideram a lista de fatores decisivos, ambos com 23,81% cada. Em seguida, o termo cultura, com 19,05%; natureza com 9,52%; e por fim, namoro; arquitetura; trabalho; saúde; e turismo, com 4,76% cada.

Ao observar a primeira resposta de cada entrevistado, considerando ser o motivo que mais teve influência na tomada de decisão, nota-se que quatro (57,14%) elencaram o desejo de conhecer uma cultura diferente. A língua foi a primeira resposta para outros dois (28,57%) e o namoro apareceu como o fator determinante em um caso (14,29%). Percebe-se, então, que a relação entre o intercâmbio e o aprendizado da língua portuguesa é reforçada pelo uso recorrente do termo, na resposta dos pesquisados. No entanto, é preciso salientar que, apesar do aprendizado ou aprimoramento de uma língua estrangeira ter sido o elemento mais mencionado, eles citam a interação com novas culturas e o aperfeiçoamento profissional como fatores preponderantes no processo de escolha do país para a realização do intercâmbio.

O fator cultural é preponderante para os intercambistas e refere-se ao hábitos, costumes e modo de vida dos brasileiros. Para a intercambista “A”, do México, a cultura local é bastante diversificada, rica e diferente da do seu país. O “B”, da República do Congo, diz que a cultura brasileira é bastante diferente da sua, de origem. O “C”, do Peru, menciona que o Brasil é uma mistura de cultura indígena, africana e europeia. Já a “G”, da França, afirma

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

que a cultura brasileira possui algumas semelhanças com a europeia, mas carrega uma marca própria.

Pesquisado	QUESTÃO 9 Como ficou sabendo do PLE
A	Relações internacionais da UCS
B	Relações internacionais da UCS
C	Relações internacionais da UCS
D	Propaganda de Rádio
E	Site da UCS
F	Relações internacionais da UCS
G	Relações internacionais da UCS

Por meio das respostas obtidas na questão 9, percebeu-se que a grande maioria dos intercambistas, 71,43%, mencionaram o departamento de Relações Internacionais da UCS, como sendo o canal divulgador do Programa de Línguas Estrangeiras. Cabe ressaltar que, conforme relatos dos responsáveis, a referida instituição tem intensificado suas ações, em âmbito internacional, ampliando sua rede de parcerias, no intuito de favorecer a mobilidade acadêmica e a socialização do conhecimento, para além das fronteiras territoriais. Contudo, conforme citado na Questão 1, a UCS mantém convênio com apenas 50% dos países dos quais provém os entrevistados.

Outro dado relevante tem a ver com o fato do continente europeu, com o qual a instituição mantém a maioria dos convênios internacionais, 100 no total, ser o responsável pela emissão de apenas um intercambista, no primeiro semestre de 2015, na disciplina de português para estrangeiros do PLE. A América Latina, por outro lado, é responsável por 71,43% dos matriculados, reforçando a ideia de que os latinos, por uma questão de logística e proximidade com a língua, sejam maioria.

Acredita-se, assim, que os intercambistas tenham obtido informações de forma espontânea, por meio da internet, já que o advento da globalização é capaz de ampliar o acesso aos meios de comunicação.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

QUESTÃO 10	
Pesquisado	Por qual razão você escolheu o PLE
A	Programa oferecido pela UCS
B	Aguardando nível avançado
C	Aprendizado e sociabilidade
D	Interesse pelo ambiente universitário e praticar a língua
E	Programa oferecido pela UCS
F	Adequado ao horário
G	Programa oferecido pela UCS

Dos sete intercambistas, três (43%) afirmaram que a razão pela qual escolheram o PLE é o programa em si. Um deles (14,3%) está estudando em nível intermediário e pretende ingressar no nível avançado. Outro (14,3%) mencionou ter interesse em praticar o idioma e desfrutar o ambiente universitário. Outro ainda, (14,3%) afirmou que o horário se adequa ao curso de graduação no qual está matriculado. Por fim, o último entrevistado (14,3%) citou a questão da sociabilidade, permitida ao participar de uma atividade como essa.

QUESTÃO 11	
Pesquisado	Você se preparou para o intercâmbio
A	Sim, com troca de informações
B	Não
C	Não
D	Não
E	Sim, pesquisou sobre o país
F	Não
G	Sim, nas questões burocráticas e na cultura

A respeito de realizarem algum preparativo antes da viagem, 57,14% afirmaram não terem se preparado de nenhuma forma. Já, 42,86%, responderam ter se preparado, pesquisando alguns dados sobre o Brasil, como clima local; aspectos gerais da cultura; e procedimentos burocráticos capazes de viabilizar a viagem e a estada. Considerando que nos dias de hoje o acesso à informação está a um clique de distância, acredita-se haver um público com espírito aventureiro, que deseja conhecer a cultura do país visitado, apenas *in loco*. Talvez pelo gosto da surpresa, ao se deparar frente a frente, com o desconhecido.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

QUESTÃO 12	
Pesquisado	O que você sabia sobre o Brasil
A	Cultura, desigualdade social e natureza
B	Futebol, samba e cristo Redentor
C	Samba, Futebol e mulatas
D	Samba e futebol
E	Arquitetura, problemas econômicos, futebol, samba e praias.
F	Religião, arquitetura e música
G	Samba, Futebol, corrupção, praia, calor, amizade, perigo e

A questão 12 forneceu dados bastante emblemáticos, emergindo vinte e sete respostas em dezessete termos, assim distribuídos, em razão da frequência: Samba (5); Futebol (5); Praia (2); Arquitetura (2); Natureza (1); Cultura (1); Mulatas (1); Religião (1); Música (1); Amizade (1); Calor (1); Caipirinha (1); Cristo Redentor (1); Corrupção (1); Desigualdade social (1); Perigo (1); e Problemas econômicos (1). Os termos samba e futebol foram os que mais apareceram, mencionados cinco vezes (18,52%) cada, demonstrando que essas referências ainda norteiam o imaginário dos estrangeiros em relação ao Brasil. Os termos praia e arquitetura foram citados duas vezes (7,41%) cada. Já, os demais treze diferentes termos apontados, apareceram apenas uma vez cada (3,70%).

O governo brasileiro ciente que o país é estereotipado com símbolos como samba, mulatas, futebol e praias, vem buscando modificar a imagem do Brasil, por meio do Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional, que se trata do primeiro programa científico de promoção do país no exterior, desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) que,

[...] identificou a necessidade da elaboração de um estudo que oferecesse uma matriz de planejamento estratégico, capaz de orientar a promoção do Brasil no exterior e de contribuir para ampliar o ingresso de turistas estrangeiros e de divisas no País. (EMBRATUR, 2008).

Cabe apontar que a EMBRATUR foi criada no ano de 1966. Na época, chama-se Empresa Brasileira de Turismo e tinha como principais funções formular, coordenar e executar a Política Nacional de Turismo. No ano de 2002, porém, passou a se encarregar da promoção, marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior. A sigla EMBRATUR foi mantida, porém, o órgão passou a se chamar Instituto Brasileiro de Turismo e está vinculado ao Ministério do Turismo.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Dessa forma, apesar dos esforços e neles incluem-se a realização de grandes eventos mundiais como o Pan-Americano 2007 e a Copa do Mundo 2014, o Brasil continua bastante estereotipado no exterior. Sabe-se, contudo, que trata-se de um trabalho que, apesar de intenso, possui um retorno lento, pois requer a mudança de padrões consolidados e fortemente estabelecidos na mente nas pessoas.

Pesquisado	QUESTÃO 13
	Diferenças entre o que imaginava e a realidade encontrada
A	Comida, diversidade cultural e o clima
B	Clima e pouca tolerância com o diferente
C	Frio e diversidade cultural
D	Pessoas educadas e a diversidade cultural
E	Clima, dificuldade com a língua
F	O clima
G	Cultura rica

Por meio da questão 13, que trata sobre as diferenças entre o que os intercambistas imaginavam e a realidade encontrada, obteve-se, relacionando os termos com a frequência mencionada: Clima (5), sendo clima (4) e frio (1); Diversidade cultural (4), sendo diversidade cultural (3) e cultura rica (1); Pessoas educadas (1); Comida (1); Dificuldade com a língua (1); e Pouca tolerância com o diferente (1). Clima foi o termo que mais emergiu, em cinco (38,46%) das treze respostas. Isso se relaciona diretamente com a questão 11, em que os intercambistas afirmaram não ter se preparado para o intercâmbio e, conseqüentemente, não sabiam da amplitude térmica e diversidade climática, típicas de um país com as dimensões do Brasil.

Os dados dessa pesquisa não foram suficientes para compreender se, no caso dos estrangeiros estarem cientes sobre o clima frio, encontrado nos estados do sul, esse fator seria capaz de influenciar na escolha do destino. O termo diversidade cultural, citado quatro vezes (30,72%), pode ser relacionado com as respostas obtidas na questão 12, por meio da qual percebeu-se que os estrangeiros possuem um imaginário estereotipado do Brasil. Assim, ao chegarem no país, surpreendem-se com a regionalidades culturais encontradas.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

QUESTÃO 14	
Pesquisado	O que mais gosta em relação à vivência no Brasil
A	Receptividade
B	Estudar a língua
C	Diversidade cultural
D	Diversidade cultural
E	Estudar a língua
F	Cultura
G	Receptividade

Questionados sobre o que mais gostam em relação à vivência no Brasil, os intercambistas apresentaram uma visão bastante homogênea. A cultura e diversidade cultural aparecem em 42,86% das respostas. A receptividade do brasileiro em 28,57% e o estudo da língua em outros 28,57%. Fica evidente, portanto, que a totalidade das respostas obtidas estão diretamente ligadas ao material humano, confirmando o que prediz o senso comum, que o melhor do Brasil é o brasileiro. Contudo, cabe observar que a diversidade cultural e a receptividade dos brasileiros não foram mencionadas pelos entrevistados na questão 13, o que leva a crer que esses fatores não são decisivos na escolha do Brasil como destino de intercâmbio.

QUESTÃO 15	
Pesquisado	O que você menos gosta em relação à vivência no Brasil
A	Clima e insegurança
B	Preconceito racial
C	Pessoas pouco comunicativas
D	Custo de vida elevado
E	Dificuldade de não poder se comunicar na língua portuguesa
F	Insegurança
G	Frio

Os intercambistas foram questionados, na questão 15, sobre o que eles menos gostam em relação à vivência no Brasil, totalizando oito respostas. Os termos apareceram na seguinte frequência: Clima (2); Insegurança (2); Dificuldades com a língua (1); Pessoas pouco comunicativas (1); Custo de vida elevado (1); e Preconceito racial (1).

No que tange os pontos negativos, verificou-se novamente que o clima frio foi destacado, nesse caso em 25% do total de respostas. O termo insegurança apareceu na mesma frequência, 25%. Os outros quatro pontos negativos tiveram apenas uma citação cada

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

(12,5%), sendo dificuldade de comunicação em razão do idioma, pessoas pouco receptivas, custo de vida elevado e preconceito racial.

Nesse sentido, é interessante observar que os pontos negativos mencionados poderiam ter sido facilmente identificados, antes da viagem, caso os intercambistas tivessem feito uma breve pesquisa sobre o país. Porém, ao preferirem a surpresa, obviamente, sujeitam-se também ao encontro de elementos considerados desagradáveis.

Pesquisado	QUESTÃO 16	
	Você recomendaria o Brasil para a realização de intercâmbios	
A	Sim	
B	Sim	
C	Sim	
D	Sim	
E	Sim	
F	Sim	
G	Sim	

Do universo total de pesquisas aplicadas neste trabalho verificou-se que, apesar dos pontos negativos destacados, observados nas questões anteriores, 100% dos entrevistados recomendaria o país como destino de intercâmbio. Fica evidente, assim, que diversidade cultural, a receptividade do brasileiro e o estudo da língua portuguesa, se sobrepõem aos aspectos negativos como clima, insegurança e dificuldade com a língua.

Considerações Finais

Sobretudo é preciso mencionar que este trabalho não se esgota em si mesmo. Ao contrário, por meio dele, foi possível perceber que respostas levam à novas perguntas, num ciclo sem fim, chamado ciência. Contudo, embora essa pesquisa tenha produzido mais questionamentos do que resultados precisos, alguns pontos merecem destaque.

Primeiramente, vale ressaltar o fato da maioria dos entrevistados, quatro, serem do sexo feminino (57,14%), com idade entre 20 e 32 anos; enquanto três eram do sexo masculino (42,86%), com idade entre 21 e 27 anos. Apesar de não ser uma diferença significativa numericamente, trata-se de um dado relevante, na média que reflete o posicionamento da jovem mulher, na era contemporânea. Já, em relação ao objetivo deste trabalho, que buscou

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

identificar os fatores decisivos para a escolha do Brasil como destino de intercâmbio, verificou-se algumas possíveis razões.

Acredita-se que a Universidade de Caxias do Sul, por meio das ações desenvolvidas pelo seu Departamento de Relações Internacionais, seja um dos fatores influenciadores, porém, não decisivo, já que 50% dos entrevistados, considerando seis nacionalidades, provém de países com os quais essa a instituição não mantém parcerias.

Além disso, todos os entrevistados afirmaram que o objetivo do intercâmbio era aprender a língua portuguesa. Entretanto, três intercambistas responderam que o Brasil foi sua segunda opção, sendo que, a disputa ocorreu com países que não tem a língua portuguesa como idioma oficial. Essas informações são, ao menos aparentemente, conflitantes o que leva a crer que não se trata do aprendizado da língua portuguesa, mas da facilidade e agilidade dos trâmites legais para uma temporada de estudos no Brasil, ao se comparar com outros países.

Ainda, no que tange os fatores de decisão foi possível perceber que os pesquisados citaram, diversas vezes, que a cultura brasileira e sua diversidade tiveram grande influência na sua escolha pelo país. No entanto, ao serem perguntados sobre o que conheciam do Brasil, mencionaram samba, futebol, praia e outros símbolos estereotipados, que se confirmou na questão em que foram solicitados a listar as diferenças, fazendo um comparativo entre o que imaginavam sobre o país e o que encontraram, de fato.

Assim, apesar de toda a tecnologia e acesso à informação, essa cultura brasileira que influencia a decisão dos estrangeiros, provavelmente, seja àquela que está no seu imaginário e, não, a realidade do país. Isso provocou outro questionamento. Até que ponto todos os esforços dos órgãos brasileiros em modificar a imagem do país no exterior são totalmente benéficos, já que essa imagem estereotipada é amplamente capaz de atrair visitantes? Talvez esse seja o ponto de partida para novos estudos e a maior contribuição deste trabalho.

Referências

ACERENZA, M. A. **Administração do turismo:** conceituação e organização. Bauru: EDUSC, 2002.

ANDRADE, J. **Turismo e qualidade:** fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 2000.

ABIC. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INTERCÂMBIO CULTURAL. Disponível em:



<www.abic.org.br>. Acesso em: 01 mai. 2015.

BARRETTO, M. **Cultura e turismo**: discussões contemporâneas. Campinas: Papirus, 2007.

BARRETTO, M. O Grand Tour Revisitado. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (org.). **Turismo com ética**. Fortaleza: FUNECE, 1998.

BELTA. Brazilian Education & Language Travel Association. Disponível em: www.belta.org.br. Acesso em: 05 abr. 2015.

BRASIL. EMBRATUR. Disponível em: <www.embratur.gov.br>. Acesso em: 08 jun. 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. 3ª. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Estudos e Intercâmbio**: orientações básicas. 2a. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

GIARETTA, M. J. **Turismo da juventude**. Barueri, SP: Manole, 2003.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Why Tourism?** Disponível em: <www.unwto.org/aboutwto/why/en/why.php?op=>> Acesso em: 15 mai. 2015.

UCS. UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL (UCS). Cooperação Internacional. Disponível em: <www.ucs.br/site/cooperacao-internacional/assessoria-de-relacoes-interinstitucionais-e-internacionais/>. Acesso em: 28 abr. 2015.



Análise Crítica do Discurso Aplicada às Canções do Projeto Publicitário da Embratur Encuentros en Brasil

Fernanda Pinto dos Santos Matthes²²; Gisele Silva Pereira²³
Universidade Federal de Pelotas

Resumo: O projeto publicitário *Encuentros en Brasil* é parte de uma série de ações realizadas pela Embratur para divulgar o país e atrair turistas estrangeiros para a Copa do Mundo FIFA 2014. Foi desenvolvido com a participação de seis cantores latino-americanos, que compuseram canções sobre o Brasil e viveram experiências turísticas no país. O projeto resultou em uma série de TV com doze episódios de trinta minutos e seis músicas disponibilizadas online. O objetivo deste artigo é analisar o discurso das canções de *Encuentros en Brasil*, utilizando a Análise Crítica do Discurso de Fairclough (1995; 2001) e considerando o protagonismo da Embratur no processo de formação de uma imagem hegemônica do Brasil (ALFONSO, 2006). Conclui-se, a partir desta análise, que as canções se limitam a reproduzir uma imagem do Brasil já existente, reforçando estereótipos como a musicalidade e a sensualidade da mulher brasileira. Considera-se que a Embratur, ao promover o Brasil através do projeto, reforçou algumas imagens que ela mesmo vendia desde a sua criação, em 1966.

Palavras-chave: Turismo; Análise Crítica do Discurso; Embratur; Encuentros en Brasil.

Introdução

Segundo Bignami (2005), a formação de uma imagem se dá pela interação do indivíduo e a realidade, com a mediação de dois filtros: a capacidade sensorial, que é limitada e não absorve todas as sensações apresentadas no dia a dia, mas seleciona e classifica as mais interessantes ao sujeito; e o filtro social, que faz com que se interiorizem as visões de mundo da maneira como ele é dado socialmente, ou seja, de acordo ao período e situação histórica

²² Acadêmica do 8º semestre do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Endereço eletrônico: fernandamatthes@hotmail.com.

²³ Doutora em Hospitality, Leisure and Tourism Management pela Oxford Brookes University (Inglaterra). Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Especialista em Gestão de Marketing pela Universidade Católica de Pelotas (UCPEL). Bacharel em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Professora adjunta no Departamento de Turismo da Faculdade de Administração e Turismo (FAT), da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Endereço eletrônico: gisele_pereira@hotmail.com.



em que o indivíduo se encontre. Assim, as imagens não são apenas subjetivas, pois recebem a influência do mundo das ideias circulantes e ideologias. Este, por sua vez, se manifesta através de discursos como a linguagem, por meio da qual “tendemos a exteriorizar o que interiorizamos com a aprendizagem, de modo que estamos propensos a expressar aquilo que aprendemos como sendo aceitável socialmente” (BIGNAMI, 2005, p. 30). Segundo a autora, os meios de comunicação, de um modo geral, baseiam-se na formação de discursos estereotipados aceitos socialmente, ou seja, sentidos criados historicamente a partir de fatos, mitos ou lendas. O grande poder dos meios de comunicação não se encontra, portanto, na reprodução de estereótipos, mas na sua credibilidade e alcance.

Morgan e Pritchard (1998²⁴ apud KAJIHARA, 2008) afirmam que as imagens de um lugar podem ser classificadas em dois níveis: imagens orgânicas, que representam a vida social e os meios de comunicação, e imagens projetadas, que são diretamente influenciadas pela promoção turística. Eles afirmam que não há muita diferença entre os níveis, pois as imagens da cultura popular podem influenciar o marketing turístico, sugerindo a:

Existência de uma espiral de ideias predominantes que são frequentemente utilizadas pelos meios de comunicação, pelas artes e pelo sistema turístico [...] dessa forma, a imagem é constantemente repetida nos discursos dos interlocutores e, por acúmulo, pode caracterizar um lugar (KAJIHARA, 2008, p. 21).

A Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo, é uma autarquia do Ministério do Turismo que tem como missão “promover o Brasil como destino turístico no exterior para incrementar a entrada de divisas e visitantes, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país” (EMBRATUR, 2015, p. 12). Segundo Alfonso (2006, p. 4), a Embratur pode ser entendida como um agente protagonista no processo de formação de uma imagem hegemônica do Brasil, pois sua vocação é traduzir a imagem do país a ser veiculada, tanto para os estrangeiros quanto para os próprios brasileiros. Com o objetivo de atrair turistas estrangeiros para a Copa do Mundo FIFA Brasil 2014, o Instituto desenvolveu uma série de campanhas publicitárias, como o projeto *Encuentros en Brasil*, em parceria com a gravadora Trama e as agências beGIANT Advertainment e Neogama/BBH, no qual seis artistas latino-

²⁴ MORGAN, Nigel, e Annette PRITCHARD. *Tourism promotion and power: creating images, creating identities*. New York. Editora Wiley, 1999.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

americanos escreveram canções sobre o Brasil e viajaram pelo país para viver experiências turísticas e gravar um videoclipe em paisagens brasileiras. O projeto resultou em uma série de TV com doze episódios de trinta minutos, exibida pelo canal pago HBO em 53 países. Seis canções produzidas pelos artistas foram lançadas em um álbum, distribuído em serviços de música na internet, como o Spotify e o GooglePlay, assim como foram divulgados diários de viagem, um aplicativo de *Encuentros en Brasil* e videoclipes. Conforme exposto, o objetivo do artigo é analisar o discurso produzido nas canções dos artistas convidados do projeto *Encuentros en Brasil*, considerando a linguagem como mediadora do processo de criação de sentidos e o protagonismo da Embratur na formação de uma imagem do Brasil, a ser reproduzida no exterior e no próprio país.

Metodologia

Com a finalidade de atingir o objetivo proposto se opta pela utilização da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 1995; 2001), considerando que este modelo teórico metodológico possibilita a compreensão de textos produzidos por instituições, organizações ou grupos dominantes que “constituem, mantêm e naturalizam determinadas visões de mundo (objetos, maneiras de agir e pensar) e, por consequência, garantem (ou modificam) aquelas relações de poder” (VAN DIJK 1993²⁵ apud RODRIGUES, 2013, p. 110). O discurso, sob a ótica da Análise Crítica do Discurso - ACD, é o “uso da linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexos de variações situacionais” (FAIRCLOUGH, 2001 apud RODRIGUES, 2013, p. 110). Fairclough²⁶ propõe um conceito tridimensional para a análise do discurso, no qual todos os eventos discursivos possuem: um texto, que depende das escolhas linguísticas (dimensão descritiva); um exemplo de prática discursiva, que faz a mediação entre o texto e a prática social (dimensão interpretativa); e um exemplo de prática social, relacionada aos aspectos exteriores do discurso, como circunstâncias políticas e organizacionais que influenciam na sua produção e determinam a construção de identidades e de relações sociais (dimensão explicativa). O autor considera que

²⁵ VAN DIJK, Teun A. Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*. v. 4, n. 2, p. 249-283, Abr. 1993.

²⁶ 1995 apud Rodrigues 2013, p. 111.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

a ênfase em uma das dimensões da análise do discurso pode variar de acordo com a natureza e objetivos da pesquisa. O presente artigo contempla as três áreas propostas pelo autor, porém, devido ao tempo e a dimensão deste trabalho, enfatiza a discussão da prática social, que reflete sobre a influência das ideologias existentes no discurso. Considera-se como ideologia as “construções da realidade, significados próprios do mundo físico, das relações sociais, das identidades sociais, que guiam as práticas discursivas e contribuem para a produção, reposição e/ou transformação das relações de dominação” (FAIRCLOUGH, 2008²⁷ apud SANTOS; BISPO; DOURADO, 2015, p. 61). Opta-se por analisar todas as canções produzidas no projeto *Encuentros en Brasil*, totalizando seis canções. Além disso, é importante destacar que algumas informações extraídas da série de TV com doze episódios, resultante do projeto, também foram utilizadas para dar embasamento à análise das canções. A importância do projeto reside no fato de que ele é uma das mais recentes campanhas publicitárias da Embratur, portanto pode ser utilizado como material de análise para verificar quais imagens do Brasil turístico são veiculadas atualmente a nível internacional. Segundo a beGIANT advertainment²⁸, *Encuentros en Brasil* esteve no ar durante cento e cinquenta e seis horas, tempo que corresponde a mais de 18 mil comerciais de trinta segundos. Nos jornais, foram registradas 300 publicações em 21 países. O projeto teve 41 mil de curtidas nas redes sociais Facebook e Instagram. No Twitter, a hashtag (#) “Encuentrosenbrasil” teve 41 milhões de tweets, sendo que 6,6 milhões de pessoas foram impactadas em apenas um dia.

Imagem do Brasil turístico

Bignami (2005) afirma que a imagem do Brasil turístico pode ser dividida em cinco categorias: O Brasil Paraíso, “um Éden primordial ainda em estado selvagem” (2005, p. 123), talvez a imagem mais utilizada para atrair turistas, explorando as belas paisagens, o bom clima, um destino ideal e utópico; O Lugar do Sexo Fácil, que relaciona o Brasil com o pecado e faz referência a sensualidade da mulher brasileira; O Brasil do Brasileiro, que inclui as qualidades atribuídas ao povo, como a musicalidade, a hospitalidade e a felicidade; O País do Carnaval, imaginário do Brasil como centro de manifestações desportivas, culturais e

²⁷ FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008.

²⁸ "Encuentros en Brasil" - case study / branded content. beGIANT advertainment. 2014. Disponível em: <[youtube.com/watch?v=0iPLckgUGpo](https://www.youtube.com/watch?v=0iPLckgUGpo)>. Acesso em: setembro, 2015.



artísticas veiculadas em nível mundial, como a música e o futebol; O Lugar do Exótico e do Místico, relacionado com a presença negra e manifestado em rituais que combinam sensualidade e mágica.

O protagonismo da Embratur na construção da imagem turística do país pode ser visualizado através do material produzido pelo Instituto, como o fez Alfonso (2006), que analisou as imagens veiculadas pela Embratur entre 1966 a 2002, com o intuito de verificar se tal material contribuiu na formação de um estereótipo do Brasil. Segundo a autora, a publicidade visual da Embratur foi modificada ao longo dos anos, começando com a veiculação de folders e cartazes com imagens de mulheres seminuas em praias paradisíacas no Rio de Janeiro e Nordeste, passando a representações do Brasil exótico (baianas, pescadores e carnaval), espaço de história, cultura (miscigenação do país, com ênfase em manifestações como a capoeira, religiões afro-brasileiras e carnaval), ecologia (Floresta Amazônica, Cataratas do Iguaçu) e modernidade (arquitetura de Brasília, turismo de negócios em São Paulo). Em suas conclusões, a autora cita que o trabalho da Embratur não apenas respondeu às expectativas do setor de aumentar o fluxo de turistas estrangeiros e divulgar o país no exterior:

Mas também implicou no surgimento ou recrudescimento de impactos tremendamente negativos para o imaginário local e internacional acerca do Brasil — violência, banalização de aspectos culturais etc. — hoje difíceis de ser solucionados. (ALFONSO, 2006, p. 128).

Focando a Análise

Encuentros em Brasil recebeu dois prêmios internacionais: troféu de Prata na categoria Melhor Mídia do festival *El Ojo de Iberoamerica*, que ocorreu em Buenos Aires, em novembro de 2014; e troféu Safira (equivalente a prata) na categoria Melhor Uso ou Integração de Música, durante o Cristal Festival, na estação de esqui Courchevel, nos Alpes Franceses em dezembro de 2014. Os países, artistas convidados e canções compostas (com seus respectivos tempos de duração) foram:

- Uruguai: Jorge Drexler - “*Desde el día em que Brasil me abrió sus brazos*” (2:15)
- Argentina: Kevin Johansen - “*Cada persona es un Brasil*” (2:55)

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

- Chile: Francisca Valenzuela - “*Reina Tropical de Brasil*” (4:30)
- Peru: Alejandro y Maria Laura - “*Jardín de Brasil*” (2:42)
- Colômbia: Andrea Echeverri - “*Adoro el Brasil*” (1:42)
- México: Natalia Lafourcade - “*Buenas Brasil en Mexicano*” (4:20)

A seguir, são apresentadas, na íntegra, e discutidas cada uma das canções acima mencionadas.

Jorge Drexler: *Desde el día en que Brasil me abrió los brazos*
En el cuerpo una sonrisa y en la sonrisa un retazo de una alegría sutil
Desde el día en que Brasil me abrió sus brazos
Llené los ojos de verde y añil y el corazón cambió el paso
Con un balanço gentil aquel día en que Brasil me abrió sus brazos
Me abrió sus brazos y yo abrí a Brasil los míos
Y aquel abrazo dejó fuera el dolor, fuera el frío.

Jorge Drexler é o compositor apresentado nos episódios um e dois da série de TV *Encuentros en Brasil*. Devido a sua popularidade no país, Drexler pode ser considerado uma peça chave do projeto, como se nota em seu protagonismo nas reportagens sobre o projeto: “Uma das estrelas da série é o cantor uruguaio Jorge Drexler, popular no Brasil desde que venceu o Oscar de Melhor Canção Original pelo filme ‘Diários de Motocicleta’ (...)”²⁹; “(...) vinda ao Brasil de seis dos principais artistas da música latino-americana, como o uruguaio Jorge Drexler, vencedor do Oscar 2005 de melhor canção original no filme Diários de Motocicleta, do cineasta Walter Salles”³⁰. No episódio um da série, Drexler conta que a letra da música “*Desde el día en que Brasil me abrió los brazos*” surgiu durante o voo de ida ao país, quando participaria do projeto. Devido a sua carreira artística, o cantor viaja há pelo menos dez anos ao Brasil. Afirma que gosta de escrever suas músicas a partir de emoções reais, sendo neste caso a felicidade que sentiu ao saber que país o receberia uma vez mais. Ao

²⁹ Embratur. Encuentros en Brasil começa nesta semana. 2014. Disponível em: <<http://zip.net/btr3xN>>. Acesso em: setembro, 2015.

³⁰ Portal Brasil. Projetos publicitários são premiados na Argentina. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/11/projetos-publicitarios-sao-premiados-em-festival-argentino>>. Acesso em: setembro, 2015.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

transferir este sentimento para a canção, ele utiliza a metáfora “*me abrió sus brazos*”, que pode significar tanto a imagem da hospitalidade do brasileiro como uma menção indireta ao Cristo Redentor, uma vez que, no final da canção, também abre seus braços ao Brasil, em um abraço que “*dejó fuera el dolor, fuera el frío*”, em referência ao clima tropical do país. Em “*llene los ojos de verde y añil*”, o autor estaria chegando ao Brasil, pois menciona ver duas cores da bandeira brasileira: o verde, que representa a floresta, e o azul anil, que seriam os rios e o céu do país. Esta escolha vai além da referência patriota, pois indica a pretensão de reafirmar o estereótipo do Brasil Paraíso, no qual estaria o verde da selva e o azul da praia e do bom clima. Finalmente, quando o país o recebe “*Con un balanceo gentil*”, Drexler traz a referência da dança, de um país musical e sensual, que balançaria gentilmente com os braços abertos para o estrangeiro.

Kevin Johansen: *Cada persona es un Brasil*

*Algo se esconde en tu horizonte, algo encendido en tu interior
Hay un secreto en Ouro Preto, una belleza bajo perfil
Cada persona es un Brasil, Brasil
En la sonrisa de su mirada la gente esconde minas doradas
Hay un secreto en Ouro Preto una belleza bajo perfil
Cada persona es un Brasil, laya rara
Cada persona es un Brasil, una belleza bajo perfil
Algo se esconde en tu mirada, algo encendido en tu interior
Hay un secreto en Ouro Preto, una belleza bajo perfil
Cada persona es un Brasil, en la sonrisa de su mirada
La gente esconde miras doradas, hay un secreto en Ouro Preto
Una belleza bajo perfil, cada persona es un Brasil*

Kevin Johansen nasceu no Alasca (EUA) e aos 11 anos se mudou para a Argentina, país de origem da sua mãe. No episódio três de *Encuentros en Brasil*, visita Minas Gerais, estado no qual grava o videoclipe da canção “*Cada persona es un Brasil*”. Em sua composição, Kevin conversa com o estado de Minas Gerais ao utilizar o pronome *tu* para designar horizonte, Belo Horizonte, e em *su interior* faz referência a Ouro Preto. Utiliza a metáfora ao construir o trecho principal, “*cada persona es un Brasil*” e justifica ter buscado inspiração no fato de que o país tem pessoas de todas as raças, uma mistura de várias culturas que resultou na identidade brasileira. Este discurso provém do mito das três raças originárias (índio, negro e branco), ideologias do começo do século XX, que, segundo Bignami (2005, p.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

124), “forjaram um caráter nacional brasileiro, fundindo as culturas contrastantes presentes no território, selecionando deliberadamente algumas manifestações culturais, reinterpretando-as e divulgando-as ao mercado”. Nas frases “*Algo se esconde en tu horizonte*” e “*Hay un secreto en Ouro Preto, una belleza bajo perfil*”, Kevin apresenta um Brasil exótico e desconhecido – e que talvez o seja, para o estrangeiro que desconhece Minas Gerais, visto que Bignami postula que poucas cidades brasileiras são conhecidas no exterior, estando Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo, Brasília, Capitais do Nordeste e a região da Amazônia, entre as mais populares. No trecho “*en la sonrisa de su mirada la gente esconde minas doradas*”, o autor faz uma breve referência ao povo brasileiro, que sorri com os olhos, um olhar de segredos, também misterioso.

Alejandro e Maria Laura: *Jardín de Brasil*

Descubrí un pasaje secreto a Brasil en mi cuarto y crucé la frontera del patio

Porque dice la gente del barrio que en el jardín vecino hay fiesta todo el año

En mi pueblo hace meses me encuentran desaparecido

*Nadie sabe que vivo bailando y que aquí los estoy esperando cruzando la vereda en
Brasil*

Un día el hombre perdido regresó a su casa sin explicación

Esa noche hubo un temblor porque la tierra quiso bailar al ritmo de su canción.

Alejandro e Maria Laura são os representantes do Peru e participam dos episódios cinco e seis da série. Contam que através do projeto fariam sua primeira viagem ao Brasil e que escrever uma música sobre o país antes de visitá-lo foi um desafio. Em “*Jardín de Brasil*” os autores optam por narrar uma história fictícia na qual retratam o Brasil como um lugar de musicalidade, dança e festa; é o País do Carnaval: “*en el jardín vecino hay fiesta todo el año*”, “*Nadie sabe que vivo bailando*”. O título da canção sugere o Jardim do Éden, um Brasil paraíso, “localidade rica em vitalidade, recursos naturais e bom clima”³¹. Além disso, a narrativa remete à ideia do Brasil místico, e como exemplos, o surgimento de uma passagem secreta ao Brasil, em “*Descubrí un pasaje secreto a Brasil en mi cuarto*”; o desaparecimento do ator que cruzou este caminho, “*En mi pueblo hace meses me encuentran desaparecido*”; e o retorno para casa, que aconteceu repentinamente, “*El hombre perdido regresó a su casa sin explicación*”. A narrativa ainda sugere que este estilo de vida é

³¹ Bignami (2005, p. 124).

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

exclusivo do Brasil, razão pela qual o ator permanece no país, dançando e esperando a chegada dos demais integrantes de seu grupo “*aquí los estoy esperando cruzando la vereda en Brasil*”. Este conceito é reafirmado pelos autores no momento da canção em que o ator retorna ao país de origem e ocorre “*un temblor porque la tierra quiso bailar al ritmo de su canción*”.

Francisca Valenzuela: *Reina Tropical de Brasil*

*La fruta que llora, me hace feliz
Crece en la palma, me hace sentir
¿Por qué lloras? ¡Riquitibombom! Ven a bailar, no llores más,
Lloras, no llores más
Soy tu reina tropical, reina tropical, reina tropical de Brasil
¿Cómo describirla? La fruta que llora
¿Cómo describirla? La fruta que llora, me hace sentir
¿Por qué tiene pena? Si tiene Brasil
¿Por qué tiene pena? Si tiene Brasil, si tiene playa y tiene sol
¿Por qué lloras? ¡Riquitiquibombom!
Ven a jugar, no llores más, llora, no llores más
Dada la mordida y va a ser, va a ser lo que tú querías sin saber
Será, será el sabor de sus lágrimas
¿Por qué lloras? Ven a bailar, no llores más, llora
Soy tu reina tropical, reina tropical, reina tropical de Brasil*

Francisca Valenzuela é a artista chilena convidada nos episódios sete e oito do projeto. Sua canção possui um tom poético, no qual a compositora utiliza a metáfora para ressaltar a singularidade de uma fruta típica brasileira. Também se dirige ao leitor/ouvinte, para convencê-lo a provar esta fruta. “*La fruta que llora*” é uma metáfora para o açaí, que durante o processo de despolpo libera uma grande quantidade de suco, o que representaria, na canção de Valenzuela, as lágrimas da fruta. Utiliza a onomatopeia em “*riquitibombom*” para imitar o som de um pandeiro, instrumento utilizado na composição do samba, um dos principais ritmos presentes no imaginário sobre o Brasil. Oliven (1989) analisa o fenômeno de apropriação de manifestações culturais específicas de grupos sociais e sua transformação em símbolos nacionais.

O samba pode ser utilizado como um exemplo, pois era produzido em favelas e reprimido com severidade, até seu sentido cultural ser apropriado e transformado em símbolo

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

nacional a partir do carnaval. Segundo Ortiz (1985, p. 135), “a memória nacional se refere a uma história que transcende os sujeitos e não se concretiza imediatamente no seu cotidiano”. O autor afirma que a memória popular é particularizada, enquanto a memória nacional é universal e “não pode se constituir como o prolongamento dos valores populares, mas sim como um discurso de segunda ordem” (1985, p. 137).

Em “*Ven a bailar, no llores más*”, reafirma a colocação de que este país é musical, com uma dança que contagia o povo e não permite que haja tristeza. A compositora se auto intitula Rainha Tropical do Brasil, admitindo uma situação de superioridade, dona desta terra que chama de tropical e privilegiada por desfrutar do Paraíso Brasil. Trabalhando com a metáfora do açaí, a compositora pergunta “*¿Por qué tiene pena? Si tiene Brasil, si tiene playa y tiene sol*”, talvez em uma aproximação com a realidade do povo brasileiro, que em junho de 2013, um ano antes da Copa do Mundo, denunciou a realidade do país através de protestos. De acordo com Singer (2013), as manifestações do período podem ser divididas em três fases: 1) Cidade de São Paulo, nos dias 6, 10, 11 e 13, com o objetivo de reduzir o preço das passagens do transporte público (Movimento Passe Livre, MPL).

Na terceira manifestação, em 11 de junho, muitas cenas de destruição do patrimônio, violência e repressão policial foram reportadas, atraindo a simpatia do grande público; 2) Manifestações dos dias 17, 18, 19 e 20 de junho, com a presença de outros grupos da sociedade e uma jornada de 75 mil pessoas em São Paulo. Estas traziam mensagens em cartazes como “Copa do Mundo eu abro mão, quero dinheiro pra saúde e educação”, “Queremos hospitais padrão FIFA”, mostrando o descontentamento do povo em relação a este evento, bem como a carência de políticas públicas em áreas como a saúde e a educação. Em Fortaleza, na quarta (19), dez mil pessoas entraram em confronto com a polícia antes e depois da partida entre Brasil e México, na Copa das Confederações.

Nesse mesmo dia, em São Paulo, se atende à primeira reivindicação dos protestantes, revogando o aumento da tarifa do ônibus; 3) A última etapa, do dia 21 até o final do mês, é marcada pela fragmentação do movimento em mobilizações parciais com objetivos específicos. No sábado (22), em Belo Horizonte, cerca de setenta mil pessoas protestaram contra os gastos para a Copa, diante do jogo entre Japão e México. O movimento foi dissolvido pouco a pouco, porém até o fim das manifestações, a mídia internacional já havia

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

colocado em xeque a imagem do Brasil do Brasileiro, hospitaleiro e cordial, o país que “llora”, mas não deveria chorar, pois, segundo a compositora “*tiene sol y tiene playas*”. Finalmente, ainda sobre a metáfora do açaí, a autora apresenta de maneira subjetiva o tema do pecado brasileiro e da liberação sexual, no qual “*a fruta que llora*” representa o fruto proibido, que em uma mordida transmite a sensação de ser “*lo que tú querías sin saber*”.

Andrea Echeverri: *Adoro el Brasil*

*Adoro el Brasil, yo quiero ir
Risas y músicas, con amigos compartir
Porque somos vecinos, abramos corazones y caminos
Porque somos hermanos, cercanos, latinoamericanos
Um, dois, três, quatro
Yo no quiero hablar inglés, quiero aprender portugués
Con la reina del pop no cantaría, sí con Caetano en Salvador de Bahia
Y si me voy de tour mejor me quedo en América del Sur
Yo no quiero hablar inglés, quiero aprender portugués
No quiero meter un gol, no quiero ser la mejor, solo espero que te guste mi canción
No quiero meter un gol, no quiero ser la mejor, solo espero que en cielo brille el sol.*

Andrea Echeverri é colombiana e participa dos episódios nove e dez de *Encuentros en Brasil*. A compositora segue a linha de raciocínio utilizada pelos demais autores, trazendo “*risas y músicas, con amigos compartir*” como uma experiência a ser desfrutada no Brasil, país da musicalidade e do povo hospitaleiro. Ela busca, através de “*Adoro el Brasil*” aproximar os dois países, que são vizinhos, porém ainda precisam abrir caminhos para se relacionar, com sua sugestão, “*abramos corazones y caminos*”. Entretanto, segundo a Abril³², a Colômbia é o sexto país que mais comprou ingressos para as partidas da Copa do Mundo de 2014, com um total de 56.638 bilhetes adquiridos, ficando atrás apenas do Brasil, Estados Unidos, Argentina, Alemanha e Inglaterra. Todavia, apenas através de investigações mais densas seria possível analisar como se dão as relações entre estes dois países sob a ótica do turismo. Os trechos “*Yo no quiero hablar inglés, quiero aprender portugués*” e “*si me voy de tour mejor me quedo en América del Sur*” expõem um protesto sutil contra a imposição da

³² Redação Placar. Torcida dos EUA foi a segunda maior durante a Copa de 2014. Disponível em: <<http://zip.net/bxsjd9>>. Acesso em: setembro, 2015.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

cultura norte-americana, o que vai encontro ao contexto social e histórico no qual a compositora está inserida:

Quando se analisa a história da política exterior colombiana, logo fica evidente que, em grande parte do tempo, ela esteve permeada por uma forte influência dos EUA. Seja por pragmatismo, convicção ou conveniência das elites políticas e econômicas do país, ou por sugestões, intervenções ou imposições dos EUA, o fato é que, desde a perda do Panamá, no início do século XX, a Colômbia tem uma relação muito próxima aos norte-americanos (SANTOS, 2010, s/p).

A compositora reforça sua mensagem ao dizer que não cantaria com a rainha do pop, título dado a cantora norte-americana Madonna, mas sim com Caetano Veloso em Salvador. Nos últimos dois trechos se utiliza a anáfora, a repetição de versos com o objetivo de reforçar o sentido da frase: “*No quiero meter un gol, no quiero ser la mejor*”. O trecho pode significar que a autora não centra seu interesse na promoção do Brasil para a Copa de 2014, mas quer difundir a sua música, de acordo ao que assinala em “*solo espero que te guste mi canción*”. Ela finaliza alegando que espera que o sol brilhe, adicionando uma referência a imagem do Brasil Paraíso.

Natalia Lafourcade: *Buenas Brasil en Mexicano*

*Buenas Brasil en Mexicano, saludo las luces que hay en tu ciudad
Gracias Brasil en mexicano, por abrir tus brazos, quererme abrazar
¿Cómo le voy hacer con tanto calor? Tanto color se desborda de tu selva
¿Cómo le voy hacer con tanto sabor? Tan cachondo que se desborda en tus caderas
Yo solo quiero bailar, bailar y bailar descalza sobre tu arena mi cuerpo a tirar
Yo solo quiero gozar, gozar y bailar samba para tu marea
Buenas Brasil en mexicano en tus ríos se escucha susurros de amor
Beso frutal de caipirinha para ponerme feliz, un poco más tropical
Habré esperado tanto tiempo para venir a verte y saludar a tus palmeras
Habré esperado tanto tiempo para venir y así contar historias de candela
Yo solo quiero mirar tu luna, mirar hasta que se haga de día
Yo le quiero cantar*

Natalia Lafourcade é mexicana e participa dos últimos dois episódios (11 e 12) de *Encuentros en Brasil*. Assim como Drexler, apresenta a metáfora do abraço, “*Gracias Brasil en mexicano, por abrir tus brazos, quererme abrazar*”. Porém, não mantém este enfoque nas seguintes estrofes, se dedicando, trecho após trecho, em apresentar um Brasil que é a

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

combinação de três imagens: o Brasil Paraíso, o Lugar do Sexo Fácil e o País do Carnaval. O paraíso está presente em referências ao calor e à selva: “¿Cómo le voy hacer con tanto calor? Tanto color se desborda de tu selva”, mas também em experiências, do Brasil com seus oásis de natureza ainda não contaminada³³. Como exemplos: “descalza sobre tu arena mi cuerpo a tirar” e “saludar a tus palmeras”.

No trecho “en tus ríos se escuchan susurros de amor”, a autora utiliza o termo sussurros de amor como um eufemismo da palavra sexo. Dialogando com o Brasil, em “¿Cómo le voy hacer con tanto sabor? Tan cachondo que se desborda en tus caderas”, a autora diz não saber como lidar com a tesão (cachondo) que “transborda nos quadris” deste país. Também espera receber um “beso frutal de caipirinha” para estar mais feliz, mais tropical. Ela segue uma tendência na qual não apenas as mulheres brasileiras são lindas, sensuais e de fácil acesso, mas praticamente tudo o que lembra Brasil tem algo de sensual³⁴. A imagem do país como Lugar do Sexo Fácil é ainda mais reforçada no trecho em que a autora afirma estar esperando muito tempo para conhecer o Brasil, local onde contaria ou viveria “histórias de candela”. Candela significa quente, fogo, sedução, portanto ela estaria posicionando o país como um destino turístico onde o sexo é um elemento de fácil aquisição³⁵. Ao longo da música a autora menciona que enquanto estiver no Brasil apenas quer dançar e desfrutar: “yo solo quiero gozar, gozar y bailar samba para tu marea”, observando a lua “hasta que se haga de día”, em uma imagem do País do Carnaval.

Considerações finais

Através da Análise Crítica do Discurso (ACD) foi possível identificar o discurso das canções produzidas pelos artistas convidados do projeto *Encuentros en Brasil*. Acredita-se, a partir da análise realizada, que os compositores se limitaram a reproduzir uma imagem do Brasil já existente, apostando em estereótipos como a musicalidade e a sensualidade da mulher brasileira. Talvez o equívoco dos criadores do projeto esteja no fato de que as canções tenham sido escritas antes das vivências turísticas, o que levou os compositores a produzirem

³³ Bignami, 2005, p. 113.

³⁴ Bignami, op. cit., p. 114.

³⁵ Bignami, op. cit., p. 113.



suas músicas com base apenas no que sabiam sobre o país, influenciados por “estereótipos, preconceitos, valores culturais e o saber social” (BIGNAMI, 2005, p. 32). Cabe ressaltar que esta influência proveio da mesma Embratur, que pode ser considerada protagonista no processo de formação de uma imagem do Brasil. Portanto, ao promover o Brasil através do projeto *Encuentros en Brasil*, a Embratur apenas reforçou algumas imagens que ela mesmo vendia desde sua criação, em 1966: o Brasil do paraíso, do sexo, do carnaval, da música e do exotismo.

Referências

ALFONSO, Louise. P. Embratur: **Formadora de imagens da nação brasileira**. 2006. 150 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006. Disponível em: <<http://zip.net/bwr2BD>>. Acesso em: setembro, 2015.

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagens competitivas**. 2ª Edição. São Paulo: Aleph, 2005. 144 p.

CLIPES do "Encuentros en Brasil". **Visit Brasil**. 2014. Disponível em <<http://zip.net/bqr3TP>>. Acesso em: setembro, 2015.

ENCUENTROS en Brasil. Direção: Hermano Moreira e Luciano Oreggia. Produção: Marcelo Braga, Felipe Barahona e Guga Lemes. São Paulo, Santa Rita Filmes, 2014. Disponível em: <hbogo.com.br>. Acesso em: setembro, 2015.

EMBRATUR. **Encuentros en Brasil começa nesta semana**. 2014. Disponível em: <<http://zip.net/btr3xN>>. Acesso em: setembro, 2015.

EMBRATUR. **Relatório de Gestão do exercício de 2014**. Disponível em: <<http://zip.net/byr3sG>>. Acesso em: setembro, 2015.

FAIRCLOUGH, Norman. **Media discourse**. London: Arnold, 1995.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UNB, 2001.

KAJIHARA, Kelly. A. **A Imagem do Brasil no Exterior: Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais**. 2008. 97 p. Monografia (Bacharelado em Turismo) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://zip.net/bqr3Wp>>. Acesso em: setembro, 2015.

OLIVEN, Ruben. **As Metamorfoses da Cultura Brasileira**. In: *Violência e Cultura no Brasil*. Petrópolis, Nozes. 1989.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

ORTIZ, Renato. **Estado, Cultura e Identidade Nacional**. In: Cultura Brasileira e Identidade Nacional. São Paulo, Brasiliense, 1985.

RODRIGUES, Marcio S. **O novo ministério da verdade**: O discurso da VEJA sobre o campo do Ensino Superior e a consolidação da empresa no Brasil. 2013. 410 p. Tese Turismo e Contemporaneidade (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <<http://zip.net/brr3bm>>. Acesso em: setembro, 2015.

SANTOS, E. C.; BISPO, D. A.; DOURADO, D. C. P. A utilização da Teoria Social do Discurso de Fairclough nos Estudos Organizacionais. **RIGS Revista Interdisciplinar de gestão social**. Salvador, v.4, n.1, jan./mar. 2015. Disponível em: <<http://zip.net/bkshzj>>. Acesso em: setembro, 2015.

SANTOS, Marcelo. Passado e presente nas relações Colômbia-Estados Unidos: a estratégia de internacionalização do conflito armado colombiano e as diretrizes da política externa norte-americana. **Revista Brasileira de Política Internacional**, Brasília, v. 53, n. 1, p. 67-88, jan./jul. 2010. Disponível em: <<http://zip.net/bdr3ql>>. Acesso em: setembro, 2015.

SINGER, André. Brasil, junho de 2013: **Classes e ideologias cruzadas**. Novos estudos, São Paulo. CEBRAP. Nov. 2013. Disponível em: <<http://zip.net/blr2k7>>. Acesso em: setembro, 2015.

O Artesanato Feito por Descendentes Italianos na Destinação Turística Mais Italiana do Brasil (Antônio Prado, RS)

Carla Fantin³⁶; Marlei Salete Mecca³⁷
Universidade de Caxias do Sul (UCS)

Resumo: O objetivo desta pesquisa é caracterizar o artesanato que resgata o conjunto de crenças, costumes, valores e hábitos adotados por descendentes de Italianos e sua relação com o turismo na destinação turística mais italiana do Brasil (Antônio Prado – RS). O estudo será baseado em uma pesquisa de estudo de caso, realizando a classificação do artesanato, identificação das artesãs e a relação com o turismo. Como resultado, destacam-se as peças de crochê, macramê, frivolidé, ponto cruz e também os chapéus e *sportas* (bolsas) confeccionados com a palha do trigo, além da palha de milho utilizada na confecção de objetos que expressam a identidade do imigrante italiano, sendo estes muito procurados por turistas como lembrança do passeio, enquanto que as peças bordadas são procuradas como presentes para familiares e para casamentos.

Palavras-chave: Turismo; Cultura; Artesanato.

Introdução

A história de um local, conforme Beni (2012), é formada pelos valores socioculturais, tradições e costumes próprios, que se desenvolvem e passam a formar sua identidade cultural. O turismo, por sua vez, possibilita o conhecimento desta identidade, seja ela de um povo, comunidade ou local, já que através dele é possível conhecer hábitos, histórias, curiosidades e marcas que tornam cada lugar especial e único.

Diante deste cenário, Antônio Prado destaca-se por sua cultura italiana, advinda dos imigrantes italianos que se instalaram na cidade, que se apresenta através da gastronomia, do dialeto, das casas tombadas e do artesanato, buscando assim transmitir suas crenças, valores, hábitos e costumes para os visitantes e para as próximas gerações. O artesanato, conforme Ramos (2013), compreende a relação da pessoa com o seu trabalho, sua própria imagem e sua

³⁶ Aluna do Bacharelado em Ciências Contábeis da Universidade de Caxias do Sul.

³⁷ Professora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade e Professora e Coordenadora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Caxias do Sul.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

identidade, muitas vezes construídas no berço, pelo artesão. Portanto o artesanato não é simplesmente uma peça, imagem ou objeto, mas sim, a expressão material, da cultura vivenciada e passada de geração em geração pelo artesão que o produz.

Conforme Arruda *et al.* (2013) a experiência que o turista tem ao visitar um local, pode ser potencializada se a comunidade local se inserir no turismo com a produção e comercialização de artefatos artesanais, já que assim transmite-se a cultura e a história daquela região, além do que, a comercialização de seus produtos pode gerar renda, melhorando as condições dos artesãos e incentivando a preservação da identidade local.

Diante do exposto, o objetivo desta pesquisa é caracterizar o artesanato, que resgata um conjunto de crenças, costumes, valores e hábitos adotados por descendentes de Italianos e sua relação com o turismo na destinação turística mais italiana do Brasil (Antônio Prado – RS). Para tanto, aborda-se primeiramente sobre turismo, na sequência sobre artesanato para posteriormente caracterizar a cidade estudo de caso e o seu artesanato.

Turismo

O Turismo, conforme definição da Organização Mundial do Turismo (OMT), por De La Torre (1992, p.19) é descrito como “a soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais”. Desta forma percebe-se, que o turismo é realizado pela experiência da troca de localidade, onde os hábitos cotidianos são deixados de lado e passa-se a experimentar novos costumes, não existentes até então.

Com relação a isto, Barretto (2014) nos afirma que as pessoas que realizam o turismo, desejam prazer por livre e espontânea vontade, podendo ser de descanso, de lazer, de cura, desportivo, gastronômico, religioso ou de eventos, assim, através do turismo, a cultura de crenças, valores e hábitos de determinado lugar são transmitidos para seus visitantes, desta forma preservando e cultivando sua identidade.

Percebe-se então que o turismo, além de ser uma forma de desprendimento da rotina cotidiana, também é um meio da preservação e conhecimento da cultura de determinado local, conforme afirmam Funari e Pinsky (2012) que a atividade turística não abrange somente

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

espetáculos ou eventos, mas sim, a existência e preservação de um patrimônio cultural representado seja por museus, monumentos ou locais históricos.

Com relação ao patrimônio cultural é necessário ressaltar que, conforme Araripe (2004), ele é a chave para a compreensão de uma época, de uma sociedade ou de um momento da vida social. Desta forma, através do patrimônio cultural é possível traçar os marcos na história que conduziram a uma região há ser o que ela é atualmente.

Dias (2013) também vê o turismo como um incentivador da manutenção da herança cultural de determinado local, em virtude de ser um atrativo turístico, gerando receitas para a comunidade e sua manutenção, pois conforme Ramos (2013) o turista deseja motivações culturais, vivências e experiências diversificadas em seus roteiros de viagem. Portanto o turismo possibilita o contato com novas culturas, deixando claro as diferenças entre elas e promovendo um intercâmbio intercultural.

Diante deste cenário, onde o turismo mostra sua importância na divulgação de uma cultura, seus hábitos, crenças e valores, a cidade de Antônio Prado no Rio Grande do Sul, busca no artesanato resgatar os costumes e tradições de seus descendentes já que a mesma é considerada a cidade mais italiana do Brasil.

Artesanato

Segundo, o Instituto Interamericano de Cooperação para Agricultura (2004, p. 95) o artesanato é definido como “toda a atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade...” e ainda Ramos (2013) afirma que o artesanato é fruto do trabalho das mãos humanas.

O artesanato promove o envolvimento da peça produzida com seu criador, já que, conforme Ramos (2013), todo artesanato agrega memórias, conhecimento próprio, recebido e repassado de várias gerações e Silveira e Cunha (2011) afirmam que o artesanato está diretamente ligado à cultura de um povo e de uma comunidade, sendo impossível separá-los, assim o artesanato produzido carrega consigo as marcas da vida de seu criador, sua história e sua tradição.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Neste sentido, o artesanato procura retratar o cotidiano do artesão, seja a natureza que o cerca, se utilizando dela para a criação de objetos como também retratando a mesma nestes, seja pela criação de peças bordadas que relatam a cuidado e o capricho com as casas, seja pelos utensílios feitos manualmente, como cestas e chapéus, para uso diário. Assim o artesanato não é apenas uma lembrança de um local visitado, mas sim sua história, com toda riqueza de detalhes que o artesanato pode carregar.

Paz (2006, s.p.) afirma que “[...]o artesanato satisfaz uma necessidade não menos imperativa que a fome ou a sede: a necessidade de se encantar com as coisas que vemos e tocamos, quaisquer que sejam seus usos diários.” Percebe-se o valor imaterial do artesanato, quando através dele é possível recordar histórias de muitos anos, sentimentos e emoções vividas naquela época, fatos que com o tempo vão se perdendo, mas através do artesanato são mantidas vivas mesmo com o passar dos anos.

Desta forma, o artesanato mostra sua importância ao carregar consigo, a crença, o valor, os hábitos e os costumes de determinado local e a possibilidade de transmiti-los as gerações vindouras, mantendo vivas lembranças da história de um povo e neste sentido, destaca-se a cidade de Antônio Prado – RS, por sua origem italiana.

Antônio Prado – a cidade mais italiana do Brasil

A Cidade de Antônio Prado está localizada na Serra Gaúcha, possuindo de acordo com o censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) de 2010, 12833 mil habitantes e uma área de 343 Km², integrando a microrregião denominada Rota Turística Uva e Vinho, que compreende cidades como Bento Gonçalves, Caxias do Sul, Farroupilha e Carlos Barbosa entre muitas outras de origem italiana.

Fundado em 14 de maio de 1886, recebeu o nome de Antônio Prado devido a uma homenagem a Antônio da Silva Prado, ministro da Agricultura da época, o qual auxiliou a instalação de núcleos coloniais no Rio Grande do Sul. Antônio Prado hoje se auto intitula é como a cidade mais italiana do Brasil, conforme registro na Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Sul, porém sua colonização italiana conforme Baccarin, Guzzo e Barroso (2008) se fez em cima de um espaço antes ocupado por índios, negros, luso-brasileiros e mestiços, sendo estes excluídos após a chegada dos imigrantes.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Os imigrantes italianos vieram para o Brasil, conforme Roveda (2005) em virtude da instabilidade política que atravessava a Itália naquele período, com elevação de impostos, baixa de preços dos produtos agrícolas, assim estagnando e regredindo socioeconomicamente a região. A solução encontrada para atenuar a situação dos camponeses italianos foi enviá-los para outros países, incluindo o Brasil. Os imigrantes italianos deixaram sua terra natal com a expectativa de recomeçarem a vida em uma terra estrangeira. Quando chegaram, passaram a se adaptar ao novo ambiente mediante suas experiências e conhecimentos que dispunham. Realizaram plantações e construíram casas e em função disso, a arquitetura da imigração italiana é tema de investigação de vários arquitetos especialistas, atualmente Antônio Prado, possui 48 (quarenta e oito) casas tombadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1989. O tombamento, segundo o IPHAN (2015), “[...]é o mais tradicional dos instrumentos de reconhecimento e proteção do patrimônio nacional [...]”, assim as casas tombadas de Antônio Prado asseguram a continuidade da história e da cultura da cidade e da região com o passar dos anos.

Um marco para o desenvolvimento da cidade, conforme histórico disponibilizado no site da prefeitura de Antônio Prado foi, a construção da ponte sobre o Rio das Antas em 1968, pois propiciou o acesso mais rápido e seguro até Caxias do Sul. Além disso, foi fundamental o asfaltamento da rodovia RS 122, concluído em 1994, também colaborou para diminuir o isolamento do local e impulsionar atividades como o turismo. Em 1994 seu centro histórico foi escolhido para ser o cenário do filme O Quatrilho – dirigido por Fábio Barreto e baseado no romance do também serrano José Clemente Pozzenato – o que acabou projetando o município a nível nacional e até mesmo mundial.

Antônio Prado também carrega sua origem italiana em sua gastronomia. Quando se fala em pratos típicos da região logo lembra-se da polenta, da massa, do salame, do queijo e do vinho, alimentos que perduram nas refeições mesmo com o passar do tempo, não perdendo sua tradição. Antônio Prado valoriza não só o patrimônio edificado, mas também a cultura popular através do patrimônio imaterial, os registros de manifestações culturais do município como dos grupos folclóricos de descendência italiana, o dialeto presente diariamente pelos moradores locais, além do artesanato que preserva muito as feições dos antigos hábitos dos imigrantes.



Por ser uma cidade histórica, conforme disponibilizado no site da prefeitura de Antônio Prado, o município preserva costumes que em tempos remotos caracterizavam-se como utilitários fundamentais. Os imigrantes confeccionavam seus utensílios, suas vestimentas, seus objetos de decoração. O capricho e a dedicação no desenvolvimento dessas técnicas garantiram que essas pudessem ser passadas de geração a geração. A continuidade no desenvolvimento dessas técnicas, fez com que esses utensílios hoje recebessem o nome de artesanato.

O artesanato na cidade mais italiana do Brasil

O artesanato de Antônio Prado possui vários artefatos, como o crochê, o macramê, frivolidé, bainha aberta e o ponto cruz. A palha de milho é outro artigo que permite que o artesão expresse a sua criatividade, através da confecção de objetos que expressem a identidade do imigrante. A trança da palha de trigo, utilizada para criação de materiais que representam a cultura italiana, como os chapéus e as “*sportas*” (bolsas), peças que retratam antigos hábitos e costumes dos imigrantes italianos. O tricô é outra especialidade do artesanato local, pois através da lã, confeccionam-se mantas, agasalhos e ponches que associados ao frio da região garantem a difusão da atividade, muitas vezes tida como *hobbie* da população local.

O artesanato pelos imigrantes era feito principalmente à noite, após um longo dia de trabalho, as mulheres iniciavam seus trabalhos manuais, empenhando suas habilidades para criar peças e objetos para uso em suas casas, para o enxoval das filhas e para as necessidades existentes na época. Hoje o cenário não é tão diferente, as mulheres que realizam o artesanato, em sua grande maioria, o fazem como forma de complementar sua renda e para ocupar o tempo livre disposto, sendo feito a noite ou nos finais de semana, quando juntam-se com outras mulheres para conversarem e para realizarem o artesanato. Abaixo pode-se ver alguns artesanatos realizados em Antônio Prado, conforme a Figura 1.

Figura 1 – Artesanato da Casa do Artesão – *La Nostra Arte*

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015



Fonte: Casa do Artesão *La Nostra Arte*

Além da diversidade nos produtos artesanais, um ponto fundamental que permeia e traz ao produto confiança por parte do comprador é a qualidade dos artefatos criados, o que indica que a mão-de-obra desses artesãos vem se qualificando com anos de trabalho, sendo na maioria dos casos, passado de geração em geração.

O artesanato, conforme Marquesan e Figueiredo (2014), mostra o comprometimento do artesão em honrar os desígnios humanos ao fazer algo bem-feito sem outras justificativas além do orgulho e da auto realização a partir da execução do próprio trabalho. Sendo isto, o que as artesãs da Casa do Artesão *La Nostra Arte* de Antônio Prado praticam: um artesanato que procura retratar a identidade local, como o Centro Histórico (casas tombadas), os lambrequins (marca da arquitetura local), a gastronomia, e os próprios imigrantes retratados em palha de milho. Abaixo segue a Casa do Artesão *La Nostra Arte* de Antônio Prado.

Figura 2 – Casa do Artesão – *La Nostra Arte*



Fonte: Prefeitura Municipal de Antônio Prado

A Casa do Artesão *La Nostra Arte* se encontra no centro histórico da cidade de Antônio Prado, onde são vendidos objetos do artesanato local e itens gastronômicos. A casa conta, atualmente com 48 (quarenta e oito) sócias, que fazem seu artesanato e disponibilizam os mesmos para a venda. Além das sócias, a casa conta com outros fornecedores de produtos artesanais que entregam esporadicamente os mesmos para venda, pois as sócias não possuem técnica para a execução dos mesmos, como as cestas em vime.

Os produtos são comercializados, quase que em sua totalidade, para os turistas, estes buscam muitas vezes levar consigo lembranças do local, então escolhem peças de menor valor, como os marcadores de páginas em *fivolitê*, já outros que desejam apresentar algum familiar ou que desejam uma peça única e especial, acabam despendendo um montante maior no momento da compra, como em toalhas de mesa de crochê e jogos bordados de macramê e ponto cruz.

O artesanato feito na casa, além de preservar a cultura italiana, também busca resgatar jogos antigos, como as cinco marias³⁸, sendo este feito em tecido e comercializado aos turistas que se encantam ao reviverem sua infância. Desta forma percebe-se que o artesanato

³⁸ Cinco Marias: O jogador lança todas as ‘marias’ para o alto e deixa-as onde caírem. Ele escolhe uma das ‘marias’, lançando-a novamente para cima. Enquanto isso, deve recolher outro saquinho do chão e, com a mesma mão, apanhar o que foi lançado ainda no ar. Na rodada seguinte, as cinco ‘marias’ são jogadas mais uma vez, mas, neste turno, o jogador terá de recolher dois saquinhos, além da ‘maria’ ainda no ar – sempre usando uma só mão.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

realizado em Antônio Prado busca transmitir os costumes e a cultura dos imigrantes italianos a seus turistas, para que a história da cidade venha a ser difundida e preservada com passar das gerações.

Considerações finais

A pesquisa cumpriu seu objetivo, pois caracterizou o artesanato, que resgata um conjunto de crenças, costumes, valores e hábitos adotados por descendentes de Italianos e sua relação com o turismo na destinação turística mais italiana do Brasil (Antônio Prado – RS).

Evidenciou-se que o artesanato produzido pelas artesãs da Casa do Artesão *La Nostra Arte* de Antônio Prado, RS, busca transmitir os costumes e vivências dos descendentes italianos para os dias de hoje, sendo estes comercializados principalmente para os turistas, que por sua vez, agregam experiências e a cultura local, além de ser uma fonte complementar de renda para as artesãs, auxiliando na melhora da qualidade de vida delas e das suas famílias. A transmissão destes valores podem ser tema de estudos e programas relacionados a área, visto que a preservação da cultura é de grande importância para a história de um povo e de suas raízes.

Referências

ARARIPE, Fátima Maria Alencar. **Do patrimônio cultural e seus significados**. Transinformação [online]. 2004, vol.16, n.2, pp. 111-122. ISSN 0103-3786.

ARRUDA, Dyego de Oliveira; MARIANI, Milton Augusto Pasquotto; SAUER, Leandro; OLIVEIRA, Thiago Gomes de; CASTILHO, Maria Augusta de. Artesanato com Lã de Ovinos, Turismo e Desenvolvimento Local. **Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. Vol. 11, 2013 n°4 págs. 661-670. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4563149>>. Acesso em 19 set. 2015.

BACCARIN, Onira; GUZZO, Dirce Brabatti; BARROSO, Véra Lucia Maciel. **Encontro dos Municípios originários de Santo Antônio da Patrulha**. Evangraf: Porto Alegre, 2008.

BARRETTO, Margarida. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Papyrus, 2014. Disponível em: <<http://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788544900178/pages/17>>. Acesso em 13 de set. 2015.

BENI; Mario Carlos; Vários autores. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri: Manole, 2012.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

DE LA TORRE, O. *El turismo, fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica, 1992

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: <<http://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522464975/pages/62707423>>. Acesso em 19 Set. 2015.

INSTITUTO DO PATRIMONIO HISTÓRICO E ARTISTICO NACIONAL (IPHAN). **Patrimônio Cultural**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/126>>. Acesso em 16 set. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS. **População**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=430080&search=rio-grande-do-sul|antonio-prado|infogr%E1ficos:-evolu%E7%E3o-populacional-e-pir%E2mide-et%E1ria>>. Acesso em 16 set. 2015

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERAÇÃO PARA AGRICULTURA. **Plano Regional de desenvolvimento sustentável do Agreste, Potengi e Trairi: programas e projetos**. Natal: IICA, 2004. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=fvAqAAAAYAAJ&pg=PA91&dq=o+que+%C3%A9+o+artesanato+tradicional&hl=pt-BR&sa=X&ved=0CDoQ6AEwB2oVChMItb2T_NmDyAIVjLiQCh3wGwoD#v=onepage&q=o%20que%20%C3%A9%20o%20artesanato%20tradicional&f=true>. Acesso em 19 set. 2015.

MARQUESAN, Fábio Freitas Schilling; FIGUEIREDO, Marina Dantas de. De artesão a empreendedor: A ressignificação do trabalho artesanal como estratégia para a reprodução de relações desiguais de poder. **Revista Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 15, n. 6, p. 76-97, dez. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1678-69712014/administracao.v15n6p76-97>>. Acesso em 16 de set. 2015.

PAZ, Octavio. O Uso e a Contemplação. **Revista Raiz: Cultura do Brasil**. Nº 3. São Paulo. Disponível em: <http://revistaraiz.uol.com.br/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=102&Itemid=116>. Acesso em 19 set. 2015.

PINSKY, Jaime; FUNARI, Pedro Paulo. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto 2012 5 ed. ISBN 978-85-7244-171-1.

Geração de Resíduos Sólidos nos Procedimentos de Manutenção de Rotina de Aeronaves

Maria Pires Prates³⁹; Suzana Maria De Conto⁴⁰; Cláudia Echevengúá Teixeira⁴¹
Universidade de Caxias do Sul, Universidade Nove de Julho e Instituto de Pesquisas
Tecnológicas (IPT).

Resumo: A infraestrutura do transporte aéreo, importante para o desenvolvimento turístico, é responsável por significativos impactos ambientais decorrentes da geração de ruído e de resíduos gasosos, líquidos e sólidos. Entre os resíduos considerados perigosos nos aeroportos, encontram-se aqueles originados nas atividades de manutenção de aeronaves. O estudo tem por objetivo caracterizar os diferentes componentes presentes na composição dos resíduos do setor de manutenção de uma companhia aérea localizado no Aeroporto Hugo Cantergiani, de Caxias do Sul. Os 19,24 kg de resíduos, acondicionados em um *bag*, foram segregados e pesados por categorias. Os componentes identificados foram estopas contaminadas (90,98%), latas de óleo de motor aeronáutico (4,55%), filtro aeronáutico (1,41%), entre outros. Investigações dessa natureza são relevantes para subsidiar a implantação de planos de gerenciamento de resíduos sólidos nas diferentes estruturas aeroportuárias, a fim de minimizar os impactos ambientais provocados pelo setor e, conseqüentemente, pela atividade turística.

Palavras-chave: Resíduos Sólidos. Manutenção de Aeronaves. Aeroportos. Transporte aéreo.

Introdução

O serviço aeronáutico tem possibilitado o incremento dos fluxos turísticos. Contudo, tanto a estrutura aeroportuária, quanto a movimentação de aeronaves, podem causar significativos impactos ao meio ambiente decorrentes da geração de ruídos, de emissões gasosas, de resíduos sólidos e líquidos, entre outros (DE CONTO et al., 2015).

A infraestrutura do transporte aéreo é responsável pela geração de uma heterogeneidade de resíduos, o que reforça os impactos ambientais decorrentes desse setor. Os resíduos sólidos gerados em aeroportos e na movimentação de aeronaves integram a classe, quanto à origem, dos resíduos sólidos de serviços de transporte (BRASIL, 2010).

³⁹ Bolsista PIBIC/CNPq, Acadêmica do Curso de Engenharia Ambiental da Universidade de Caxias do Sul.

⁴⁰ Professora Doutora do Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade e do Programa de Pós-graduação em Engenharia e Ciências Ambientais, ambos da Universidade de Caxias do Sul.

⁴¹ Professora Doutora da Universidade Nove de Julho e Instituto de Pesquisas Tecnológicas – IPT, de São Paulo/SP.

Fontes, Alves e Teixeira (2013) afirmam que considerável quantidade e variedade de resíduos é gerada durante os procedimentos de manutenção das aeronaves. Assim, emergem dois questionamentos: quais os resíduos sólidos gerados na manutenção de aeronaves? Como se classificam em relação à periculosidade?

No presente estudo, realizou-se a caracterização dos resíduos sólidos oriundos no setor de manutenção de aeronaves da Companhia Aérea Azul, localizado no lado ar do Aeroporto Hugo Cantergiani, de Caxias do Sul (RS). O mesmo é responsável pela execução de procedimentos de manutenção de rotina realizados no intervalo entre o pouso e a decolagem das aeronaves. A caracterização teve como objetivo a análise da composição gravimétrica dos resíduos, permitindo a identificação das diferentes frações dos componentes presentes.

Referencial Teórico

A relação entre as atividades de transporte e turismo é simbiótica, o que faz com que, muitas vezes, seja o fator determinante do desenvolvimento dos destinos turísticos (LOHMANN; CASTRO, 2013). Lohmann e Castro (2013) afirmam que o transporte aéreo foi responsável por facilitar o acesso rápido e seguro aos mais variados e remotos destinos turísticos do mundo, em função da eliminação das barreiras geográficas. Nesse sentido, é fundamental a produção de conhecimento sobre este meio de transporte e as suas relações com os impactos ambientais inerentes ao mesmo.

Ao analisar as produções dos Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* recomendados pela Capes, defendidas entre 1987 e 2012, De Conto et al. (2015) localizaram 70 trabalhos que abordam a gestão ambiental em aeroportos como temática, sendo apenas dois sobre resíduos sólidos, ambos da área da Engenharia Sanitária. Destaca-se que não foi localizada nenhuma produção sobre o tema nos Programas *Strictu Sensu* na área de Turismo nesse período, embora os aeroportos representem uma relevante estrutura de suporte à atividade turística.

A geração de resíduos sólidos em aeroportos depende diretamente de alguns fatores, tais como fluxo de passageiros e transporte de carga (PASSOS; MOREIRA NETO; ALMEIDA, 2013). Carra, Conceição e Teixeira (2013) propõem o uso de indicadores para avaliar o gerenciamento dos resíduos sólidos aeroportuários sendo que, por meio deles,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

podem-se identificar as boas práticas já adotadas, assim como as principais fragilidades dos processos, permitindo o planejamento de soluções a fim de saná-las.

A manutenção das aeronaves consiste na execução de procedimentos ou itens que devem ser checados para garantir a integridade da aeronave e a segurança do voo, respeitando todos os requisitos de segurança, saúde ocupacional e meio ambiente (KINNISON, 2004; NARDI; FOFONKA, 2011; FONTES, ALVES; TEIXEIRA, 2013). As manutenções são realizadas em aeronaves de trânsito ou de pernoite, que ficam estacionadas por um determinado período à espera da próxima decolagem (NARDI; FOFONKA, 2011; FONTES, ALVES; TEIXEIRA, 2013).

De acordo com Fontes (2013, p. 31-32):

Destacam-se dois tipos de manutenção: não programada e programada. A manutenção não programada ocorre durante a quebra ou mau funcionamento do equipamento. A manutenção programada consiste em uma bateria de testes e substituição de peças em acordo com o número de horas de voo do equipamento.

Os resíduos gerados em cada procedimento de manutenção, segundo Nardi e Fofonka (2011), estão elencados no Quadro 1. Estas etapas não são necessariamente realizadas nas sequências apresentadas, visto que as mesmas possuem periodicidades diferentes, dependendo do tipo de aeronave e do procedimento requerido (FONTES; ALVES; TEIXEIRA, 2013).

Quadro 1 – Procedimentos de manutenção e os respectivos resíduos gerados

Procedimento	Descrição	Resíduo
Troca do óleo do motor	É necessário adicionar óleo sempre que o nível estiver indicando “abaixo da média”. O mesmo é trocado quando da ocasião da substituição do motor.	Embalagens metálicas de óleo e óleo residual proveniente da substituição ou do esgotamento da lata.
Troca do óleo de fluido hidráulico	Sempre que constatado algum vazamento de fluido hidráulico é adicionado o produto para nivelamento.	Embalagem metálica contaminada, óleo proveniente de vazamento, do esgotamento da lata, ou de substituição.
Troca do filtro de óleo	Executa-se a troca do filtro de óleo sempre que necessário.	Filtro contaminado com óleo.
Abastecimento	Utiliza-se querosene de aviação como principal combustível.	Mantas absorventes contaminadas por eventuais vazamentos de combustível.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

Limpeza	Limpezas diárias das aeronaves, nas quais são utilizados produtos químicos.	Embalagens de desinfetante vazias contaminadas, equipamentos de proteção individual (EPI's), (aventais e máscaras de proteção).
Substituição de pneu	Entre os intervalos dos procedimentos de pouso e decolagem, ou durante a manutenção preventiva, há a averiguação das condições físicas dos pneus das aeronaves, sendo realizada a troca quando necessário.	Pneus sem utilização.

Fonte: Nardi e Fofonka (2011) adaptado pelos autores

Baseando-se nos resíduos mencionados na literatura, percebe-se que grande parte dos resíduos de manutenção de aeronaves são classificados pela NBR 10.004 (ABNT, 2004) como Classe I (perigoso), pois os mesmos apresentam características de inflamabilidade e toxicidade, devido a substâncias agregadas aos materiais descartados.

Metodologia

No estudo, foi determinada a composição gravimétrica dos resíduos sólidos gerados nos procedimentos de manutenção de rotina das aeronaves (expressa pela razão entre a massa de cada categoria de componentes e a massa total da amostra). O período de geração dos resíduos foi de 24 de setembro de 2014 a 20 de maio de 2015. De 24 de setembro de 2014 a 02 de novembro de 2014, a companhia realizava três voos diários. A partir de 03 de novembro de 2014 é realizado um voo diário. Em vista disso, a caracterização realizada corresponde à geração de resíduos sólidos da manutenção de aproximadamente 319 voos. A manutenção realizada nas aeronaves refere-se àquelas programadas, relacionadas aos procedimentos de troca de óleo e de lubrificantes, entre outros.

Segundo informações dos funcionários, na época em que havia o pernoite das aeronaves, uma quantidade maior de procedimentos de manutenção era realizada, gerando, portanto, uma maior quantidade de resíduos sólidos. Consequentemente, realizava-se a coleta dos resíduos para o destino final a cada quatro meses. A equipe se dirigiu ao local de armazenamento dos resíduos, sob orientação dos técnicos responsáveis pela companhia aérea. No setor de manutenção da Azul, os resíduos estavam acondicionados em um *bag* (Figura 1).

Enquanto os resíduos eram coletados diretamente do *bag*, houve a segregação dos mesmos sobre uma bandeja de metal, conforme as Figuras 2 e 3. Os resíduos foram separados em diferentes componentes, em função dos materiais, embalagens e produtos descartados. Após a segregação, os profissionais da manutenção da empresa auxiliaram na identificação dos mesmos. Os resíduos foram acondicionados em sacos plásticos pretos e pesados. Ao finalizar todos os procedimentos, os resíduos foram devolvidos ao *bag*.

Figura 1 - Acondicionamento dos resíduos do setor de manutenção da Azul



Fonte: Os autores

Figura 2 – Resíduos contidos no *bag* em menor quantidade



Fonte: Os autores

Figura 3 – Estopas contaminadas junto aos outros resíduos contidos no *bag*



Fonte: Os autores

Resultados

A Tabela 1 apresenta a composição obtida na caracterização dos resíduos gerados na manutenção de aeronaves da companhia aérea Azul no Aeroporto Hugo Cantergiani. O total de resíduos sólidos caracterizados durante a amostragem foi de 19,24 kg, correspondendo a uma geração de 60,3 gramas/voo. Além disso, verificou-se que as características que conferem periculosidade aos resíduos são inflamabilidade e toxicidade, visto serem resíduos associados aos procedimentos de troca de óleo e de lubrificantes.

Tabela 1 – Composição gravimétrica dos resíduos de manutenção das aeronaves

Composição	Massa (kg)	%
Estopas	17,51	90,98
Latas de óleo de motor aeronáutico	0,88	4,55
Filtro aeronáutico	0,27	1,41
Colete de manutenção	0,16	0,84
Embalagens de óleo lubrificante	0,14	0,75
Luvas	0,13	0,65
Embalagens de produtos químicos	0,11	0,56
Máscara	0,05	0,25
Total	19,24	100

Fonte: O autor

Os principais componentes identificados foram estopas contaminadas (90,98%), latas de óleo de motor aeronáutico (4,55%), filtro aeronáutico (1,41%), colete de manutenção (0,84%) e embalagens de óleo lubrificante (0,75%). Ao analisar os resíduos gerados em cada procedimento de manutenção identificados por Nardi e Fofonka (2011), verifica-se que os procedimentos como troca do óleo do motor, troca do filtro de óleo e abastecimento são executados com maior regularidade na manutenção de rotina das aeronaves operadas nos voos da companhia, sendo, portanto, os maiores contribuintes na geração de resíduos.

A descrição dos resíduos encontrados na caracterização segue abaixo:

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

- Estopas impregnadas com solventes, óleos, graxas, substâncias aderidas nas aeronaves (fluidos de animais que se chocaram com o veículo, como aves e mariposas);
- Latas de metal com remanescente de óleo de motor aeronáutico;
- Filtro aeronáutico: peça integrante do motor que armazena resíduos de óleo, os quais são decantados antes do descarte do filtro;
- Colete de manutenção impregnado com óleo ou querosene aeronáutico;
- Embalagens plásticas de óleo de motor de caminhão;
- Luvas impregnadas com óleos, graxas, combustível ou álcool;
- Embalagens plásticas de fluido de verificação de vazamento nas instalações de ar;
- Embalagens plásticas de álcool isopropílico;
- A máscara faz parte do EPI utilizado para a limpeza do filtro de ar condicionado das aeronaves. Porém, esse procedimento não é executado pela companhia aérea no aeroporto estudado. Segundo relato dos funcionários, a máscara encontrada no *bag* integra os resíduos oriundos de uma obra próxima, os quais foram descartados incorretamente no recipiente.

Com relação às contribuições de Fontes, Alves e Teixeira (2013), destacam-se a importância das medidas preventivas na geração de resíduos sólidos, as quais devem fazer parte da gestão de resíduos sólidos do transporte aéreo.

Fontes, Alves e Teixeira (2013) destacam que os resíduos resultantes do emprego de insumos dentro do processo de manutenção tais como filtros, produtos químicos, tintas, panos, equipamentos de proteção individual, entre outros, representam um grande potencial de redução com baixo esforço e atendendo a regulamentação do setor.

Ainda os autores salientam que é possível obter resultados significativos na redução da geração de resíduos sólidos, por meio da alteração e padronização de procedimentos. Em alguns casos, pode haver a diminuição ou a eliminação da periculosidade desses resíduos, influenciando diretamente na escolha da destinação dada ao resíduo e no custo envolvido (FONTES; ALVES; TEIXEIRA, 2013).

A identificação de oportunidades de minimização da geração de resíduos deve fazer parte das ações relacionadas à gestão de resíduos sólidos. Uma ação voltada a minimizar as

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

quantidades geradas consiste em uma importante oportunidade de melhoria, devendo integrar a estratégia ambiental do empreendimento (FONTES; ALVES; TEIXEIRA, 2013).

O mercado da aviação é dominado por fabricantes, com atuações em diferentes segmentos, o que faz com que as empresas aéreas tenham um baixo poder de barganha e poucas opções de escolha (FONTES, 2013). Os estudos de Fontes (2013) apontam algumas limitações para a melhoria dos processos de manutenção, tendo em vista a minimização dos resíduos sólidos, devido às regulamentações impostas por organizações, como pela *International Air Transport Association* (IATA) e pela Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC): a) não aproveitamento de materiais reciclados em aeronaves; b) limitação de manutenção e reparo de alguns componentes da aeronave; c) substituição periódica e obrigatória de alguns componentes, mesmo em bom estado de funcionamento; d) compra de componente obrigatória junto às empresas cadastradas pelo fornecedor da aeronave, e) baixo poder de negociação junto aos fornecedores em relação ao lote mínimo de compra de componentes gerando descarte por vencimento e f) a não possibilidade de utilização de produtos não homologados pelo fornecedor. (p. 86).

Cabe destacar que as estopas utilizadas no setor de manutenção, identificadas na caracterização, são confeccionadas a partir de retalhos de tecido com limitação na absorção de sujidades. Esse fato pode demandar uma grande quantidade do insumo, resultando em maior descarte. Assim, sugere-se que seja avaliada a aquisição de estopas de melhor qualidade e durabilidade, visando à redução da geração de resíduo perigoso.

Considerando que o período da geração dos resíduos foi de aproximadamente oito meses, bem como o fato de que o *bag* estava preenchido muito aquém de sua capacidade, constatou-se que a quantidade de resíduo gerado pelo setor diminuiu significativamente, comparado ao cenário anteriormente relatado. Relaciona-se tal fato à redução do número de voos, assim como ao encurtamento do tempo em que as aeronaves permanecem no solo. Portanto, os mesmos foram identificados como possíveis fatores intervenientes na geração de resíduos oriundos dos serviços de manutenção de aeronaves. Tais fatores, aliados aos demais identificados por Kuns (2015), reiteram a complexidade que envolve a geração e a gestão de resíduos nos empreendimentos aeroportuários.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Considerações Finais

Visto a relevância do transporte aéreo no desenvolvimento do Turismo, contatou-se o potencial de investigações da natureza desse estudo para contribuição na mitigação dos impactos ambientais provocados pelo setor e, conseqüentemente, pela atividade turística.

O procedimento de caracterização dos resíduos sólidos fornece informações imprescindíveis para subsidiar a implantação de planos de gerenciamento de resíduos sólidos nas diferentes estruturas aeroportuárias, priorizando a minimização de sua geração. Dessa forma, auxiliando empresas aeronáuticas no sentido de atender as exigências dos órgãos de controle ambiental, bem como na adoção de práticas sustentáveis em suas rotinas, o que colabora para a diminuição de custos, eficiência dos processos e melhoria da imagem das empresas.

Na pesquisa realizada, e corroborando com Kunz (2013), um dos fatores limitantes considerados são as condições climáticas da região, resultando na inviabilização dos pousos e das decolagens das aeronaves. Destaca-se que tal fato ocorre predominantemente no período de inverno, o qual não foi abrangido neste trabalho. Logo, considera-se que não houve interferência significativa do clima na geração de resíduos sólidos.

Sugere-se a realização de pesquisas futuras referentes às alternativas para adoção de medidas relacionadas ao gerenciamento dos resíduos sólidos provenientes da manutenção de aeronaves, levando em conta as diretrizes elencadas na Política Nacional de Resíduos Sólidos, como logística reversa, avaliação do ciclo de vida, responsabilidade compartilhada, entre outras.

Agradecimentos

À Universidade de Caxias do Sul, Aeroporto Hugo Cantergiani e Companhia Aérea Azul (apoio e colaboração).
Ao Conselho Nacional de Pesquisa – CNPq (apoio e financiamento).

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10.004**: Classificação de Resíduos Sólidos. Rio de Janeiro, 2004.

CARRA, T. A.; CONCEIÇÃO, F. T. da; TEIXEIRA, B. B. Indicadores para a gestão de resíduos sólidos em aeroportos e sua aplicação no Aeroporto Internacional de

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Viracopos/Campinas (SP). **Revista Engenharia Sanitária e Ambiental**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 131-138, abr/jun 2013.

DE CONTO et al.; Produção de conhecimento em resíduos sólidos gerados em aeroportos. In: SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS, 2., 2015, Canela. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: ABES, 2015. Disponível em: <http://www.abes-rs.org.br/centraldeeventos/_arqTrabalhos/trab_20150504172007000000888.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2015.

FONTES, C. O.; ALVES, J. F.; TEIXEIRA, C. E. Minimização de Resíduos em um Processo de Manutenção de Aeronaves: Abordagens Seis Sigma, Lean Manufacturing e Produção mais Limpa. In: INTEGRATING CLEANER PRODUCTION INTO SUSTAINABILITY STRATEGIES, 4, 2013, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www.advancesincleanerproduction.net/fourth/files/sessoes/6A/5/fontes_co_et_al_work.pdf>. Acesso em 23 abr 2015.

FONTES, C. O. Minimização da geração de resíduos no processo de manutenção de aeronaves por meio de técnicas de produção mais limpa. 2013. 105 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia Ambiental) - Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo, São Paulo, jun. 2013. Disponível em: <http://www.ipt.br/dissertacoes_interna_click_pdf.php?id=733&link=cassiopea.ipt.br/teses/2013_TA_Charles_Fontes.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2015.

KINNISON, H. A. **Aviation maintenance management**. New York: McGraw-Hill Companies, Inc., 2004.

LOHMANN, G.; CASTRO, R. Transporte e Desenvolvimento de Destinos Turísticos. In: LOHMANN, G.; FRAGA, C.; CASTRO, R. (Org.). **Transportes e destinos turísticos: planejamento e gestão**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013. cap. 1, p. 01-29.

KUNZ, J. G. A geração de resíduos sólidos aeroportuários e suas interfaces com o turismo: o caso do Aeroporto Hugo Cantergiani, Caxias do Sul-RS. 2013. 152 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-Graduação em Turismo. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2013.

KUNZ, J. G.; DE CONTO, S. M.; DEMORI, M. K. A geração de resíduos sólidos aeroportuários e suas interfaces com o turismo: o caso do Aeroporto Hugo Cantergiani, Caxias do Sul-RS, Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 59-75, jan/abr 2015. Disponível em: <<http://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/716/664>>. Acesso em: 21 out 2015.

NARDI, A. B.; FOFONKA, L. Monitoramento de aspectos ambientais em uma companhia aérea no aeroporto internacional Salgado Filho. **Educação Ambiental em Ação**, Porto Alegre, n. 38, 2011. Disponível em: <http://www.revistaea.org>>. Acesso em: 08 mai 2015.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

PASSOS, R. G.; MOREIRA NETO, R. F.; ALMEIDA, R. S. de S. P. de. Gerenciamento de resíduos em aeroporto internacional de grande circulação: aspectos quantitativos, contribuição per capita e projeções futuras. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA SANITÁRIA E AMBIENTAL, 27., 2013, Goiânia. **Anais...** Rio de Janeiro: ABES, 2013. 1 Pen-drive.

Diagnóstico dos Meios de Hospedagem da Ilha Grande, Município de Angra Dos Reis/RJ.

Giulianna de Pedro Liberalli; Paola Oliveira Olympio; Isabela de Fátima Fogaça
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Resumo: O turismo é uma atividade que relaciona diversos setores e necessita de planejamento. Por isso, deve-se avaliar todos os produtos e serviços oferecidos no intuito de maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos no meio e comunidade em que está inserido. Assim, este artigo tem como objetivo analisar o perfil da situação dos meios de hospedagens da Ilha Grande, no município de Angra dos Reis/RJ. Para a análise, além da pesquisa bibliográfica, documental e trabalho de campo, foi utilizado o método *swot* que visa avaliar as forças, as fraquezas, as ameaças e os riscos do desenvolvimento da atividade. Como resultado desse levantamento, percebemos que a ausência de planejamento e gestão do turismo na ilha, por parte do poder público, vem favorecendo a proliferação de estabelecimentos irregulares e uma série de outros impactos negativos à localidade, como degradação ambiental, entre outros.

Palavras-chave: Turismo; Planejamento; Meios de Hospedagem; Ilha Grande/RJ.

Introdução

Segundo o Plano Nacional de Turismo (PNT) (BRASIL, 2015), para se desenvolver atividades turísticas em uma localidade, deve haver desde o início participação e diálogo entre o governo e a sociedade, geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo, e o incentivo à inovação e ao conhecimento. Portanto, estes devem ser os pressupostos para o planejamento de forma integral e participativa. É sabido que o planejamento turístico objetiva maximizar os benefícios socioeconômicos e minimizar os custos, visando o bem-estar da comunidade receptora e a rentabilidade dos empreendimentos do setor.

A atividade turística na Ilha Grande, no município de Angra dos Reis/RJ, promove impactos tanto positivos quanto negativos, pois se percebe que o turismo tem grande responsabilidade na mudança do cenário social e econômico desde sua implantação. Assim, é necessário que haja preocupação em planejar adequadamente o turismo em uma área tão sensível ecologicamente, para que os impactos positivos sejam maximizados e os negativos sejam minimizados.

Nesse sentido, esse artigo tem como objetivo analisar o perfil da situação atual dos meios de hospedagem presentes na Ilha Grande. O recorte referente ao setor hoteleiro nesse momento se dá, pois, segundo Cooper (2007:384),

A hotelaria é um componente necessário ao desenvolvimento do Turismo dentro de qualquer destino que busque servir a turistas [...] A qualidade e a abrangência da hotelaria disponível refletirá e influenciará o tipo de visitantes de um local. Sendo assim, a obtenção do equilíbrio apropriado para a hotelaria atingir os objetivos estratégicos de desenvolvimento do turismo pode ser um desafio.

Assim, para o desenvolvimento desse artigo foram realizadas pesquisas bibliográficas e documentais, especialmente por meio do inventário da Oferta Turística, realizado pela Fundação de Turismo de Angra dos Reis – TurisAngra em 2010, bem como de uma pesquisa de campo realizada em maio de 2015, no âmbito da disciplina de Planejamento e Organização do Turismo do curso de turismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, por meio da qual pode-se realizar uma análise mais detalhada da atividade turística na Ilha Grande.

Como subsídio a análise optou-se pelo uso do método *swot*, que nada mais é do que uma análise dividida por dois ambientes, o interno e o externo. O primeiro ambiente refere-se às questões internas, ou seja, forças e fraquezas do seu objeto de estudo - neste caso os meios de hospedagem da Ilha Grande – e o segundo ambiente refere-se às questões externas, como oportunidades e riscos do mesmo em um âmbito maior, do conjunto de relações ambientais, em outros sistemas.

Diagnóstico da situação atual do setor hoteleiro de Ilha Grande.

A Ilha Grande constitui-se uma área natural que possui mais de 193 km² de extensão territorial em que se sobrepõem Unidades de conservação – UC (como parques, reservas biológicas e de Desenvolvimento Sustentável) pertencentes à parte insular da Área de Proteção Ambiental – APA Tamoios (Portal Ilha Grande, 2015).

Apesar de se constituir em área de UC, conta com algumas áreas de ocupação humana, sendo a que mais se destaca quanto ao Turismo é a Vila do Abraão, conhecida como sede da Ilha Grande, pois nesta área está a maior concentração de meios de hospedagem, agências de passeios e restaurantes da ilha. É um grande e reconhecido destino turístico e se destaca por

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

seus inúmeros atrativos naturais, como áreas remanescentes da Mata Atlântica, hoje quase extinta no Brasil, praias, entre outros, além dos atrativos culturais como manifestações populares, capelas e gastronomia.

As empresas, instituições e demais organizações presentes na Ilha Grande vivem do turismo ou para o turismo. Segundo arquivo disponibilizado pela Fundação Getúlio Vargas (2005), o representante do *Convention & Visitors Bureau* de Ilha Grande é categórico ao afirmar que sem turistas não há comércio, nem capital circulante, nem empregos na ilha.

Em função das singularidades ali encontradas e seu potencial, a Ilha recebe significativo fluxo de turistas por ano, o que a torna um dos mais expressivos destinos turísticos do estado do Rio de Janeiro. Segundo os Manuais de Melhores Práticas de Ecoturismo – MPE (Funbio, 2004), em 2003 a ilha recebeu cerca de 115 mil visitantes (com pernoite) durante todo o ano. Já em 2010, de acordo com Sistema de Ordenamento Turístico Ilha Grande Angra dos Reis (2011) foram mais de 113 mil turistas, somente no período de carnaval e *réveillon*. Também, observa-se o crescimento de turistas estrangeiros em uma escala cada vez maior. Assim, a Ilha Grande se constitui um polo turístico bem consolidado, em que são observados diversos impactos positivos e negativos.

Entre os impactos negativos mais facilmente observados, está o crescimento muito acelerado da oferta de equipamentos e serviços turísticos na Ilha, especialmente meios de hospedagens. Crescimento que não foi ordenado, nem planejado, foi apenas acontecendo com o passar do tempo, em uma espécie de adaptação às necessidades momentâneas, sem preocupações em como deveria ser feito e no que isso ocasionaria em longo prazo.

Assim, por meio do inventário realizado pela TurisAngra (2010), foram levantados cerca de 150 meios de hospedagem e, pelo trabalho de campo realizado para esse trabalho, foram identificados mais 87 novos estabelecimentos, totalizando 237. Isso indica um grande crescimento, considerando o curto tempo, cinco anos, principalmente tendo em vista, a complexidade e burocracia que deveria ser seguida para a abertura de um negócio em uma área tão vulnerável ambientalmente quanto a Ilha Grande, sujeita a rígida legislação ambiental sobre Unidades de Conservação e a severas limitações de uso.

Neste inventário, nota-se que a maioria dos meios de hospedagem na Ilha Grande são pousadas, *hostels*, *campings* e alguns cama e café, sendo poucos da tipologia hotéis na região.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Essa configuração se origina, principalmente, pelo tipo de turismo ali oferecido (ecoturismo, turismo de aventura, turismo com base local, entre outros) bem como devido ao tipo de demanda que se recebe.

Foi observado também que a maioria dos empreendimentos dispõem de poucas informações de fácil acesso. Muitos meios de hospedagem não possuíam telefone, *web site*, e principalmente, grande parte continha endereços incompletos, sem número ou nome da rua. Os poucos que tinham dados completos pertencem a grandes redes, como por exemplo, o Che Lagarto, que possui diversos *hostels* e suítes por toda América Latina.

O fato dos empreendimentos disponibilizarem informações limitadas é prejudicial para na elaboração de ações tanto de planejamento quanto de gestão, pois o inventário torna-se incompleto e futuros projetos que o utilizem, pode tornar inviável a ação, dependendo da abrangência e tema.

Quanto à análise desenvolvida, entre os pontos fortes identificados pela análise *swot* podemos destacar: os preços acessíveis; a hospitalidade – a maioria dos visitantes que chega recebe uma calorosa recepção, desde os que preferem hospedar-se em *campings* aos que se hospedam em pousadas sofisticadas da Ilha; as vendas através de *sites* de compras coletivas - que auxiliam os turistas a encontrar um local que se encaixe no seu perfil e se adeque às suas necessidades; gerando assim outro ponto forte, como a ofertas para variados tipos de demanda - comportando diversos segmentos de público; e, a existência de tarifas promocionais para grupos. Pontos estes que são benéficos e vantajosos para o turismo da localidade.

Em contrapartida, também foram identificadas fraquezas relacionados à atividade, como por exemplo, a falta de acessibilidade nos empreendimentos tanto para deficientes, idosos ou quanto para pessoas com dificuldade de locomoção temporária. Portanto, um grande problema, visto que nenhum meio de hospedagem da ilha tem um ambiente apropriado para este público que cada vez mais busca a inclusão. Somente foram encontrados alguns estabelecimentos que se adaptaram (mas não da forma correta) para receber uma parcela destes turistas.

Outro ponto considerado negativo é a falta de profissionais qualificados na área de hospedagem, bem como a divulgação deficitária dos estabelecimentos - a promoção dos

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

estabelecimentos é feita apenas pelo conhecido “boca a boca”, assim a maioria das pessoas que visitam a Ilha vai por indicação de amigos ou parentes.

Os veículos de promoção e vendas destes empreendimentos, muitas vezes, não contam com informações consideradas básicas, como telefone ou *e-mail* para contato, ou, até mesmo, endereço do lugar. Há pouca sinalização turística, o que dificulta ainda mais o acesso para os turistas que chegam à Ilha e precisam procurar um lugar para se hospedar, ou os que precisam encontrar os estabelecimentos que já reservaram com antecedência. Todavia, o ponto negativo de mais destaque e que pode se desdobrar em sérias ameaças à sustentabilidade da atividade é a saturação da oferta, ocasionada pela falta de fiscalização e planejamento público que vêm favorecendo a proliferação de construções irregulares na área estudada. Portanto, a falta de planejamento e gestão é um dos pontos negativos mais prejudiciais ao meio, e por isso julgamos demandar uma abordagem mais ampliada do assunto.

Dos 235 meios de hospedagem levantados, segundo consulta à Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (TurisRio, 2015), apenas 19 conta com cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo (CADASTUR), realizado pelo Ministério do Turismo (MTUR) em parceria com os órgãos estaduais, e, poucos contam com Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), ou alvará de funcionamento, que são documentos obrigatórios para realização de atividade comercial em nosso país.

Entre as justificativas para essa problemática, está a falta de fiscalização e de incentivo por parte do poder público e a falta de interesse dos empreendedores, que muitas vezes preferem deixar a legalização de lado, por ser mais conveniente, ou, simplesmente, por não saberem como proceder.

O poder público tem como dever incentivar e esclarecer para este empreendedor que é necessário a legalização. O empreendedor, por sua vez, deve ter ciência de que para estar de acordo com a lei, deverá adquirir um alvará de funcionamento, um CNPJ, e, no caso de atividades relacionadas ao turismo, é conveniente ter um CADASTUR que garante legalidade de sua atividade aos clientes e uma qualidade melhor dos serviços.

Assim, medidas devem ser tomadas para que os empreendedores locais se mobilizem para que a legalização desse segmento da atividade turística seja realizada. Devem ser



viabilizadas palestras, reuniões, encontros entre poder público e empresários para que as formas e procedimentos de legalização sejam esclarecidos. Após o esclarecimento dos proprietários de meios de hospedagem, seria viável que ocorresse uma mobilização de agentes representantes da TurisRio para que efetivamente ocorra enfim e legalização.

Ainda cabe destacar que para que essas ações tenham durabilidade, é necessário que seja realizado uma fiscalização constante, para que a ilegalidade não volte a ocorrer. Essas medidas podem diminuir consideravelmente a ilegalidade dos meios de hospedagem, e inibir o aparecimento de novos empreendimentos, assim como evitar outros problemas que se têm observados. Entre estes problemas podemos citar a apropriação de terrenos em áreas inadequadas e até ilegais, como em encostas e dentro da mata, principalmente na Vila do Abraão.

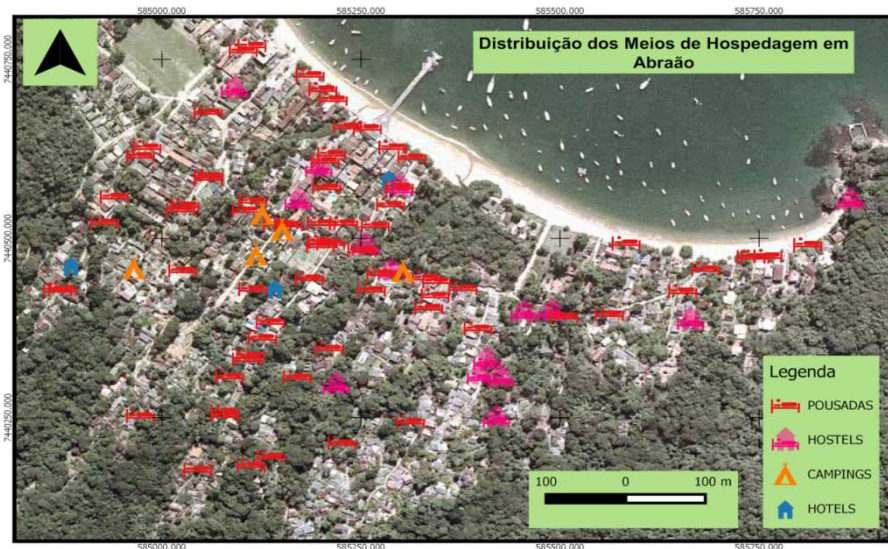
É perceptível que, com o crescimento desenfreado e descontrolado do turismo, em dado momento a Vila do Abraão não teve mais capacidade para comportar novas construções, o que acarretou o início de um pequeno processo de favelização (visualizar tais diferenças nos mapas abaixo), ou seja, de ocupação de áreas impróprias para ocupação e sem organização. Assim, até mesmo meios de hospedagem acabam se localizando em pontos extremamente mal situados, como em ruas sem asfalto, no meio da mata ou em encostas, como vemos no segundo mapa abaixo, que traz a distribuição dos meios de hospedagem que foram visitados durante o trabalho de campo.

Imagem 1: Vila do Abraão em 2007



Fonte: Google Earth

Mapa 1: Distribuição dos meios de hospedagem visitados em Abraão (2015)



Fonte: Elaboração própria

O aumento de estabelecimentos, em uma relação efeito-causa, em que não há como identificar o que é a causa e o que é efeito, evidencia outro problema, o aumento do fluxo de turistas na ilha, o que aprofunda os impactos negativos sem o devido planejamento. Sem a

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

fiscalização e legalização dos meios de hospedagem ali existentes, o controle dos visitantes fica dificultado, ocasionando uma superlotação na ilha e ultrapassando sua capacidade de carga, gerando diversos outros problemas mais específicos, como deficiências no saneamento básico, como esgoto e excesso de lixo.

É importante destacar que a Ilha Grande conta com grande parte da sua extensão territorial tomada por UC, o que possibilita uma maior preservação da natureza e dos belíssimos atrativos naturais ali encontrados. Além disso, conta com uma grande hospitalidade, por parte de sua população, o que contribui para a imagem positiva do destino. Para desencadear uma melhora constante da receptividade da Ilha, propostas como programas de capacitação de mão de obra especializada junto aos moradores são essenciais, além disso, favorecem a promoção da inclusão da comunidade local no mercado de trabalho da atividade turística, a geração de empregos e movimentação da economia.

Também a melhoria na acessibilidade tanto nos meios de hospedagem como na Ilha como um todo, são ações estratégicas para a captação desse novo segmento de demanda, os portadores de deficiência e idosos, potenciais usuários exploradores do Turismo na Ilha Grande.

Considerações Finais

A partir da pesquisa realizada percebeu-se que são inúmeros os problemas que a falta de legalização dos meios de hospedagem na Ilha Grande pode acarretar, e que se ocorresse o controle, por parte dos órgãos responsáveis, muitos fatos poderiam ser evitados ou reduzidos. Esta falta de controle, dos estabelecimentos, compromete tanto o turismo quanto a vida de seus moradores, pois não há como garantir que normas básicas de segurança estejam sendo cumpridas. Portanto, é fundamental a investigação dessa problemática para garantir que o turismo seja realizado de forma sustentável e que haja harmonia entre natureza, comunidade, turistas e *trade* turístico.

Felizmente essa investigação e planejamento de mudanças do cenário já começaram e a expectativa é que o turismo na Ilha Grande melhore gradativamente, associado ao seu crescimento sustentável e legalizado. Depois do encerramento dessa pesquisa, em meio ao acompanhamento constante da temática na ilha, foi tomado conhecimento que a TurisAngra

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

terminou em agosto de 2015 um levantamento sobre os meios de hospedagem de Angra dos Reis, e que foram estabelecidas ações que foram sugeridas em nossa pesquisa. Ações que a fundação planeja estender para toda a Ilha Grande sendo estas, importantes para dar mais segurança no atendimento aos turistas que procuram explorar a localidade (Angra dos Reis, 2015).

Segundo o Portal da Prefeitura de Angra dos Reis (2015), um dos objetivos da TurisAngra com suas ações é a exigência do Cadastur. Por isso foi disponibilizado servidores da autarquia para orientar os empreendedores na emissão do documento em Angra dos Reis, que é relativamente simples e não tem custo para os operadores. É preciso entendimento dos empresários para a importância dessa legalização.

A fiscalização adotada em Angra dos Reis encontrou pelo menos 23 estabelecimentos sem alvará de funcionamento e outros com problemas relacionados ao licenciamento. Todos foram notificados para regularizarem a situação, sob risco de fechamento. O número de estabelecimentos sem registro no Ministério do Turismo (Cadastur) também foi considerado alto, já que cerca de 80% dos meios de hospedagem visitados não possuíam o documento. O Cadastur é o cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo e visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos do país (Angra dos Reis, 2015).

O trabalho de recadastramento dos meios de hospedagem chegará à Ilha Grande e demais localidades da baía de Angra. As primeiras praias a serem visitadas serão Araçatiba e Bananal. Depois serão feitas as abordagens na Vila do Abraão e em outras localidades, como Matariz, Jaconema, Provetá, Gipoia e Palmas. O trabalho da TurisAngra será acompanhado por um fiscal da Secretaria de Fazenda, capaz de notificar estabelecimentos que estiverem sem a devida documentação ou alvarás de funcionamento (Angra dos Reis, 2015).

Como dito no começo desse artigo, os impactos positivos devem se sobrepor aos negativos, e ações como essa de incentivo a legalização dos meios de hospedagem são fundamentais para alcançar esse cenário. Cenário este em que ocorra um turismo organizado e planejado, sendo esse benéfico social e economicamente para a comunidade, havendo harmonização com o trade turístico.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Referências

ANGRA DOS REIS. Portal Prefeitura de Angra. **TurisAngra conclui levantamento nos meios de hospedagem**. Disponível em: <http://www.angra.rj.gov.br/imprensa_noticias_release.asp?vid_noticia=48995&indexsigla=IMP#.VftZAZeQKh0>. Acessado em 17 set. 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional/>. Acesso em: 25 jun. 2015.

COOPER, Chris at al. **Turismo, princípios e práticas**. 3ª ed. São Paulo: Bookman, 2007.

FUNBIO. **Manual Melhores Práticas de Ecoturismo (MPE)**. Disponível em: <<http://www.funbio.org.br/manuais-melhores-praticas-de-ecoturismo-mpe/>>. Acesso em 17 set. 2015.

ILHA GRANDE. Portal Docplayer. Sistema de Ordenamento Turístico Ilha Grande Angra dos Reis, RJ. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/2269226-Sistema-de-ordenamento-turistico-ilha-grande-angra-dos-reis-rj-4a-reuniao-comissao-de-acompanhamento.html>>. Acesso em: 23 set. 2015.

ILHA GRANDE. Portal Oficial da Ilha Grande. **Preservação**. Disponível em <<http://www.ilhagrande.com.br/ilha-grande/preservacao/>>. Acesso em: 16 set. 2015.

SAMPAIO, R. S. **Estratégias para a Superação de Problemas Locais à Vila do Abraão e sua Relação com o Desenvolvimento Sustentável do Turismo** [Dissertação]. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas; 2005.

TurisAngra. **Inventário de Oferta Turística de Angra dos Reis**. 2010.

Teoria do Espaço Turístico: Representações Espaciais e Métodos Para o Entendimento da Serra Gaúcha

Juliana Tomazi Consenso⁴²; Marceli Costa Marcolim⁴³; Franciele Berti⁴⁴; Dr. Pedro de Alcântara Bittencourt César⁴⁵
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: A pesquisa que se desenvolve a seguir tem como motivador principal estudar e aplicar a Teoria do Espaço Turístico em um espaço com inúmeras possibilidades e inserções tratando de turismo, a Serra Gaúcha. Essa se inicia com a observação de suas diversas formas de distribuição de equipamentos turísticos, bem como seu contraste entre demandas de visitantes das mais diversas proporções. Através de um estudo acerca de cada município desta região que notadamente encontra-se a atividade turística, aplica-se a Teoria do Espaço Turístico classificando cada localidade. Como resultado da pesquisa reflete-se cada lugar, por esta classificação pertinente que nos possibilita entender apresentar uma visão região do desenvolvimento da atividade, não só relacionados ao turismo local, bem como seu papel e importância no cenário urbano e econômico.

Palavras-chave: Morfologia urbana; espaço turístico; representação espacial; cartografia turística; Serra Gaúcha.

Apresentação

Atualmente é notória a importância do turismo como atividade econômica para o desenvolvimento de um determinado local. Entretanto, para que esta atividade seja bem-sucedida, certas questões devem ser levadas em consideração, como os investimentos em infraestruturas de transporte, meios de hospedagem, estruturas de alimentos e bebidas, em lazer e eventos e a organização da informação turística. Desta maneira, o espaço geográfico de interesse turístico, sua estrutura, funcionalidade e dinâmica devem ser retratados por documentos cartográficos que visem facilitar a tomada de decisões por parte dos planejadores do turismo, atores políticos e sociais diversos e do próprio turista.

⁴² Acadêmica de Arquitetura e Urbanismo. Bolsista de Iniciação Científica (BIC-UCS).

⁴³ Acadêmica de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Caxias do Sul.

⁴⁴ Acadêmica em Eventos da Universidade de Caxias do Sul – Campus das Hortênsias.

⁴⁵ Professor Doutor do Centro de Artes e Arquitetura e do Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A Teoria do Espaço Turístico apresentada por Roberto C. Boullón, vêm, desde que se mostrou na academia brasileira em esforço do Governo brasileiro, criando especialistas em planejamento turístico (EMBRATUR, OEA, CICATUR, 1997). Desde então, seus conceitos foram difundidos e estudados ao longo dos anos, porém, sem seu devido aprofundamento. Esta atenção justifica pelo fato de, embora esta abordagem apresentar certos questionamentos epistemológicos na sua formulação, embasados em exemplos práticos, necessita de algumas reflexões. Têm-se assim uma questão que se espera ao ser elucidado nesta pesquisa. Quanto à aplicabilidade prático-concreta ao associar as classes hierárquicas apresentadas para as localidades, comumente difundida, das áreas turísticas em categorias específicas. Ressalva-se que sua formulação envolve um pragmatismo, de caráter estruturalista, distanciando do reconhecimento de valores sociais na sua construção. Espera-se assim, apresentar os estudos preliminares de uma contribuição acerca do questionamento a esta formulação teórica, por meios práticos e tangíveis em uma área com acentuada formação turística.

Espaço Turístico

O turismo tem como característica realizar-se em um espaço socialmente constituído. Nele, a atividade de visitação, normalmente, compete com as outras atividades existentes. Porém, o turismo difere de outros setores por ser a “única prática social que consome, elementarmente, o espaço” (Cruz, 2001, p.v). Sua inserção, como outras forças em um espaço criam locais específicos, adjetivados de turísticos ou territórios turísticos ou mesmo região turística.

Diversos autores elaboram referências denominando estes territórios turísticos. Entre eles, Vera (1997, p.59) apresenta esquemas teóricos do desenvolvimento e localização da atividade estabelecendo como terminologia: estação, espaço e região. Estes são formas diferenciadas de apropriações espaciais, entretanto, lembra Vera (1997, p.57) que estes conceitos são gerais e básicos, apresentando certas ambiguidades e uma grande dificuldade de análise, principalmente em virtude das diferenças de escalas destas áreas em questão. Soneiro (1991, p.186) denomina o espaço turístico como a representação da projeção no espaço e no tempo dos ideais e mitos da sociedade global. No decorrer da sua análise este autor classifica-

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

o como formado por produto espacial material, construído, ordenado e acondicionados (alojamentos, transporte e equipamentos recreativos) e os imateriais formados pelas imagens.

Para a elaboração de práticas na sua atividade, classificação recorrente apresenta Boullón (2002). Assim, ao definir esta porção territorial como espaço turístico, ou o espaço de inserção da atividade turística, classifica-o, ao quantificar essa atividade. Suas diferenciações definem: zonas, áreas, complexos, centros, unidades, núcleos, conjunto, corredor, corredor de traslado e corredor de estada conforme as suas características, formações e funcionalidade.

Porém, independente da ótica, os equipamentos e atrativos turísticos, objeto da análise desta pesquisa estão sujeitos aos fluxos de visitantes. Assim, o reconhecimento do bem turístico está mercê do deslocamento, consumo, desfrute no espaço e pernoite fora da residência. O consumo do espaço e no espaço reporta ao cenário da atratividade, com a apropriação do espaço público e privado. Porém, atrás deste ato pode ser observado por uma relação sistêmica com seus elementos fundamentais: atrativos, equipamentos turísticos – hospedagem e alimentação principalmente – e meios de acesso.

Teoria do Espaço Turístico

Algumas questões são extremamente intrigantes quanto à elaboração da Teoria do Espaço Turístico. Ao apresentar essa construção teórica, Boullón (2001) tem o zelo em oferecer um campo conceitual e científico para o turismo. Entretanto, quando refere à construção ontológica que teoriza, somente retrata da necessidade de “recorrer ao método empírico, por meio do qual podemos observar a distribuição teórica” (Boullón, 2002, p.80). Sabe-se inclusive que tal procedimento recorrente, não foi apresentado na formulação proposta. Essa parece uma formulação abstrata e não de eventos concreto, embora reflita que:

O planejamento físico é uma técnica que pertence às categorias experimentais do conhecimento científico. Sua finalidade é o ordenamento das ações do homem sobre o território, e ocupa-se em resolver harmonicamente a construção de todo tipo de coisas, bem como em antecipar o efeito da exploração dos recursos naturais (Boullón, 2002:72).

Ao considerar que não se pode “*no se puede recurrir a las técnicas de regionalización para proceder a su delimitación*” Boullón (2006, pg.65) excluindo o conceito de região

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

turístico, adota-se então o conceito de espaço turístico. Desta maneira, conceitua que o espaço turístico: “é a consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país” Boullón (2002, pg. 70).

Nota-se que este pesquisador no mesmo momento que atribuí a o espaço turístico à formação de um elemento, ou categoria, aos atrativos indicam a necessidade destes estarem agregados a outros. Parece assim, querer estabelecer que os elementos formadores não constituem fator isolado para a qualificação como turístico. Distancia de uma visão como extensão de espaço de influência na formação do que chama de turístico. Propõe ainda Boullón (2002) que ao definir as zonas turísticas, estas, devem ser avaliadas hierarquizando, qualificando e quantificando os seus atrativos e áreas internamente formadora.

Assim, procura-se qualificar estes conforme a ordem quantitativa dos seus atrativos aglomerados. Ainda é pertinente lembrar que Boullón defende que o grau de proximidade é determinado visualmente, aplicando-se em sua leitura, a lei da continuidade. Tal lei consiste em utilizar a capacidade de síntese do mecanismo da visão como veículo para reconhecer, em cada caso, as formas naturais de agrupamento que os símbolos assinalados podem adotar. Para testarmos sua Teoria na pesquisa em questão, antes foi necessário compreender de maneira clara como se classificava cada meio turístico. Uma vez compreendidos seus conceitos, pôde-se então usá-los dentro da Serra Gaúcha, conforme proposto na ideia inicial da pesquisa em questão. Sobre sua classificação mais ampla, podem-se explanar como algumas das características destas áreas hierarquicamente definidas.

A zona turística se desdobra ao apresentar um número mínimo de dez atrativos. Estes devem estar inseridos dois centros turísticos interligados. Classifica-se toda Área Turística como a subdivisão da zona turística. Esta requer a presença de um centro turístico. Denomina-se Centro turístico qualquer lugar que motive por si só uma viagem turística. Deve contar com: hospedagem, alimentação entretenimento, agência de viagem receptiva, informações turísticas, comércio turísticos, postos de comunicação (ex: agência dos correios), sistema de transporte organizado entre os atrativos, e conexão com o sistema de empreendimentos

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

turísticos (estacionamento, informação, guias, saneamento, alimentação, venda de artesanato, curiosidade e miudeza – pode ter hospedagem).

Os Centros Turísticos podem ser: Centro turístico de distribuição, Centro turístico de estada, e Centro turístico de excursão. O primeiro, denominado Centro turístico de distribuição, como definido anteriormente, os equipamentos são distribuídos entre as áreas urbanas e o atrativo, ou seja, apresenta meios e equipamentos para que o turismo ocorra. O Centro turístico de escala é o Centro utilizado como etapa intermediária. Centro turístico de excursão é o qual recebe turista por menos de 24 horas.

Qualificam ainda os Complexo Turístico que são maiores que os centros e menores que as zonas, por seus visitantes ficarem mais de 3 dias. A evolução dos centros turísticos tem inserido um ou mais centros (ex: Foz de Iguaçu com um centro em cada país); Unidade Turística que promove uma única atividade, de estada longa, normalmente são pequenas aldeias, com diferentes empreendedores turísticos; Núcleo Turístico que apresenta atrativos isolados e rudimentares, sendo sempre transitório. Conjunto Turístico são núcleos conectados à rede de estrada e os Corredores Turísticos que são por onde deslocam os fluxos turísticos, estradas selecionadas para o uso turístico com significado estratégico.

A partir da compreensão de cada classificação feita por Boullón (2002) em sua Teoria, fez-se uso dessa para compreender melhor os aspectos físico-territoriais na Serra Gaúcha, por isso, utilizou-se dessa base para classificar os municípios estudados em questão: Pode-se classificar Gramado (RS) e áreas conurbadas, ou seja, Canela (RS), como um complexo turístico, isto por que há agrupamento de atrativos de tamanha importância e hierarquia que contemplam visitas de até 3 dias. Esta denominação acontece, pois complexo turístico é todo e qualquer espaço maior que um centro turístico e menor que uma zona turística. Os atrativos contemplados por esse complexo turístico são de ordens de: Indústria cultural, atrativos naturais e eventos. A cidade de Gramado (RS), principalmente, possui no turismo seu impulso econômico.

Abaixo hierarquicamente identificam-se localidades com característica de Centro Turístico, pois apresenta hierarquia suficiente motivadora de uma viagem a turismo, oferecendo comércio turístico e serviços, bem como atrativos naturais e meios para que o turismo aconteça. Além disso, dentro desta classificação encontra-se Caxias do Sul (RS), que

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

possui grande número de equipamentos turísticos, mais do que seus atrativos, porém os equipamentos dão o suporte necessário para as atividades que serão realizadas nesses atrativos. Ainda sobre Caxias do Sul (RS), essa caracteriza-se também por ser polo de desenvolvimento, sua força de atração está relacionada as indústrias do setor metal metalúrgico e à condição de cidade sede regional. Tais referências estabelecem a visitação ao município.

Isoladamente, Canela (RS) volta-se mais para o turismo de eventos, bem como atrativos naturais. Embora geograficamente, parece mais lógico classificar Canela (RS) também como parte do Complexo Turístico ao conurbado com Gramado (RS), pois estes apresentam tendência a turismo motivado por atrativos que envolvem forte influência do marketing. Bento Gonçalves (RS) apresenta aspectos naturais e é corredor de uma indústria cultural. Seus atrativos são de maioria relacionada a aspectos da produção agrícola, bem como paisagens naturais criando roteiros enoturísticos/gastronômicos.

Com características análogas, encontram-se Farroupilha (RS) e Nova Petrópolis (RS). Nova Petrópolis (RS) ao fazer parte da Região das Hortênsias, torna-se área turística, pois possui mais de 10 atrativos com relativa proximidade, possui infraestrutura de transporte e comunicação para e relacionar com os demais sistemas turísticos. Farroupilha (RS) apresenta característica de corredor turístico de traslado, tornando-se parte da rede de vias utilizada por turistas para realizar seu percurso. Turismo acontece por conta do comércio, uma vez que Farroupilha (RS) é sede de diversas malharias, mas principalmente pela estrutura de comércio varejista e atacadista desse setor, bem como ponto de visitação religiosa. O principal fator de aproximação regional destas duas localidades é que ambos os municípios, possuem aproveitamento turístico por condição de localização.

São Francisco de Paula (RS) caracteriza por um Turismo cultural e pode ser classificado como núcleo turístico. Sua área turística possui infraestrutura menos desenvolvida, essa classificação também abrange municípios onde sua localização se distancia dos demais municípios englobados pela zona turística. Flores da Cunha (RS), Antonio Prado (RS) e Garibaldi (RS) podem ser denominados de Corredor turístico de traslado, tornando-se parte da rede de vias utilizada por turistas para realizar seu percurso. Garibaldi (RS) destaca-se pela produção de espumantes, por isso pode-se considerar seu espaço como uma unidade

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

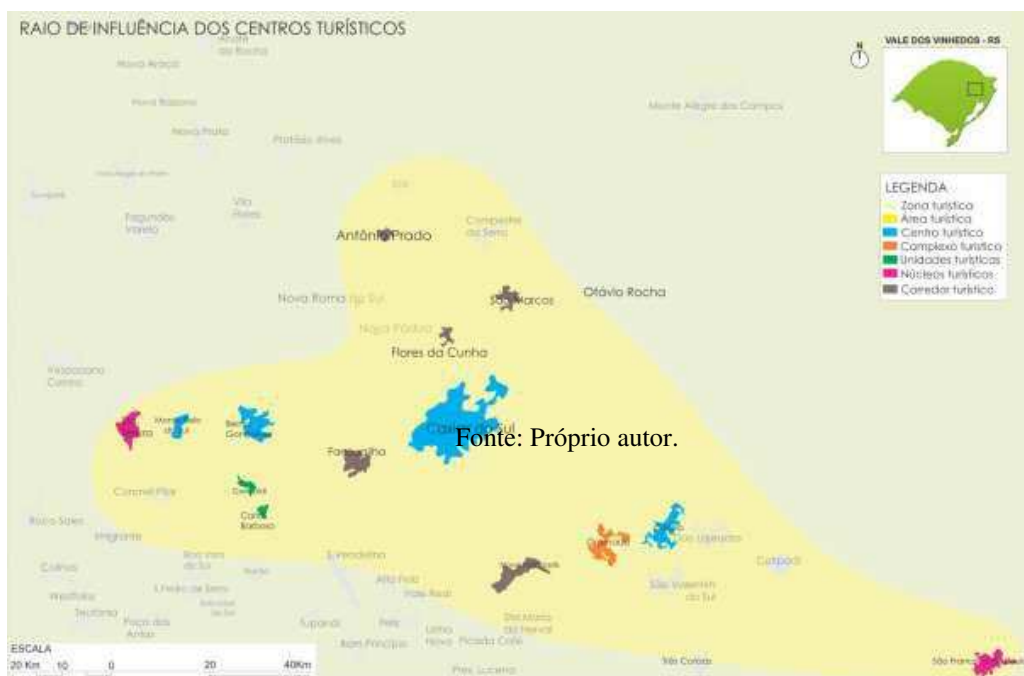
06 DE NOVEMBRO
DE 2015

turística. Isso acontece uma vez que seus roteiros são divulgados e visitados, bem como atrativos relacionados a imigração italiana e demais equipamentos. Carlos Barbosa (RS) apresenta-se como unidade turística. Por possuir escala menor que o centro turístico, porém com alguns atrativos e equipamentos, o município classifica-se como unidade. Possui comércio para compras e feiras, mantendo assim situação pontual de visitação.

Os municípios de Nova Roma do Sul (RS), Pinto Bandeira (RS), Monte Belo do Sul (RS) e Santa Tereza (RS) por serem de menor tamanho e muitas vezes pouco promovido e explorado, classificam-se como corredores turísticos. Essa conotação acontece, pois, os mesmos são recentes ou estão ligados a um grande centro turístico. Seu turismo é basicamente inexistente ou de ordem da natureza, enoturismo e cultural.

Após levantamento de informações e classificação dos municípios conforme a Teoria do Espaço Turístico e também o diagnóstico das bases cartográficas de cada sítio que a pesquisa contempla, elaboraram-se mapas conceituais sobre a hierarquia turística de cada lugar, bem como sua classificação, permitindo uma maior clareza sobre o desenvolvimento e processo de estudo que estão sendo elaborados. Os mapas conceituais colaboraram não só para entendimento da hierarquia turística da região como meio para testar e analisar a Teoria de Boullón. A seguir, tem-se um exemplo de como foi proposto este estudo utilizando-se da cartografia, conforme exemplificado na figura abaixo (Figura 1).

Figura 1: Classificação das cidades contempladas pela pesquisa.



Considerações finais

Como atividade social, o turismo possibilita reinvenções espaciais, apropriando, competindo ou agregando no local de outras práticas sociais. Rodrigues (2001) relata que o espaço turístico tem por característica a existência de elementos fixos, porém não estáticos, que são os centros emissores e os fluxos que se dirigem aos núcleos receptores. Isso torna o espaço turístico “essencialmente fluido, porque por natureza implica mobilidade horizontal e verticalidade” (Rodrigues, 2001, p.102), ou seja, ao receber fluxos de visitantes oriundos de diversos locais, que se deslocam para a formação destes centros, definido por Boullón (2002) de espaço turístico.

Estes núcleos emissores e receptores, conjuntamente com os corredores de ligação, formam as áreas de influência turística. Neles, os movimentos horizontais podem ser definidos pela mobilidade dos turistas e o consumo do espaço. As verticalidades, entre outras características, definem nas relações de poder estabelecidas (Santos, 2010). Assim, o espaço turístico constitui um território de influência marcante desta atividade (César, 2011). Sua formação primária tem o emissor, ou polos emissores, os canais de acesso e o polo receptor (Miossec, 1977).

Após o desenvolvimento destes passos fundamentais para melhor compreensão da Teoria de Boullón, observaram-se duas questões que se espera ao ser elucidado. Quanto à aplicabilidade prática do reconhecimento das classes hierárquicas, comumente difundida, das áreas turísticas em categorias específicas e uma contemporaneização. Ressalva-se que esta Teoria envolve um pragmatismo, de caráter estruturalista, distanciando do reconhecimento de valores sociais na sua construção. Espera-se assim, contribuir para o questionamento a esta formulação teórica, por meios práticos e tangíveis em uma área com acentuada formação turística.

Referências

BOULLÓN, R. C.. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru (SP): EdUSC. 2002.

CESAR, P. A. B.. **Turismo e desenvolvimento sustentável: Análise dos modelos de planejamento turístico**. Caxias do Sul: EdUCS. 2011.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

CRUZ, R. C. A.. **Introdução a geografia do turismo**. São Paulo: Roca. 2001.

HAESBAERT, R.. O território e a nova des-territorialização. In. Dias, L.C.; Ferrari, L. (orgs.). **Territorialidades humanas e sociais**. 2ªed. Florianópolis: Insular. 2013.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre a origem da mudança cultural**. 6ed. São Paulo: Loyola. 1996.

IBGE. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>>. Acesso em: 24 set. 2015.

KRAFTA, R.. **Notas de aula de morfologia urbana**. Porto Alegre: UFRGS. 2014.

LACOSTE, Y. **A geografia: isso serve, em primeiro lugar para fazer a guerra**. 10ed. Campinas: Papirus. 1988.

MIOSSEC, J. M. (Abril, 1977). Elements pour une theorie de l'espace touristique. Aix-en-Provence: **Centre des Hautes Etudes Touristiques** (1977), Tome 6 n°1, 1977.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 19ªed. Rio de Janeiro: Record. 2010.

SANTOS, M.. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel. 1985.

SERRA, G. **O espaço natural e a forma urbana**. São Paulo: Nobel. 1987.

TAYLOR, D.R.F. **Uma base conceitual para a cartografia: novas direções para a era da informação**. In. Apresentação de abertura da Assembléia Geral da Associação Cartográfica Internacional, Bournemouth. 1991.

WALL, E.; Waterman, T. **Desenho urbano**. Porto Alegre: Bookmann, 2012.

Primórdios do Laranjal – Pelotas, RS: O Uso do Espaço para Atividades de Lazer

Carina Pardi Ustároz⁴⁶; Dalila Müller⁴⁷

Universidade Federal de Pelotas

Resumo: A abertura da Praia do Laranjal em Pelotas, no dia 31 de janeiro de 1952, aos turistas foi de extrema importância para o turismo na cidade. Porém, muito antes desse fato o local já era utilizado para atividades de lazer. Desse modo, o objetivo deste artigo é verificar a utilização do Laranjal por turistas para atividades de lazer antes da abertura oficial do balneário. As informações foram coletadas em jornais e através de uma entrevista com uma proprietária do local. Constatou-se que o Laranjal foi utilizado como espaço de lazer já no século XIX e que as atividades se intensificaram nas primeiras décadas do século XX. Neste período, as pessoas solicitavam permissão aos proprietários para passarem um domingo ou mesmo para veranearem por um mês no local. Em função desta demanda, o balneário foi inaugurado no início da década de 1950.

Palavras-chave: Turismo; Lazer; Pelotas; Praia; Laranjal.

Introdução

O Laranjal atualmente é um bairro da cidade de Pelotas de grande importância para o turismo, especialmente pela sua praia, onde turistas vão, principalmente nos finais de semana, para aproveitarem a Laguna dos Patos para momentos de lazer, contato com a natureza e esportes ao ar livre. A Vila Residencial Balneário Santo Antônio foi inaugurada na década de 1950, com o loteamento do espaço e a abertura oficial do primeiro balneário da cidade de Pelotas. Sua inauguração foi comemorada por toda a população, que manifestou:

[...] a sua satisfação pelo desenvolvimento da grande obra que está dotando Pelotas de um balneário à altura do seu elevado [sic] grau de progresso e que fará desta cidade, dentro de um futuro próximo, importante centro de turismo. (DIÁRIO POPULAR, 03.02.1952, p. 6).

⁴⁶ Acadêmica do 8º semestre do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Endereço eletrônico: carina.pardi.ustaroz@hotmail.com.

⁴⁷ Orientadora. Professora do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Endereço eletrônico: dalilam2011@gmail.com.

Porém, questiona-se se, antes da inauguração oficial do balneário, o Laranjal e sua praia eram utilizados para atividades de lazer pela população de Pelotas e por turistas, mesmo sendo uma propriedade privada. Assim, o objetivo do presente trabalho é verificar a utilização do Laranjal por turistas para atividades de lazer antes da abertura oficial do balneário, ou seja, antes da década de 1950. Para este artigo, lazer é entendido como:

[...] o uso de um período do tempo do qual dispomos para executar quaisquer atividades que nos deem prazer, sem obrigação ou horários definidos. Nessa ocasião, podemos ser espontâneas e fazer escolhas livres, quase sempre individuais. (SENAC, 1998, p. 37).

Este artigo foi realizado a partir de uma entrevista e do uso de fontes jornalísticas. A entrevista, com perguntas abertas, foi realizada em dezembro de 2014 com a atual proprietária da Estância Laranjal (Ivone Assumpção) que anteriormente era conhecida como Estância do Laranjal de Nossa Senhora dos Prazeres das Pilotas⁴⁸ (que abrangia toda área do bairro Laranjal). Com a entrevista procurou-se obter informações sobre o uso do Laranjal para atividades de lazer, incluindo o período anterior à abertura oficial. A entrevista foi transcrita e as informações estão utilizadas no artigo de forma literal.

Foram utilizadas também informações coletadas em jornais, principalmente do Diário Popular e do O Libertador de Pelotas e do O Rio-Grandense, de Rio Grande. Os jornais foram pesquisados na Biblioteca Pública Pelotense e na Biblioteca Rio-grandense, de Rio Grande. Além disso, foi realizado um levantamento fotográfico junto da família Assumpção e no Jornal Zero Hora *Blogs*.

A descoberta do Laranjal pela população

Analisando as reportagens dos jornais do século XIX, pode-se dizer que o Laranjal, enquanto espaço de lazer, já vinha sendo utilizado pela população desde o início da segunda metade dos Novecentos. Relatos no Jornal O Rio-Grandense, datando 1851, mais de um século antes da abertura oficial do Laranjal, demonstram que no dia 6 de dezembro houve um convite para um churrasco no local, indicando assim, que já havia a utilização deste espaço

⁴⁸ Atualmente denominada Estância do Laranjal.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

para momentos de lazer. Segundo o autor:

[...] O 4º batalhão de infantaria da G. N. de guarnição n' esta cidade acaba de ter uma prova do apreço em que são tidos os seus serviços. No dia 6 do corrente foi o mesmo batalhão convidado pelo Sr. Coronel Ribas comandante superior da G. N. d' esta comarca para no lugar chamado Laranjal duas léguas distante d' esta cidade comer assados com couro. [Comentários do churrasco]. (O RIO-GRANDENSE, 11.12.1851, p. 1-2)

Com o relato, pode-se perceber o início das atividades de lazer (como no caso, um churrasco) na praia do Laranjal, demonstrando que este espaço, mesmo sendo de propriedade particular da família Assumpção, era aberto para que a população de Pelotas e convidados pudesse utilizá-lo. Na primeira metade do século XX o Laranjal passou a ser utilizado mais intensamente pela população e por “excursionistas” e reconhecido como espaço de praia.

Em 1912, segundo relato do jornal Diário Popular, também há registro de atividades de lazer no Laranjal, onde os visitantes considerados como excursionistas pelo próprio autor eram membros do *Scratch Carioca*, e foram em seus automóveis e cavalos. Os mesmos ficaram muito satisfeitos com a visita, e tiveram ótima impressão da família Assumpção, que até então detinha grande parte das terras do Laranjal:

Hontem, pela manhã, na lancha da Alfandega, seguiram para a Costa, no Arroio Pelotas, os membros do Scratch Carioca. Ali chegados tomaram os mesmos carros e cavallos, dirigindo-se para o estabelecimento “Laranjal”, de propriedade dos adiantados criadores srs. Arthur e Alfredo Assumpção. Após ligeiro descanso, assistiram os nossos hospedes diversos trabalhos de campo, o que muito apreciaram. Em seguida tomaram parte em um opiparo repasto gaúcho, durante o qual reinou a maior cordialidade, trocando-se várias saudações. À tarde regressaram os excursionistas em automóveis, agradavelmente impressionados e gratos pela fidalguia com que foram tratados pela exma. familia Assumpção. (DIÁRIO POPULAR, 15.11.1912, p. 3)

Ivone Assumpção⁴⁹ conta que o povo de Pelotas descobre que depois do arroio Pelotas existia uma lagoa, e seu pai, Antônio Augusto de Assumpção Júnior, juntamente com todos seus tios que também tinham estâncias na beira da lagoa, começa a receber solicitação de seus conhecidos, para ir passar um dia aproveitando a praia. Segundo ela “a única entrada para chegar à lagoa seria entrando pelas estâncias, pela frente das estâncias”. Ivone explica que os

⁴⁹ Entrevista concedida por ASSUMPCÃO, Ivone. [dez. 2014]. Entrevistadora: Carina Pardi Ustároz. Pelotas, 2014.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

donos das terras do Laranjal eram contatados pelos interessados a visitar, e davam-lhes uma permissão de forma escrita, que deveria ser apresentada para que a entrada dos mesmos fosse permitida.

Etchevarry (1998) também relata esta busca crescente pelo Laranjal para atividades de lazer, porém, destaca algumas dificuldades enfrentadas pelos “banhistas”, bem como, alguns “aborrecimentos” passados pelos proprietários das estâncias. Mas, mesmo assim, os banhistas continuaram utilizando o Laranjal.

[...] Neste século, o Laranjal, como balneário, na década de 30, já era conhecido dos pelotenses. Nesta década, a família Assumpção, proprietária da região onde se situavam os balneários, permitia que ousados banhistas, enfrentando dificuldades várias, entre estas as cobras, principalmente as cruzeiras, desfrutassem as praias do Laranjal. Aconteceu que, com o número sempre crescente de banhistas, a propriedade nos balneários passou a ser violada com furtos de animais domésticos, do produto das hortas das estâncias, além de outros aborrecimentos. Com o objetivo de não tirar o prazer dos bem intencionados, a família proprietária passou a disciplinar a frequência dos balneários com cartões de licença. (ETCHEVARRY, 1998, p. 78)

Percebe-se assim, que muitos anos antes do Laranjal ser considerado como ponto turístico de Pelotas, a praia já era frequentada por banhistas e excursionistas. Etchevarry (1998) aponta as principais atividades desenvolvidas no local, demonstrando que as famílias não utilizavam o Laranjal somente aos finais de semana, mas que a prática do acampamento já era comum nas décadas de 1930 e 1940:

Nos verões, para os pelotenses, a tônica era o acampamento no Laranjal, onde muitas famílias já contavam com lugar certo, os “sítios”; cozinhavam em condições precárias, a céu aberto, mas contavam com a proverbial assistência da família anfitriã, que fornecia leite, gratuitamente, e condução à cidade, em caso de urgência. Alimentavam uma incipiente vida social, com eleição de rainha e improvisavam um carnaval. (ETCHEVARRY, 1998, p. 78)

Destaca-se, também, que a “família anfitriã” dava assistência aos banhistas e excursionistas e que, devido ao número de famílias que acampavam no local, existia uma vida social, com festas de carnaval. Segundo Ivone Assumpção, com o tempo, algumas pessoas começaram a pedir para veranearem, passando um mês acampado no local, e até mesmo solicitavam que lhes fosse vendido uma parte de terreno.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Em função do crescente número de solicitação recebido pela família Assumpção para o uso do Laranjal nos finais de semana, para os acampamentos, que muitas vezes duravam um mês, e também para compra de uma parte da estância, surgiu, no final da década de 1920, a ideia de fundação de um balneário, como mostra a reportagem a seguir:

Vai tomando corpo a ideia da fundação de um balneario na linda praia da Estância do Laranjal, 2º districto deste Municipio, em terras de propriedade do nosso respeitavel amigo sr. Dr. Antonio Augusto de Assumpção e de seu digno genro, o estimável capitalista sr. Luiz A. de Assumpção, e distante da cidade menos de 10 kilometros. O novel Rotary Club de Pelotas, que também se está interessando pela iniciativa do referido capitalista, esteve hontem naquelle local, onde almoçou na residência de verão do seu consocio sr. Francisco Rheingantz, também proprietário naquellas immediações. As praias do Laranjal, desde muitos annos, são freqüentadas por numerosos banhistas, que, principalmente aos domingos, deixam a cidade para realizarem pic-nics no aprazível lugar, com permissão dos proprietários respectivos. Pelo projecto em estudos, será ali levantado um bom hotel, dividindo-se uma área em lotes para ser vendida às pessoas que quizerem edificar. Oxalá o projecto alcance todo o êxito. (O LIBERTADOR, 21.01.1929, p. 1)

Também segundo Ivone “esse foi o grande chamamento, a necessidade do povo de Pelotas e a motivação pro meu pai chegar a este ponto”. A partir dessa necessidade, Ruas (2012, p. 127) completa:

Assim, enquanto se planejava o futuro balneário do Laranjal, vários fatores foram convergindo para a realização desse evento, dentre eles devemos citar: a existência de uma demanda por novos espaços de lazer e segundas residências; interesse do poder público em criar um eixo de expansão urbana para as moradias de alto padrão, constituindo-se em espaço de investimentos privados; e a vontade da “sociedade” em equiparar-se aos padrões da moda. Para a elite a necessidade de se modernizar “à *la française*” ou, no mínimo, “*a la Punta...*”, criou-se a ideia de que veranear na praia se torna moda; para a juventude, a necessidade da “paquera” na praia.

Porém, o balneário não foi aberto oficialmente na década de 1930, mas, nesta década e na década seguinte, os excursionistas continuaram utilizando o Laranjal para atividades de lazer e, principalmente para banhos.

Em 03 de janeiro de 1940 no jornal Diário Popular, pode-se encontrar uma propaganda sobre roupas de banho da loja chamada “Bazar da Moda”, seguido pelos valores das peças. Segundo o título da mesma, as roupas de banho poderiam ser usadas tanto no Cassino quanto para o Laranjal, demonstrando que a população pelotense possuía duas opções de locais para

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

banho, uma no Cassino, balneário marítimo fundado no século XIX, na cidade vizinha de Rio Grande, distante aproximadamente 60 quilômetros de Pelotas, e a outra opção era o Laranjal, que, mesmo sem a abertura oficial, já poderia ser considerado a praia de Pelotas.

Para o Cassino ou Laranjal!... As roupas de banho do maioral!... Mailote de lã para senhoras dede 28\$ De algodão desde 18\$ (Bazar da Moda) (DIÁRIO POPULAR, 03.01.1940, p. 5)

A Figura 1 demonstra que, na década de 1940, grande número de pessoas já utilizava o Laranjal para banhos, ou seja, que a praia do Laranjal já recebia pessoas para prática de lazer com certa frequência, motivados pela possibilidade de momentos de lazer, principalmente com a família em finais de semana.

Figura 1 – Banhistas no Laranjal (Barro Duro) em 16 de janeiro de 1949



Fonte: ZH Blogs – Almanaque Gaúcho. Fotos: Laboratório de Acervo Digital da UCPel, divulgação⁵⁰

Além das atividades típicas do verão – banhos, acampamentos, piqueniques, entre

⁵⁰ A imagem pertence ao Laboratório de Acervo Digital da Universidade Católica de Pelotas e, segundo o *blog* do Jornal ZH virtual pesquisado, foi apresentada na exposição “Laranjal: Sol e Banhos do Passado”, disponível para visitação em 2012 no Quiosque Nelson Nobre Magalhães. Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/almanaquegaucho/2012/01/20/veroes-no-laranjal/?topo=13,1,1/page/2/> Acesso em: 04/dez/2014

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

outras – o Laranjal também era palco de festividades religiosas. A religião, em especial a católica, é fator que aparece atrelada a cultura desenvolvida no Laranjal, como no dia da abertura oficial aos turistas, quando foi realizada uma procissão, uma missa campal e bênção do bispo da cidade de Pelotas.

Porém, o lazer de cunho religioso já era praticado na praia do Laranjal antes mesmo desse acontecimento, como demonstra o trecho citado a seguir, que comenta a excursão, saída do porto local para a praia do Laranjal, lotando duas embarcações, totalizando aproximadamente 600 pessoas, mobilizando grande parte da população, e que, segundo o noticiário, seria uma estupenda comemoração ao dia de Nossa Senhora dos Navegantes:

A comissão organizadora dos festejos em honra a N. Sr^a. dos Navegantes, que se realizará a 18 do mês próximo, já se acha em atividade no sentido de dar a essa tradicional comemoração o máximo brilhantismo. Assim, amanhã, promovida pela referida comissão, será levada a efeito na aprazível praia do Laranjal, uma grande excursão, cujo produto reverterá em benefício dos festejos acima referidos. Para condução dos excursionistas sairão do pôrto local com destino aquela praia, duas embarcações com lotação, mais ou menos, para 300 pessoas cada uma. No Laranjal foi instalada uma copa onde os excursionistas encontrarão frios, bebidas etc. A passagem nessas embarcações custará, para cada pessoa, 6\$000 inclusive a volta. Reina grande entusiasmo para essa monumental excursão. (DIÁRIO POPULAR, 27.01.1940, p. 8)

Assim, verifica-se que o Laranjal já vinha sendo utilizado como espaço de lazer desde o século XIX, intensificando-se as atividades na primeira metade do século XX. Nestas décadas o fluxo de “banhistas” e “excursionistas” aumentou, sendo que a família Assumpção, proprietária das estâncias do Laranjal, recebia inúmeras solicitações para passar um domingo, para acampar e mesmo para comprar uma parte do terreno. A ideia de construção de um balneário surgiu no final da década de 1920, porém, o mesmo não se concretizou neste período. Além das atividades de banho, o fluxo de pessoas para o Laranjal também ocorria pelas festas religiosas, em especial a de Nossa Senhora dos Navegantes.

Por mais que houvesse apelo da comunidade para a abertura de espaço de lazer na praia do Laranjal, ainda havia necessidade de melhorias para um melhor atendimento na área de lazer. Segundo Ivone Assumpção, para chegar ao Laranjal (aproximadamente na década de 40), todos deveriam passar em uma das duas balsas, conhecidas como “ferro de engomar” (Figura 2) [o nome foi dado tendo em vista sua forma], que eram pertencentes às famílias

Assumpção e Assumpção Rheingantz.

Figura 2 – Balsa no Arroio Pelotas para chegar ao Laranjal, 1945.



Fonte: ZH Blogs- Almanaque Gaúcho. Fotos: Laboratório de Acervo Digital da UCPel, divulgação⁵¹

Ainda sobre a dificuldade do trajeto de Pelotas ao Laranjal, no dia 22 de março de 1940, p. 4, uma reportagem do jornal Diário Popular relata uma cena considerada pelo autor como “momentos de angústia”. No episódio, duas famílias resolvem passar o dia na praia do Laranjal. A passagem pela balsa realizou-se normalmente, porém logo em seguida, o carro recuou para dentro do rio, causando pânico nos presentes. O relato também explica como se deu o salvamento dos ocupantes do veículo, onde felizmente todos acabaram salvos.

Havendo então um apelo da família para que fosse construída uma ponte, segundo Ivone Assumpção:

[...] teve um prefeito, doutor Procópio Gomes de Freitas, que foi sensível a isso, então conseguiu fazer uma ponte de madeira, aonde se cobrava pedágio para passar né. E chegava de noite, a ponte encerrava. E aí durou alguns anos. Mas a partir dessa ponte, houve a viabilidade de ser criado o Laranjal. Concomitantemente então meu pai começou a abertura de ruas, meu pai foi arrojado. Passando a ponte, a estrada era

⁵¹Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/almanaquegaucho/2012/01/20/veroes-no-laranjal/?topo=13,1,1/page/2/>
Acesso em: 04/dez/2014

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

bem diferente o traçado de hoje, uma estrada de terra aonde era difícil, [...] toda tortuosa, ela acompanhava mais ou menos o rio Pelotas, até o entroncamento do Pelotas com o São Gonçalo, pra acompanhar a abertura da lagoa né.

Assim, no final da década de 1940 foram concluídas as obras de construção da ponte sobre o Arroio Pelotas (Figura 3). A importância da construção da ponte foi destacada na reportagem do Diário Popular: “ao município cabe fomentar o turismo” (Diário Popular, 25.01.1949, p. 1).

Figura 3 – Ponte de Madeira sobre o Arroio Pelotas – década de 1950



Fonte: Laboratório de Acervo Digital da UCPel

Pode-se perceber que o caminho que levava à praia do Laranjal era de difícil acesso, e que havia necessidade de melhorias antes de qualquer investimento na abertura oficial do espaço de lazer. Segundo Ivone Assumpção “essa estrada era penosa, houve uma pequena melhora na estrada, mas que já ajudou bastante e nesse momento o papai começou essa abertura de ruas, drenagem de terrenos”. A Figura 4 demonstra como era o caminho para a praia do Laranjal na década de 1940.

VI ENCONTRO

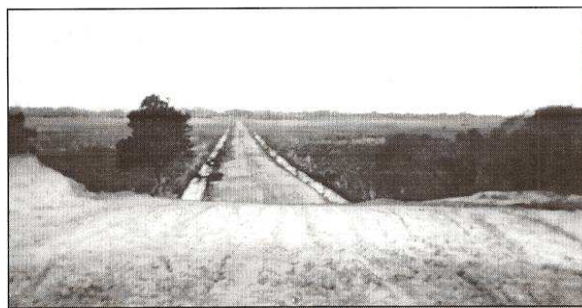
SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Figura 4 – Estrada Utilizada para Chegar ao Laranjal



O novo caminho que conduzia as praias do Laranjal no verão de 1940, hoje Av. José Maria da Fontoura. Foto tirada em frente, onde hoje é igreja de Santo Antônio, Laranjal - Pelotas / RS



Fonte: Acervo Pessoal Ivone Assumpção

Oficialmente, segundo a descrição de Antônio Augusto de Assumpção Mazzini, neto de Antônio Augusto de Assumpção Júnior, em matéria no ano de 1998 sobre o “Centenário de Augusto de Assumpção Júnior”, a inauguração da Vila Residencial Balneário Santo Antônio (consequentemente a abertura da Praia do Laranjal para os turistas) ocorreu no dia 31 de janeiro de 1952, com uma procissão saindo da Estância do Laranjal de Nossa Senhora dos Prazeres das Pilotas, como mostra a Figura 5, e com chegada ao santuário que era localizado na parte alta do balneário. Após isso, baseado em notícia veiculada em 3 de fevereiro de 1952, no Jornal Diário Popular, houve missa campal com bênção do bispo Dom Antônio Zattera, seguido por “(...) grande baile no local denominado ‘Taberna da Lagoa’ (...), primeiro bar e restaurante que existiu na praia do Laranjal”.

Figura 5 – Procissão do Santo Antônio na Inauguração do Laranjal (31 de Janeiro de 1952)



Procissão de Santo Antonio pelas ruas do Laranjal (31 Janeiro 1952)

Fonte: Acervo Pessoal Ivone Assumpção

A inauguração do balneário possibilitou que melhorias fossem realizadas (desde as estradas e a ponte, até a terraplanagem e drenagem das ruas), oferecendo, assim, um espaço de lazer com melhor qualidade para a população. A Vila Residencial Balneário Santo Antônio foi ponto crucial para o turismo em Pelotas, por ter concedido a oportunidade de lazer em um dos principais pontos turísticos de Pelotas, a praia do Laranjal, com uso cada vez maior, seja para passeio ou banho na lagoa como para festas religiosas e esportes náuticos.

A reportagem a seguir mostra o intenso uso da praia do Laranjal nos verões seguintes à abertura oficial do balneário:

Praia Apinhada O pelotense, neste fim-de-semana, disse adeus ao calor e refugiou-se na orla da Lagoa dos Patos. O Laranjal ficou apinhado, ganhando um aspecto mais acentuado de cidade-nascente, em processo acelerado de expansão. O flagrante, entretanto, documenta o momento perfeito do homem com a Natureza, bem longe dos problemas e da roupa convencional. [...] (DIÁRIO POPULAR, 07.01.1964, p. 8).

Considerações Finais

O Laranjal foi utilizado para atividades de lazer já no século XIX, intensificando-se nas primeiras décadas do século XX, antes mesmo da abertura oficial do balneário, que ocorreu no ano de 1952. Inicialmente, eram realizadas atividades que não passavam de um dia, como o churrasco realizado no local na década de 1850. Posteriormente, as atividades se diversificaram, com piqueniques, festas religiosas, acampamentos e os “excursionistas” permaneciam mais tempo no local, chegando a “veranear” por um mês. O Laranjal, após ter sido descoberto pela população da cidade de Pelotas, sempre foi muito procurado para atividades de lazer, até mesmo antes da abertura oficial, demonstrando um apreço da mesma em relação ao local em questão.

O caminho até o Laranjal sofreu diversas modificações, incluindo a melhoria na estrada e até mesmo na construção de uma ponte, facilitando deste modo, no deslocamento até o lugar. A abertura oficial do Laranjal aos turistas foi de extrema importância, pois muitos anos antes da abertura, já havia um apelo da comunidade. Nos dias atuais o Laranjal ainda é utilizado, e cada vez mais incentivado, como local para lazer, com prática de esportes aquáticos, trapiche, entre outras atrações.

Referências

AS FESTAS em honra de N. S. dos Navegantes – Excursão á aprazível praia do Laranjal. **Diário Popular**, 27 de janeiro de 1940, p. 8.

CHAVES, R, VIDAL, L. **Verões no Laranjal**. Fonte: ZH Blogs- Almanaque Gaúcho. Fotos: Laboratório de Acervo Digital da UCPel, divulgação, 20 de janeiro de 2012.

Diário Popular, 25 de janeiro de 1949, p.1.

ETCHEVARRY, J. V.. **Laranjal**. 1982-1992. Pelotas. Vol. 3, Nº 54, 1998. (Coleção Cadernos de Pelotas)

EXCURSÃO ao Laranjal. **Diário Popular**, Pelotas, 15 de novembro de 1912, p. 3.

MAZZINI, A. A.. Centenário de Augusto de Assumpção Júnior. **Diário Popular**, 31 de maio de 1998, ano 108, nº 269, p. 40.

MOMENTOS de angústia, vividos à margem do arroio Pelotas, ontem. [...]. **Diário Popular**, 22 de março de 1940, p. 4.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O Libertador, 21 de janeiro de 1929, p.1

O Rio-Grandense, 11 de dezembro de 1851, p.1-2.

PARA O CASSINO ou Laranjal!... **Diário Popular**, 03 de janeiro de 1940, p. 5.

PRAIA apinhada. **Diário Popular**, 01 de janeiro de 1964, p. 8.

REALIZOU-SE, quinta-feira, a bênção solene da Vila Residencial Balneário S. Antônio e a entronização da imagem do seu patrono em artístico santuário. **Diário Popular**, 3 de fevereiro de 1952, p. 6.

RUAS, K. S. **A Orla Lagunar de Pelotas-RS: Conflitos Socioambientais, Atores e Processos**. 2012. 186 p. Dissertação (Mestrado em Geografia). Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC.

SENAC. **Lazer e Recreação**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 1998.

Blues e o Lugar de Memória: A “Casinha do Blues” em Caxias do Sul/RS.

Ana Paula Silveira⁵²; Felipe Zaltron de Sá⁵³; Jasmine Pereira Vieira⁵⁴; Lúrian Puntel⁵⁵;
Susana de Araújo Gastal⁵⁶
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: O presente artigo propõe investigar as memórias culturais de Caxias do Sul, RS, utilizando como proposta metodológica a teoria de lugar de memória, conforme proposta por Gastal (2002). A pesquisa qualitativa, de viés exploratório, utiliza os valores, intrínsecos e extrínsecos, formal, cognitivo, afetivo e de uso como indicadores para análise. Como técnicas de investigação, utilizou-se a pesquisa documental e bibliográfica, e observações. Foi adotado como objeto de estudo a “Casinha Blues”, ambiente localizado no espaço onde se realiza o Festival Blues de Caxias do Sul. Os resultados preliminares indicam que o objeto de pesquisa pode ser um lugar de memória por conter tais valores.

Palavras-Chave: Memória; Lugar de Memória; Blues; *Front Porch Stage*; Caxias do Sul/RS.

Introdução

Caxias do Sul está localizada no nordeste do Estado do Rio Grande do Sul, a 150km de distância da capital regional, Porto Alegre. O município é um dos 46 membros da Região da Uva e Vinho, e compartilha com Gramado e Canela, da Região das Hortênsias, a composição da macrorregião turística Serra Gaúcha, que é um dos principais pólos turísticos do Brasil. Segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), Caxias do Sul tem uma área de 1.622,296 km², onde vivem aproximadamente 436 mil

⁵² Graduanda em Turismo, Universidade de Caxias do Sul (apsilveira1@ucs.br).

⁵³ Graduando em Turismo, Universidade de Caxias do Sul. Bolsista de Iniciação Científica CNPq, com os projetos Educação Patrimonial e a Prática Turística Qualificada: O Jardim Botânico de Porto Alegre/RS, e Economia Criativa e o Souvenir: Em busca do Turismo no Jardim Botânico de Caxias do Sul/RS (fzsa@ucs.br).

⁵⁴ Graduanda em Turismo, Universidade de Caxias do Sul. Bolsista de Iniciação Científica Procad, com o projeto Políticas Públicas, Hospitalidade e Gestão de Destinos Turísticos Consolidados: Costa Verde e Mar (SC), Serra Gaúcha (RS) e Costa das Dunas (RN) (jpvieira1@ucs.br).

⁵⁵ Graduanda em Turismo, Universidade de Caxias do Sul (lpuntel@ucs.br).

⁵⁶ Doutora. Estágio Pós-Doutoral na Universidade Católica Portuguesa. Professora, pesquisador e orientador na Graduação em Turismo e no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Doutorado e Mestrado, ambos na Universidade de Caxias do Sul (susanagastal@gmail.com).



habitantes, apresentando um IDH de 0,782. Segundo o site da Secretaria do Turismo de Caxias do Sul

[...] é possível visitar a cidade, através do roteiro La Città e o interior, com os roteiros Caminhos da Colônia – a gastronomia italiana, Vale Trentino - a história do vinho, Criuva - eco-aventura gaúcha, Estrada do Imigrante e Ana Rech - um encanto de vila.⁵⁷

Partindo do ponto de vista do Turismo, a mesma Secretaria informa haver “vasta diversidade e intensa vida cultural [e que], a cidade oferece opções de lazer e entretenimento. Aqui é realizado o maior Festival de Blues da América Latina”.

Tratando-se de Cultura, a Secretaria da Cultura (SMC) da mesma municipalidade apresenta-se no

[...] papel de cultivar, criar, estimular, promover e preservar as manifestações artísticas e culturais locais. Seu objetivo é promover mais oportunidades de acesso à Cultura, ou seja, ao patrimônio histórico, ao teatro, à música, à literatura, à dança, às artes visuais, ao cinema e vídeo, ao folclore, à arte e às festas populares. Trabalha por meio de leis de incentivo e da realização permanente de ações, programas e projetos, que abrangem a área urbana e rural do município. Como reconhecimento, Caxias já conquistou o título de Capital Brasileira da Cultura 2008 e o 1º lugar no índice de Gestão Municipal em Cultura, sendo selecionada entre 5.562 cidades brasileiras.⁵⁸

A SMC administra a Casa da Cultura Percy Vargas de Abreu e Lima, que abriga a Biblioteca Pública Municipal Dr. Demetrio Niederauer, o Teatro Pedro Parenti e a Galeria de Arte Gerd Bornheim. À Secretaria compete também administrar o Departamento de Memória e Patrimônio Cultural, que congrega o Museu Municipal, o Departamento do Arquivo Histórico João Spadari Adami, o Museu Ambiência Casa de Pedra, o Memorial Atelier Zambelli, o Museu da Uva e do Vinho Primo Slomp, o Museu dos Ex-Combatentes da II Guerra Mundial, o Patrimônio Tombado e o Monumento ao Imigrante. A Secretaria é responsável pela administração do Centro de Cultura Dr. Henrique Ordovás Filho, que abriga o Telecentro e o Memorial da Cantina Antunes, a sala de Cinema Ulysses Geremia, o Salão de Arte, a Sala de Exposições, a Sala de Teatro, o Zarabatana Café Bar, o Acervo Municipal de Artes Plásticas (Amarp) e a Coordenação dos Centros Comunitários.

⁵⁷ Disponível em: <<https://www.caxias.rs.gov.br/turismo/apresentacao.php>>. Acesso em: 23 SET 2015.

⁵⁸ Disponível em: <<https://www.caxias.rs.gov.br/cultura/apresentacao.php>>. Acesso em: 23 SET 2015.

Analisando os pontos de cultura, os lugares, museus e afins, entende-se então que memória seria “o que nos identifica com algo. É o que nos identifica como indivíduos, é o que realmente nos dá identidade” (ISQUIERDO apud GASTAL, 2002, p. 71), logo “se a memória nos individualiza como sujeitos, também nos torna únicos como comunidade” (Gastal, 2002, p. 72). Ainda segundo Gastal (2002, p. 74) “Essas são as memórias que alimentam nossas redes simbólicas, nas quais o perfil real dos bairros de uma cidade pode não corresponder ao seu perímetro legal; ou seja, apenas o habitante local”.

Partindo do ponto de vista da memória,

[...] a cidade acumula memórias, em camadas que, ao somarem-se, vão constituindo um perfil único, surge o lugar de memória, como aquele local, bairro, rua, prédio ou mesmo objeto em que a comunidade vê partes significativas do seu passado com imensurável valor afetivo. (GASTAL, 2002, p. 77)

Além do valor afetivo, o Lugar de Memória é acrescido de valores cognitivos, que correspondem ao saber acumulado de um povo; valores formais, remetendo à forma daquilo não só pelo valor estético, como também pelo estilo arquitetônico da construção, por exemplo; e o valor pragmático, ou de uso (GASTAL, 2002).

Metodologicamente, utilizou-se para a presente investigação uma pesquisa de caráter exploratório que, segundo Gil (1999, s/p) seria aquela “desenvolvida no sentido de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato. Portanto, esse tipo de pesquisa é realizado, sobretudo, quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis”. Enquanto para Köche (2013, s/p) “na pesquisa exploratória não se trabalha com a relação entre variáveis, mas com o levantamento da presença das variáveis e da sua caracterização quantitativa ou qualitativa”. Por isso, a pesquisa além do caráter exploratório, também é metodologicamente qualitativa.

Os dados aqui apresentados foram obtidos principalmente através de pesquisas bibliográficas, documentais e observação, e também entrevista semiaberta. A revisão da bibliografia utilizou os autores Gastal e Isquierdo para memória e lugar de memória como base para o artigo e metodologia de acordo com Gil e Köche.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A escravidão nos Estados Unidos da América passa a ser datada na história com a chegada do primeiro navio negreiro à costa, em 1619. Algumas décadas mais tarde, tanto a servidão como a escravidão tornam-se recorrentes nas colônias americanas, onde negros e também brancos trabalhavam sem qualquer forma de remuneração. No caso dos imigrantes brancos, a servidão era considerada uma forma de pagamento pelo acesso e permanência no “Novo Mundo”, em meados do século XVIII. Esse acordo era feito antes da saída dos seus países e contavam entre dois e sete anos de servidão, devido a isso passam a ser chamados de amortizadores, porque quitavam a longo prazo a dívida através da mão de obra. Porém, havia também uma crescente procura por escravos negros, justamente porque a mão-de-obra parecia mais rentável aos senhores (PINHEIRO; MACIEL, 2011).

A escravidão disseminou-se significativamente na região sul, foi quando a servidão do homem branco perdeu espaço no cenário. Os negros, a maioria provindos da África do Sul, eram submetidos ao trabalho escravo em condições precárias de sobrevivência. Sabe-se que havia um numeroso cultivo de tabaco e algodão, considerados os “locais de trabalho” deles (PINHEIRO; MACIEL, 2011).

Como tinha sua liberdade muito restrita, o negro encontrou na voz uma alternativa para expressar, em canções, o sofrimento que passava para sobreviver na América, às margens do Rio Mississippi. De acordo com Muggiati *apud* Pinheiro e Maciel (2011, p. 9) foi “misturando o seu grito primal com as canções de trabalho e com as canções de ninar, com a harmonia dos hinos religiosos e com a estrutura das baladas, o negro americano chegou ao *blues*, sua principal forma de expressão”.

Inicialmente denominado como *worksongs*, fora nesse momento da história que nascera o estilo musical conhecido como *blues*. Ele surgira também como um processo de resistência afro-americana, resgatando aspectos culturais originados na África e recebendo um aporte musicista vinculado especialmente aos escravos e, mais tarde, às suas devoções religiosas (momento em que a “cultura branca” instalou-se, através da evangelização, em meio aos escravos). Eram proibidos de utilizar qualquer instrumento musical, os senhores temiam que o uso desencadeasse alguma rebelião entre os negros, então passaram a utilizar as próprias ferramentas de trabalho para ritmar as canções. O canto remetia às músicas desenvolvidas na África, como quando, enquanto um cantava versos principais, os demais

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

compunham um coro de fundo repetindo as mesmas palavras. Eram escritos nos dialetos de macro áreas africanas, mas depois de certo tempo de convivência com os senhores, as músicas passaram a receber também palavras em inglês (PINHEIRO; MACIEL, 2011).

Após a abolição da escravidão, em 1863, muitos negros ainda trabalhavam em lavouras. O trabalho passou a ser denominado compulsório, ou seja, não deixou de ser menos rígido ou opressor como quando na escravidão. Mas nesse momento o *blues* trazia letras que enfatizavam a solidão em que se encontravam os negros e a melancolia de mais um período de miséria para eles. Contudo, o gênero musical que se desenvolvera em meio à escuridão do período da escravidão só passa a ser reconhecido no meio artístico após o lançamento do primeiro *blues* em 1912, o *The Memphis Blues* assinado por W. C. Handy.

Na década seguinte, o blues começava a se difundir: a inserção na era da comunicação em massa se iniciava e se cristalizava o blues urbano clássico. [...] O êxodo das populações negras do sul para as grandes cidades do norte, como Chicago e New York, fez com que o blues experimentasse outra inovação: o início da revolução tecnológica (PINHEIRO; MACIEL, 2011, p.10).

Após o fim da Primeira Guerra Mundial (1918), houve um crescente movimento de migração dos negros para a região norte do país. Esse processo desencadeou a formação de um subproletariado pobre, alojados em cabanas insalubres próximas às entradas das cidades grandes. Novamente encontravam-se em situações deploráveis de miséria, promiscuidade e educação precária, entregues ao alcoolismo. Porém, as condições levaram a nova “classe” à procura por formas alternativas de divertimento na região urbana, surgem então as *jook joints*, “Nada mais do que barracos de madeira que abrigavam uma mistura de bar, salão de concerto e de dança” (PINHEIRO; MACIEL, 2011, p. 231) e que se tornaram os palcos do *blues*.

É importante destacar que as canções de blues não traziam somente melodias tristes e deprimentes, alguns até riam de si mesmos, outros faziam uma intersecção entre o individual e o coletivo, ou referência à mulher fantasiada na mente dos *bluesman*. Mas a peculiaridade encontra-se nas letras que abordam o tema trens e trilhos. Além de um meio de transporte, a ferrovia “é quase um veículo mágico que leva o negro a transcender a sua condição” (MUGGIATI apud PINHEIRO; MACIEL, 2011, p. 13). Durante a Guerra Civil Americana, os abolicionistas utilizavam as ferrovias para dar liberdade aos escravos, a mais conhecida

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

delas chamava-se *Underground Railroad*. Muitas são as justificativas para a inserção dessa temática, inclusive a aspiração por uma vida melhor, viagens e sonhos distantes.

Nas primeiras décadas do século XX, a tecnologia favoreceu a expansão do *blues*. As primeiras *big bands* datam 1930, juntamente com a explosão do gênero em Chicago, o que torna evidente sua inserção na cultura popular. Dando continuidade à sua importância no cenário musical, Oliver, Harrison e Bolcom *apud* Pinheiro e Maciel (2011, p.12) retratam a essência do que conhecemos como *blues*:

[...] o blues é um estado de espírito e a música que dá voz a ele. O blues é o lamento dos oprimidos, [...] o desespero dos desempregados. [...]. O blues é a emoção pessoal do indivíduo que encontra na música um veículo para se expressar. Mas é também uma música social: o blues pode ser diversão, pode ser música para dançar e para beber, a música de uma classe dentro de um grupo segregado. O blues pode ser a criação de artistas dentro de uma pequena comunidade étnica, seja no mais profundo Sul rural, seja nos guetos congestionados das cidades industriais. O blues é todas essas coisas e todas essas pessoas, a criação de artistas famosos com muitas gravações e a inspiração de um homem conhecido apenas por sua comunidade, talvez conhecido apenas por si mesmo.

Tamanha foi a importância atribuída ao *blues* na cidade de Chicago, devido principalmente à Grande Imigração de negros do Sul para o Norte na década de 1920, que em 1984 realizou-se a primeira edição do *Chicago Blues Festival*, considerado o maior festival de *blues* gratuito. Atualmente acontece anualmente no chamado *Grant Park*, nas proximidades do Lago *Michigan* e contou, na última edição em junho de 2015, com um público estimado de 500.000 pessoas. O evento é realizado ao ar livre, no verão, que se estende de junho a agosto, com uma duração de três dias consecutivos e seu acesso é livre. Segundo informação disponibilizada no site oficial da Cidade de Chicago, ele conta um palco principal, três secundários sendo um deles denominado *Front Porch Stage* e um *Blues Oasis*, um espaço que representa o “paraíso do blues”, em sua estrutura. Além de trazer blueseiros renomados, considerados ícones do gênero, a organização busca incentivar a produção cultural local e abre espaço para que bandas de Chicago ou de cidades vizinhas, localizadas a no máximo 10 milhas de distância de Chicago, se inscrevam e concorram a um horário na programação do evento.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Pouco se encontra sobre como o *blues* viera de encontro ao Brasil, contudo sabe-se que ele influenciou, através da forma como eram feitos os acordes quando o instrumento passou a fazer parte da canção, ou pela própria temática das composições, outras vertentes musicais como o jazz, o folk e o rock. Daí surgiram nomes clássicos como Elvis Presley e Jerry Lee Lewis. (TOYO, 2009).

No Brasil, as aproximações com o estilo afro-americano, de acordo com McCann (2010), colocam a música popular brasileira e o *blues* em diálogo. As semelhanças são históricas, quando ambos os países (Estados Unidos e Brasil) vivem um período de escravidão. Enquanto lá os escravos deram origem ao que posteriormente denominou-se *blues*, aqui os escravos deram luz ao samba. Há resquícios da tonalidade do blues cantado também no baião brasileiro. No jazz enraizado no Rio de Janeiro na década de 50 e na bossa nova, com artistas como Tom Jobim e João Gilberto. O primeiro LP de *blues* lançado por uma banda brasileira fora o *Blues Etfílicos*, produzido pela banda de mesmo nome em 1987 (ALVES, 2014).

Mississippi Delta Blues Bar e Festival

Conforme informações disponibilizadas nos sites oficiais tanto do Mississippi Delta Blues Bar (MDBF), como do Mississippi Delta Blues Festival, é possível entender como se deu a origem do evento e qual o objetivo da abertura do bar e idealização do MDBF. O evento Mississippi Delta Blues Bar e Festival (MDBF) ocorre anualmente no Largo da Estação Férrea em Caxias do Sul e foi idealizado pelos sócios proprietários do bar homônimo que, apaixonados pelo *blues* e sua história, em 2008 deram vida ao Moinho da Estação Blues Bar, nome adotado na sua primeira edição. O bar, localizado no Largo da Estação Férrea, aberto em 2006, remete aos velhos *juke joints* (ou *jook joints*, conforme citado no item 2) do Sul dos Estados Unidos. Eram bares de beira de estrada onde o blues era uma de suas atrações principais. Possui uma decoração carregada de materiais que fazem referência ao estilo musical, sedia shows semanalmente de bandas locais e regionais ou internacionais e é aberto ao público, que por adesão podem prestigiar aos shows de terças a sábados na pacata noite caxiense.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A primeira edição do MDBF ocorreu também no Largo da Estação Férrea, justamente para fazer referência a dois temas que foram importantes durante o período de escravidão nos Estados Unidos: o trem e os trilhos. Surgiu com o objetivo de integrar as bandas que tocaram no bar durante o ano de 2008, os idealizadores tinham o objetivo de realizar o evento aos moldes do *Chicago Blues Festival*. Aconteceu durante um final de semana de novembro e contou com cinco palcos simultâneos e a presença de grandes músicos do blues. Porém eles não tinham ideia da proporção que o evento tomaria.

Atualmente, em sua sétima edição que ocorrerá nos dias 26, 27 e 28 de novembro de 2015, cogita-se que o MDBF seja um dos maiores festivais, totalmente voltado ao *blues* fora dos Estados Unidos. Atraiu, na última edição, cerca de 10.500 pessoas às ruas da Estação Férrea para prestigiar grandes nomes da música afro-americana. Mobiliza parte da população com a contratação de cerca de 100 funcionários e aproximadamente 300 pessoas em estandes e imprensa. Dando continuidade à essência dos palcos simultâneos, em 2010 a organização constrói junto aos trilhos de trem o *Front Porch Stage*, popularmente conhecido como a “Casinha do Blues” para ser o palco principal, abrigando os shows internacionais. Trata-se de um casebre de madeira simples que remete aos originais palcos do *blues*.

Front Porch Stage – A “Casinha Do Blues” - A casa fora construída em 2010 unicamente para ser um dos palcos da terceira edição do MDBF, evento esse que se cogita ser o maior festival totalmente voltado ao *blues*, ficando atrás somente dos Estados Unidos da América - país nativo do estilo musical - segundo informação encontrada no site oficial do evento. Popularmente conhecida como “Casinha do *Blues*”, o casebre é um dos palcos principais, denominado *Front Porch Stage*, do evento Mississippi Delta Blues Festival, sediado em Caxias do Sul no Largo da Estação Férrea. Também ponto de referência por sua historicidade e diariamente frequentado por munícipes por ser um local de lazer, que, além de abrigar da Secretaria Municipal de Cultura, conta com diferentes bares e casas noturnas em sua extensão, dentre eles o Mississippi Delta Blues Bar, promotor do evento.

Ela surgiu com o objetivo de remontar a essência dos originais “palcos” de *blues*, tinha-se como “intuito fazer um palco autêntico representando um típico casebre do Sul dos Estados Unidos. O espaço é uma homenagem aos primeiros *bluesman* que moravam em



shacks idênticas a essa” (Mississippi Delta Blues Bar, 2015). Visivelmente ela fora construída com materiais como madeira e prego utilizando vidro para as janelas.

A cedência do local para a construção da casinha só foi possível através de um contrato entre a Associação Moinho da Estação (Ame), a Secretaria Municipal da Cultura e o Mississippi Delta Blues Bar, com a condição de que em até oito dias posteriores ao evento a casa fosse retirada, pois se trata de uma construção privada dentro de um espaço público. Está localizada dentro do Largo da Estação Férrea, especialmente muito próximo à antiga estação, que atualmente abriga a Secretaria da Cultura.

Com uma mobilização organizada pelos frequentadores do Festival, a Casinha não foi retirada do local e é utilizada até hoje como palco para os shows internacionais. Em períodos extra evento, ela serve como cenário para ensaios fotográficos, ou local para descanso e lazer de livre acesso para o público.

Encaminhamentos Provisórios

Como visto no desenvolvimento do artigo foi analisada a história do Blues no mundo e no Brasil e também, o lugar de memória e seus valores. Com isso analisamos como a Casinha do Blues poderia se tornar um lugar de memória. Esses valores, segundo Gastal (2002, p. 78) seriam “quatro referenciais para os lugares de memória: ele deverá significar para a comunidade valores cognitivos, valores formais, valores afetivos e valores pragmáticos”.

Para Gastal (2002, p. 78) “valor cognitivo supõe um acúmulo concreto de informação sobre os saberes da comunidade”, aproximando para o objeto de pesquisa também é possível reconhecer esses acúmulos de saberes. Não se constroem casas sem martelos e pregos, por exemplo. O martelo é conhecido há cerca de um milhão de anos, mas o prego passa a ser fabricado somente pelos sumérios em 3300 a. C.. Mil anos depois os hindus começaram a utilizar também. Somente ganhou espaço na história quando os romanos começam a utilizá-lo, destacando-se na Guerra dos Judeus, 70 d. C., quando os soldados pregavam os revoltosos judeus em cruzes para zombá-los. Mais tarde passam a ser usados na construção de casas, barris e caixões. O prego de ferro era utilizado em curta escala porque se tratava de um material caro, utilizado especialmente para a fabricação de equipamentos bélicos. Até o

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

século XVII as casas eram construídas de madeira chanfrada, que facilitava o encaixe sem o uso de demais matérias. (OPPERMANN, 2007).

Outro exemplo de valor cognitivo está na madeira: a primeira viga de madeira passa a existir sob a forma de um tronco de árvore caído à margem de um rio. Trata-se de um material leve, resistente, abundante na natureza, fácil de trabalhar e com medidas variáveis que fez com que o homem saísse da caverna, construindo inicialmente cabanas estruturadas com acréscimo de ramos, canas, e cobertura de folhas aglomeradas com argila ou pele. Eram pedaços de madeira cravados à terra em formato triangular, posteriormente surgem os esqueletos de paredes, devido à necessidade de aberturas de acesso.

Durante muitos séculos foi a carpintaria a arte mais importante na construção dos edifícios, cuja arquitetura foi fortemente influenciada por este material. [...] Os seus conhecimentos sobre as características da madeira e sobre o comportamento das estruturas, permitiram-lhe realizar, na Idade Média e nos séculos XVI, XVII e XVIII, verdadeiras obras-primas quer do ponto de vista de concepção como de realização. (PORTAL DA MADEIRA, 2008).

As civilizações contavam com condições climáticas, de solo e cataclismos diferentes, o que levou cada uma delas a encontrar formas de manuseio alternativas para o material, adaptando-o às suas condições.

Para Gastal (2002, p. 79) “o valor formal inclui as propriedades materiais que acabam por ajudar a construir o que chamamos de valor estético. Mas esse estético não deve ser associado apenas ao belo, mas incluir também o que dá prazer a quem observa”, logo temos o objeto de pesquisa construído no estilo autêntico dos velhos palcos do *blues*, onde moravam os *bluesman* no Sul dos Estados Unidos.

“O valor pragmático significa que o lugar de memória está em plena utilização e convivência com a comunidade que assim o considera, irrigando a vida” (GASTAL, 2002, p. 79); a Casinha do *Blues* além de ser o palco principal do evento MDBF, em ocasiões extra evento é possível realizar ensaios fotográficos utilizando-a como cenário, ou também passar momentos de lazer e descanso.

Os valores afetivos, por fim, são os que contribuem para constituir o sentimento de pertencimento. No caso do objeto estudado, temos uma notícia sobre a mobilização da população para permanência da Casinha na Estação Férrea que ilustra esse sentimento/valor

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

de memória. E também uma proposta de utilização para evitar a retirada da estrutura do local. A notícia foi publicada pelo Jornal Pioneiro, circulante no município, na sua edição online, conforme mostram as Figuras 1 e 2.

Figura1: Chamada da notícia.

Tentativa 27/11/2013 | 14h00

MDBF quer transformar Casinha em museu do festival, em Caxias

Proposta é alternativa para manter espaço dentro da Estação Férrea

pioneiro.clicrbs.com.br/ Compartilhar    



A Casinha é o Front Porch Stage durante MDBF
Foto: Porthus Junior / Agência RBS

Louise Pierosan
louise.pierosan@pioneiro.com

Fonte: pioneiro.clicrbs.com.br/

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Figura 2: Notícia.

A notícia de que a Casinha seria desmantelada surgiu pouco antes do início da 6ª edição do MDBF, com a justificativa da Secretaria da Cultura de que a construção é um bem privado dentro de um espaço público. No contrato assinado entre Associação Moinho da Estação (AME) e Secretaria da Cultura para a cedência do local para a realização do festival, há uma cláusula específica que determina a retirada da Casinha em até oito dias após o término do MDBF. Um abaixo-assinado está circulando no Mississippi Delta Blues Bar e também na internet contra a derrubada.

De acordo com um dos organizadores do festival, Toyo Bago, devido a grande mobilização de pessoas insatisfeitas com a destruição, foi criado um projeto para tentar viabilizar a permanência da Casinha. A ideia é que o local abrigue o "Museu MDBF - Museu da Imagem e do Som", com uma retrospectiva de todas as edições do MDBF por meio de fotos e vídeos.

A proposta é cercar o local _ com grades moduláveis na parte da frente que possam ser retiradas durante a realização de eventos _ e abrir para visitação de terça-feira a domingo, das 14h às 18h. Terça-feira a entrada seria gratuita e na quarta-feira funcionaria com a proposta de ingresso sugerido. De quinta a domingo, a visita custaria R\$ 4 e R\$ 2 para estudantes. A verba arrecadada seria revertida para os custos com a segurança do local.

— A ideia é prestar contas e manter a Casinha funcionando. Porque o grande problema alegado é que as pessoas iriam ali para usar drogas e que a Guarda Municipal não tem condições de colocar alguém cuidando do local. Então a gente se responsabilizaria por tudo isso. A prefeitura não está contra a Casinha, então vou apresentar esse projeto para ver se tem chance de ela permanecer — explica Toyo.

Fonte: pioneiro.clicrbs.com.br/

Portanto, se aplicada a teoria do lugar de memória, conforme proposto, à Casinha do Blues, porque ela apresenta fortemente em sua composição os valores cognitivos, formais, de uso e afetivos, caracterizando-se por ser um lugar de memória da cidade de Caxias do Sul e, como tal, deveria passar a constar das propostas de turismo dela.

REFERÊNCIAS

Cidade de Chicago. Site oficial. Disponível em:

<http://www.cityofchicago.org/city/en/depts/dca/supp_info/festival_applicationprocedure2.html>. Acesso em: 24 set 2015.

Chicago Blues Festival. Site oficial. Disponível em <<http://www.elitetraveler.com/events-calendar/76335>>. Acesso em: 24 set. 2015.



Guia de Caxias do Sul. Site oficial. Disponível em:

<<http://www.guiadecaxiasdosul.com/evento/detalhe/3372>>. Acesso em: 24 de set 2015.

Jornal Pioneiro. Site oficial. Disponível em <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/>>. Acesso em 25 set 2015.

Mississippi Delta Blues Bar. Site oficial. Disponível em:

<http://www.msdelta.com.br/blues.php?cod_noticia=48>. Acesso em: 24 de set 2015.

Mississippi Delta Blues Festival 2015. Site oficial. 2015. Disponível em:

<<http://www.mdbf.com.br/>>. Acesso em: 25 set 2015.

Sooze Blues & Jazz. Disponível em: <<http://soozebluesjazz.weebly.com/1984-chicago-blues-festival.html>>. Acesso em: 24 set 2015.

ALVES, Amanda Palomo. **Do blues ao movimento pelos direitos civis: o surgimento da “black music” nos Estados Unidos**. Revista de História. Bahia, v. 3, n. 1., p. 50-70, 2011. Disponível em: <http://www.revistahistoria.ufba.br/2011_1/a04.pdf>. Acesso em: 24 set. 2015.

ALVES, Dirceu Martins. **Situação Linguístico-poética do Blues Brasileiro: a Crônica em Três Minutos**. Revista Algazarra, São Paulo, s/v, n. 2, s/p, 2014. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/algazarra/article/view/18314/14273>>. Acesso em: 25 set. 2015.

BAGOSO, Toyo. **O blues**. 2009. Mississippi Delta Blues Bar. Disponível em:

<<http://www.mdbf.com.br/>>. Acesso em: 24 set. 2015.

FRANCISCO. **A Madeira na História**; Portal da Madeira, 2008. Disponível em:

<<http://portaldamadeira.blogspot.com.br/2008/12/madeira-na-histria.html>>. Acesso em: 15 de set 2015.

GASTAL, S. **Lugar de Memória, por uma aproximação ao patrimônio cultural**. In GASTAL, S. (org.). Turismo, investigação e crítica. São Paulo: Contexto, 2002, pp. 69-81.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de Pesquisa Social**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica: Teoria da Ciência e Iniciação à Pesquisa**. 32. Ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013.

MCCANN, Bryan. **A Bossa Nova e a influência do blues, 1955-1964**. Revista Tempo, Niterói, v. 14, n. 28, p. 101-122, 2010. Disponível em:

<<http://www.scielo.br/pdf/tem/v14n28/a05v1428.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2015.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

OPPERMANN, Alvaro. **Pregos**; Guia do estudante, 2007. Disponível em:
<<http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/pregos-435106.shtml>>. Acesso em 15 set 2015.

PINHEIRO, M.S.; MACIEL, F. **BLUES: Manifestação e inserção sociocultural do negro no início do século XXI**. Outros Tempos. Maranhão, v. 8, n. 12, p. 221-238, Dez. 2011. Disponível em:
<http://www.outrostempos.uema.br/OJS/index.php/outros_tempos_uma/issue/view/8>. Acesso em: 24 set. 2015.

Gentrificação: Estudo Preliminar da Relação de Ocupação Urbana na Área Central de Gramado, RS

Franciele Berti⁵⁹; Juliana Tomazi Consenso⁶⁰; Pedro de Alcântara Bittencourt César⁶¹
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: Análise das transformações sócio-urbanas do centro ‘nevrálgico’ e entorno imediato de Gramado (RS). Nessa localidade observa-se a existência de um eixo viário no encontro dos logradouros como ponto central da distribuição espacial das atividades turísticas e de serviços diversos. Assim, analisam-se as transformações das atividades a partir desta área. Tem-se como hipótese a existência de um processo de gentrificação, envolvida diretamente com a aquisição de imóveis para segunda residência. Adotam-se alguns procedimentos metodológicos nesta pesquisa, análise da paisagem por meio de fotografias antigas e entrevistas com proprietários, antigos proprietários e agentes imobiliários. Concomitante, desenvolve-se referencial teórico acerca de transformação urbana e especificamente a gentrificação. Espera-se assim, compreender as lógicas de ocupação do solo deste referencial destino indutor do turismo nacional. Tal confronto prático-concreto ajudará em trabalhos de planejamento urbano futuro.

Palavras-chave: Gentrificação urbana; Gentrificação do espaço turístico; Gramado (RS); Transformações do espaço urbano; Turismo urbano.

Apresentação

O turismo desenvolve como uma atividade essencialmente espacial. Esta condição resulta em diversas transformações em uma dada localidade, que tem como fatores tanto aspectos morfológicos, como da intensidade da atividade, planejamento preliminar, entre muitas outras possibilidades e interesse. Desde a metade do século passado, a sociologia urbana inglesa tem dado destaque nas transformações das áreas centrais das cidades, e inicialmente, o turismo tem sido envolvido nesta discussão.

Na literatura brasileira acadêmica, pouco ou quase nenhum destaque tem sido dado a esta análise. Espera-se neste artigo, apresentar parte de uma pesquisa mais ampla acerca de planejamento urbano e turístico, com o que refere a esta transformação reconhecido como

⁵⁹ Acadêmica em Eventos. Campus das Hortênsias – Universidade de Caxias do Sul.

⁶⁰ Acadêmica de Arquitetura e Urbanismo. Bolsista de Iniciação Científica – BIC-UCS.

⁶¹ Professor do Centro de Artes e Arquitetura. Universidade de Caxias do Sul.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

gentrificação, ou da língua inglesa gentrification. Em síntese, pode-se falar da exclusão de uma classe social no espaço urbano. Na pesquisa, apresentam-se alguns valores acerca de gentrificação, retratando aspectos da localidade de Gramado, reconhecidamente destino indutor do turismo nacional, e analisa-se por um recorte a principal área do desenvolvimento desta atividade. Na constituição da modernidade, as cidades se desenvolvem em todo o ocidente com certas particularidades. Tornam-se marcantes a inserção de um processo que associa aos novos valores tecnológicos, o êxodo rural, uma expansão e a aglomeração urbana (DURHAN, 1973).

Situada no nordeste do Rio Grande do Sul, a Região das Hortênsias tem na atividade turística umas de suas principais fontes econômicas, atividade está desenvolvida há praticamente um século. Desta maneira, tem-se esse como fator que contribui para as modificações urbanas de Gramado (RS). Nessa localidade, observa-se a existência de um eixo viário no encontro dos logradouros Avenidas das Hortênsias e Rua Borges de Medeiros como ponto central (nevrálgico) da distribuição espacial das atividades turísticas e de serviços diversos. Deste modo, analisam-se as transformações das atividades a partir desta área.

Formulação e evolução do conceito de gentrificação

Ao longo do tempo a humanidade definiu modos de assentar no seu espaço físico-ecológico. O modo como caracterizou-se socialmente e em comunidade, relaciona-se diretamente com estas formulações. No Brasil atual, as definições de nomenclatura rompem um rico acervo de definições: freguesias, aldeias, aldeões, vilas, povoados, comunidade rural, distritos urbanos, distritos rurais, são termos mais para definições históricas e turísticas que para pontuar tais mudanças. Contudo, a todo tempo, estabelecem-se novas formações econômicas no espaço, caracterizando morfologias sociourbanas. Cabem as ciências de estudos urbanos e regionais qualificarem-nas. Assim, discorre-se nessa pesquisa acerca da gentrificação.

Processos

A localidade de Gramado, RS, é reconhecida pelo Ministério do Turismo como um dos indutores do turismo nacional. Seu referencial turístico como base de sua atividade

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

econômica, a demanda de uma pesquisa com análise de transformações sociourbanas se faz necessária para contribuir com o desenvolvimento da cidade, agregando conhecimento tanto para seu plano diretor, quanto para seu nicho comercial e hospitaleiro.

Para a realização deste processo, faz-se inicialmente revisão bibliográfica para consolidar um alicerce teórico, desta maneira, conceitos como formação urbana (MUMFORD, 1991), apropriação espacial (BENEVOLO, 1983) e gentrificação (ARANTES, 2012) puderam ser utilizados para a realização de análises em campo, por meio cartográfico e acervo fotográfico visando as transformações físico-territoriais da cidade de Gramado, RS, mais especificamente em seu núcleo urbano central. Este local foi escolhido por ser considerado o eixo nevrálgico turístico da localidade, ou seja, ponto de intersecção dos dois principais eixos rodoviários.

Posteriormente, se faz necessário a realização de um levantamento fundiário e de uso do solo retratando as atividades urbanas locais num segmento temporal que inicia-se na década de 1920 até o momento atual. Esta, concentrada em dois pontos balizadores: análise histórico-memorial com entrevistas diretas com proprietários e agentes imobiliários, análise mapográfica e fotográfica da paisagem. Além disso, com a pesquisa de campo foi possível reconhecer a estrutura urbano-arquitetônica do núcleo central imediato da cidade em seu eixo viário da Avenida das Hortênsias no cruzamento com a Borges de Medeiros. Desta maneira, criou-se um inventário turístico que permite analisar a possível segregação das atividades turísticas e comerciais com as residenciais.

Análises espaciais

A Região das Hortênsias é formada pelos municípios de Gramado (RS), Canela (RS), Nova Petrópolis (RS) e São Francisco de Paula (RS), integrando a Serra Gaúcha, juntamente com a Rota dos Campos de Cima da Serra e a Região da Uva e do Vinho (TOMAZZONI, 2007, p. 183.).

Gramado localiza-se na serra gaúcha, a 885 metros de altitude, na encosta inferior do nordeste, parte onde se inicia a Mata Atlântica, se tomarmos como referência o sul do Brasil. O clima da cidade é de tipo temperado, com estações definidas, assim como o regime de chuvas. A cidade de Gramado possuía, segundo censo de 1996, 25.091 habitantes, sendo 20.804 (81%) residentes em áreas urbanas e 4.287 (19%)

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

em áreas rurais. E o censo do ano 2000 revela uma população de 28.576 residentes, sendo 23.317 na área urbana e 5.259 na área rural, constatando-se assim um aumento da população, aspecto este ocorrido desde o primeiro censo realizado em 1955. (DORNELES, 2001, p.41).

Após a formação urbana, a vida de Gramado (RS) sempre esteve associada à atividade turística, quando já era conhecida como local de veraneio. Os chamados veranistas buscavam um local revigorante, de descanso e cenário de saúde. Segundo Lopes (2014), na primeira metade da década de 1920, com a chegada da linha férrea em Gramado (RS) e Canela (RS), a cidade tornou-se ainda mais conhecida como ponto de veraneio. Gramado evoluiu, e, na década de 50, já destacavam-se os artesanatos, tecelagens, malharia e os restaurantes, evidenciando o progresso da cidade (LOPES, 2014, p. 42).

É notório que um compilado de ações efetivas e empreendedoras, juntamente com uma comunidade hospitaleira proporcionou o desenvolvimento da atividade turística, inicialmente com serviços de hospedagem e alimentação, aproveitando-se dos valores naturais e utilizando-as como atrativo para aumentar gradualmente o número de visitantes, conforme César (2013):

Gramado, inicialmente cidade da era da produção (fordista) se transforma, incorporando os valores da era de serviços (pós-fordista), como observado nas instalações de empresas públicas e privadas que reforçam suas imagens corporativas. Assim, principalmente, nos períodos de temporada turística, grandes representações comerciais, vendas de comércio atacadista e varejista reforçam marcas e consumos. Complexas estruturas de meios de hospedagem, gastronomia, tratamento de saúde e beleza, lazer e recreação e outras formas de entretenimento e serviços diversificados, se espalham pelo município e por toda área definida como Região das Hortênsias. (CÉSAR, 2013, p.9)

Atualmente, Gramado é polo referência no segmento em âmbito nacional e imagem de destino consolidado. Sua economia está intensamente firmada no turismo, destacando-se ainda a constante produção e captação de eventos a fim de atrair um número maior e variado de turistas.

Através de pesquisas realizadas com agentes imobiliários, percebeu-se que, há pelo menos vinte anos, a maioria das transações imobiliárias são concretizadas com turistas. Estes, geralmente são moradores grandes metrópoles e adquirem o imóvel para segunda residência, sendo expressivo também, o número de compradores aposentados. Um exemplo deste cenário é uma edificação com dezenove apartamentos, localizado no centro de Gramado, entregue

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

pela construtora consultada, em março de 2015 com cem por cento dos apartamentos vendidos, sendo dezessete para turistas e apenas dois para gramadenses. Vale a ressalva de que estas duas unidades adquiridas por autóctones são para fins de investimento.

O passo inicial desta característica de transação, ou seja, venda de espaços para turistas parece remeter a década de 40, com o loteamento da Vila de Planalto, surgindo então o Parque Hotel. Muitos veranistas compraram seus lotes como área nobre. (Drecksler e Koppe, 1993). De acordo com o estudo elaborado pela Fundação Instituto de Pesquisa Econômicas (Fipe), Gramado (RS) continua na quinta posição entre os municípios brasileiros com maior valor do metro quadrado construído (JORNAL PIONEIRO, 2014).

Segundo a pesquisa com agentes imobiliários da cidade de Gramado, o público é de alto poder aquisitivo, que busca qualidade de vida, natureza e descanso. Um apartamento de bom padrão, boa localização e relativamente novo, custa em média R\$ 7.000,00 o metro quadrado, podendo elevar seu valor até R\$ 10.000,00 o metro quadrado.

Os residentes que adquirem imóvel para fins de moradia geralmente optam por bairros. Constatou-se ainda outro importante fenômeno, que consiste na migração de moradores para condomínios nos bairros mais afastados do centro. Tais indicadores podem ser evidências da segregação residencial que supostamente vem acontecendo nesta cidade gaúcha.

Fazendo-se levantamento fundiário e de uso do solo, retratando as atividades urbanas ali concentradas desde os anos 1920 até os dias atuais, é possível verificar as transformações sociourbanas ocorridas no trecho estudado. Na década de 1930, nas esquinas de intersecção entre a Avenida das Hortênsias e Borges de Medeiros, havia duas casas de comércio. Em casas grandes, de madeira, e sem pintura, funcionavam as chamadas “venda de secos e molhados”, locais onde os moradores comercializavam tecidos, grãos e outros produtos coloniais. Ao fundo da construção era a área de moradia das respectivas famílias, proprietárias dos comércios. Por volta dos anos de 1950, as propriedades foram vendidas e as casas desmanteladas, ficando até 20 anos sem edificação.

Hoje, estão instituídos nesses espaços imponentes edifícios. O primeiro constituído por mais de dez estabelecimentos comerciais (entre primeiro andar e subsolo) comandados por residentes da cidade e inúmeros apartamentos, estes pertencentes essencialmente a turistas.



No segundo, atualmente encontra-se um banco. Importante salientar que ambas as construções ainda pertencem a famílias gramadenses.

Em 1917, já com o objetivo de comportar os veranistas, a Avenida Borges de Medeiro já era sede de pensões e hotéis. Pode-se destacar, por exemplo: a Pensão de Catharina Rangheti, que 10 anos depois passou a ser Hotel Bertolucci. Em seguida, estabeleceu-se neste local a primeira churrascaria da cidade. Nestes mesmos períodos, utilizando como base a antiga moradia de Leopoldo Lied, estabeleceram-se o Hotel Huff (1917), posteriormente denominado Hotel Fisch (1930) e o Hotel Candiago. Os empreendimentos sempre foram gerenciados por famílias locais que também residiam no respectivo estabelecimento. Assim como no caso das casas de comércio, as construções de madeira rústica, que sediavam os referidos estabelecimentos, foram demolidas nos anos 50. Encontram-se nestes locais atualmente um prédio de comércio de vestuário, farmácia e loja de cosméticos, bem como apartamentos de moradia nos andares superiores, o Ponto de Informações da cidade, e um luxuoso hotel da cidade.

Antigamente, em Gramado havia também o chamado Café Brasil, uma cafeteria de encontro dos colonos. Hoje, preservando a mesma edificação, está fixada uma loja de grife. Observa-se uma grande transformação, pois, anteriormente no trecho mostrado, havia inúmeras casas de residências, hoje, novas construções essencialmente comerciais.

Na área pesquisada, é possível verificar ainda algumas casas residenciais, estas com vistas desfavorecidas, localizando-se aos fundos de comércios locais.

A atividade residencial em prédios multifamiliares, especialmente no que se refere a edificações de três a quatro pavimentos, está sofrendo uma transformação de usos comerciais e de serviços, principalmente por profissionais liberais e microempresários com escritórios de representação. As residências unifamiliares foram transformadas, sobretudo, em restaurantes, malharias, cafés e lojas de vestuário de alto padrão, embora quando utilizado residência de dois pavimentos o último fica com uma subutilização. Observam-se também prédios residenciais que hoje comportam atividade comercial.

Considerações finais

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O centro de Gramado é um grande laboratório de estudo urbano das transformações geradas pela atividade turística. Nela, o turismo define a atividade e a ocupação do solo da área estudada, com a exceção de poucas residências, ainda assim, está sem visualização frontal ao logradouro. Desta maneira, pode-se identificar que houve, ou há, um processo de gentrificação turística.

O morador, o centro bucólico, dá lugar a um cenário de reprodução deste. Entretanto, o morador, cede espaço para a reprodução espacial e das atividades turística. Ainda, é importante salientar que apesar da grande ocupação turística, o comércio da área observada é predominantemente ocupado por empresários locais. Podemos identificar somente uma moradora na área pesquisada, e, ainda assim, sua propriedade não tem acesso direto a testada de logradouro público. Trata-se de uma residência abaixo do nível da rua, que por uma perspectiva poética, pode-se tratar de uma sobrevivência a lógica de gentrificação.

Este estudo, ainda preliminar, oferece a possibilidade de novas abordagens. Desta maneira, deve-se em pesquisa futura identificar a dimensão da gentrificação e alterar políticas públicas, entre outras ferramentas urbanas, para melhorar uma relação que permita a apropriação destas áreas restantes pelo morador local.

Referências

ARANTES, Germana de Farias. **Reabilitação urbana como gentrificadora e segregadora social: o caso dos Parques Vaca Brava e Flamboyant**. Goiás, Puc-Go, 2012.

BENEVOLO, Leonardo. **História da cidade**. São Paulo: Perspectiva, 1983.

CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. A Urbanização Turística De Gramado (RS): considerações iniciais de sua apropriação espacial. **Anais do VII Semintur**, Caxias do Sul, 2013.

DORNELES, Edson Bertin. **Gramado: a produção e consumo de uma imagem de cidade europeia no sul do Brasil**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio grande do Sul. Porto Alegre, 2001.

DRECKSLER, Carlos Gilberto. **Gramado Contrastes**. Porto Alegre: Evangraf Ltda, 2012.

DRECKSLER, Carlos Gilberto; KOPPE, Iraci Casagrande. **Era uma vez: relatos de Gramado**. Gramado: Editora, 1993.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

DURHAN, Eunice. **A caminho da cidade**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

FRIEDMANN, John; WEAVER, Clyder. **Territorio y funcion**. Madri: Instituto de Estudos de Administracion Local, 1981.

FRÚGOLI JÚNIOR, Heitor. **São Paulo: espaço público e interação social**. São Paulo: Marco Zero, 1995.

HAMMOUCHE, Abdelhafid. Valorização de bairros antigos e ressignificação da alteridade: o exemplo de Wazemmes em Lille. **Sociologia e Antropologia**: Rio de Janeiro, v.3 (5), jun. de 2013, p.201-221.

HARVEY, David. **Espaço de esperança**. São Paulo: Loyola, 2004.

HURON, Amanda Maude. **Gentrification and Individualization: The Case of Fehrbelliner Straße 6**. Dissertação de mestrado. Universidade Norte Carolina. Chapel Hill: 2002.

LEES, Loretta. **The geography of gentrification: Thinking through comparative urbanism**.

LEFÉBVRE, Henri. **Espaço e política**. Belo Horizonte: Ed UFMG, 2008.

LOPES, Debora Carina. **Assentamentos informais em cidades turísticas: Uma análise de Canela e Gramado**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história: suas origens transformações e perspectivas**. 3ª.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

Progress in human geography. 2012, vol.36 (2), p.155-171. Disponível em:
<<http://phg.sagepub.com/content/36/2/155>>.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Técnica, tempo. Razão, emoção. 4ª.ed. São Paulo: EdUSP, 2004.

SECCHIO, Bernardo. **A cidade do século vinte**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

SMITH, N. A gentrificação generalizada: de uma anomalia local à “regeneração” urbana como estratégia urbana global. In: BIDOU-ACHARIASEN, Catherine. **De volta à cidade**. São Paulo: Annablume, 2006. p. 59-85.

TOMAZZONI, Edgar Luiz. **Turismo e desenvolvimento regional: modelo APL Tur aplicado à Região das Hortênsias**. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

ZACHARIASEN, C. Introdução. De Volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas de “revitalização” dos centros urbanos. In: BIDOU-ACHARIASEN, Catherine. **De volta à cidade**. São Paulo: Annablume, 2006. p. 59-85..

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

ZOLINI, Gustavo Pimenta de Pádua. **A inflexão do conceito gentrificação em conjuntos urbanos patrimoniais em cidades de pequeno porte: Os casos mineiros de São Thomé das Letras e Tiradentes.** Dissertação de Mestrado. UFMG, Belo Horizonte, 2007.

Paisagem e Arquitetura como Possibilidade na Formação de Atrativos Turísticos: Uma Análise do Potencial de Galópolis (Caxias do Sul, RS)

Paula Iezzi Marques de Oliveira; Alexandre Willian Dalosto; Prof. Dr. Pedro de Alcântara Bittencourt César
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: O turismo se ocupa das paisagens naturais ou construídas, afim de gerar sua atividade, produzir novas percepções e contribuir para a preservação em que as mesmas estão inseridas. A partir da análise com base em Lynch (1982) das paisagens de Galópolis, que é uma região administrativa de Caxias do Sul, RS criada como uma vila operária fundada por imigrantes italianos, percebeu-se que as potencialidades dessa localidade tanto pelas paisagens naturais, mas principalmente por sua paisagem urbana que configura um dos últimos exemplares de vila operária ainda edificada do país, além da sua relevância como patrimônio histórico, paisagístico e urbano-arquitetônico, evidencia seu caráter para o turismo. Em contraponto também ficou claro a falta de infraestrutura e locais para estadia e alimentação adequados para essa prática.

Palavras-chave: Turismo; Paisagem; Arquitetura; Galópolis, Caxias do Sul, RS.

Introdução

O turismo motivado a prática de visitação associada à paisagem natural e urbana, e têm adquirido, ainda mesmo que sutilmente, evidência no Brasil, como meio propagador e incentivador da preservação do patrimônio material e imaterial. São inúmeras possibilidades de apropriar destes valores para o turismo. Entretanto em Galópolis (RS), é preocupante uma vez que os remanescentes históricos da cultura material sequer recebem dos organismos públicos a devida preservação conservação.

A falta de um posicionamento deste legado para o visitante deixa dissonante com a valorização possível. Assim, é comum o visitante chegar a um bem histórico arquitetônico e apenas se limitar à simples admiração passiva (PIRES, 1992). O entendimento do patrimônio se descaracteriza e dificultando a compreensão do mesmo, e prejudicando o desenvolvimento do turismo no local. No âmbito de Galópolis, uma antiga vila operária de Caxias do Sul (RS),

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

este acervo associa além de suas edificações, uma peculiaridade urbana e paisagens diversas destacando sua biodiversidade natural e morfológica.

Pires, (1992) alerta acerca da necessária na valorização dos atrativos das destinações, de forma a proporcionar alternativas para os diferentes segmentos de público e incrementar um prolongamento das estadas. Objetivos esses que ficam a desejar tanto na valorização quanto na diversificação em um local como Galópolis que tem um legado cultural que associa-se a apelos religiosos; arquitetônicos; histórico-culturais; paisagísticos, caracterizando paisagens a serem exploradas.

Esse artigo tem como objetivo evidenciar as potencialidades da paisagem desta localidade de Caxias do Sul (RS) como meio de atividade turística. Busca-se compreender através de levantamento fotográfico e cartográfico, os valores patrimoniais, memoriais do local, e a identidade peculiar, legível e singular que o observador detém ao visitar Galópolis, com objetivo de esclarecer que esses potenciais podem ser grandes atrativos turísticos.

Desta maneira, adota-se a técnica de análise desenvolvida por Kevyn Lych para o entendimento de imagens e sua relação como lugar e território. Para este desenvolvimento, adota-se a observação indireta, além de algumas entrevistas informações com moradores locais e visitantes. Espera-se assim, estudar as possibilidades de definir elementos de atratividades turísticas. Sabe-se que a localidade posiciona entre dois dos mais importantes destinos indutores do turismo nacional, posicionando atualmente como corredor turístico.

Paisagem no turismo

A paisagem pode ser parte impulsionadora do turismo. Conforme Biondi (1990), a paisagem é um conjunto de cenários naturais ou artificiais onde o homem é um dentre os tantos elementos que a compõem, além do próprio observador. Bertrand (1971) afirma ainda que a paisagem não é somente uma adição de elementos geográficos, fazendo dela um conjunto único em permanente evolução por características físicas, biológicas e antrópicas que, interagem uns sobre os outros. Sendo assim, o turismo se ocupa dessas paisagens, colaborando para produzir novas percepções.

No planejamento turístico, o reconhecimento de seus valores urbanos é natural tornam-se necessários. “As paisagens naturais baseiam-se em conservar o meio natural de tal

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

modo que as obras turísticas o afetem o menos possível” (BOULLÓN, 1997, p.194). Sendo a forma de paisagem mais explorada pelo turismo, que visa utilizar das belas imagens naturais para atrair visitantes, destinando-os a ser um meio propagador da preservação do meio ambiente e auxiliando o homem a conhecer a natureza no agradável prazer do seu descanso. A paisagem urbana, que é aquela construída pelo homem (RIBEIRO, 2012). Atualmente, com o desenvolvimento das novas tecnologias, o cinema e a televisão começam a atuar diante da imagem da paisagem urbana sendo associada diretamente a história, e retratando como uma força turística, a fim de gerar a correlação do homem com o seu passado (RIBEIRO, 2012).

A paisagem é então, algo para ser apreciado, lembrado e contemplado (LYNCH, 1982). Dessa maneira, ela não se restringe só aquela natural, pois o homem, também cria ao longo da história a paisagem na qual ele vive e necessita para se estabelecer. Menezes (2002) salienta, que devemos considerar que são nos usos que concentramos os significados reais de paisagem, no caso da arquitetura é dessa maneira que ela começa a ganhar um valor singular. Complementa o arquiteto Nouvel (2001, p. 102-105):

O objeto arquitetônico singular é um objeto que literalmente te absorve. O objeto pode ser muito belo, mas não ser singular... Não existem normas, não é ligado a formas estéticas, sociológicas, políticas, espaciais [...]. É uma qualidade adicional. Na singularidade, a estética não é primordial. Mesmo um objeto monstruoso pode ser uma entidade indiscutível e, assim, ser belo.

Reforça Yázig (2002, p.17) ao explicar que, “as cidades são formadas por uma profusão de formas arquitetônicas, reveladoras de história, tecnologia, virtudes estéticas e muitas outras informações”, ou seja, a partir da conservação dessas formas arquitetônicas o ser humano consegue estabelecer a sua conexão com a evolução da sua própria raça, quando emergido em um centro histórico volta no tempo e cria relações. Colabora-se neste entendimento Boullón (2002, p.23) ao salientar “a captação dos pontos focais de um centro turístico origina a formação de um número equivalente de imagens fortes, que ao se correlacionarem na mente dos visitantes permitam elaborar uma síntese do espaço urbano”. A importância da paisagem é que seja legível, afim de nortear o observador, que percebe os limites e as massas, se compreende o lugar, logo compreende a história (LYNCH, 1982).

A arquitetura é um forte signo da paisagem (MARTINS, 2008) ainda mais quando agrega valor, seja pelo seu contexto no ambiente ou por sua história. Neste panorama, o turismo pode se apropriar, ganhando força, como em Galópolis: um lugar reconhecido por sua uma beleza cênica natural e cultural.

Breve Histórico de Galópolis

Galópolis é uma região administrativa de Caxias do Sul, criada como uma vila operária fundada por imigrantes italianos, que vieram ocupar essas terras por iniciativa do programa oficial de imigração (HERÉDIA, 2003). Localizada a 10 quilômetros do centro da cidade de Caxias do Sul, RS, e marcada por toda a sua extensão por uma rodovia federal (BR 116) e o Arroio Pinhal, possui diversas restrições físicas devido à topografia acidentada, e uma cascata a Vêu de Noiva (Figura 1).

Figura 1: Área da região de Galópolis



■ Núcleo Central ■ CASCATA VÊU DE NOIVA

Fonte: Autor

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Em função da paisagem local, situada entre morros (Figura 2), com recursos hídricos como cascata e dois arroios, os imigrantes perceberam no local seria difícil sustentar suas famílias pela agricultura. Mas pela percepção da paisagem, intuíram que os recursos hídricos ali presentes poderiam movimentar grandes rodas hidráulicas, as quais acionariam máquinas e essa mesma água seria muito útil para os serviços de lavagem e tinturaria. Assim, surge a ideia da construção de um lanifício, que junto com a chegada da ferrovia em Caxias do Sul, tornaria a partir de 1910 a região conhecida pelo destaque na economia pelos serviços têxteis. (BUENO, 2012).

A vila operária se desenvolveu, com um núcleo urbano bem definido, as casas dos operários que antes eram de madeira, agora são de tijolos, inaugura-se o primeiro cinema de Caxias do Sul e recebe a passagem da BR-116, que foi um marco para o sistema viário do Brasil, como forma de conexão nacional. Porém, a partir de 1970, o Lanifício começou a sofrer com crises financeiras. O lanifício existe até hoje, mas com 74 funcionários, o que no auge chegou a alcançar quase mil e a tecnologia permanece praticamente a mesma. (BUENO, 2012). A vila então, já não possui mais o glamour do passado, mas ainda hoje guarda uma história, belas paisagens naturais, urbanas e arquitetônicas, entretanto pouco valorizadas e mal exploradas no âmbito turístico. Percepção reforçada quando analisado o fato de que a BR-116 atravessa o núcleo principal da localidade, mas Galópolis só está incluída no roteiro turístico da Estrada do Imigrante, estrada essa que se conecta a localidade por ruas de sem pavimentação, dificultando o acesso que seria tão facilitado.

Figura 2: Galópolis entre morros



Fonte: O autor

Análise da paisagem de Galópolis

Segundo Pires, (1992) o aproveitamento de bens históricos arquitetônicos, visa criar uma atmosfera consoante com a época e/ou representatividade que distinguiram essas edificações, a ponto de justificar sua preservação e conservação. O conjunto arquitetônico, com a igreja, a vila operária, o cinema, o lanifício, o moinho, (Figura 3) contribuem para a formação uma paisagem urbana de caráter singular demonstrando o retrato de uma época marcante para região. Assim, o observador pode ter a oportunidade de assimilar a percepção do cotidiano nesse local em outros períodos.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

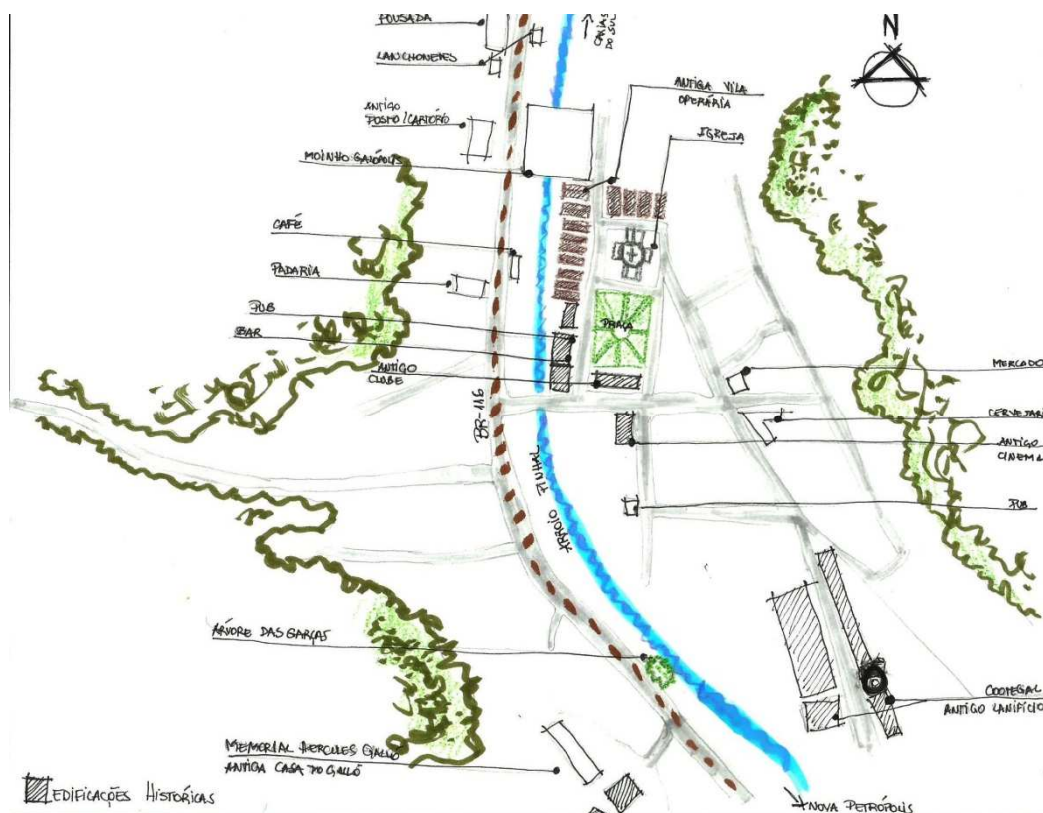
06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Figura 3: Antigo Cinema e a Vila Operária - Galópolis.



Fonte: Os autores

Figura 4: Mapa Galópolis e suas edificações.



Fonte: Os autores

As edificações possibilitam retratar as condições sociais culturais e econômicas de sua época. Estas características preservadas nos proporcionam o entendimento histórico no qual tiveram origem (Bueno, 2012). E como citado anteriormente por Lynch (1982) sobre necessidade de legibilidade da paisagem, tamanha clareza das massas, limítrofes e marcos visuais precisos de Galópolis auxiliam na comunicação sensorial do espaço como orientador.

Na análise parte-se pela definição de limites (Lynch, 1982), que são elementos lineares que representam fronteiras entre duas fases e possuem maior força quando tem uma forma continua e não podem ser atravessados ou costuras que não geram barreiras, podendo dar qualidade direcionais. Galópolis possui limites marcantes, que estão ligados diretamente a história e evolução urbana do local, de acordo com o mapa a topografia acidentada detém a expansão urbana e o Arroio Pinhal como também a BR-116 dividem a zona urbana e geram

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

orientação aos usuários.

Verificando as vias em que Lynch (1982) afirma que elas são como canais onde o observador se move costumeiramente, ocasionalmente ou potencialmente, percebe-se que BR-116, rodovia nacional, cruza toda a extensão de Galópolis e liga diretamente a Caxias do Sul e à Região turística das Hortênsias, o que a define como a via principal de acesso e de maior fluxo. A BR-116 gera um nó viário junto com a Rua Ismael Chaves, classificada como via secundária, já que, é a principal via interna do bairro recebendo maior número de transeuntes locais. Ambas as vias possuem paradas de ônibus o que facilita a acessibilidade e o deslocamento na localidade.

Aliado a isso Lynch afirma também que o trajeto habitual é uma das influências mais poderosas, de tal modo, que as principais vias de acesso são todas imagens de importância vital. A constituição de uma via, as atividades realizadas ao ponto do seu percurso ou as fachadas dos edifícios podem torná-la importante aos olhos dos observadores. Ao observador percorrer a BR-116 ele já se depara com edificações históricas que proporcionam a imagem do local, essa que se aprofunda ao acessar a via secundária, onde o observador é imerso no centro arquitetônico urbano de Galópolis, que retrata a sua história.

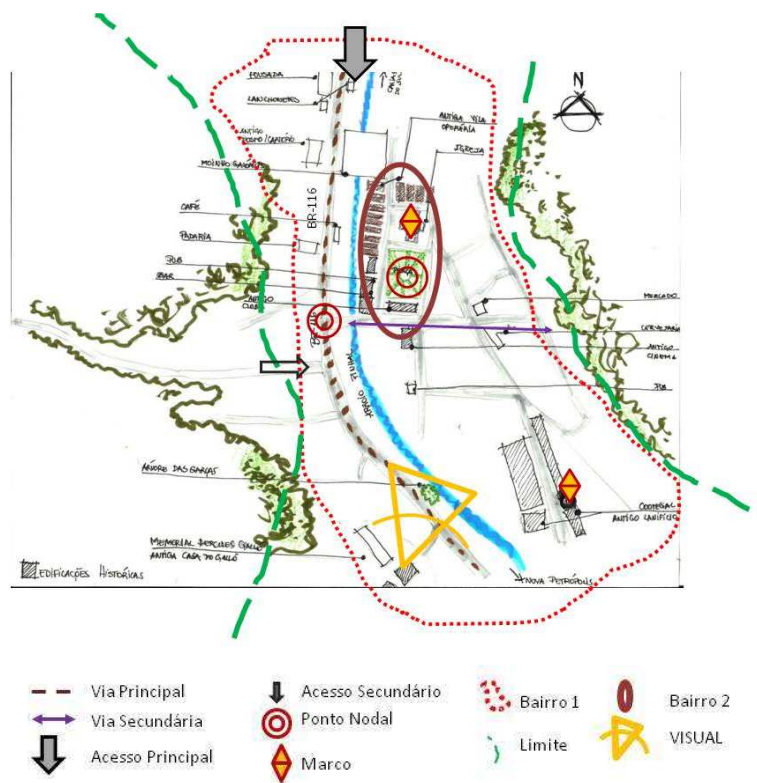
O núcleo arquitetônico urbano de Galópolis possui caráter singular, constituindo um bairro como determina Lynch (1982) sendo partes da cidade na qual o observador entra e que são percebidas como possuindo alguma característica identificadora com continuidades temáticas, podendo ser constituída de vários componentes como: texturas, espaços, formas, tipologias, usos e etc.

Galópolis é constituída de dois bairros conforme a base de Lynch (1982), já que, os mesmos não são limites administrativos e desempenham papel importante na legibilidade da cidade. Conforme figura 5, o bairro 1 constitui-se pela homogeneidade da tipologia das edificações que apresentam de um a dois pavimentos telhados inclinados e uso residencial e nas vias urbanas como o gabarito das vias e os materiais utilizados. Já no bairro 2, que está inserido no bairro 1, caracterizado por edificações históricas de extrema relevância arquitetônica e o simbolismo de centralidade exercido pela praça e pela igreja fortalecendo o núcleo e o espírito do lugar auxiliando na legibilidade e identidade visual.

Pontos nodais de acordo com Lynch (1982) são lugares estratégicos que através do

quais o observador pode acessar podendo ser junções, cruzamentos convergência de vias ou até mesmo concentrações temáticas como locais que atuam como ponto de referência, pois atraem muitas pessoas. Essas concentrações podem ser percebidas em Galópolis quando nos referimos ao conjunto formado pela praça e pela igreja. Já o outro ponto nodal de convergência de vias conforme a figura 5 é a conexão entre a BR-116 já classificada como via principal com a via secundária Ismael Chaves, marcando a transição entre a via de passagem/acesso para o interior da localidade.

Figura 5: Mapa de Galópolis – análise de Lynch



Fonte: Os autores

Dentre a imagem homogeneia de Galópolis dois marcos referenciais se destacam a igreja pela sua imponência e singularidade arquitetônica diante da massa residência predominante, e a chaminé do lanifício pela sua escala em comparação as demais edificações presentes. Ambos os marcos podem ser percebidos de diversos pontos da localidade o que auxilia legibilidade do observador além de contribuir para a paisagem, constituindo-se como

referências visuais do visitante. Isso confirma o que Lynch (1982), diz sobre marcos sendo elementos pontuais com característica singular podendo ser alcançado por ser visto a partir de muitos locais ou estabelecer contraste dos demais elementos.

Figura 6: Igreja e Chaminé do Lanifício - Galópolis.



Fonte: Os autores

Conforme Menezes (2002, p. 23) diz que “não há paisagem sem um observador. A percepção visual é, desta forma, condição fundamental para a existência da paisagem”. A paisagem natural de Galópolis circunda-se na mata ao redor na planície, gerando uma sensação de limite, o que deixa claro para o visitante o porquê da pouca exploração da agricultura em sua colonização (Figura 4), utilizando-se assim dos recursos hídricos tendo como símbolo a cascata Véu de Noiva (Figura 6), para a formação do lanifício. O observador então é imerso em um local calmo, amplo e de natureza singular, a cascata se torna o símbolo para a história do local, mas também de paisagem exuberante que precisa ser preservada.

Figura 7: Cascata Vêu de Noiva, Galópolis



Fonte: O autor

Mas além dos morros e da cascata, outra paisagem mais peculiar ainda e que é intocável, é uma árvore à beira da BR-116 (Figura 8) que desde a década de 1980 abriga garças-carrapateiras, originárias da África e que podem ser vistas a qualquer horário do dia, como se o observador estivesse em um viveiro de pássaros. São paisagens naturais que geram diversas sensações que se transformam em lembranças, conforme completado por Boullón (2002) que comenta que o resultado de uma viagem é o acúmulo de experiências e lembranças que as pessoas têm pelo local por mais diferente que ele seja.

Figura 8: Árvore que abriga as Garças-Carrapateiras



Fonte: www.explorandoaves.blogspot.com.br

Considerações finais

Galópolis possui dos poucos exemplares de vila operaria ainda edificada no Brasil, além da importância como patrimônio histórico, paisagístico e urbano-arquitetônico representa uma formação atípica de um conjunto habitacional fabril dentro de uma colônia de imigração italiana (MILANO, 2010). Fica evidente que sua especificidade urbana, agregado do valor histórico da arquitetura e o espírito do local já concedem a ambientação necessária para a percepção da época, potencializaram o turismo e justificam a preservação do patrimônio material e imaterial.

Além disso, Galópolis seria uma das últimas formas de percepção real do passado da cidade de Caxias do Sul, já que a cidade tem sofrido nos últimos anos um acentuado processo de destruição do seu patrimônio histórico, sofrendo com falta de investimentos públicos para preservação e desenvolvimento do local. As paisagens dessa localidade são marcantes, pois o *Genius Loci*, ou seja, o espírito do lugar (BAKER, 1998) permanece intacto e é totalmente sensível a quem visita Galópolis. A reação dos visitantes é múltipla, mas o destaque é a

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

singularidade do local, diante de uma cidade tão movimentada parece que ali o tempo parou as pessoas ainda se conhecem, a natureza é viva e o ar puro.

De modo, Cruz (2002) reflete sobre o que seria uma paisagem turística, concluindo que elas só existem em relação à sociedade, como um dado natural elas não existem e sim são reflexos da ação social e isso é o que dá sentido as paisagens. Assim pode-se compreender que qualquer tipo de paisagem pode ser definida como turística o que depende é a análise do espectador que a observa e como ele irá classificá-la. A diversidade de paisagens faz com que o lugar se torne potencialmente atrativo, pois cada uma atrairá um tipo de observador, no caso de Galópolis a paisagem é a chave para o turismo, como há grande variedade delas, cada observador terá uma marca do lugar, reforçando o potencial turístico de Galópolis, o que contribuiriam para preservação da natureza e manutenção do centro histórico e arquitetônico.

Outro fato que sustenta a viabilidade turística de Galópolis é, conforme a análise, o fácil acesso, por possuir uma via que conecta regiões já consolidadas como atrativo turístico e acessibilidade de transporte público. O marco referencial dá ao observador fácil orientação do espaço, complementado pelo universo das características históricas que geram sensações de legibilidade, identidade e espírito do lugar. Percebeu-se ainda a sutil transformação dos usos, com a inserção do Memorial Hercules Galló, já aberto para visitas e que constitui uma das visuais mais interessantes da localidade, e a abertura de bares, pubs e cafés, ou seja, locais de encontro, sinalizando essa necessidade.

Apesar de possuir a Igreja Nossa Senhora do Rosário de Pompéia; Residência Hercules Galló; Lanifício São Pedro; Vila Operaria; Cascata Véu de Noiva. Galópolis não possui equipamentos e infraestruturas suficientes para a prática do turismo, fica devendo não questões de estadia e alimentação, mesmo com a criação de espaços novos que ainda são voltados para uso local. Com isso concluiu-se que Galópolis possui diversos fatores que contribuem para sua afirmação como atrativo turístico, mas ainda não consolidado. A percepção é da possibilidade do turismo de passagem, áreas de visitação e contemplação justamente pela proximidade com regiões turísticas consolidadas que a BR-116 proporciona.

Diante das expressivas paisagens, Galópolis, possui vocação para o turismo. Um turismo planejado e de modo a preservar o contexto do local, auxiliando na manutenção e reconhecimento do patrimônio histórico e cultural, contribuindo também para a preservação

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO



06 DE NOVEMBRO
DE 2015

da paisagem natural e suas peculiaridades. Se ocupando dessas paisagens o turismo em Galópolis, garantiria a imagem da história de um povo, características de uma região e poderia amenizar futuros problemas socioeconômicos.

Referências

- BAKER, Geoffrey H. **Le Corbusier, uma análise da forma**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1998.
- BERTRAND, G. Paisagem e Geografia Física Global. In: **Cadernos de Ciências da Terra**. USP. São Paulo: 1971.
- BIONDI, D. **Paisagismo**. Recife: Imprensa Universitária da UFRPE, 1990.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru: EDUCS, 2002.
- BUENO, Ricardo. **Galópolis e os Italianos: Patrimônio histórico preservado a serviço da cultura**. Porto Alegre: Quattro Projetos, 2002.
- CAXIAS DO SUL, **Lei Complementar Nº 290, de 24 de Setembro de 2007**: Institui o Plano Diretor do Município de Caxias do Sul, e dá outras providências. Caxias do Sul: 2007.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. In: YÁZIGI, Eduardo (org.). **Turismo e Paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.
- LYNCH, Kevin. **A Imagem da Cidade**. São Paulo. Editora Martins Fontes, 1982.
- HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti. **Processo de industrialização da zona colonial italiana**. Caxias do Sul: EDUCS, 1997.
- HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti. **Hércules Galló: vida e obra de um empreendedor**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.
- MARTINS, Angela Maria Moreira. **Turismo e arquitetura: a produção do atrativo via singularidade / notoriedade do lugar**. Arqtextos ano 08, fev. 2008. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arqtextos/08.093/169>> Acesso em: 21 set.2015.
- MENEZES, Ulpiano T. Bezerra. A Paisagem como fato cultural. In: YÁZIGI, Eduardo (org.). **Turismo e Paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.
- MILANO, Daniela ketzer. **Uma Vila Operaria Na Colônia Italiana O Caso Galópolis**. Porto Alegre, 2012.
- NOUVEL, Jean; BAUDRILARD, Jean. **Los objetos singulares. Arquitectura y filosofia**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Economica, 2001, p. 102-105.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

PIRES, M. J.; BASSO M. C. Ambientação de Base Histórica: Uma Expressão de Marketing, **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v.3 n.2, 1992. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/64156>> Acesso em: 21 set. 2015.

RIBEIRO, Maria do Carmo Franco; MELO, Arnaldo Sousa. **Evolução da paisagem urbana: sociedade e economia**. CITCEM, 2012.

YÁZIGI, Eduardo (org.). **Turismo e Paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.

Acessibilidade a Pessoas com Deficiência: Produção em Revistas Científicas Nacionais (Qualis-CAPES)

Fabíula Colatto Rosso⁶²; Leonardo Reichert⁶³; Dalila Müller⁶⁴
Universidade Federal de Pelotas

Resumo: A presente pesquisa trata-se de uma análise sobre as publicações feitas em revistas científicas nacionais de turismo a respeito da acessibilidade voltada a pessoas com deficiência. Com isso, este estudo tem por objetivo fazer um levantamento das publicações existentes sobre o tema nos Periódicos Qualis classificados pela CAPES em até B4. A metodologia utilizada caracteriza-se como descritiva e bibliográfica. Foram identificados e analisados dezesseis artigos que apresentam a palavra “acessibilidade” voltada a pessoas com deficiência em seus resumos, número considerado incipiente dada a relevância da temática. A maior parte dos artigos encontrados são direcionados a análises de estruturas voltadas ao atendimento a pessoas com deficiências físicas e/ou mobilidade reduzida, restando para as deficiências sensoriais um número restrito de publicações. Desse modo, evidencia-se a carência de publicações relacionadas à temática no Brasil e a importância da realização de pesquisas e produção de novos conhecimentos sobre acessibilidade e turismo.

Palavras-chave: Publicações Científicas; Acessibilidade; Pessoas com Necessidades Especiais.

Introdução

Devido a sua amplitude, o tema acessibilidade sempre gerou grandes discussões. Em tempos remotos, de acordo com Pereira (2013), as pessoas que nasciam com deficiência eram vistas como aberrações ou como castigo das divindades e consideradas impuras. Era comum o abandono ou a morte de crianças que nasciam com algum tipo de anomalia. Somente a partir da primeira metade do século XX, é que existe uma mudança significativa no que diz respeito à maneira como a sociedade trata estas pessoas.

⁶² Acadêmica do 8º semestre do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas. (fabiularosso@hotmail.com).

⁶³ Mestrando em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul; Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pelotas. (reichertleonardo@gmail.com).

⁶⁴ Doutora em História pela Universidade do Vale dos Sinos; Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Docente do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas. (dmuller@ufpel.edu.br)

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

As primeiras discussões a respeito da “inclusão” de pessoas com deficiências surgiram após a 2ª Guerra Mundial, onde diversas pessoas precisaram amputar membros do seu corpo ou tiveram sequelas permanentes devido aos combates. A partir de então buscaram-se formas e meios de reinserir estas pessoas na sociedade (PEREIRA, 2013).

O turismo, como um fenômeno social, deve estar preparado para enfrentar as questões de desigualdade e exclusão. Pessoas que tem algum tipo de deficiência muitas vezes acabam excluídas das atividades turísticas no Brasil. O Ministério do Turismo – MTur, por meio do manual de orientações sobre Turismo e Acessibilidade (MTUR, 2006), relata que o turismo se apresenta como uma forma de promover o bem-estar social na medida em que não impeça, negue, limite ou condicione o acesso aos bens, equipamentos, atrativos e serviços turísticos, de modo a garantir a igualdade de direitos e condições aos cidadãos. Deville (2009 *apud* PEREIRA, 2011) aponta que grande parte das pessoas com algum tipo de deficiência encontram inúmeras dificuldades no acesso às atividades turísticas devido à existência de barreiras nos diferentes componentes da infraestrutura turística, o que parece denotar falta de atenção por parte dos profissionais do turismo e desinteresse do ponto de vista da investigação acadêmica.

Desse modo, considera-se importante analisar a produção científica sobre a temática acessibilidade no turismo para pessoas com deficiências, para obter-se subsídios para propiciar a inclusão das mesmas em locais e equipamentos turísticos. O objetivo do presente estudo é sistematizar o conhecimento científico, publicado em periódicos nacionais de turismo classificados em até Qualis B4, que aborde a acessibilidade voltada a pessoas com deficiências.

Metodologia

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva e bibliográfica. A pesquisa descritiva registra e analisa fatos e fenômenos sem manipulá-los (CERVO; BERVIAN, 2002), enquanto que a pesquisa bibliográfica é utilizada para “dominar o conhecimento disponível e utilizá-lo como base ou fundamentação na construção de um modelo teórico explicativo”, e, além disso, “para descrever ou sistematizar o estado da arte, daquele momento, pertinente a um determinado tema ou problema” (KÖCHE, 2013, p.122). Destaca-se que sistematizar o estado

da arte acerca da relação do turismo com a acessibilidade a pessoas com deficiência é pretensão de estudos futuros. Contribuindo com esta ideia, o presente artigo apresenta dados referentes à pesquisa realizada em revistas científicas nacionais de turismo.

Para a execução desta pesquisa foi realizada, em um primeiro momento, a identificação dos periódicos qualis nacionais de turismo, classificados em até Qualis B4 (área de avaliação: Administração, Ciências Contábeis e Turismo). Destaca-se que a atualização da classificação dos periódicos qualis da CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior foi respeitada no presente artigo. Em assim sendo, as revistas científicas selecionadas para a pesquisa foram: Caderno Virtual de Turismo (B1); Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (B2); Turismo em Análise (B2); Turismo: Visão e Ação (B2); Revista Brasileira de Ecoturismo (B3); Rosa dos Ventos (B3); Cultur: Revista de Cultura e Turismo (B4); Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo (B4); Revista Cenário (B4); Revista de Turismo Contemporâneo (B4); Revista Hospitalidade (B4); Revista Iberoamericana de Turismo (B4); Revista Turismo: Estudos e Práticas (B4); Turismo e Sociedade (B4) e Turismo & Desenvolvimento (B4)⁶⁵.

Posterior a esta etapa, foi efetuado um levantamento na base de dados dos sites oficiais de cada revista científica com o objetivo de identificar artigos que contivessem o termo “acessibilidade” no resumo. Para isso, foi utilizada a ferramenta de busca interna da própria revista *online*. Com a finalidade de testar os resultados obtidos por meio da varredura nos sites das revistas, optou-se por repetir a busca pelo termo acessibilidade em resumos de artigos utilizando o site Publicações de Turismo⁶⁶. Este teste se mostrou pertinente na medida em que o site Publicações de Turismo localizou um artigo que não havia sido identificado na busca interna da revista Turismo e Sociedade.

Ao total foram contabilizados 36 artigos relacionados com turismo e acessibilidade, publicados nos periódicos brasileiros de turismo, classificados pela CAPES em até Qualis B4, os quais são o objeto de estudo da presente pesquisa. Destaca-se que livros, resenhas e resumos de artigos foram excluídos dos resultados da pesquisa.

⁶⁵ A revista Turismo & Desenvolvimento (B4) foi excluída dos resultados da pesquisa por não possibilitar o acesso na íntegra aos artigos publicados no periódico.

⁶⁶ Base de dados de livros e artigos em periódicos científicos de turismo (www.publicacoesdeturismo.com.br).

Acessibilidade a Pessoas com Deficiências

Apesar do preconceito ainda existente, muito já se evoluiu em relação às pessoas com necessidades especiais, seja no âmbito médico, psíquico, arquitetônico/estrutural ou no “saber conviver” com as diferenças. Essa evolução reflete diretamente na denominação dessas pessoas ao longo dos anos. A pessoa com deficiência, até os anos 1960, era vista como defeituosa e inválida. Na década de 1980, passe-se a ser utilizada a expressão “pessoas deficientes”, que deixou de ser usual com o surgimento da expressão “pessoas com necessidades especiais”. Nos anos 1990 surge a expressão “portadores de necessidades especiais”, termo controverso comumente utilizado no Brasil nos dias atuais (SILVA, 2013).

De acordo com Sasaki (2015) o uso do termo “portador de deficiência” e “portador de necessidades especiais” não é correto. “Pessoas com deficiência vêm ponderando que elas não portam deficiência; que a deficiência que elas têm não é como coisas que às vezes portamos e às vezes não portamos (por exemplo, um documento de identidade, um guarda-chuva)” (SASSAKI, 2015, p.7). Inclusive a legislação nacional, através da Lei Nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que “estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida” (BRASIL, 2000, p.1), utiliza o termo “pessoas portadoras de deficiência”. Dentre os diversos termos existentes, o presente artigo optou por utilizar a expressão “pessoa com deficiência”, por acreditar ser o mais adequado.

Sasaki (2010) diferencia os termos “pessoas com necessidades especiais” e “pessoas com deficiências”. Segundo o autor, ambos estão corretos, porém cada um deve ser utilizado na situação adequada. Necessidades especiais não são exclusivas de pessoas com deficiências. Ainda que uma pessoa tenha necessidades especiais advindas de sua deficiência (e da inexistência de acessibilidade), uma mulher grávida ou um idoso, por exemplo, da mesma forma, apresentam necessidades especiais. Na mesma linha de raciocínio, uma pessoa pode apresentar necessidades especiais em determinadas situações e não apresentar em outras. Por exemplo, um cadeirante pode ter dificuldades para subir/descer escadas e não ter nenhuma necessidade especial se o local for adaptado com elevadores acessíveis (SASSAKI, 2010).

No levantamento de dados do presente artigo houve a incidência de diferentes tipos de acessibilidade, as quais serão brevemente descritas a seguir. Segundo a NBR ABNT 9050:2015, que entrará em vigor em 11 de outubro do corrente ano:

Acessibilidade - possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privado de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida.

Acessível - espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias ou elemento que possa ser alcançado, acionado, utilizado e vivenciado por qualquer pessoa. (ABNT, 2015, p 2).

Diferentemente da acessibilidade a pessoas com deficiências, o termo acessibilidade é utilizado frequentemente no turismo para designar as vias de acesso ou as condições de acesso a determinados locais, atividades ou serviços. O Índice de Competitividade do Turismo Nacional, por exemplo, analisa 13 fatores para indicar o nível de competitividade dos destinos turísticos indutores. Entre estes fatores aparece o acesso que é descrito como “acesso aéreo, acesso rodoviário, acesso aquaviário, acesso ferroviário, sistema de transporte no destino e proximidade de grandes centros emissores de turistas” (MTUR, 2013, p.38). Grinover (2006), embora apresente um conceito muito mais amplo de acesso, aponta que a acessibilidade física tangível se refere ao estado do sistema de transporte, do sistema de infraestrutura viária e à localização do espaço, das atividades ou serviços urbanos para os quais se deseja ter acesso.

Além da acessibilidade a pessoas com deficiências e a da acessibilidade como vias/condições de acesso, o termo ainda apareceu no levantamento de dados se referindo a metodologia científica que utiliza amostragem por acessibilidade e ao acesso à Internet.

Estruturação do conhecimento sobre acessibilidade nos principais periódicos de turismo do Brasil

Para a realização do presente estudo foram analisados os periódicos brasileiros de turismo, avaliados até Qualis B4, o que resultou em um total de 14 revistas científicas. Entre os periódicos selecionados os que apresentaram o maior número de publicações referente à

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

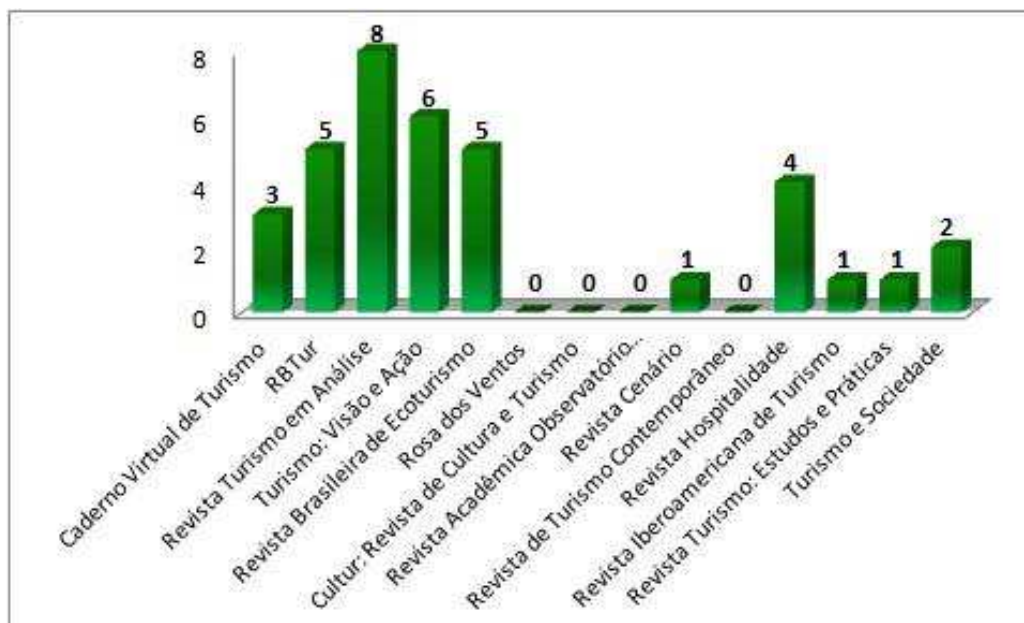
NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

temática foram: Revista Turismo em Análise (USP – São Paulo/SP; fundada em 1990; Qualis B2) com oito artigos; Revista Turismo: Visão e Ação (UNIVALI - Balneário Camboriú/SC; fundada em 1998; Qualis B2) com seis artigos; Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (ANPTUR; fundada em 2006; Qualis B2) e Revista Brasileira de Ecoturismo (Sociedade Brasileira de Ecoturismo – São Paulo/SP; fundada em 2008; Qualis B3) ambas com cinco

publicações (Figura 1). Quatro periódicos não apresentaram nenhum resultado: Rosa dos Ventos (UCS – Caxias do Sul/RS), Cultur: Cultura e Turismo (UESC – Ilhéus/BA), Revista de Turismo Contemporâneo (UFRN – Natal/RN) e Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo (FGV – Rio de Janeiro/RJ).

Figura 1: Produção científica que apresenta a palavra ‘acessibilidade’ no resumo do artigo



Fonte: Elaboração própria.

Do total de 36 artigos encontrados, somente 16 artigos (44%) tratam acessibilidade diretamente ligada a pessoas com necessidades especiais, já os outros 20 artigos (56%) trabalham a acessibilidade com outros vieses (Figura 2). Dentre as outras formas de

acessibilidade (que não abordam a acessibilidade a pessoas com deficiência) a mais comum foi a acessibilidade como via de acesso (70%), seguida pela metodologia científica que utiliza a amostra por acessibilidade (25%) e, por fim, a acessibilidade à Internet (5%).

Figura 2: Produção científica sobre o tema turismo e acessibilidade – divisão da acessibilidade a pessoas com necessidades especiais e outras formas de acessibilidade

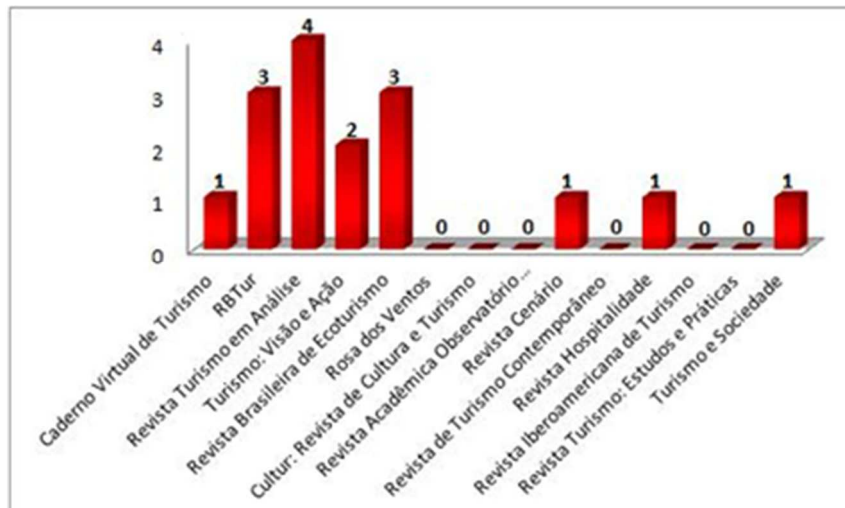


Fonte: Elaboração própria

Dessa forma, fez-se uma releitura da Figura 1 apenas utilizando aqueles artigos cujo termo acessibilidade esteja voltado a pessoas com necessidades especiais. Com isso, pode-se constatar que o periódico que apresenta maior número de publicações voltada à acessibilidade às pessoas com necessidades especiais foi a Revista Turismo em Análise com quatro artigos, seguido pela Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo e Revista Brasileira de Ecoturismo ambas com três publicações (Figura 3).

Das 16 publicações selecionadas para este estudo foi possível realizar uma divisão dos artigos de acordo com o enfoque principal abordado: Acessibilidade em serviços e empreendimentos turísticos; Infraestrutura Acessível em Atrativos Turísticos; Hospitalidade e Acessibilidade; Acessibilidade na Internet e Destinos Turísticos Referência em Acessibilidade. A partir de então, foi possível identificar que existe predominância aos estudos que se referem à acessibilidade em serviços e empreendimentos turísticos, os quais buscam avaliar se existem estruturas que possibilitam o acesso facilitado de pessoas com deficiência e, se existentes, buscam avaliar a qualidade destas intervenções (Figura 4).

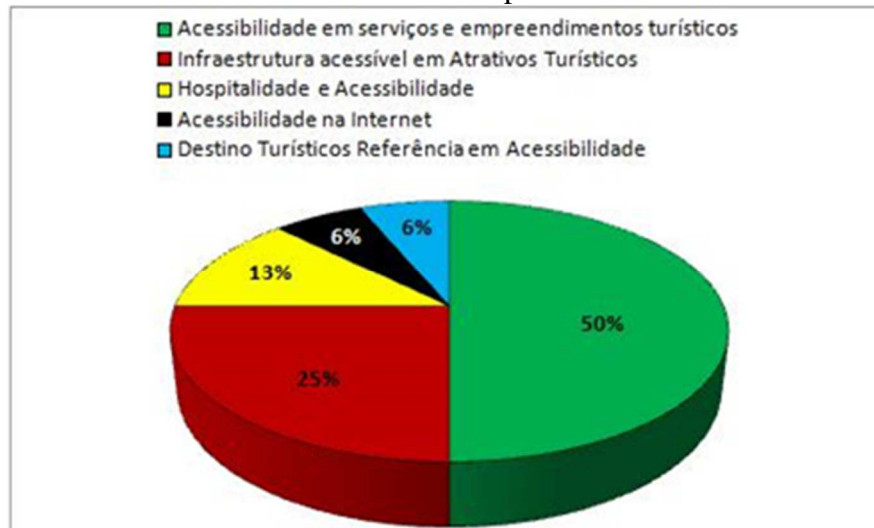
Figura 3: Produção científica sobre o tema turismo e acessibilidade às pessoas com necessidades especiais



Fonte: Elaboração própria

Das 16 publicações selecionadas para este estudo foi possível realizar uma divisão dos artigos de acordo com o enfoque principal abordado: Acessibilidade em serviços e empreendimentos turísticos; Infraestrutura Acessível em Atrativos Turísticos; Hospitalidade e Acessibilidade; Acessibilidade na Internet e Destinos Turísticos Referência em Acessibilidade. A partir de então, foi possível identificar que existe predominância aos estudos que se referem à acessibilidade em serviços e empreendimentos turísticos, os quais buscam avaliar se existem estruturas que possibilitam o acesso facilitado de pessoas com deficiência e, se existentes, buscam avaliar a qualidade destas intervenções (Figura 4).

Figura 4: Produção científica sobre o tema turismo e acessibilidade às pessoas com necessidades especiais

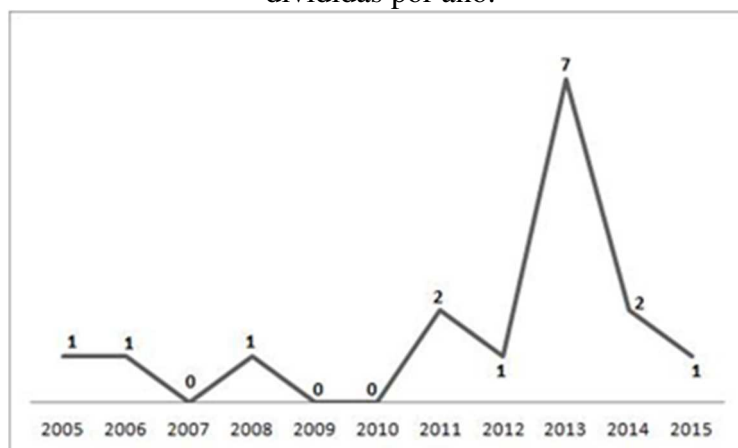


Fonte: Elaboração própria

As publicações analisadas nos mostram também que as publicações voltadas à temática da acessibilidade para pessoas com deficiência ainda são muito recentes aqui no Brasil. Acredita-se que este fato pode estar atrelado a Convenção da ONU sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (CDPD) que aconteceu no ano de 2006 e foi considerado um marco da luta dos direitos e inclusão das pessoas com necessidades especiais. Foi a partir deste ano também, 2006, que o Brasil inicia suas articulações legais e constitucionais para propor um ambiente onde fosse possível o exercício pleno da cidadania (BRASIL, 2012).

Entre os 16 artigos encontrados o mais antigo foi publicado no ano de 2005. Como pode ser observado na Figura 5, o ano que apresentou maior volume de publicações sobre acessibilidade a pessoas com necessidades especiais foi o ano de 2013, que destoa dos outros anos, com sete artigos publicados.

Figura 5: Publicações sobre turismo e acessibilidade a pessoas com necessidades especiais divididas por ano.



Fonte: Elaboração própria.

Analisando os artigos selecionados quanto ao tipo de deficiência abordada, foi observado que a maior parte deles (39%) traz uma visão mais generalista sobre as deficiências, não abordando aspectos peculiares de um caso específico. Assim sendo, analisou-se uma predominância de artigos que tratam sobre a mobilidade reduzida e sobre as deficiências físicas, somando estes dois aspectos tem-se 40% das publicações. Já referente às deficiências sensoriais (audição e visão) foram encontrados somente cinco artigos que abordassem algum tópico específico destas deficiências. Entre eles, quatro apresentam alguma abordagem específica sobre deficiência visual e um sobre a surdez (Figura 6).

Figura 6: Publicações sobre turismo e acessibilidade a pessoas com deficiências - divisão por deficiência



Fonte: Elaboração própria

Também foi possível realizar a análise do local onde o estudo foi realizado, sendo o Rio Grande do Norte o estado que apresentou o maior número de artigos, com três artigos, seguido dos estados de Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo, cada um com duas publicações. Já os estados de Goiás, Pará, Piauí e Distrito Federal apresentaram um artigo cada e três artigos não apresentaram uma localização específica para a realização da pesquisa.

Sobre os autores dos artigos analisados constatou-se que apenas dois autores se repetem, são eles a Prof.^a Dr. Donária Coelho Duarte, professora Adjunta da Universidade de Brasília e pesquisadora responsável pela linha de pesquisa "Turismo para todos: acessibilidade e inserção econômica"⁶⁷, e o Prof. Dr. Gilson Zehetmeyer Borda, professor da Universidade de Brasília (CET-UnB) e Pesquisador Coordenador do Núcleo de Estudos em Turismo Responsável, Acessível e Sênior - NETRAS for ALL⁶⁸. Ambos autores realizaram juntos as pesquisas, uma refere-se sobre a hotelaria em Brasília e a outra sobre a cidade de Socorro/SP considerada destino turístico referência em termos de acessibilidade. A relação dos demais autores e seus respectivos artigos pode ser visualizada no Quadro 1.

⁶⁷ Informações obtidas junto à plataforma Lattes em 25/set/2015 (<http://lattes.cnpq.br/7361440038891329>).

⁶⁸ Informações obtidas junto à plataforma Lattes em 25/set/2015 (<http://lattes.cnpq.br/3998519145458944>).

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
 NOS FLUXOS DO TURISMO

Quadro 1: Publicações Científicas sobre Turismo e Acessibilidade a Pessoas com Deficiências em periódicos qualis nacionais avaliados pela CAPES em até B4.

	ARTIGO	AUTORES	ANO	REVISTA
Acessibilidade em serviços e empreendimentos turísticos	Acessibilidade e sustentabilidade: a experiência da hotelaria de Brasília	Donária Coelho Duarte; Gilson Zehetmeyer Borda	2013	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo – RBTur
	Acessibilidade em Turismo: a acessibilidade dos surdos aos serviços turísticos de Goiânia – GO	Maxmillian Silva	2013	Turismo em Análise
	Qualidade de Serviços em Atrativos Turísticos: um estudo da percepção dos turistas de Florianópolis – SC – Brasil	Tiago Savi Mondo; Gabriela Gonçalves Silveira Fiates	2015	Turismo em Análise
	A Estrutura Hoteleira de Balneário Camboriú para Turistas Portadores de Necessidades Especiais	Yolanda Flores e Silva; Patrícia Spíndola Golçalves	2006	Turismo: Visão & Ação
	Hotelaria e Acessibilidade	Simone Sansiviero; Celia Maria de Moraes Dias	2005	Turismo: Visão & Ação
	Acessibilidade no Ecoturismo e Turismo de Aventura: atuação do poder público e privado	Grislayne Guedes Lopes da Silva; Reinaldo Miranda de Sá Teles	2014	Revista Brasileira de Ecoturismo
	Turismo e hospitalidade: um estudo sobre o atendimento ao turista deficiente e com mobilidade reduzida em hotéis de Santa Maria/RS, Brasil	Letícia Indart Franzen; Tatiane Brum de Oliveira Reis	2013	Revista Hospitalidade
	Acessibilidade: visita técnica a três dos melhores restaurantes de Natal, Rio Grande do Norte, Brasil	Carliane Ileicy da Silva; Sérgio Rodrigues Leal	2011	Turismo e Sociedade
Infraestrutura acessível em atrativos turísticos	Turismo e inclusão social: uma avaliação acerca da acessibilidade aos portadores de necessidades físicas e visuais nos equipamentos turísticos de Belém, PA	Mayra Pereira	2011	Caderno Virtual de Turismo
	Acessibilidade do Turismo no Parque Nacional Serra da Capivara – PI	Stella Maria Sousa Carvalho	2012	Turismo em Análise
	Deficiência e equiparidade: um panorama da acessibilidade aos deficientes visuais no Corredor Cultural de Mossoró (RN)	Eider Elias Duarte; Michele de Sousa	2013	Revista Brasileira de Ecoturismo
	Estudando o Centro Histórico de Natal (RN) e suas possibilidades para o turismo	Patrícia Daliany Araújo do Amaral; Isabella Ludimilla Barbosa do Nascimento; Fábio Henrique da Silva	2013	Revista Brasileira de Ecoturismo
Hospitalidade e Acessibilidade	Mobilidade e Turismo: Hospitalidade no Transporte Coletivo em Caxias do Sul/RS	Simone Simon; Susana Gastal; Marcia Maria Cappellano dos Santos	2014	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo – RBTur
	A Hospitalidade, o Turismo e a Inclusão Social para Cadeirantes	Bruna C. Mendes; Nilma Morcerf de Paula	2008	Turismo em Análise
Internet	Os Cegos Conseguem ‘Enxergar’ Destinos Turísticos na Internet?	Francisco Vicente Sales Melo; Denis Silva da Silveira	2013	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo – RBTur



Destino referenciam em acessibilidade	Tourism for all: Accessibility and social inclusion in Brazil – the case of Socorro (São Paul State) tourism destination / Turismo para todos: Acessibilidade e inclusão social no Brasil – o caso do destino turístico da cidade de Socorro (São Paulo)	Gilson Zehetmeyer Borda; Donária Coelho Duarte; Ana Beatriz Borges Serpa	2013	Revista Cenário
---------------------------------------	--	--	------	-----------------

Fonte: Elaboração Própria.

Considerações Finais

Com a presente pesquisa foi possível identificar que as publicações em periódicos científicos nacionais de turismo voltadas a pessoas com deficiências e necessidades especiais ainda não representam um número significativo no Brasil. Além disso, por mais que a temática seja alvo de antigas discussões, foi possível observar que só recentemente a Academia tem se preocupado em fomentar a discussão científica sobre acessibilidade.

No início deste estudo, foram encontrados 36 artigos sobre acessibilidade. No entanto, 20 deles não estavam relacionados a pessoas com deficiência, mas sim a outras formas de acessibilidade como vias de acesso e mobilidade urbana. Deste modo, apenas 16 artigos publicados referem-se a pessoas com deficiência e, desta forma, foram selecionados. Dos artigos selecionados prevalece a discussão sobre as deficiências físicas, sendo o conhecimento das deficiências sensoriais (visão e audição) ainda incipiente. Com os dados obtidos notou-se que as publicações são pesquisas isoladas dos autores, pois não foi possível identificar continuidade nos estudos, visto que os mesmos possuem, na sua grande maioria, apenas uma única publicação sobre a temática nos periódicos analisados.

Evidencia-se a carência de artigos sobre esta temática nos periódicos científicos da área de turismo e a existência de uma lacuna no conhecimento científico disponível sobre a acessibilidade a pessoas com deficiência no Brasil. Desse modo, torna-se importante o incentivo a realização de pesquisas e a produção de novos conhecimentos sobre o tema. Pretende-se em estudos futuros analisar as teses e dissertações produzidas nos programas de pós-graduação em turismo, além de publicações em eventos científicos da área e demais base de dados com o intuito de identificar o estado da arte da relação do turismo com a acessibilidade a pessoas com deficiências e necessidades especiais no Brasil.

Referências

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

AMARAL, P. D. A.; NASCIMENTO, I. L. B.; SILVA, F. H. Estudando o Centro Histórico de Natal (RN) e suas possibilidades para o turismo. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v.6, n.3, p.800-813, 2013. Disponível em <<http://www.sbecotur.org.br/rbecotur/seer/index.php/ecoturismo/article/view/387/526>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT. **NBR 9050:2015**: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos/ Accessibility to buildings, equipment and the urban environment. Rio de Janeiro/RJ, 2015. Disponível em <http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_164.pdf>. Acesso em: 14 set. 2015.

BORDA, G. Z.; DUARTE, D. C.; SERPA, A. B. B. Tourism for all: Accessibility and social inclusion in Brazil – the case of Socorro (São Paulo State) tourism destination/ Turismo para todos: Acessibilidade e inclusão social no Brasil – o caso do destino turístico da cidade de Socorro (São Paulo). **Revista Cenário**, v.1, n.1, p.30-44, 2013. Disponível em <<http://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/9899/7247>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

BRASIL. **Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência**. Brasília, 2012. Disponível em <<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/convencaopessoacomdeficiencia.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2015.

BRASIL Lei Nº 10.098, 19 de dezembro de 2000. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 20 dez. 2000. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L10098.htm>. Acesso em: 15 set. 2015.

CARVALHO, S. M. S. Acessibilidade do Turismo no Parque Nacional Serra da Capivara – PI. **Turismo em Análise**, v.23, n.2, p.437-463, 2012. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/52428/56422>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

DUARTE, D. C.; BORDA, G. Z. Acessibilidade e sustentabilidade: a experiência da hotelaria de Brasília. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.7, n.3, p. 365-383, 2013. Disponível em <<http://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/635/615>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

DUARTE, E. E.; SOUSA, M. Deficiência e equiparidade: um panorama da acessibilidade aos deficientes visuais no Corredor Cultural de Mossoró (RN). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v.6, n.3, pp.612-629, 2013. Disponível em <<http://www.sbecotur.org.br/rbecotur/seer/index.php/ecoturismo/article/view/652/491>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO



06 DE NOVEMBRO
DE 2015

FRANZEN, L. I.; REIS, T. B. O. Turismo e Hospitalidade: um estudo sobre o atendimento ao turista deficiente e com mobilidade reduzida em hotéis de Santa Maria/RS, Brasil. **Revista Hospitalidade**, v.10, n.2, p. 249-274, 2013. Disponível em <<http://www.rev Hosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/view/525/543>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

GRINOVER, L. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. **Revista Hospitalidade**, v.3, n. 2, p.29-50, 2006. Disponível em <<http://www.rev Hosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/view/191/206>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de Metodologia Científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. Petrópolis/RJ: Vozes, 2013.

MELO, F. V. S.; SILVEIRA, D. S. Os cegos conseguem ‘enxergar’ destinos turísticos na internet? Uma análise da acessibilidade dos websites oficiais dos estados brasileiros. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.7, n.2, p.281-295, 2013. Disponível em <<http://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/586/610>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

MENDES, B. C.; PAULA, N. M. A Hospitalidade, o Turismo e a Inclusão Social para Cadeirantes. **Turismo em Análise**, v.19, n.2, p.329-343, 2008. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14157/15975>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO – MTUR. **Turismo e acessibilidade**: manual de orientações. 2006. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/MIOLO_-_Turismo_e_Acessibilidade_Manual_de_Orientaxes.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO – MTUR. **Índice de competitividade do turismo nacional**: destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: relatório Brasil 2013. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2013. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/RelBrasil_final_web2013.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2015.

MONDO, T. S.; FIATES, G. G. S. Qualidade de Serviços em Atrativos Turísticos: um estudo da percepção dos turistas de Florianópolis – SC – Brasil. **Turismo em Análise**, v. 26, n.1, p.112-138, 2015. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/89170/93331>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

PEREIRA, A. C. A. Acessibilidade aos bens culturais imóveis. **Revista Especialize On Line**, v. 5, n.1, p.1-15, 2013. Disponível em <<http://www.ipog.edu.br/download-arquivo-site.sp?arquivo=acessibilidade-aos-bens-culturais-imoveis-15194811.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2015.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

PEREIRA, M. Turismo e inclusão social: uma avaliação acerca da acessibilidade aos portadores de necessidades físicas e visuais nos equipamentos turísticos de Belém, PA.

Caderno Virtual de Turismo, v.11, n.2, p.253-266, 2011. Disponível em

<<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php?journal=caderno&page=article&op=view&path%5B%5D=660&path%5B%5D=294>>. Acesso em: 19 ago. 2015.

SANSIVIEIRO, S.; DIAS, C. M. M. Hotelaria e Acessibilidade. **Turismo: Visão e Ação**, v.7, n.3, p.439-453, 2005. Disponível em

<<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/508/439>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

SASSAKI, R. K. **Terminologia Sobre Deficiência na Era da Inclusão**. Disponível em

<<http://proex.pucminas.br/sociedadeinclusiva/Blog:%20Direito%20de%20se%20Diferente/Terminologia%20sobre%20Deficiencia%20na%20Era%20da%20Inclusao.pdf>>. Acesso em: 09 set. 2015.

SASSAKI, R. K. “**Necessidades Especiais**”. 2010. Disponível em

<<http://www.deficienteciente.com.br/2010/08/necessidades-especiais.html>>. Acesso em: 11 set. 2015.

SILVA, C. I.; LEAL, S. R. Acessibilidade: visita técnica a três dos melhores restaurantes de Natal, Rio Grande do Norte, Brasil/ Accessibility: Technical visit to three of the best restaurants of Natal, Rio Grande do Norte, Brazil. **Turismo & Sociedade**, v. 4, n. 2, p.343-362, 2011. Disponível em

<<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/turismo/article/view/24767/16605>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

SILVA, G. G. L.; TELES, R. M. S. Acessibilidade no Ecoturismo e Turismo de Aventura: atuação do poder público e privado. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v.7, n.2, p.269-289, 2014. Disponível em

<<http://www.sbecotur.org.br/rbecotur/seer/index.php/ecoturismo/article/view/640/680>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

SILVA, M. Acessibilidade em Turismo: a acessibilidade dos surdos aos serviços turísticos de Goiânia – GO. **Turismo em Análise**, v.24, n.2, p.354-373, 2013. Disponível em

<<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/64186/66872>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

SILVA, Y. F.; GONÇALVES, P. S. A Estrutura Hoteleira de Balneário Camboriú para Turistas Portadores de Necessidades Especiais. **Turismo: Visão e Ação**, v.8, n.1, p.9-29, 2006. Disponível em <<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/484/422>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

SIMON, S.; GASTAL, S.; SANTOS, M.M.C. Mobilidade e Turismo: Hospitalidade no Transporte Coletivo em Caxias do Sul/RS. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.8, n.3, p.552-567, 2014. Disponível em <<http://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/812/659>>.

Acesso em: 20 ago. 2015.

Análise da Produção Científica Sobre Dimensão Ambiental em Meios de Hospedagem em Periódicos Brasileiros de Turismo

Ana Luísa Lopes da Cunha Ferrão; Mateus Torres Nazari; Guilherme Schoeler Pereira;
Luciara Bilhalva Corrêa
Universidade Federal de Pelotas

Resumo: A busca de qualificação do turismo e a relação desta atividade com as premissas da sustentabilidade, leva a conservação e contemplação dos recursos naturais bem como desenvolvimento socioambiental de empreendimentos e da população local. O trabalho a seguir teve como objetivo sistematizar a produção científica presente nos periódicos da área de turismo quanto à dimensão ambiental em meios de hospedagem. A análise foi feita de forma descritiva a partir de revisão bibliográfica. A partir deste trabalho, pode-se concluir que publicações sobre dimensão ambiental em meios de hospedagem ainda são pouco difundidas nos periódicos brasileiros de turismo que foram verificados por este estudo.

Palavras-chave: Turismo; Produção de Conhecimento; Meios de Hospedagem; Sustentabilidade

Introdução

O turismo apresenta-se como um dos setores de serviços que mais crescem atualmente, evidenciando sua importância em âmbito nacional e mundial. Este mercado possui grande influência para o desenvolvimento econômico e social dos países através de suas atividades e empreendimentos, tais como meios de hospedagem, agências de viagens, companhias aéreas e serviços de transporte terrestre, os quais geram, de forma direta ou indiretamente, renda, empregos e investimentos (FERRÃO *et al.*, 2013).

O turismo é uma atividade que atua diretamente sobre ambiente natural e cultural na localidade em que está inserido, gerando impactos tanto positivos com também negativos. Esses impactos normalmente são visíveis com o passar do tempo causados de forma incerta e estão normalmente relacionados com as características socioambientais locais, tornando necessária mudanças nas atividades turísticas que visem minimizar seus impactos negativos ao meio (GARRIDO, 2001).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O turismo incorpora uma visão de planejamento e aporte de benefícios econômicos, sociais e ambientais, como um mecanismo para inclusão e transformação social. Entretanto conduzir a atividade turística de forma responsável com base num planejamento adequado e legal é um dos obstáculos para os diversos colaboradores envolvidos. Promover o turismo sustentável não representa apenas controlar e gerenciar os impactos negativos advindos das atividades turísticas. Mais do que isso, o turismo na contemporaneidade ocupa uma posição privilegiada da economia globalizada para gerar o desenvolvimento local com a conservação dos recursos ambientais, e promover a responsabilidade social e cultural, que devem ser interpretados como aspirações comuns que podem ser mutuamente reforçadas (IRVING *et al.*, 2005).

Muitas iniciativas têm se desenvolvido com o propósito de promover o turismo sustentável. Entre elas, o desenvolvimento de normas que estabeleçam os requisitos mínimos para o turismo sustentável, aliadas a mecanismos de certificação, tem se destacado como uma das tendências mais presentes no mercado internacional, despertando o maior engajamento das partes interessadas (BRASIL – ABNT, 2006).

Desta forma, os meios de hospedagem podem estabelecer critérios para uma formulação de uma política e objetivos de desempenho sustentável levando em conta impactos ambientais, socioculturais e econômicos visando o aprimoramento dos serviços prestados, esse tipo de serviço é de grande importância na reformulação dos impactos do setor do turismo no meio ambiente. Uma vez que, segundo Ruschman e Rosa (2006), os meios de hospedagem são importantes para o desenvolvimento turístico de uma região, oferecendo serviços de excelência respeitando os princípios de sustentabilidade.

Segundo Peruchin *et al.* (2015), a quantidade da demanda por energia, água e produtos não duráveis muda conforme a prestação e a característica dos serviços hotelheiro prestado, mas a geração de efluentes e resíduos é constante dos meios de hospedagem. Portanto tornando-se importante a formulação de políticas neste setor.

Com um público cada vez mais exigente e consciente em relação as práticas que interferem no meio ambiente, o uso de meios de hospedagem e da uma gestão de sustentabilidade gera vantagens ambientais, financeiras, sociais e culturais. No âmbito cultural e social, promove o respeito com o próximo, de preservação do patrimônio cultural e

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

preservação dos direitos legislativos da comunidade, economicamente gera vantagens competitivas aos meios de hospedagem, dando abertura ao mercado nacional e internacional e do ponto de vista ambiental contribui para a conservação da biodiversidade e garante um meio ambiente como atrativo turístico (BRASIL - ABNT, 2012).

A produção científica é responsável não só apenas pela difusão de conhecimento entre ciência e sociedade, mas também pela compreensão e expansão de conceitos, perspectivas e abordagens metodológicas. Tão importante quanto a pesquisa em si é sua divulgação, uma vez que é assim que se dá visibilidade aos resultados. A partir do entendimento de que a contribuição para a ciência e a sociedade como um todo só acontece com a publicação da pesquisa, destaca-se o quão necessário é a visibilidade da produção (PACKER; MENEGHINI, 2006).

Sendo assim, a presente investigação se propõe a sistematizar a produção científica presente nos periódicos da área de turismo quanto à dimensão ambiental em meios de hospedagem, haja vista a lacuna do conhecimento existente nessa área, além da importância de atentar aos impactos socioambientais advindos desse ramo do turismo. Aliados ao objetivo geral, tem-se os seguintes objetivos específicos: 1) identificar o número de artigos publicados em diferentes categorias conforme o assunto principal, tais como: os referentes a meios de hospedagem, a dimensão ambiental em meios de hospedagem e a questões ambientais de um modo geral; 2) o foco das publicações que tratam da dimensão ambiental em meios de hospedagem.

Metodologia

Em relação à metodologia deste estudo, esta se classifica como descritiva e bibliográfica. Descritiva, uma vez que se analisa as relações estabelecidas entre duas ou mais variáveis de um determinado fenômeno sem manipulá-las, e bibliográfica por possuir o objetivo de sistematizar o estado da arte em um dado momento sobre determinado tema (KÖCHE, 2004). Ademais, esta pesquisa foi baseada em estudos como Lara e Pinto (2008) e Nazari *et al.* (2014).

Inicialmente, buscou-se identificar os periódicos científicos eletrônicos nacionais especializados em turismo avaliados pelo WebQualis da Coordenação de Aperfeiçoamento de

Pessoal de Nível Superior (Capes) na área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo. De acordo com o conteúdo disponível no seu site oficial, o Qualis faz parte de um conjunto de procedimentos utilizados pela Capes para estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação. Assim, o Qualis afere qualidade dos artigos e de outros tipos de produção com base na análise dos periódicos científicos publicados (WEBQUALIS - CAPES, 2015).

Este estudo foi delimitado a partir dos periódicos brasileiros especializados em turismo com melhor classificação no Qualis. Nesse caso, àqueles enquadrados em B1. Considerou-se que, com isso, fosse possível visualizar os melhores periódicos nacionais nessa área. A Tabela 1 apresenta os periódicos que se enquadraram a delimitação desse estudo.

Tabela 1 – Periódicos especializados em turismo com melhor classificação no Qualis:

Periódico	Qualis	Início de Publicação	Vinculação
Caderno Virtual de Turismo	B1	2001	Periódico científico eletrônico quadrimestral vinculado ao Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social, vinculado ao Programa de Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ.
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	B1	2007	Periódico científico eletrônico quadrimestral vinculado à Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR).

Fonte: CVT; RBTur – Elaboração própria

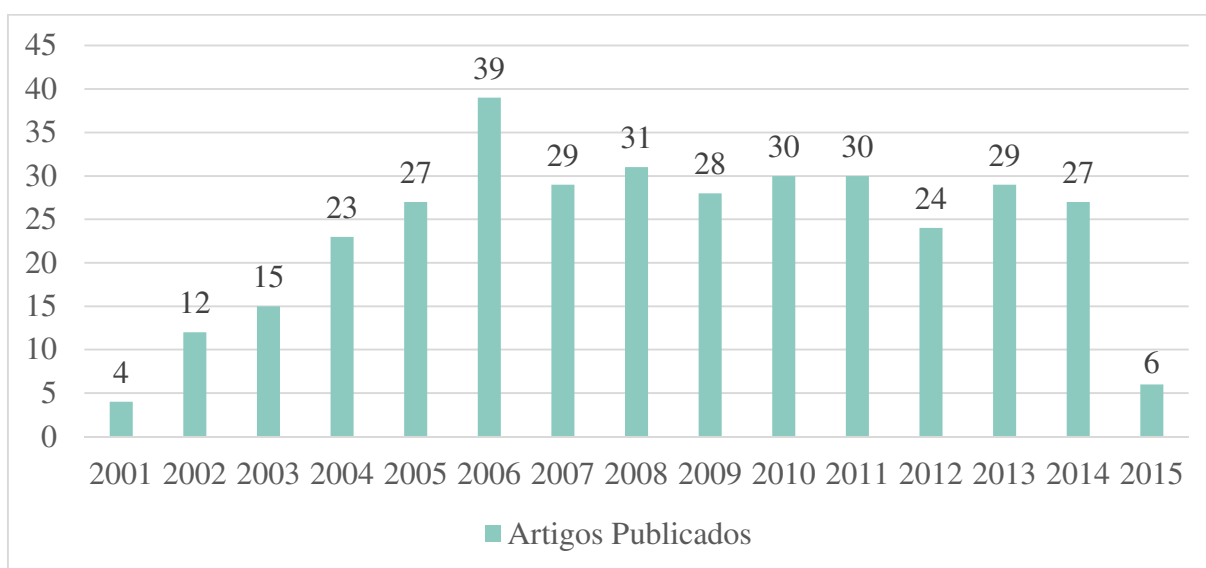
Após a identificação desses periódicos, visitou-se os respectivos *sites* a fim de identificar todos os artigos publicados que se referem a meios de hospedagem, bem como aqueles que abordam a questão ambiental em geral. Em seguida, os artigos foram novamente verificados para identificar quais atendiam os critérios estabelecidos por este trabalho. O período de análise correspondeu ao conteúdo disponível nos periódicos desde o início das suas publicações até setembro de 2015. Ao final do estudo, foram analisados 531 artigos.

Resultados e Discussão

Conforme o conteúdo disponível em seu *site* oficial, o Caderno Virtual de Turismo (CVT) é um periódico científico é dedicado à divulgação eletrônica gratuita de artigos originais e resenhas críticas de estudos voltados para o debate do turismo como vetor de

desenvolvimento social (CVT, 2015). Atualmente, a publicação desse periódico ocorre quadrimestralmente e, desde sua primeira edição até o momento desta pesquisa, haviam 354 artigos publicados. A Figura 1 apresenta a quantidade de artigos no publicados por ano no Caderno Virtual de Turismo.

Figura 1 – Quantidade de artigos publicados no CVT por ano

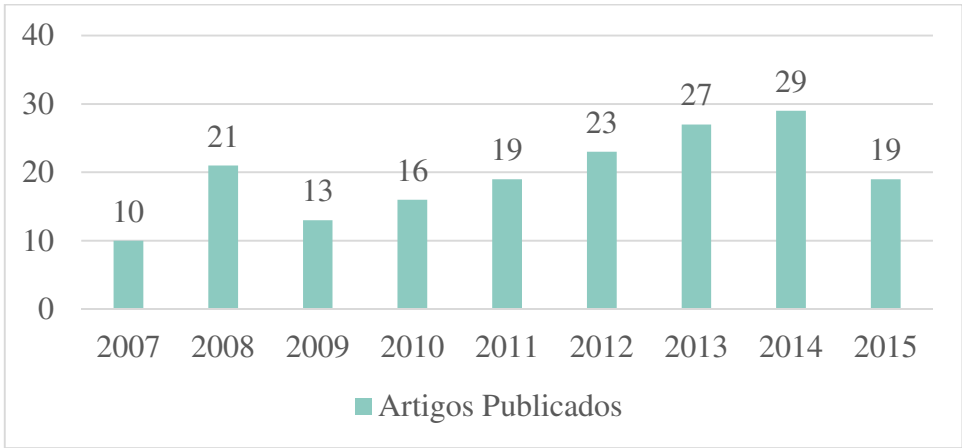


Fonte: Elaboração própria

De acordo com o conteúdo disponível em seu *site* oficial, a Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur) objetiva ser um registro de contribuições e um canal de difusão do conhecimento para o avanço do Turismo do País. Para tanto, publica quadrimestralmente artigos científicos escritos em português, espanhol ou inglês, por pesquisadores e profissionais no campo do Turismo e suas interfaces com áreas afins (RBTur, 2015)

Desde sua primeira edição até setembro de 2015, foram 177 artigos publicados pela RBTur. A Figura 2 nos mostra a distribuição de publicações ao ano.

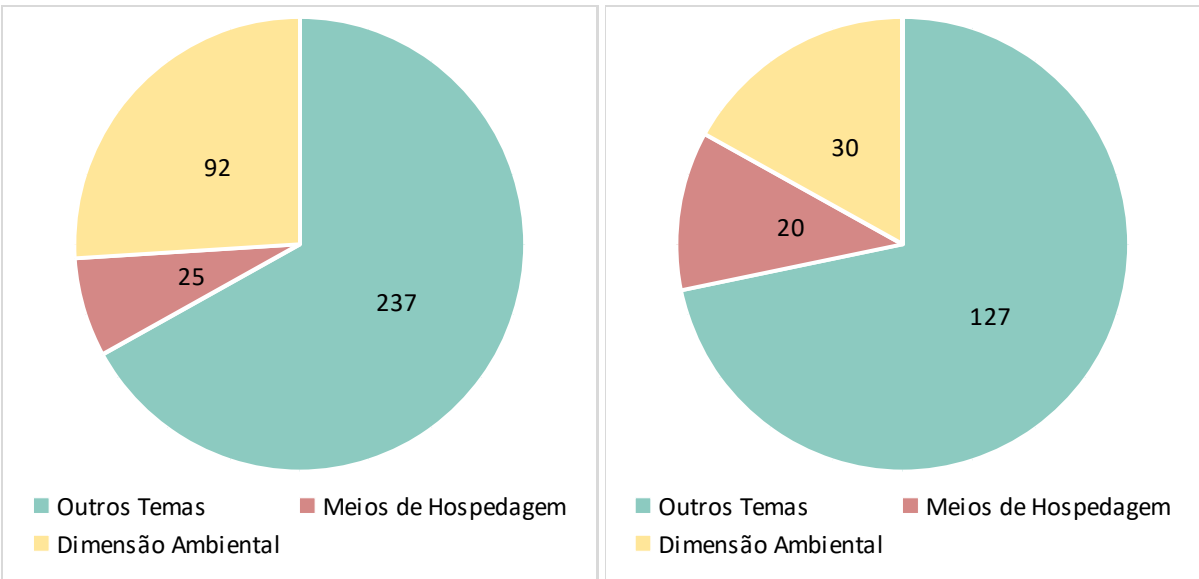
Figura 2 – Quantidade de artigos publicados na RBTur por ano.



Fonte: Elaboração própria

Após análise de todos os artigos publicados por esses dois periódicos nacionais, identificou-se aqueles que abordavam a alguma temática ambiental e meios de hospedagem. Com isso, geraram-se os seguintes gráficos:

Figura 3 – Quantidade de artigos publicados, respectivamente, no CVT e RBTur com a temática ambiental e meios de hospedagem

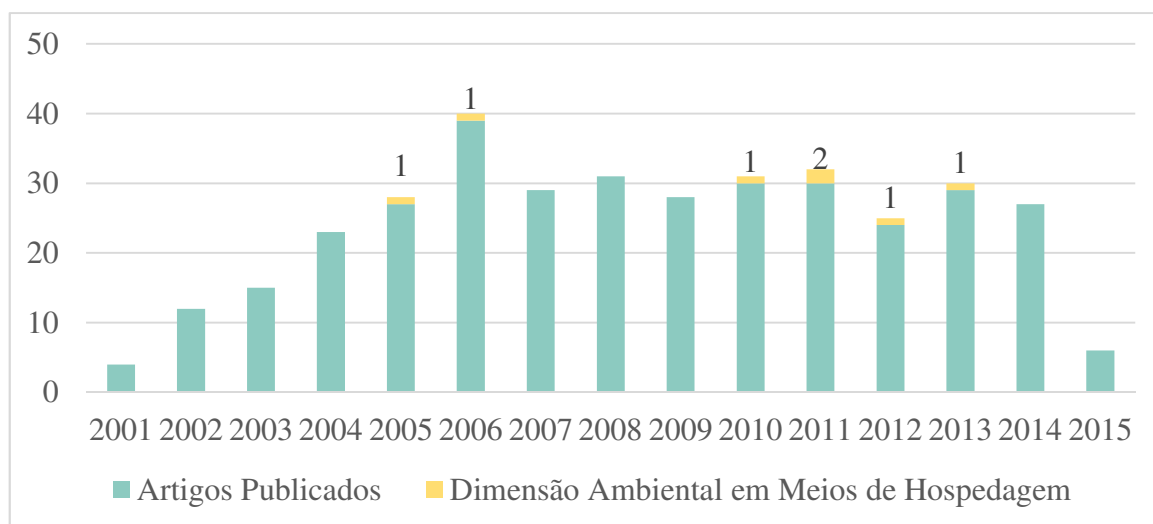


Fonte: Elaboração própria

No caso do Caderno Virtual de Turismo, constatou-se que dos artigos publicados, 92 deles tratavam sobre alguma questão ambiental, correspondendo à aproximadamente 26% do total. Em relação a meios de hospedagem, foi verificado que apenas 25 artigos (cerca de 7%) abordavam essa temática. Já na Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, foi identificado que 30 artigos (17%) das publicações abordavam alguma dimensão ambiental, enquanto que 20 artigos (cerca de 11%) tratavam sobre meios de hospedagem. Importante salientar que as publicações que relacionavam ambos os temas foram quantificadas tanto para dimensão ambiental, quanto para meios de hospedagem.

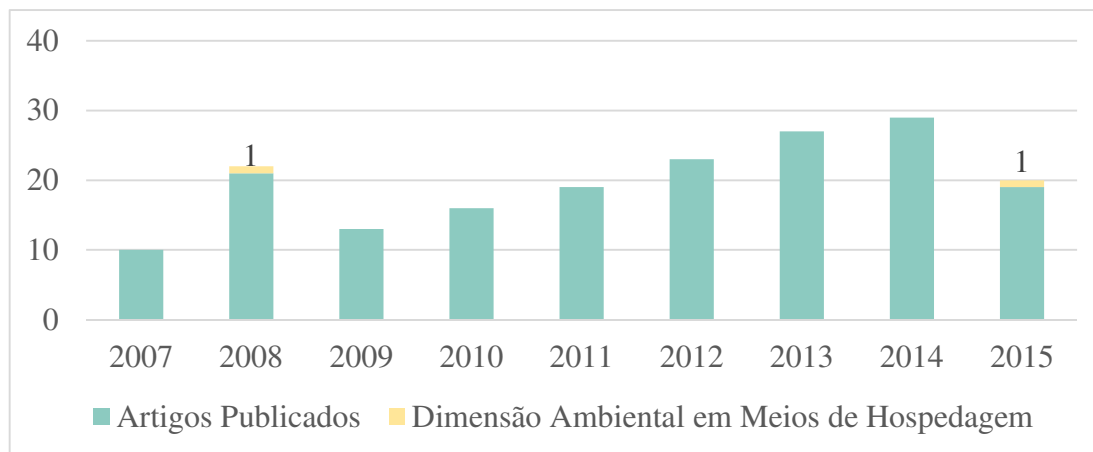
Em seguida, buscou-se identificar os artigos que abordassem a dimensão ambiental no âmbito de meios de hospedagem. Dentre todas as publicações, foram encontrados 07 artigos no Caderno Virtual de Turismo e 02 artigos na Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo que atendiam aos critérios deste estudo. As Figuras 4 e 5 mostram, respectivamente, a distribuição de publicações dessa temática ao longo dos anos.

Figura 4 – Quantidade de artigos publicados no CVT *versus* a temática de dimensão ambiental em meios de hospedagem



Fonte: Elaboração própria

Figura 5 – Quantidade de artigos publicados na RBTur *versus* a temática de dimensão ambiental em meios de hospedagem



Fonte: Elaboração própria

Como se pode observar nas figuras 4 e 5, fica evidente que a quantidade de publicações sobre a dimensão ambiental em meios de hospedagem é bem incipiente. No periódico CVT, identificaram-se sete publicações com essa temática, o que corresponde à cerca de 2% do total. Enquanto que na RBTur foi constatado que somente 2 artigos se encaixavam no delineamento proposto por este trabalho, representando aproximadamente 1% da totalidade de publicações do periódico. A partir da identificação dos artigos que abordavam a dimensão ambiental em meios de hospedagem publicados no Caderno Virtual de Turismo, realizou-se a análise dos mesmos. Logo abaixo, são apresentadas as sínteses dos sete artigos analisados.

O artigo “Ecoturismo e sistemas de gestão ambiental: medidas corretivas estão sendo tomadas nos hotéis ecológicos da Serra do Japi/SP” teve como objetivo analisar se os meios de hospedagem “verdes” da região da Serra do Japi adotavam algumas das medidas de preservação ambiental presentes nos sistemas de gestão ambiental ABIH, PNUMA, Sistema Ambiental Autônomo, ISO 9000 e ISO 14000. A pesquisa foi feita em apenas 30% dos empreendimentos totais da região por falta de comunicação e informação por partes dos meios de hospedagem e órgãos governamentais. Pode-se concluir que nestes empreendimentos analisados não está sendo adotado medidas corretivas como se esperava, mas deve-se salientar

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

que 50% dos empreendimentos analisados possuem coleta seletiva bem como 25% disponibiliza informativos sobre preservação do meio ambiente (GERONDI, 2005).

Em “Análise dos impactos ambientais do turismo em uma área protegida da Amazônia”, os autores buscaram verificar se o crescimento da atividade turística em uma Unidade de Conservação na Amazônia proporciona o desenvolvimento das populações locais e a proteção dos recursos naturais. A pesquisa foi realizada em duas etapas: pela observação participante e pela aplicação de formulários em empreendimentos hoteleiros de pequeno e grande porte, turistas, órgãos municipais e moradores locais. Pode-se concluir que atividade turística não está gerando impactos ambientais negativos a ponto de comprometer a funcionalidade do ecossistema; bem como, o turismo é uma atividade benéfica para as populações e empreendimentos locais funcionando como instrumento profícuo de valorização e conservação dos recursos naturais do município (SANTOS JR; RIBEIRO, 2006).

O artigo “Hóspedes: uma reflexão sobre turismo, economia e meio ambiente” apresenta uma análise bibliográfica que propõem responder como o hóspede se relaciona com o meio ambiente na ótica da economia neoclássica, economia ecológica e economia do meio ambiente. Dentre as conclusões, o estudo aponta que o hóspede é colocado como o principal agente e responsável pela regulação ambiental estabelecida pelo mercado através de mudanças de comportamento dos gestores de meios de hospedagem. Assim como, o hóspede ambientalmente responsável deve apresentar uma percepção ambiental bastante aguçada e uma abertura para novos aprendizados e experiências (ALVES; DE CONTO, 2010)

No artigo “Responsabilidade socioambiental na hotelaria: um estudo na via costeira de Natal, RN”, os autores realizaram uma análise e identificação de ações de responsabilidade socioambiental praticadas pelos empresários da hotelaria situados na Via Costeira de Natal/RN. Para tanto, foi realizado entrevistas junto aos gestores desses empreendimentos. As autoras concluem que os hotéis da Via Costeira de Natal praticam ações de responsabilidade ambiental, social e corporativa, contudo são necessários ainda avanços das mesmas (VIRGINIO; FERNANDES, 2011).

O artigo intitulado “Gestão da sustentabilidade no segmento hoteleiro: estudo dos meios de hospedagem de Monte Verde, MG” partiu do pressuposto de investigar a forma que o setor de hospedagem de pequeno e médio porte tem se comportado frente a questão

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

ambiental, determinando o nível de adoção de práticas de gestão da sustentabilidade de meios de hospedagem. Os autores relatam que nos estabelecimentos estudados, as práticas de gestão da sustentabilidade estão presentes em um nível bastante incipiente. Contudo, constataram que nos empreendimentos mais novos, os Índices de Gestão de Sustentabilidade são ligeiramente superiores aos daqueles com mais tempo de existência. Com isso, eles mensuram que a consciência ambiental estaria gradativamente se disseminando neste segmento (PERES JR.; REZENDE, 2011).

Já o artigo “Necessidade de educação ambiental no turismo: um estudo realizado na pousada gargalheiras na cidade de Acari, RN” apresenta a relação direta que o Turismo possui com a Educação Ambiental, através de ações sustentáveis identificadas através da aplicação de questionários com os funcionários do empreendimento. As autoras concluem que a pousada estudada possui educação ambiental aplicada em parte de suas atividades. Contudo, deve prezar mais pela utilização de ações sustentáveis como forma de atrair turistas (FARIAS; MACARAJÁ, 2012).

O artigo “Empreendimentos turísticos e a geração de resíduos sólidos: a importância do planejamento de abrigos de armazenamento no projeto arquitetônico de meios de hospedagem”, pesquisa a gestão dos resíduos sólidos gerados nos meios de hospedagem do município de Caxias do Sul, analisando informações da rede hoteleira sobre as condições de armazenamento dos resíduos com a identificação daqueles que possuem estrutura específica para armazenamento. Este trabalho constatou a necessidade de conceber aos projetos arquitetônicos dos meios de hospedagem um espaço de armazenamento dos resíduos sólidos gerados, uma vez que, segundo os autores, grande parte dos meios pesquisados não possui ambiente específico para destinação do resíduo (DE CONTO *et al.*, 2013).

Já na Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo foram identificados dois artigos que tratam a dimensão ambiental em meios de hospedagem. Após a leitura dos mesmos, foi possível constatar o foco dos trabalhos. Abaixo são apresentadas as sínteses de cada artigo.

O artigo “Capacidade de carga no planejamento turístico: Estudo de caso da Praia Brava – Itajaí frente à implantação do complexo turístico habitacional Canta da Brava” teve como objetivo avaliar a capacidade de carga da Praia Brava frente à futuras instalações do complexo turístico habitacional utilizando os métodos de identificação e avaliação de

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

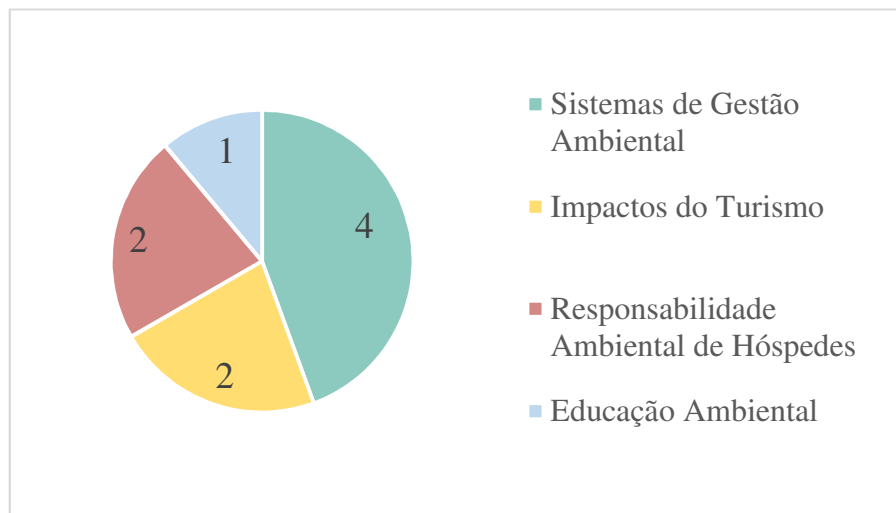
06 DE NOVEMBRO
DE 2015

indicadores ambientais com a quantificação de fatores físicos, bióticos e de infraestrutura e as capacidades de carga física, real e efetiva. Foi possível concluir capacidade de carga efetiva favorece um aumento da capacidade de carga real do local, assim é importante o estudo para a tomada de decisões quanto a ocupação da área aliado ao monitoramento ambiental para o favorecimento do empreendimento turístico com a conservação e o padrão de uso da praia, assim o artigo serviu de suporte que desenvolvimento do projeto já que a execução da obra ainda não havia sido iniciada. (MACIEL *et al.*, 2008)

Já o artigo “Percepção socioambiental: a visão de turistas e gestores de hotéis sobre os impactos da poluição das praias no turismo do Rio de Janeiro” teve como objeto analisar a percepção socioambiental de turistas e gestores sobre os impactos da poluição no turismo das praias cariocas. Um dos pontos relatados na pesquisa revela que os hotéis participantes dispõem de algum programa que contribua para a preservação do meio ambiente através da separação dos resíduos e de estratégias para economizar energia. Os autores concluem que a percepção dos turistas é despreocupada em relação à qualidade das praias, diante disso os autores propõem que a divulgação da educação ambiental por parte da rede hoteleira surge como forma de salientar a real situação ambiental do estado (ROCHA; ZOUAIN, 2015).

A partir da análise dos artigos que abordavam a dimensão ambiental em meios de hospedagem publicados no Caderno Virtual de Turismo e na Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, observou-se o maior foco nos Sistemas de Gestão Ambiental, destacando a presença ou ausência destes nos empreendimentos bem como nos tipos de ações sustentáveis existentes. O segundo assunto mais abordado foi os impactos do turismo, seguido da responsabilidade ambiental do hóspede e educação ambiental envolvendo colaboradores de meios de hospedagem e turistas. A Figura 6 apresenta a distribuição dos artigos analisados.

Figura 6 – Quantidade de artigos analisados segundo o foco das publicações



Fonte: Elaboração própria

Considerações Finais

A investigação permite concluir que publicações sobre dimensão ambiental em meios hospedagem ainda são escassas e pouco difundidas nos periódicos brasileiros de turismo que fizeram parte do estudo, uma vez que apenas 2% dos artigos analisados tratavam deste assunto. Porém, mesmo as questões ambientais em empreendimentos turísticos serem pouco discutidas, é válido salientar que artigos voltados para questões ambientais de um modo geral representam 26% das publicações analisadas.

Em relação à análise dos artigos pesquisados, percebeu-se que a maioria dos autores focavam na questões envolvendo Sistemas de Gestão Ambiental. Em seguida, a temática envolvendo impactos do turismo e responsabilidade ambiental de hóspedes tiveram maior ocorrência. Enquanto que a educação ambiental nesse âmbito obteve menor incidência entre as publicações analisadas.

Dessa forma, sugere-se incentivos à novas pesquisas nessa área, tendo em vista o crescimento desse setor e suas implicações no meio ambiente, seja através dos aspectos positivos, quanto dos impactos negativos, os quais devem ser equacionados com o objetivo alcançar a sustentabilidade do setor turístico no país.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Referências

ALVES, T. J. C.; DE CONTO, S. M. Hóspedes: uma reflexão sobre turismo, economia e meio ambiente. **Caderno Virtual do Turismo**. Rio de Janeiro. v. 10, n. 3, 2010.

BRASIL – ABNT. **Meios de Hospedagem - Sistema de Gestão da Sustentabilidade – Requisitos**. ABNT NBR 15401:2006. Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2006.

BRASIL - ABNT. Meios de Hospedagem: Sistema de Gestão da sustentabilidade. ABNT NBR 15401. Associação Brasileira de Normas Técnicas. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Rio de Janeiro: ABNT; SEBRAE, 2012. 82 p.

CVT – Caderno Virtual de Turismo. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/>>. Acesso em set. 2015

DE CONTO, S. M; CORRÊA, L.B; ZARO, M. Empreendimentos turísticos e a geração de resíduos sólidos: a importância do planejamento de abrigos de armazenamento no projeto arquitetônico de meios de hospedagem. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 13, n. 3, p.324-340, dez. 2013.

FARIAS, M. F.; MACARAJÁ, K. F. B; Necessidade de educação ambiental no turismo: um estudo realizado na pousada gargalheiras na cidade de Acari, RN. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p.116-136, ago. 2012.

FERRÃO, A. L. L. C.; CORREA, L. B.; CORREA, E. K. **Estudo da Gestão Ambiental e do Gerenciamento dos Resíduos Sólidos de um Meio de Hospedagem**. In: AMBIENTUR simpósio nacional sobre gestão ambiental de empreendimentos turísticos. Bento Gonçalves – RS. 2013.

GARRIDO, I.M.D.A.; **Modelos Multiorganizacionais no Turismo: Cadeias, Clusters e Redes**. 2001. 124f. Tese (Mestrado Profissional) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2001. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publicacao/arquivo/inez_maria_dantas_amor_garrido.pdf>. Acesso em set. 2015.

GERONDI, G. Ecoturismo e sistemas de gestão ambiental: medidas corretivas estão sendo tomadas nos hotéis ecológicos da Serra do Japi/SP. **Caderno Virtual do Turismo**. Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, 2005.

IRVING, M.A.; BURSZTYN, I.; SANCHO, A.P.; MELO, G.M. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, n.18, dez. 2005. p.1-7

KÖCHE, J. C. (2004). **Fundamentos de metodologia científica**. (22a ed.). Petrópolis: Vozes.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO



06 DE NOVEMBRO
DE 2015

LARA, J. E; PINTO, M. R.; **O que se publica sobre comportamento do consumidor no Brasil, afinal?** Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/reaufsm/article/viewFile/608/457>> Acesso em ago. 2015

MACIEL, N. A. L.; PAOLUCCI, L.; RUSCHMANN, D. V. M.; Capacidade de carga no planejamento turístico: estudo de caso da Praia Brava – Itajaí frente à implantação do Complexo Turístico Habitacional Canto da Brava. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 2, n. 2, p. 41-63, jul. 2008.

NAZARI, M. T; ÁVILA, G. O. L.; CAMILOTTO, S.; WOLF, S.; CORRÊA, L.B.; PEREIRA, G. S. **A Produção Científica Sobre Eventos Turísticos, Megaeventos Esportivos e a Dimensão Ambiental no SeminTUR**. In: V Encontro SeminTUR Jr. Caxias do Sul – 2014.

PACKER, A. L. MENEGHINI, R. Visibilidade da Produção Científica. In Comunicação & Produção Científica: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo: Angellara, 2006.

PERES Jr., M. R.; REZENDE, D.C. Gestão da sustentabilidade no segmento hoteleiro: estudo dos meios de hospedagem de Monte Verde, MG. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p.234-252, ago. 2011.

PERUCHIN, B.; FERRÃO, A. L. L. C.; GUIDONI, L. L. C.; CORRÊA, É. K.; CORRÊA, L. B.; Estudo da Geração dos Resíduos Sólidos em Hotel. **Revista Turismo: Visão e Ação**, Eletrônica, v. 17, n. 2, 2015.

RBTur – Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. Disponível em: <<http://www.rbtur.org.br/rbtur>>. Acesso em set. 2015

ROCHA, M.B.; ZOUAIN, D.M. Percepção socioambiental: a visão de turistas e gestores de hotéis sobre os impactos da poluição das praias no turismo do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 9(2), pp. 360-377, maio/ago. 2015.

RUSCHMANN, D. V. M; ROSA, R. G. A. **Sustentabilidade Como Estratégia De Desenvolvimento Em Empreendimentos Turísticos – O Caso Da Ilha De Porto Belo / SC**". In: IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, Caxias do Sul, 2006.

SANTOS JUNIOR, A. P.; RIBEIRO, J. D. Análise dos impactos ambientais do turismo em uma área protegida da Amazônia. **Caderno Virtual do Turismo**. Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, 2006.

VIRGINIO, D. F.; FERNANDES, L. V. Responsabilidade socioambiental na hotelaria: um estudo na via costeira de Natal, RN. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p.220-233, ago. 2011.

WebQualis – CAPES. Disponível em: <<http://www.qualis.capes.gov.br/webqualis/>>. Acesso em ago. de 2014.

Ações Ambientais nos Estádios de Futebol da Copa de 2014: O Caso do Estádio Beira-Rio em Porto Alegre/RS

Luisa Pereira Longaray; Guilherme de Oliveira Lopez de Ávila; Samara Camilotto; Mateus Torres Nazari; Prof.^a Dr.^a Gisele Silva Pereira
Universidade Federal de Pelotas

Resumo: O presente artigo tem como objetivo verificar as ações ambientais desenvolvidas (tanto na reforma quanto na operação) no estádio de futebol Beira-Rio, localizado em Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul, o qual sediou jogos oficiais da Copa do Mundo de 2014. A metodologia empregada contempla entrevista semiestruturada com membro integrante da equipe de gestão ambiental do estádio e pesquisa documental nos *sites* do clube de futebol Internacional e do governo brasileiro para a Copa do Mundo de 2014 (Portal da Copa). Os resultados permitem concluir que o estádio Beira-Rio desenvolveu na reforma e vem desenvolvendo na operação diversas ações ambientais no que tange a resíduos sólidos, água, energia e emissões.

Palavras-chave: Ações ambientais; Copa do Mundo de 2014; Estádio Beira-Rio.

Introdução

A modernização do estádio Beira-Rio, além de sanar uma demanda e desejo do próprio clube Internacional, permitiu que a cidade de Porto Alegre se tornasse cidade-sede da Copa do Mundo de 2014, realizada no Brasil. Juntamente com outras capitais brasileiras, a organização de tal megaevento esportivo fez com que as cidades se estruturassem para o recebê-lo, assim como seus turistas.

Conforme Roche (1994), megaevento consiste em um acontecimento de curta duração, para o qual se torna necessária à criação de infraestruturas e comodidades para sua realização, resultando em efeitos permanentes nas cidades e/ou países-sede. Independentemente de tratar-se de um festival musical ou de um megaevento esportivo, qualquer evento turístico caracteriza-se por ser um empreendimento com operações bem definidas, na medida que o mesmo consome energia, água e demais recursos em sua execução.

Além disso, há geração de resíduos sólidos, emissões atmosféricas e efluentes líquidos. Dessa forma, percebe-se que os eventos turísticos podem provocar impactos no meio ambiente (PEREIRA, 2007). Diante disso, ressalta-se a importância da responsabilidade com a preservação ambiental na realização dos diferentes tipos de eventos e na própria construção



dos estádios e demais infraestruturas básicas para atender o grande número de pessoas nas quais espera-se que se receba em um megaevento deste cunho.

A incorporação de questões ambientais entre os objetivos da organização moderna ampliou substancialmente o conceito de gestão. Atualmente, os gestores introduzem programas preventivos e de reciclagem de resíduos, bem como medidas para reduzir o consumo energia e de água no processo de construção e manutenção dos empreendimentos e, para apoiar a implementação destas práticas, a cada dia inovações tecnológicas estão sendo criadas (CÔRTEZ et al., 2011).

Além de promover uma mudança de paradigmas, a gestão ambiental em construções pode assegurar uma redução de custos bastante significativa durante o processo, além de fazer com que tais moldes sejam cada vez mais incentivados para outros empreendimentos. Em relação à gestão ambiental, essa se constitui como atividades de planejamento, as quais objetivam a obtenção de resultados positivos sobre o meio ambiente, quer reduzindo ou eliminando os danos causados pelas ações antrópicas, quer evitando que eles surjam (BARBIERI, 2007).

Segundo Pinto (1992), grande quantidade de resíduos é gerada nas áreas urbanizadas, seja por demolições em processo de renovação urbana ou por edificações novas, em razão do desperdício de materiais em consequência da característica arquitetônica da construção. Lima (2001) afirma que, de todos os resíduos sólidos gerados numa cidade, cerca de dois terços são resíduos domésticos e um terço vem da construção civil, podendo atingir 50% em alguns municípios.

De acordo com a Lei 12.305, a qual institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), resíduos sólidos definem-se como sendo qualquer material, substância ou bem descartado resultante de atividades humanas, cuja destinação final ocorre nos estados sólido ou semissólido, englobando também gases contidos em recipientes e líquidos que, devido suas particularidades, tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgotos ou em corpos d'água (BRASIL – PNRS, 2010).

Tal preocupação tem de se fazer necessária para a realização de um megaevento esportivo de tal porte. Além disso, Souza (1993, apud KRAEMER, 2007) diz que as



estratégias de “marketing ecológico” visam à melhoria da imagem da empresa [ou organização] através de ações voltadas para proteção ambiental.

No Brasil, a certificação LEED passou a estar presente nos diversos estádios brasileiros a partir da organização da Copa do Mundo de 2014, com a modernização e construção dos estádios. LEED (Leadership in Energy and Environmental Design – Liderança em Energia e Design Ambiental) é um sistema internacional de certificação e orientação ambiental para edificações. Utilizada em 143 países a certificação foi criada em 2000 pela U.S. Green Building Council (USGBC), uma organização sem fins lucrativos dos Estados Unidos (SALVADOR et al., 2012) e “possui o intuito de incentivar a transformação dos projetos, obra e operação das edificações, sempre com foco na sustentabilidade de suas atuações” (GBC BRASIL, 2015).

Alguns dos critérios para a certificação são localização, inovação e processo do projeto, eficiência no uso da água e no tratamento de esgoto, e redução no consumo de energia com o uso de fontes renováveis, sendo que a mesma é feita em forma de pontos, seguindo do nível Básico até o Platina. O Beira-Rio foi contemplado com a Certificação LEED de nível Silver (Prata), durante o processo de modernização.

Diante dessa perspectiva, este estudo tem como objetivo verificar as ações ambientais desenvolvidas (tanto na reforma, quanto na operação) no estádio de futebol Beira-Rio, localizado em Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul, o qual sediou jogos oficiais da Copa do Mundo de 2014.

Metodologia

No que tange à metodologia empregada, o estudo classifica-se como descritivo, uma vez que estuda as relações estabelecidas entre duas ou mais variáveis de um determinado fenômeno, sem manipulá-las (KÖCHE, 2004). Para a coleta de dados necessária ao estudo, inicialmente, realizou-se uma entrevista no dia 23 de setembro de 2014 com um membro integrante da equipe responsável pela gestão ambiental do estádio Beira-Rio.

A entrevista seguiu um roteiro semiestruturado previamente definido. De acordo com Negrine (2004, s/p apud SILVA, 2007, p. 48), este tipo de entrevista “[...] está pensada para obter informações de questões previamente definidas pelo investigador, mas ao mesmo tempo



permite aos entrevistados dissertar sobre o tema e abordar aspectos relevantes sobre o tema da entrevista”. As perguntas que compõem o roteiro de entrevista são relativas a resíduos sólidos, ao consumo de água e energia, às emissões atmosféricas e às ações de educação ambiental. A entrevista foi gravada, mediante autorização do entrevistado, e transcrita. A partir da transcrição realizou-se uma categorização dos assuntos abordados.

Em seguida, através de pesquisa documental, verificaram-se as notícias publicadas tanto no site oficial do clube Internacional, tendo em vista que o estádio não possui um site próprio, quanto no site oficial do governo brasileiro para a Copa do Mundo de 2014 (Portal da Copa).

Segundo Yin (2005, s/p apud BACCON, 2009, p. 30), o uso de documentos é relevante, pois corrobora e valoriza as informações procedentes de outras fontes e que “devido ao seu valor global, desempenham um papel fundamental em qualquer coleta de dados”. Analisou-se, assim, no site as informações presentes desde o início da obra de reforma em 2012⁶⁹ até o mês de setembro de 2015, extraindo as ações ambientais anunciadas dentre as notícias. Finalmente, comparou-se as informações obtidas a partir dos dois métodos de coleta de dados utilizados, com o propósito de enriquecer a análise e discussão dos resultados alcançados.

Resultados e Discussão

Conforme mencionado anteriormente, o estádio Beira-Rio localiza-se no município de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, e não possui um *site* específico. Dessa maneira, analisou-se o site do time Internacional, proprietário do mesmo. A ação sustentável mais abordada no *site* do time e no Portal da Copa refere-se à escolha de Politetrafluoretileno (PTFE) para a confecção das membranas da cobertura do estádio (Figura 1) (Internacional, 2015). Segundo o site Portal da Copa (2015) a cobertura, ao ser confeccionada com esse material, reduz as ilhas de calor e minimiza o impacto no microclima do estádio. O *site* destaca que “nos módulos

⁶⁹ Em 2010 foi iniciada a demolição das arquibancadas, porém o Clube Internacional, por falta de recursos próprios, optou por realizar parceria para a reforma. O contrato com o Grupo Andrade Gutiérrez foi assinado em 2012 (Zero Hora, 2015).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

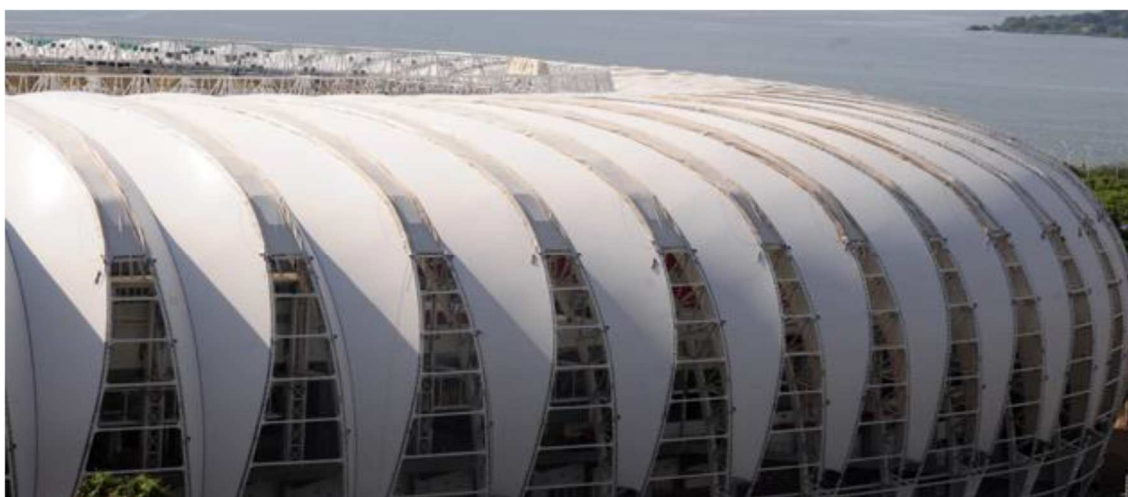
UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

principais [...], a membrana é opaca e entre eles é translúcida, o que permite a iluminação interna do estádio. Além disso, a cobertura é ‘autolimpante’, usa o mínimo de água possível e reduz a absorção do calor” (Portal da Copa, 2015, s/p) [Grifo do site].

Outra ação realizada a partir da cobertura do estádio refere-se ao recolhimento de água que cai sobre as membranas, e que, dessa forma, gera um reaproveitamento de aproximadamente 30% da água pluvial. Essa água coletada é reutilizada nos sanitários, na irrigação do gramado e jardins e na limpeza de áreas externas (Internacional, 2015). Percebe-se que, com a escolha desse tipo de material, o estádio reduz o consumo de água e de energia elétrica.

Figura 1 – Membranas da cobertura do Estádio Beira-Rio.



Fonte: Internacional, 2015.

Tais informações disponibilizadas pelo *site* do Internacional, estão de acordo com o relato do entrevistado, ao exemplificar as vantagens ambientais da cobertura do estádio:

A grande vantagem da membrana é a seguinte: ela já é autolimpante, então, quando há chuva tu vê que vai fazer a limpeza dela. Então, já é um ganho muito grande em relação ao uso de água. O não uso de água, na verdade. Mas a membrana, em si, ela tem uma particularidade que é a seguinte: ela deixa penetrar a luz solar, já para não prejudicar o gramado. Então, essa transparência, é para, justamente, ajudar o gramado a ter uma boa luz solar.

Percebe-se, assim, que há uma correlação dos dados informados no *site* com o que foi apontado pelo entrevistado, enfatizando-se a importância da instalação e utilização da membrana de cobertura do estádio que permite tanto o reaproveitamento de água, quanto a diminuição do consumo de energia elétrica. Ainda em relação à escolha de materiais, o estádio optou, na reforma, pela grama do tipo Tifgrand. Esse tipo de grama possui maior resistência às baixas temperaturas e ao pisoteio aumentando, assim, o seu tempo de duração. Ademais, o sistema de drenagem à vácuo no gramado permite a sucção da água mesmo em condições de chuva extrema (Internacional, 2015).

Sobre a energia utilizada no estádio, o *site* do Internacional não apresenta muitas informações, abordando, apenas, que foi feita instalação de dispositivos com eficiência energética e que permitem uma redução de, no mínimo, 10% do consumo anual. Já o *site* Portal da Copa (2015, s/p) detalha que existem “16 transformadores distribuídos em oito subestações. [...] Os transformadores são a seco, compactos e encapsulados em IP21, o que dá uma grande segurança para operação e manutenção. O estádio possui mecanismos de controle de energia elétrica”. O *site* destaca ainda que esses equipamentos possuem potência para fornecer energia a um município de cerca de 40 mil habitantes.

Pode-se comprovar tal premissa a partir da fala do entrevistado:

Por exemplo, nós temos uma tecnologia de automação no estádio que faz parte da operação, que é a seguinte: a gente consegue mapear as áreas que têm maior público e acender mais luzes. [...] Dependendo do público, pode-se utilizar essa automação, ao invés de três lâmpadas usar uma, o que já dá uma economia.

Ainda referindo-se à praticidade e melhoria da automação no estádio, o entrevistado destaca o fato da possibilidade de controle do tempo de funcionamento da iluminação e do ar condicionado, além de monitoramento de elevadores:

A gente consegue calcular e controlar – vai ter gente até às 4 da manhã, 25% da capacidade ligada, às 4 eles [os sistemas] se desligam automaticamente, sem ninguém estar operando. Outra coisa, os elevadores podem ser mapeados e desligados quando não precisam ser usados. Ar condicionado também.

No ponto emissões, o estádio, durante a reforma, contava com um Plano de Prevenção de Poluição do Solo e do Ar que reduzia a poluição proveniente das atividades de construção,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

além de controlar a erosão do solo, o assoreamento dos cursos d'água e a geração de poeira na vizinhança. Além disso, foram utilizados materiais com baixa emissão de compostos orgânicos voláteis, com a intenção de reduzir a quantidade de contaminantes que pudessem provocar odor, irritação e/ou desconforto aos colaboradores da reforma e usuários do mesmo (Internacional, 2015). Durante a reforma, ainda, foram utilizados materiais e produtos extraídos, beneficiados e manufaturados num raio de 800 km do empreendimento.

Nos banheiros, além da água dos sanitários ser pluvial, recolhida através da cobertura do estádio, há preocupação com outros pontos: existem mictórios a seco que funcionam com cartuchos providos de um anel desodorizador e membrana que permite que a urina passe para o sistema de esgoto sem que o odor volte ao ambiente. Ademais, as torneiras possuem controladores de vazão de água e fechamento automático (Internacional, 2015).

Em relação aos resíduos sólidos gerados no estádio, foram encontradas duas informações no *site* do Internacional (2015): uma em relação à reforma e outra sobre a operação do mesmo. Durante a reforma, 75% dos resíduos foram destinados para reciclagem ou reaproveitados, não sendo encaminhados para aterros, mesmo que esses fossem licenciados.

Referindo-se aos resíduos sólidos gerados no período da reforma do estádio, com base no relato do entrevistado, pode-se afirmar que houve também um sistema de coleta seletiva:

Isso eu posso te afirmar que tinha [coleta seletiva], até porque tinha toda uma fiscalização em cima disso, a gente participou, também, de integrações junto com eles [catadores], eles transitavam em meio à obra. Então a gente via isso, [...], houve segregação de resíduos. Havia uma central de resíduos na obra, enclausurada, coberta.

No que tange à operação, o *site* informa que há um Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos. A partir desse programa os “resíduos recicláveis gerados durante a operação do estádio e edifício garagem são coletados e acondicionados na Central de Resíduos. São coletados e acondicionados os seguintes materiais: papel, papelão, vidro, plásticos e metais” (INTERNACIONAL, 2015, s/p).

De modo a corroborar a informação sobre o programa de gerenciamento adequado de resíduos, ao mesmo tempo em que revela-se a preocupação com a inclusão social, o



entrevistado ressalta a parceria existente entre o estádio e uma cooperativa local de catadores de materiais recicláveis. Além disso, o mesmo reforça a importância da redução no volume de resíduos a serem enviados aos aterros sanitários:

Tem um projeto bem legal, na operação, que é com o CATAPOA, uma cooperativa de catadores da região, que a gente doa o resíduo em troca de uma boa separação, já no estádio. Quanto menos resíduo for para o aterro sanitário, melhor.

Para finalizar essa seção, conforme relato do entrevistado, há uma preocupação quanto à educação ambiental, de modo que está sendo realizado um estudo por parte da equipe de gestão ambiental do estádio, para que sejam colocadas mensagens educativas nos telões de exibição durante os jogos.

Considerações Finais

Com base na análise dos resultados deste estudo, é possível concluir que o estádio Beira-Rio desenvolveu na reforma e vem desenvolvendo na operação diversas ações ambientais no que tange a resíduos sólidos, água, energia e emissões. A exemplo das reflexões de De Conto et al. (2015), sobre a importância da divulgação *online* das práticas sustentáveis de meios de hospedagem, em termos de representar uma vantagem competitiva quanto à economia gerada e ao posicionamento mercadológico da marca do empreendimento, destaca-se que tais reflexões também são válidas para estádios que sediam megaeventos ou eventos esportivos. Por isso, é importante e necessário divulgar e promover, em mídias virtuais, as ações de sustentabilidade ambiental desenvolvidas pelos estádios de futebol, com ou sem certificação LEED, no sentido de sensibilizar torcedores, patrocinadores, jogadores, colaboradores e a comunidade em geral quanto à importância da dimensão ambiental em eventos esportivos.

Referências

BACCON, M. **Festiqueijo: Cultura, Lazer e Turismo**. 2009. 172f. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

BRASIL – PNRS. Ministério do Meio Ambiente. **Lei 12.305** de 02 de Agosto de 2010. Política Nacional de Resíduos Sólidos. Brasília, 2010.

CÔRTEZ, R. G. et al. Contribuições para a sustentabilidade na construção civil. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**, n. 6, p.384-397, 2011.

DE CONTO, S.; BONIN, S. M.; FOLETTI, S.; ZOCOLINI, C. A.; PEREIRA, G. S. Gestão da sustentabilidade em meios de hospedagem certificados pela NBR 15401: Canela/RS. **Anais do II Simpósio Nacional sobre Gestão Ambiental de Empreendimentos Turísticos**, Canela, RS, Brasil, 2015, 2.

GBC BRASIL. **Certificação LEED**. Disponível em: <http://www.gbcbrasil.org.br/index.php>.

Acesso em: 13 mai. 2015.

INTERNACIONAL. **Internacional**. Disponível em: <http://www.internacional.com.br/>
Acesso em: 6 abril 2015.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 22. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

LIMA, J.D. **Gestão de resíduos sólidos urbanos no Brasil**. João Pessoa: EMLUR: PMJP: ECOSAN, 2001.

PEREIRA, G.S. **A variável ambiental no planejamento de eventos turísticos: estudo de caso da Festa Nacional da Uva – RS**. 2007. 127f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade de Caxias do Sul.

PINTO, T.P. Entulho de construção: problema urbano que pode gerar soluções. **Construção**, São Paulo, n. 2325, 31 ago. 1992.

PORTAL DA COPA. **Portal da Copa**. Disponível em: <http://www.copa2014.gov.br/>. Acesso em: 8 abr. 2015.

ROCHE, M. Mega Events and Urban Policy. **Annals of Tourism Research**, v. 21, n. 1, p. 1-19, 1994.

SALVADOR, S.F.T.; GIL, A.H.C.F.; CASAGRANDE JÚNIOR, E.F. Sustentabilidade nas Construções da Copa 2014, em Curitiba. **Revista Tecnologia e Sociedade**, 1ª ed., p. 86-100, 2012.

SILVA, M. A. da. **Entraí** – Encontro das Tradições Italianas. Festa Popular – Patrimônio Cultural, Lazer e Turismo. 2007. 161f. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.

ZERO HORA. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/>> Acesso em: 15 jul. 2015.

Turismo em Lagos: Uma Análise das Publicações Científicas sobre a Temática

Murillo Burti Marcondes Barbosa⁷⁰; Rita Gabriela Araujo Carvalho⁷¹; Dr^a Rosane Maria Lanzer⁷²
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: Os lagos são considerados os principais atrativos turísticos de vários países, especialmente, aqueles localizados nas regiões costeiras. Nesse contexto, a presente pesquisa tem como objetivo analisar e sistematizar as publicações em periódicos científicos do turismo no Brasil e no exterior, bem como nos anais de eventos e nos programas *stricto sensu* de turismo do Brasil sobre a temática “turismo em lagos”. O estudo foi realizado por meio da pesquisa bibliográfica, utilizando várias ferramentas *online*. Por meio das publicações analisadas, nota-se que os estudos, até então realizados, estão focados em temas envolvendo a potencialidade, a gestão e os impactos do turismo nesses ambientes. Apesar da popularidade dos lagos, os avanços acadêmicos na área do turismo a respeito dos estudos nos ambientes lacustres têm se mostrado incipientes. Assim, sugere-se que novos estudos sejam realizados, englobando diferentes aspectos do sistema lacustre.

Palavras-chave: lagos; publicações; turismo; áreas naturais.

Introdução

O turismo é considerado uma atividade em ascensão no mundo contemporâneo e se apropria, cada vez mais, de novos espaços naturais. Esse fenômeno tem ocorrido pela influência da valorização social dos recursos ambientais, que se expandiu a partir da década de 1970, e pela popularização do turismo, principalmente, nos ambientes costeiros e lacustres.

Nesse sentido, desde o século passado, as regiões costeiras são vistas como grandes refúgios para turistas, que desfrutam desse espaço de diferentes maneiras. De acordo com a Organização Mundial de Turismo – OMT (2013), os destinos localizados nessa região, juntamente com os lagos, são considerados os mais populares da atualidade do mundo.

⁷⁰ Graduando em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Bolsista de Iniciação Científica do PIBIC/CNPq.

⁷¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul.

⁷² Docente do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

No entanto, apesar da sua popularidade, os avanços acadêmicos na área a respeito do estudo das atividades turísticas, nos ambientes lacustres, têm se mostrado incipientes. Como apontam os estudiosos Hall e Härkönen (2006), mesmo os lagos sendo considerados os principais atrativos turísticos de alguns destinos, como Reino Unido, Nova Zelândia, Bolívia e Austrália, há poucas pesquisas sobre a relação do turismo com esses ecossistemas.

Baseando-se neste contexto, e visto a pouca produção científica no Brasil sobre a temática “turismo em lagos”, conforme identificado por Carvalho et al. (2015). O presente estudo tem como objetivo analisar e sistematizar as publicações em periódicos científicos do turismo no Brasil e no exterior, nos anais do Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL - SEMINTUR e da Associação Nacional de Pós-Graduação - ANPTUR em Turismo e nos programas *stricto sensu* de turismo do Brasil.

Aproximações entre os ambientes lacustres e o turismo

Vários ramos da ciência têm se dedicado aos estudos dos lagos: a geologia, a geografia, a biologia, a limnologia, a ecologia, a arqueologia, a antropologia, a história, dentre outras. Pesquisadores da limnologia descrevem que os ambientes lacustres se caracterizam como corpos d’água interiores, dessa maneira, não possuindo ligação com oceanos, sendo identificados como lagos, lagoas e mares, formados pelas ações do tempo geológico (ESTEVEZ, 1998; SPERLING, 1999).

De acordo com Schäfer (1985, p. 101) os lagos são considerados “corpos d’água localizados em depressões fechadas, as quais tornam impossível um fluxo contínuo da água em sua totalidade”. Além disso, os ambientes aquáticos podem originar-se das atuações antrópicas, como reservatórios, represas e barragens, sendo criados artificialmente (SPERLING, 1999).

De acordo com Cooper (2006), os lagos são distribuídos de forma desigual, sendo que o Canadá sozinho possui quase a metade dos ambientes lacustres encontrados no mundo.

Conforme descreve Sperling (1999), os lagos contêm aproximadamente 200 vezes mais volume de água que os rios, visto que, erroneamente, a sociedade identifica os rios como grandes reservatórios de água. No Brasil, a maioria dos lagos, formam-se a partir das atividades geológicas da bacia hidrográfica do rio Amazonas e como característica geral

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

destaca-se a sua profundidade, pois os lagos brasileiros raramente chegam a 20 m (ESTEVES, 1998).

De acordo com Hall e Härkönen (2006), apesar da importância biológica dos lagos, são os ambientes naturais menos protegidos do mundo, ocorrendo a proteção, apenas, quando estão inseridos em áreas como reservas ou parques, portanto, não recebendo a devida valorização. O lago Baikal, que se encontra no sul da Sibéria (Rússia), é um dos poucos ambientes lacustres inscritos na lista de patrimônio natural da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura- UNESCO.

Desse modo, salienta-se, que além da falta de proteção legal, os ecossistemas lacustres têm sofrido com as interferências antrópicas, oriundas das pressões do modelo econômico existente e do aumento populacional, conseqüentemente, utilizando os corpos d'água de forma irresponsável, causando a poluição da bacia hidrográfica (HALL; HÄRKÖNEN, 2006).

Os lagos são representativos em âmbito turístico internacional, mas, também, proporcionam aos moradores e visitantes próximos o lazer e a recreação, sobretudo, são fontes de subsistências para essas comunidades (COOPER, 2006). Cabe descrever aqui, que os lagos nem sempre atraíram os olhares dos turistas, foi somente a partir do final do século XVIII, com o movimento romântico, que esse recurso natural começa a ser identificado como ambiente propício ao descanso e o lazer.

Little (2009) descreve que o desenvolvimento do turismo no Lago Memphremagog, localizado nos Estados Unidos, foi impulsionado por três fatores: a falta de praias de água salgada, o desenvolvimento dos transportes e o movimento romântico, tornando o lago ainda no século XIX um grande atrativo turístico, comercializado e divulgado em folhetos turísticos da época. Para Hall e Härkönen (2006), foi o movimento romântico que incentivou a valorização das montanhas e dos lagos, pois até então, os ambientes lacustres eram apenas utilizados para as necessidades básicas (visão utilitarista). Os poetas e os artistas foram os grandes incentivadores para transformação do olhar ocidental sobre os recursos naturais, influenciando no pensamento social, onde os lagos eram considerados lugares hostis, selvagens e suas águas abrigavam doenças (HALL; HÄRKÖNEN, 2006).

Há várias destinações que os ecossistemas lacustres, em especial os lagos, são a chave para captação de turistas. Segundo Vaccaro e Read (2011), na região dos Grandes Lagos

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

americanos os visitantes gastam em torno de 16 bilhões de dólares em passeios de barcos e com equipamentos, além de atrair 23,2 milhões de observadores de aves por ano. O turismo em lagos é de grande relevância para países como a Finlândia e a Hungria. Na Hungria, destacam-se os lagos *Balaton*, *Velence*, *Fertő* e *Tisza*, sendo o lago *Balaton* o maior da Europa Central e um dos seus principais destinos turísticos. Hall e Härkönen (2006) citam outros exemplos de destinações lacustres: *Lake districts* na Inglaterra, Grandes Lagos na América do Norte, Finlândia, Suécia, Nova Zelândia, entre outros.

Quando se planeja o turismo em lagos, dois fatores são fundamentais, de acordo com Cooper (2006), a qualidade da água e o aspecto paisagístico, sendo que, essas duas características influenciam no grau de atratividade turística. A paisagem é um dos principais elementos turístico do lago, no entanto, a paisagem pode aparecer e desaparecer com o tempo, devido a eutrofização e as alterações climáticas (COOPER, 2006). Dokulil (2014) salienta que um lago apropriado para prática do turismo deve ter os seguintes requisitos: ser acessível, ter infraestrutura necessária, ter uma temperatura da água considerada quente (de preferência > 20 ° C) e uma boa qualidade de água.

O turismo tem potencial para impactar de forma benéfica nos ambientes lacustres, contribuindo com a sua conservação, incentivando a compreensão do valor intrínseco do ecossistema pelos visitantes e pelas comunidades. Para isso, é necessário compreender que os lagos são destinos vulneráveis, e essa vulnerabilidade não está associada somente as interferências antrópicas. As mudanças climáticas também representam uma grande ameaça para esse ecossistema, assim, encontrar uma forma de desenvolver atividades turísticas mais sustentáveis deve fazer parte do gerenciamento hídrico em âmbito, nacional, estadual e local. Para isso os avanços acadêmicos e teóricos são fundamentais, contribuindo para formulação de políticas públicas e para a gestão do recurso.

Metodologia

O estudo foi realizado por meio da pesquisa bibliográfica, utilizando várias ferramentas *online*. Segundo Köche (2010, p.122), a “pesquisa bibliográfica é a que se desenvolve tentando explicar um problema utilizando o conhecimento disponível a partir das teorias publicadas em livros ou obras congêneres”.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

Primeiramente, realizou-se uma busca em periódicos *online* nacionais (quadro 1), com classificação (qualis B1 a B5), após, devido a pequena quantidade de publicações encontradas, foi realizada uma análise nos periódicos estrangeiros com Qualis entre A1e B3 (quadro 2).

Quadro 1: Lista de Periódicos nacionais avaliados e suas respectivas qualis (continua)

Periódico	ISSN	Instituição	Qualis
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (Rbtur)	1982-6125	ANPTUR	B1
Caderno Virtual de Turismo	1677-6976	UFRJ	B1
Turismo em Análise	1984-4867	USP	B2
Revista Turismo Visão e Ação	1983-7151	UNIVALI	B2
Revista Brasileira de Ecoturismo	1983-9391	SBecotur	B2
Revista de Cultura e Turismo	1807-975x	UESC	B3
Turismo e Sociedade	1982-5838	UFPR	B3
Revista Rosa dos Ventos	1983-5442	UCS	B3
Revista Hospitalidade	2178-9061	Universidade Anhembi Morumbi	B3
Revista Turismo e Desenvolvimento	1645-9260	Universidade Anhembi Morumbi	B3
Revista Observatório de Inovação do Turismo	1980-6965	FGV	B4
Turismo e Paisagens Cársticas	1983-473x	SBE	B4
Revista Turismo: Estudos e Práticas	2316-1493	UERN	B4
Revista Iberoamericana de Turismo	2236-6040	UFAL	B5

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 2: Lista dos periódicos estrangeiros avaliados e sua respectiva qualis

Periódico	Qualis
<i>Annals of Tourism Research</i>	A1
<i>Estudios en Turismo</i>	A2
<i>E-Review of Tourism Research (eRTR)</i>	B1
<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	B2
<i>Cuadernos de Turismo</i>	B2
<i>Podium: sport, lisure, and tourism review</i>	B3
<i>TURyDES</i>	B3

Fonte: Elaborado pelos autores

Além disso, o estudo baseou-se nas publicações dos anais, nos dois principais eventos na área do turismo no Brasil: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul- SEMINTUR e do Seminário da Anual da Associação Nacional de Pesquisa Pós-Graduação em Turismo- ANPTUR, em todas as edições, e também no banco da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- CAPES, verificando as dissertações e teses dos Programas *stricto sensu* de Turismo no Brasil. O levantamento dos dados ocorreu no período de julho a setembro do ano de 2015.

A investigação utilizou o campo de busca dos periódicos e também da CAPES e, com o uso das palavras-chave: lagoa(s), lago (s), "turismo em lagos" e em inglês *lakes* e "*lake tourism*" foram analisados os títulos e os resumos das publicações encontradas, assim verificando se as mesmas abordavam diretamente o tema "turismo em lagos".

Resultados

As buscas resultaram em um total de 135 documentos, encontrados em periódicos nacionais e estrangeiros, publicações nos anais e dissertações. No entanto, dos 135 documentos, utilizando as palavras – chave: lagoa(s), lago (s), "turismo em lagos" e em inglês *lakes* e "*lake tourism*", apenas nove publicações estavam diretamente associadas com a temática abordada, conforme identificado no quadro 3.

Quadro 3: Total de publicações encontradas e as selecionadas

	Encontrados	Selecionados
Periódicos Nacionais	16	02
Periódicos Estrangeiros	111	02
Anais/SEMINTUR/ANPTUR	05	04
Teses e Dissertações/CAPES	03	01

Fonte: Elaborado pelos autores

Análise das publicações selecionadas

A partir dos trabalhos selecionados, realizou-se uma análise dos artigos nacionais e trabalhos publicados em anais de eventos, bem como da dissertação, a fim de verificar como a temática “turismo em lagoas” vem sendo pesquisada no âmbito acadêmico. Nesse sentido, destacam-se os objetivos, as metodologias e os resultados dos estudos selecionados.

No artigo “Impactos ambientais do turismo em lagoas costeiras do Rio Grande do Sul de autoria de Lanzer; Ramos e Marchett (2013) o objetivo foi identificar os impactos provocados pelo uso turístico nas lagoas costeiras. Em relação à metodologia para construção do artigo os autores destacam o instrumento de coleta dos dados, que se constituiu em um protocolo, sendo usado para identificar os impactos ambientais causados pela atividade turística. Esse instrumento foi baseado na análise de oito variáveis: (1) resíduos sólidos, (2) fogueiras, (3) danos à vegetação, (4) danos à fauna, (5) erosão do solo, (6) danos (diretos) aos recursos hídricos, (7) existência e situação da infraestrutura e (8) ausência de educação ambiental. Conforme os autores, os níveis de impacto variaram desde o não impactado ao altamente impactado. Foi constatado por Lanzer, Ramos e Marchett (2013), que o número elevado de visitantes durante o verão, no litoral norte, e o uso das lagoas para esportes náuticos e recreação, como alternativa ao uso do mar, gera maiores impactos ao ecossistema.

A outra publicação selecionada dos periódicos brasileiros referente ao tema foi o artigo: “Parque Nacional da Lagoa do Peixe e desenvolvimento local: a visão da comunidade de Mostardas-RS Tavares-RS”, dos autores Teixeira e Lanzer (2012). O estudo objetivou avaliar o papel desse parque no processo de desenvolvimento do Turismo em Mostardas e Tavares (RS), assim, verificando sua relação com as melhorias na qualidade de vida da população. A metodologia do trabalho teve como característica a realização de 200 entrevistas, separadas por grupo de nascidos antes de 1970 e após. Como resultado desta pesquisa os autores apontaram que o esse ecossistema é o principal atrativo da região, mas os moradores não associam a atividade turística com o parque e sua preservação.

Nos periódicos estrangeiros, foi encontrada uma resenha a respeito do livro *Lake Tourism: An integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems*, dos autores C. Michael Hall e Tuija Härkönen publicado em 2006, tal resenha foi elaborada por Wade L. Haduen (2007). Além da resenha, também foi localizado um artigo científico intitulado “O

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

desenvolvimento turístico sustentável em lagoas costeiras do município de Osório, Rio Grande do Sul / Brasil: Características e especificidades destes recursos naturais” dos autores Reichert e Lanzer (2015). Cujo objetivo foi avaliar as características e especificidades das lagoas costeiras do município de Osório. A metodologia utilizada baseou-se na pesquisa bibliográfica, entrevistas com o poder público, observação *in loco* e registros fotográficos. Como resultado os autores ressaltaram que a exploração do turismo nas lagoas estudadas não se desenvolve de maneira planejada, o que pode vir ocasionar uma série de impactos negativos.

Visto a limitação das publicações científicas, a pesquisa ampliou sua análise para os anais de evento, especificamente nos dois principais eventos da área do turismo no Brasil: ANPTUR e SEMINTUR. Sendo o primeiro trabalho analisado nos anais “Recursos hídricos no turismo dos municípios de Cidreira, Balneário Pinhal e Palmares do Sul: usos e interferências antrópicas” de autoria de Lanzer; Ramos e Rudzewicz (2013), que teve como objetivo apresentar os usos turísticos e as interferências ambientais decorrentes desse uso em 15 lagoas costeiras nos três municípios. A metodologia para construção do artigo partiu da atividade de escolha das “7 maravilhas” desenvolvida por Rudzewicz et al. (2013) e, conforme os autores, foi possível evidenciar os recursos hídricos de maior interesse turístico nos municípios. Ainda foram realizadas observações *in loco* e foto-documentação. E as interferências antrópicas foram verificadas por meio de um protocolo de campo, classificando sua intensidade. Como resultado os autores Lanzer, Ramos e Rudzewicz (2013) constaram que os principais usos se constituem nos balneários, equipamentos náuticos, pesca e *off Road* nas dunas entorno das lagoas, e que embora a maioria das lagoas tenha apresentado pouca interferência, os autores evidenciaram o uso mais intenso em algumas lagoas.

Foram selecionados, também, três trabalhos recentemente publicados no Semintur (2015), sendo eles: “As relações entre turismo e os Ecossistemas Lacustres: Dimensão Teórico-Conceitual” de autoria de Carvalho et al. (2015). O trabalho teve como objetivo compreender os distintos aspectos da relação entre o turismo e os ecossistemas lacustres. A pesquisa teve como metodologia a pesquisa bibliográfica, realizando um levantamento em bibliografias nacionais e estrangeiras. Carvalho et al. (2015) identificaram que há pouca produção no Brasil sobre a temática apresentada, os países que possuem uma atividade



turística em lagos e lagoas, como os Estados Unidos, Nova Zelândia, Austrália e Inglaterra, existem maiores números de estudos.

Outro estudo publicado denominado “O desenvolvimento turístico nas Lagoas Costeiras de Osório / RS: um estudo sobre seis lagoas” dos autores Reichert; Lanzer e Carvalho (2015), cujo objetivo foi diagnosticar a atual situação do desenvolvimento turístico nas lagoas costeiras do município de Osório, Rio Grande do Sul. A metodologia utilizada neste trabalho foi à observação *in loco*, entrevistas com gestores públicos do município (responsáveis pelo turismo) e também foi aplicado questionários com visitantes das lagoas. O estudo apontou a necessidade de melhoria para todas as lagoas, explicitando a necessidade de um planejamento estratégico, estudos de capacidade de carga e a importância de plano de manejo e plano turístico.

Outro trabalho selecionado do Semintur foi as “Potencialidades e desafios do turismo nas lagoas costeiras do Rio Grande do Sul” dos autores Rudzewickz; Lanzer e Schäfer (2015). O estudo buscou discutir a atual situação e o potencial do Turismo nas Lagoas da Planície Costeira do Rio Grande do Sul (PCRS), baseada nos resultados de um projeto de pesquisa (Lagoas Costeiras) realizado em oito municípios da região, representando os três setores costeiros do estado: litoral sul, médio e norte. A metodologia foi baseada em pesquisa documental, bibliográfica, coletas de dados por meio da observação, entrevistas com representantes envolvidos com o turismo. Além disso, fez-se o uso de metodologias participativas como a escolha das 7 maravilhas e do Planejamento de Projeto Orientado pelos Objetivos – ZOPP. Como resultados, os autores, evidenciam a potencialidade ainda inexplorada das lagoas costeiras do litoral sul e médio e o crescente uso no litoral norte. Portanto, necessitando de planejamento, ordenamento e regulação de atividades turísticas e recreativas, aliando essas práticas ao uso sustentável.

A dissertação intitulada as “Interferências do uso turístico na qualidade ambiental de lagoas costeiras do litoral norte do Rio Grande do Sul” do autor Bernardo Villanueva de Castro Ramos defendida em 2012. Sendo o objetivo principal determinar a qualidade ambiental de três lagoas costeiras do Rio Grande do Sul. A metodologia do trabalho foi baseada em entrevistas com os gestores, visando caracterizar a atividade turística dos três municípios estudados e o uso de suas lagoas. Também o autor realizou um estudo de campo,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

utilizando um protocolo para identificar nas três lagoas as interferências ambientais decorrentes do turismo. O resultado mostrou que as três lagoas possuem fluxo intenso durante o verão. As interferências foram identificadas através de um protocolo, apontando a presença de vestígios de fogueiras, o uso de veículos 4x4, causando danos à vegetação e nas dunas, presença de construções, prática de esportes náuticos poluentes e falta de ações de educação ambiental na lagoa.

Discussão dos dados analisados

Conforme a análise das publicações, verifica-se a pouca produção encontrada em periódicos no turismo sobre a temática “turismo em lagos”. Corroborando com Hall e Härkönen (2006) e Carvalho et al. (2015), há um número reduzido de pesquisas abordando o assunto, especialmente no campo do turismo. Os artigos e trabalhos analisados demonstram distintas abordagens, conforme a figura 1, sendo que os estudos realizados nos últimos cinco anos estão focados nos impactos, na potencialidade, no avanço teórico e na gestão do turismo em lagos. Segundo o Ministério do Turismo (2010), os ecossistemas costeiros e lacustres representam um bem valioso para prática de diversas modalidades turísticas e de recreação no Brasil. No entanto, mesmo o país possuindo um grande potencial para desenvolver o turismo em lagos, as pesquisas estão mais concentradas nas lagoas costeiras do Rio Grande do Sul.

Figura 1: Abordagens dos estudos selecionados sobre turismo em lagos



Fonte: Elaborado pelos autores

Hall e Härkönen (2006) expõem que um Sistema de Turismo Lacustre, além do lago (recurso natural), requer uma infraestrutura turística que de suporte para o desenvolvimento das atividades, tornando os atrativos turísticos e visando a sua sustentabilidade. Para Cooper (2006), os lagos são considerados um grande atrativo para o turismo, mas é necessário um alto nível de gestão, pois trata-se de um ecossistema frágil e a atividade turística poderá significar uma grande ameaça. Como no caso de algumas lagoas costeiras do Rio Grande do Sul, em que a atividade já vem causando interferência no ambiente lacustre, conforme demonstram as publicações analisadas.

Considerações Finais

Fica evidente pela análise das publicações a importância da gestão do turismo em lagos, pois de acordo com os estudos, o turismo em lagos/lagoas vem ocorrendo de maneira aleatória, ou seja, sem um planejamento. A importância deste recurso hídrico como uma alternativa ao turismo de sol e praia pode possibilitar uma maior diversidade para as práticas turísticas na zona costeira. As atividades a serem praticadas em lagos/lagoas podem incentivar

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

um turismo sustentável como: a observação de aves, ecoturismo, turismo científico e turismo esportivo (natação, *kitesurf*, *windsurf*, *stand up*, canoagem, entre outras).

Conforme a sistematização das publicações observou-se que ainda são incipientes os estudos sobre a temática abordada, tanto nos periódicos do turismo nacionais quanto nos estrangeiros. No entanto, as pesquisas no âmbito acadêmico são fundamentais para auxiliar nas estratégias de gestão no turismo, que venham a contribuir com a conservação dos recursos lacustres. Portanto, sugere-se que novas pesquisas sejam elaboradas sobre o turismo em lagos, lagoas, contemplando não apenas os aspectos referente à gestão, mas envolvendo temas associados aos aspectos socioculturais e econômicos.

Referências

CARVALHO, R. G. A. et al. As relações entre turismo e os ecossistemas lacustres: dimensão teórico – conceitual. In: 8º Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 8, 2015, Caxias do Sul. **Anais**. Caxias do Sul: Semintur, 2015.

COOPER. C. Lakes as tourism destination resources. In: HALL. M. C.; HÄRKONEN. T. (orgs). . **Lake tourism: an integrated approach to lacustrine tourism systems**, Canada: Chanel View Publications, 2006.

DOKULIL, M. T. Environmental impacts of tourism on lakes. In: ABID A. A.; SARVAJEET S.G. (orgs) **Eutrophication: causes, consequences and control**, Austria: Springer, 2014.

ESTEVES, F. **Fundamentos de limnologia**. Rio de Janeiro: Interciencia, 1998.

HADWEN. W. L. Lake Tourism: An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems. **Annals of Tourism Research**. Vol. 34, No. 2, pp. 555–556, 2007.

HALL. M. C.; HÄRKÖNEN. T.; **Lake tourism: an integrated approach to lacustrine tourism systems**, Canada: Chanel View Publications, 2006.

KÖCHE, J. C.; **Fundamentos de metodologia científica**, Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

LANZER, R. M.; RAMOS, B. V. C.; MARCHETT, C. A. Impactos ambientais do turismo em lagoas costeiras do Rio Grande do Sul. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v.13, n.1, p.134-149, abr. 2013.

LANZER, R. M.; RAMOS, B. V. C.; RUDZEWICZ, L. Recursos hídricos no turismo dos municípios de Cidreira, Balneário Pinhal e Palmares do Sul: usos e interferência antrópica. X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 10, 2013, Caxias do Sul. **Anais**. Caxias do Sul: Anptur, 2013.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

LITTLE, J. I. Scenic tourism on the northeastern borderland: Lake Memphrenagog's steamboat excursions and resort hotels, 1850 – 1900. **Journal of historical Geography**, Canadá, n. 35, p. 716 – 742, 2009.

OMT (UNWTO). Tourism and water: protecting our common future, World Tourism Organization, 2013. Disponível em: <http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/ActivityReports/press_rel/Background_paper_Tourism__Water.pdf>. Acesso em 22 de setembro de 2015.

REICHERT, L; LANZER, R. M. O desenvolvimento turístico sustentável em lagoas costeiras do município de Osório, Rio Grande do Sul / Brasil: Características e especificidades destes recursos naturais. **Turismo y Desarrollo**, vol. 8, n. 18, 2015.

REICHERT, L; LANZER, R. M; CARVALHO, R. G. O desenvolvimento Turístico nas Lagoas Costeiras de Osório/RS: um estudo sobre seis lagoas. In: 8º Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 8, 2015, Caxias do Sul. **Anais**. Caxias do Sul: Semintur, 2015.

RUDZEWICZ, L.; LANZER, R. M.; SCHÄFER, A. E. Potencialidades e desafios do turismo nas lagoas costeiras do Rio Grande do Sul. In: 8º Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 8, 2015, Caxias do Sul. **Anais**. Caxias do Sul: Semintur, 2015.

SHÄFER, A. **Fundamentos da ecologia e biogeografia das águas continentais**. Porto Alegre: Ed. da Universidade, UFRGS, 1985.

SPERLING, E. V. **Morfologia de lagos e represas**, Belo Horizonte: DESA/UFMG, 1999.

TEIXEIRA, P. R.; LANZER, R. M. **O Parque Nacional da Lagoa do Peixe e desenvolvimento local: a visão da comunidade de Mostardas-RS Tavares-RS**. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. IX, n. 2, p. 218 - 234, 2012.

VACCARO, L.; READ, J. **Vital to Our Nation's Economy: great lakes Jobs**. Michigan: Sea Grant College Program, 2011. Relatório.

A Hospitalidade Comercial dos Restaurantes de Cozinha Italiana do Município de Silveira Martins, Rs.

Liara Perez Trindade⁷³

Clarice Bastarz⁷⁴

Universidade Federal de Santa Maria

Resumo: Na hospitalidade comercial são indispensáveis determinados procedimentos que extrapolam o básico de bem receber, tendo em vista a diversidade de clientela que exige dos profissionais envolvidos muito preparo e habilidades específicas que devem culminar na árdua tarefa de satisfação plena dos clientes. Assim optou-se por identificar a hospitalidade comercial de cozinha italiana no município de Silveira Martins, RS. Adotou-se questionário estruturado para determinar o grau de importância de cada atributo de hospitalidade, utilizando escala de Lickert. Cordialidade e simpatia, sem intimidade, em conjunto com conforto e limpeza, foram os atributos mais valorizados pelos entrevistados.

Palavras-chave: Hospitalidade Comercial; Cozinha Italiana; Silveira Martins.

Introdução

A hospitalidade tem seu conceito estreitamente atrelado ao turismo, uma vez que todo o turista deseja ser bem recebido, bem atendido e bem tratado em todos os lugares que chega. Essa premissa não poderia deixar de ser aplicada aos estabelecimentos comerciais de prestação de serviços no setor alimentar, embora o principal diferencial destes, seja a própria gastronomia.

A gastronomia está diretamente ligada à cultura, uma vez que em alguns restaurantes têm como referencial a cultura de seus pratos típicos. Também, a população brasileira é fruto de uma grande miscigenação de etnias, possuidora de variada e farta gastronomia, ligada a diferentes culturas. Portuguez, (2004, p.4), afirma que “atualmente se pode dizer que alguns estados brasileiros têm no turismo histórico-cultural uma de suas maiores fontes de captação de viajantes”.

Em todos os setores do turismo a hospitalidade, em especial na hotelaria e alimentação, é fundamental para continuidade e manutenção do destino turístico. Portanto, a

⁷³ Graduanda do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo- UFSM

⁷⁴ Professora do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo-UFSM

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

hospitalidade comercial no setor gastronômico, deve ser encarada como um agregado à oferta gastronômica, para garantir a plena satisfação do turista e como um diferencial. O turismo receptivo é atualmente um importante fator de desenvolvimento e consagra-se como alavanca de crescimento econômico. A gastronomia está estreitamente ligada ao fator viagem, uma vez que quem viaja, utiliza-se de restaurantes, e também a gastronomia e a hospitalidade nos locais de alimentação, são fundamentais para o sucesso de qualquer destino.

Os restaurantes do município de Silveira Martins (RS) foram escolhidos como objeto de estudo, pois entende-se que a gastronomia é importante do ponto de vista econômico e cultural deste destino turístico. Além disso, o “berço” da Quarta Colônia de Imigração é reconhecido por possuir forte tradição em restaurantes típicos da gastronomia italiana. Portanto, para aprofundar o conhecimento neste assunto, o objetivo geral do trabalho é identificar as práticas da hospitalidade comercial nos restaurantes de cozinha italiana no centro do município de Silveira Martins (RS). Para isto os objetivos específicos são: (1) caracterizar os atributos de hospitalidade comercial nos restaurantes de Silveira Martins; (2) apurar as impressões dos consumidores sobre a hospitalidade destes restaurantes.

Neste sentido, identificar os atributos de hospitalidade presentes nos estabelecimentos, podem ser fundamentais para agregar valor a eles, e auxiliar os proprietários a aprimorarem cada vez mais as condições receptivas de seus estabelecimentos.

Hospitalidade Comercial

A hospitalidade poder ser simplificada no ato de bem receber. Uma troca de cultura e diferentes experiências, em que os indivíduos, motivados por diferentes fatores, buscam o contato com o outro. Um acolhimento, mesmo sendo em um estabelecimento comercial, constitui-se em troca numa relação de anfitrião e hóspede. Caillé (2002) citado Matias, Gonçalves e Araújo (2014) remete a reflexão o quanto mais importante é o vínculo criado entre profissional e cliente durante a prestação de um serviço, pois a garantia de retorno aquele estabelecimento é bem maior se houver o vínculo social entre ambos.

Segundo Lashley e Morrison (2004), a hospitalidade humana é classificada como: privada (doméstica), social (pública) e a comercial. A hospitalidade privada é a ação de bem receber em casa ao abrigar um conhecido ou forasteiro. A hospitalidade social pode ser



entendida como aquela que acontece na sociedade, na convivência humana entre as pessoas. A hospitalidade comercial, terceiro aspecto da classificação e objeto de estudo deste trabalho, originou-se da hospitalidade doméstica como um negócio, para atender a um mercado que demandava por comida, bebida e alojamento fora do lar.

Para Lashley e Morrison (2004), citados por D’Onofre (2013):

O domínio social da hospitalidade considera os cenários sociais em que a hospitalidade e os atos ligados à condição de hospitalidade ocorrem junto com os impactos de forças sociais sobre a produção e o consumo de alimentos, bebidas e acomodação. O domínio privado considera o âmbito das questões associadas à oferta da ‘trindade’ no lar, assim como leva em consideração o impacto do relacionamento entre anfitrião e hóspede. O domínio comercial diz respeito à oferta de hospitalidade enquanto atividade econômica e inclui as atividades dos setores tanto privado quanto público.

Segundo Camargo (2004), os hotéis e restaurantes, representam apenas a ponta da cadeia de hospitalidade formada nos produtos turísticos e assim, os profissionais da hospitalidade atuam não só nesses tipos de estabelecimentos como em todo o sistema receptivo turístico, englobando ainda os receptores locais. Nessa cadeia estão incluídos, bufês, organização de eventos, de festas, de cerimoniais, abrangendo, assim dois planos: O primeiro, de recepção turística e o segundo em todos os atos do fazer humano, envolvidos nos atos de recebimento a pessoas.

Pessoas que viajam precisam de acolhimento, envolvimento. Na sua versão comercial, a hospitalidade é baseada no contrato e na troca estabelecidas pelas agências de viagens, operadoras, transportadoras e por hotéis e restaurantes. No quadro abaixo se encontram resumidas as características da hospitalidade conforme Camargo (2004). Este artigo está concentrado na categoria da hospitalidade comercial para atender a necessidade de alimentar o turista, ou seja, na restauração.

QUADRO 1 – CARACTERÍSTICAS DA HOSPITALIDADE

Categoria	Recepcionar	Hospedar	Alimentar	Entreter
Doméstica	Receber pessoas em casa de forma intencional ou casual.	Fornecer pouso e abrigo em casa para pessoas.	Receber em casa para refeições e banquetes.	Receber em casa para refeições e banquetes.
Pública	A recepção em espaços e órgãos públicos em	A hospedagem proporcionada pela	A gastronomia local.	Eventos públicos de lazer.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

	livre acesso.	cidade e pelo país.		
Comercial	Os serviços profissionais de recepção.	Hotéis, hospitais ou casa de saúde e presídios.	A restauração	Eventos, espetáculos e espaços privados para lazer.
Virtual	A net-etiqueta do enviar e receber mensagens por meios eletrônicos.	Sites e hospedeiros de sites.	A gastronomia eletrônica.	Jogos e entretenimento.

Fonte: Camargo (2004, p.84).

Nas relações de hospitalidade comercial, o bem receber deixa de ser um ato espontâneo, pois há pessoas e necessidades diferentes, onde o profissional tem que ir além das normas de atendimento (hospitalidade comercial) e sensibilizar-se de maneira a satisfazer o cliente. Conforme Machado (2009) citado Matias, Gonçalves e Araújo (2014) uma das políticas de hospitalidade comercial é atrair e reter uma força de trabalho competente que esta seja capaz de agradar o cliente e que ela possa sair do estabelecimento com a sensação de ter vivido uma grande experiência.

Numa empresa de restauração, a qualidade nos serviços de atendimento é o ponto mais importante estando direcionado a satisfazer os clientes, outro fator de extrema importância é a capacidade de manter os clientes naquele lugar. Isso influencia na qualidade dos serviços prestados e, se o cliente voltar ao estabelecimento, significa que o restaurante superou suas expectativas, seja no bem atender, na qualidade dos alimentos, no ambiente, entre outros.

A alimentação é um dos aspectos mais importantes, pois se deve valorizar a culinária como elemento do turismo e como uma cultura local sendo uma estratégia básica para o aumento de qualidade na hospitalidade. Cada estabelecimento atende as necessidades do seu público alvo, por meio de seu conceito e cardápio. A indústria de serviços de alimentação divide-se em segmentos de mercados: grupos de indivíduos que compartilham expectativas e necessidades comuns. Localização geográfica, idade, etnia, classe social e preço são algumas das características que podem ser utilizadas para alimentação, por isso, a alimentação é um dos aspectos mais importantes, valorizando a culinária como elemento turístico sendo uma estratégia para o aumento de qualidade na hospitalidade.

Para Castelli (2003, p.297): “Considera-se restaurante, o estabelecimento que fornece ao público alimentação mediante pagamento”. Além disso, um prato, antes de saciar a fome de quem o consome foi preparado por alguém que cultivou ou comprou seus ingredientes, que

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

utilizou de técnicas para produzi-lo, que historicamente a partir de um determinado contexto cultural e afetivo impôs junto ao coletivo um significado, uma invenção cultural, uma necessidade e um prazer de degustação. Dentro deste ato estão envolvidos simbolismos os quais podem ser expressos por costumes, e estes, é a maneira que a culinária italiana oferece aos visitantes que degustam a sua gastronomia. Contudo, independentemente do tipo de serviço no restaurante, a hospitalidade é fundamental na restauração, pois o cliente busca satisfação nos serviços, através do acolhimento que vivencia no lugar.

Segundo Schulter (2003, p.12), a alimentação, além do seu valor biológico, indispensável à manutenção da vida, consiste num processo consciente e voluntário, totalmente ajustado às normas culturais de cada grupo social. Assim, seu conceito engloba não só os processos nutritivos e dietéticos aos quais é destinada, como também a aspectos culturais e sociais através de comportamentos e hábitos alimentares.

As pessoas vão para o restaurante por muitos motivos, inclusive comer. Elas desejam uma comida saborosa e um atendimento impecável, mas é possível que também desejem ser vistas e conviver com outras pessoas. Por isso torna-se necessário cuidar do processo de hospitalidade, que começa antes de o cliente chegar e termina depois de quando ele sai do restaurante.

A hospitalidade é vista como um ato contínuo, ou seja, desde a entrada até a saída do restaurante, onde o cliente estará sob os cuidados da brigada que tem a responsabilidade de satisfazer ele, como esclarecimentos sobre o cardápio, complementação do serviço de comida e bebida, solicitação de fechamento de conta e despedida, pois há uma interação permanente profissional do restaurante e cliente.

Reforçando este ponto de vista, segundo Caillé, (1992), a cadeia de acolhida, envolve três momentos: chegada, estada e despedida. O acolhimento do cliente nos restaurantes possibilita identificar muitos gestos ou sinais que integram o processo de hospitalidade tais como: *mise-en-place*, decoração das salas e travessas com iguarias, iluminação, limpeza e higiene das instalações e utensílios, estado de limpeza e conservação dos uniformes, estado de limpeza da carta de cardápios, existência de ruídos indesejáveis ou de mau odor. Conclui-se que para satisfazer o desejo de proporcionar uma acolhida perfeita a uma pessoa no restaurante, é necessário criar um contexto altamente favorável em todos os detalhes.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O município de Silveira Martins

Silveira Martins pertence à mesorregião centro-ocidental e à microrregião de Restinga Seca, no Estado do Rio Grande do Sul, conforme o Instituto de Geografia e Estatística (IBGE, 2009). Localiza-se à 500 metros de altitude, faz divisas com os municípios de Santa Maria, Júlio de Castilhos, Ivorá e Faxinal do Soturno. Apresenta uma população estimada pelo IBGE (2009), de 2.452 habitantes e área de 120,55 Km².

A economia é baseada na agricultura, conforme Stecker (2007), sendo a soja o produto mais cultivado, seguido pela batata e o milho. O predomínio da mão de obra na produção agrícola é familiar, fator determinante para a produção dos produtos coloniais comercializados nas propriedades e nos empreendimentos gastronômicos. Segundo Lindner (2007), a Rota Gastronômica Santa Maria-Silveira Martins se apresenta como alternativa de renda para produtores rurais comercializarem seus produtos e valorizarem a cultura local. As rotas gastronômicas representam a combinação da gastronomia local/regional com os atrativos ambientais, históricos e culturais de uma região. É muito comum festas em torno de produtos alimentares, principalmente os agropecuários, como é o caso da Festa da Batata e o Festival da Uva e das Águas.

Em virtude da colonização dos imigrantes italianos na cidade de Silveira Martins, ainda preserva fortes traços da herança italiana, na arquitetura, nas casas, nas festividades, e principalmente na gastronomia aonde os restaurantes possibilitam a reconstrução dos hábitos e costumes do passado daqueles imigrantes italianos que colonizaram o território. A gastronomia tornou-se importante atrativo turístico na cidade e seus hábitos alimentares influenciado pela cultura italiana identificam e expressam a cultura local além de tornar o ambiente turístico mais cativante e atrativo aos turistas e visitantes.

No centro da cidade de Silveira Martins existem cinco restaurantes. Dois destes apresentam o cardápio com especialidades da cultura italiana, enquanto os outros ofertam aos seus clientes pratos de culinária caseira.

Procedimentos metodológicos

Para atingir o objetivo de identificar as práticas de hospitalidade comercial nos restaurantes de cozinha italiana do centro do município de Silveira Martins, foi necessário elaborar a pesquisa bibliográfica a respeito do tema e identificar os atributos de hospitalidade presentes na literatura disponível. De acordo com Gil (2002), uma pesquisa bibliográfica reporta-se a “material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Com a pesquisa bibliográfica, se elegeram os seguintes atributos de hospitalidade a serem analisados:

QUADRO 2 – Atributos de hospitalidade comercial

Atributos de Hospitalidade Comercial
Cordialidade e Simpatia ao receber
Formação de vínculo com proprietários/funcionários
Cordialidade sem invasão de privacidade
Organização do serviço
Rapidez no atendimento
Conforto
Decoração
Limpeza
Estacionamento
Preço justo
Proximidade de sua residência
Informações precisas sobre os pratos
Sabor da comida
Variedade de pratos
Oferecer adaptação de pratos
Apresentação dos pratos

Fonte: as autoras, 2014.

Após a identificação dos atributos de hospitalidade comercial conforme previsto no objetivo específico 1, foi necessário selecionar os restaurantes seguindo dois critérios estabelecidos:

- Localização: Os restaurantes deveriam estar localizados no centro de Silveira Martins.
- Cozinha Italiana: os restaurantes deveriam possuir a temática da imigração e a cozinha italiana, caracterizando-se como restaurantes com apelo turístico étnico.

Por fim, para apurar as impressões dos consumidores sobre a hospitalidade nos restaurantes, foi elaborado questionário estruturado, de acordo com Gil (2002), “quando se desenvolve a partir de relação fixa de perguntas”, direcionado para a captação destas impressões, através de uma escala de Lickert. Esta escala compreende as opções “muito importante”, “importante” e “sem importância”, além das opções “não sei” e “não possui este atributo”. Para cada atributo, o consumidor deveria marcar uma opção. Segundo Dencker (2008, p.146) o questionário “tem por finalidade obter de maneira sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação em relação a uma população ou amostra determinada”.

Além de perguntas específicas acerca dos atributos de hospitalidade, o questionário também deveria compreender perguntas de caráter sócio econômico dos entrevistados. O questionário deveria ser aplicado pela pesquisadora durante os finais de semana nos restaurantes selecionados, respeitando uma amostragem de consumidores selecionados de maneira não-probabilística intencional. Segundo Bauer e Gaskel, (2002, p.71) não existe um número máximo ou mínimo de entrevistados, isto irá depender muito dos objetivos pretendidos com a pesquisa e a realidade dos envolvidos.

A pesquisa de campo, conforme Gil (2002), refere à observação direta do autor em relação ao objeto a ser estudado, neste caso, os consumidores. A observação direta ocorre quando o observador está fisicamente presente e monitora pessoalmente o que ocorre. Esta abordagem é muito flexível porque permite ao observador reagir e registrar aspectos de fatos e comportamentos à medida que ocorrem. Ele também é livre para trocar de lugar, mudar o foco de observação ou concentrar-se em fatos inesperados, se eles ocorrerem. (COOPER e SCHINDLER, 2003, p.307).

Resultados e discussões

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Cumprindo o que foi estabelecido nos procedimentos metodológicos, foram selecionados dois restaurantes: La Sorella e Pinton. A escolha destes restaurantes para a realização das pesquisas de campo se deve a dois fatores: o primeiro leva em conta que esses restaurantes possuem uma gastronomia de origem italiana; e o segundo, foi o critério de localização, pois ambos localizam-se no centro da cidade de Silveira Martins.

Restaurante La Sorella - Em 1992, surge o Restaurante La Sorella, que está localizado na Avenida Vitélio Zago, 275, no centro da cidade de Silveira Martins. Celito Dalmolin é proprietário e fundador do estabelecimento que oferece aos seus clientes a cozinha Italiana Regional. Segundo *site* do empreendimento, a marca fundamental do restaurante é o sabor da “comida da nona e o atendimento familiar”. A característica importante dessa cozinha italiana, são os pratos que misturam as tradições das diferentes regiões da Itália, com a experiência do novo mundo refletindo influências da culinária gaúcha e de outras etnias que ajudaram a povoar o estado. Desde 1997, o Restaurante La Sorella, é recomendado como o melhor restaurante da região pelo Guia Quatro Rodas.

Restaurante Pinton - Em 2012, foi inaugurada a Pousada e Restaurante Pinton no centro de Silveira Martins. Localiza na Rua José Pinton, o empreendimento familiar passou a funcionar num prédio histórico de 1934, no antigo hotel Silveirópolis. Este foi construído pelo imigrante italiano José Pinton e funcionou até o final de 1970, sendo recentemente foi reinaugurado pelo seu neto, Flavio Beneti e gerenciado por Cristiane Filipini.

O prédio faz parte da história e da memória da cidade e traz uma nova perspectiva para o turismo regional. O restaurante possui capacidade de 120 pessoas e atende nas sextas-feiras, sábados e domingos, oferecendo um cardápio colonial italiano.

Os atributos da hospitalidade comercial dos restaurantes selecionados - A pesquisa ocorreu nos dias 01 e 02 de novembro de 2014. Foram entrevistadas 15 pessoas, sendo cinco no restaurante La Sorella e 10 no Restaurante Pinton. Destes entrevistados, apenas um pertence ao sexo masculino e a média de idade dos entrevistados é de 26,7 anos.

Nove entrevistados têm possuem como nível de instrução o ensino médio, enquanto seis possuem formação superior. A faixa de renda familiar de todos os entrevistados é de até



R\$5 mil reais. Com relação aos acompanhantes, dois estavam acompanhados pelo cônjuge, três por familiares e 15 deles por amigos.

Em relação ao perfil de consumo dos entrevistados, 14 pessoas que foram pela primeira vez ao estabelecimento e um respondeu que frequenta uma vez ao mês. Quanto ao motivo de escolha do estabelecimento, seis foram para conhecer o restaurante, sendo dois para conhecer a gastronomia italiana, um para sair da rotina e seis pessoas motivaram-se pelo sabor da comida.

Com relação aos atributos da hospitalidade captados pela escala de Lickert, 13 entrevistados afirmaram que a cordialidade ou simpatia ao receber é muito importante, enquanto dois avaliaram como importante. A valorização deste atributo indica que o treinamento dos funcionários para bem receber os clientes é fundamental para o estabelecimento.

Na formação de vínculo proprietário e funcionário, cinco pessoas acham importante, quatro muito importante, quatro pessoas acham sem importância e um entrevistado não sabe. Este atributo é considerado importante, mas não por todos os entrevistados, o que indica que a cordialidade é fundamental, mas nem sempre é necessário criar laços com as pessoas do estabelecimento, ou seja, cordialidade sem intimidade. Isto é confirmado pelo próximo atributo, cordialidade sem invasão de privacidade, sendo que cinco entrevistados acham muito importante, sete importante e dois sem importância.

Com relação à organização do serviço, 10 pessoas acharam muito importante e quatro importante. Quanto a rapidez no atendimento, 14 pessoas acharam importante, pois não gostam de ficar esperando por atendimento e 1 apenas afirma ser importante. No atributo conforto, 14 clientes acham muito importante e um importante. Quanto à Limpeza, 11 acharam muito importante e quatro importante. Assim, a execução do serviço com rapidez e organização num ambiente confortável e limpo é valorizada por todos os entrevistados.

Quadro 3 – Avaliação dos atributos de hospitalidade comercial

Atributos	Muito Importante			Importante			Sem Importância			Não sabe		
	LSor	Pinton	Total	LSor	Pinton	Total	LSor	Pinton	Total	LSor	Pinton	Total
Cordialidade ou simpatia ao receber	4	9	13	1	1	2	0	0	0	0	0	0

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

Formação de vínculo com proprietário e funcionário	3	1	4	2	3	5	4	0	4	1	0	1
Cordialidade sem invasão de privacidade	2	3	5	2	5	7	0	2	2	0	0	0
Organização do Serviço	5	5	10	0	4	4	0	0	0	0	0	0
Rapidez no Atendimento	5	9	14	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Conforto	5	9	14	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Decoração	0	4	4	4	3	7	0	2	2	1	1	2
Limpeza	5	6	11	0	4	4	0	0	0	0	0	0
Estacionamento	2	3	5	1	4	5	2	3	5	0	0	0
Preço justo	4	9	13	1	0	1	0	1	1	0	0	0
Proximidade de sua residência	1	0	1	0	1	1	4	9	13	0	0	0
Informações precisas sobre os pratos	3	4	7	2	6	8	0	0	0	0	0	0
Sabor da comida	5	9	14	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Variedades de pratos	4	7	11	0	2	2	1	1	2	0	0	0
Oferecer adaptação de pratos	2	2	4	0	4	4	3	4	7	0	0	0
Apresentação dos pratos	5	7	12	0	3	3	0	0	0	0	0	0

Fonte: as autoras, 2014.

Houve neutralidade quanto à decoração, quatro pessoas acharam muito importante, sete importante, duas sem importância e duas não sabem. E também no atributo estacionamento, cinco acharam muito importante, cinco importante e cinco sem importância. Com relação ao preço justo, 13 entrevistados acharam muito importante, um importante e um sem importância. Embora possam pagar a mais por uma refeição nos estabelecimentos estudados, os entrevistados valorizam que o preço pago seja equivalente à qualidade dos alimentos, serviço e ambiente, ou seja, sentimento de hospitalidade.

Quanto à proximidade de sua residência 13 acharam sem importância enquanto um achou importante e outro achou muito importante. Este dado é interessante, pois Silveira Martins localiza-se a 30km de Santa Maria, local de residência dos entrevistados, o que pode demonstrar que o deslocamento até o restaurante faz parte da experiência gastronômica e de

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

hospitalidade de Silveira Martins. Sair do local de origem e se dirigir a um local diferente, de um centro urbano para um centro histórico, rompe com a rotina e isto influencia os empreendimentos estudados, pois estes devem oferecer descanso e conforto, além da gastronomia diferenciada da alimentação cotidiana destas pessoas.

Sobre informações sobre os pratos, sete afirmaram ser muito importante e oito importante, o que reforça a necessidade de treinamento dos funcionários. Quanto ao sabor da comida, 14 acharam muito importante e um importante. A variedade de pratos, 11 julgaram muito importante, dois acharam importante e 2 sem importância. No atributo adaptações de pratos, 11 avaliaram como muito importante, dois como importante e dois sem importância. No atributo apresentação dos pratos, 11 acharam muito importante e três disseram ser importante. Estes dados demonstram que a gastronomia em si é um atributo de hospitalidade de alta relevância, o que deve ser levado em consideração pelos proprietários dos estabelecimentos.

Conclusões

Este estudo objetivou identificar a hospitalidade comercial nos restaurantes de gastronomia italiana de Silveira Martins. Para isso, foi realizada a pesquisa bibliográfica sobre os conceitos relacionados à hospitalidade comercial e uma pesquisa de campo desenvolvida em dois restaurantes da zona central do município, especializados na referida gastronomia.

A experiência dos clientes nos ambientes em que fazem suas refeições, deve ser sempre considerado, uma vez que estas vivências são determinantes para a satisfação durante no ato de comer. Sob a perspectiva da hospitalidade, a vivência deve ser positiva tanto para quem serve como para quem é servido. A fidelização de clientela, e seu retorno ou não, está diretamente relacionada ao aconchego e receptividade do ambiente e não apenas à qualidade e sabor da comida degustada. O prazer da mesa é a sensação que advém de várias circunstâncias, fatos, lugares, coisas e pessoas que acompanham a refeição.

Partindo desses princípios e após a análise dos dados, pode-se concluir que os atributos relacionados à hospitalidade nos restaurantes, foram em sua maioria classificados como muito importante e importante. Entretanto, alguns atributos obtiveram opiniões mais

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

neutras como decoração, estacionamento, proximidade da residência, variedades de pratos e adaptações.

Os atributos mais valorizados pelos entrevistados foram a organização e rapidez nos serviços, preço justo. Os atributos relacionados à comida em si também foram classificados como muito importante e importante. Assim, pode-se resumir que uma comida gostosa, com preço justo, deve ser servida com rapidez e organização.

Ficou evidente do estudo que a cordialidade e simpatia, sem intimidade, foi considerado em conjunto com conforto e limpeza, foram os atributos mais valorizados pelos entrevistados. Desta forma, estes atributos devem ser levados em consideração na tomada de decisões dos proprietários dos estabelecimentos estudados. Decisões e ações de planejamento estratégico como a atualização do cardápio, criação de novos pratos, contratação e treinamento de funcionários, reformas no ambiente, alterações de preço, estratégias de marketing, entre outros devem considerar os atributos da hospitalidade mais valorizados pelos clientes.

Agradecimentos

As autoras agradecem os entrevistados que cederam seus tempos para a realização deste trabalho. E, principalmente, aos proprietários do Restaurante La Sorella, Celito Dalmolin, e da Pousada e Restaurante Pinton, Flavio Beneti e a gerente Cristiane Filipini.

Referências Bibliográficas

BAUER, Martin. **Análise de conteúdo clássica**: uma revisão. IN: BAUER Martin. W; GASKEL, George (org.) Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Ática: São Paulo, 2004.

CAILLÉ, Alain. **Antropologia do dom. Petrópolis** Ed. Vozes, 2002.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CHON, K.S.; SPARROWE, R.T. **Hospitalidade**: Conceitos e aplicações. São Paulo: Pioneira Thonson Learning, 2003.

CASTELLI, Geraldo, **Administração hoteleira**. 9ª. Ed. Caxias d Sul: EDUCS, 2003 (Coleção Hotelaria).

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO



06 DE NOVEMBRO
DE 2015

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7^a. ed. São Paulo: Bookman, 2003.

DENCKER, Ada. **Pesquisa em Turismo**: Planejamento, métodos e técnicas. São Paulo: Futura, 2007.

DENCKER, Ada de Freitas Manetti. **A abordagem científica em hospitalidade**. In:

DENCKER, Ada de Freitas Manetti; BUENO Marielys Siqueira. **Hospitalidade**: Cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thonson Learning, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa** -4ed-São Paulo: Atilhas, 2002.

IBGE: Censo Demográfico 2010. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>. Acesso em: 16 out 2014

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison; RANDALL, Sandie. **Minha refeição inesquecível! A hospitalidade como experiência emocional**. In: SLOAN Donald. (org.). **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor**. Barueri: Manole, 2005, p.191-214.

LASHLEY, C. MORRISON, A. (Org.) **Em busca da hospitalidade**: perspectiva para um mundo globalizado. Barueri: Manole,2004.

LINDNER, M. **Turismo rural e desenvolvimento local**: estudo da Rota Gastronômica De Santa Maria - Silveira Martins. 2007. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Universidade

MACHADO, Henrique N. **A importância dos recursos humanos para hospitalidade**. 2009. Disponível em: <http://hotelariadequalidade.blogspot.com.br/2009/12/importancia-dos-recursos-humanos-para.html> Acesso em: 22 jan.2012.

SILVEIRA MARTINS. PIBE- **Plano de Infraestrutura Básica Emergencial**. Documento elaborado pela Prefeitura Municipal de Silveira Martins, no primeiro semestre de 2009.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Turismo, memória e patrimônio cultural**. São Paulo (SP). Roca, 2^aEd. 2004.

RESTAURANTE LA SORELA. Relatórios internos. Disponibilizados pelo proprietário, 2014.

RESTAURANTE PINTON. Relatórios internos. Disponibilizados pelo proprietário, 2014.

SHÜLTER, R.G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo. Aleph, 2003.p.12.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

STECKER, Débora Tessele. **Rota turística Santa Maria- Silveira Martins: o desenvolvimento do turismo na Quarta Colônia de Imigração Italiana.** Dissertação de mestrado (UFSM), 2006.

***Selfie*: Estudo Comparativo entre as Mídias Sociais Expressivas dos Albergues “X” e “Y” da Cidade Manaus**

Mayra Laborda Santos⁷⁵; Maria Adriana Bezerra Teixeira Sena⁷⁶; Renata Pinto de Souza⁷⁷;
Carolina Costa do Couto Brito⁷⁸
Universidade Estadual do Amazonas

Resumo: O *marketing* tem um papel admirável dentro das empresas de Turismo e sem a existência dele, dificilmente os empreendimentos sobreviveriam. As mídias sociais chegaram para unir forças ao *marketing*, pois além de possuírem um rápido poder de propagação, ofertam uma gama de opções aos internautas, combinando poder de barganha com a possibilidade de conhecer a opinião de outros usuários. Diante desse contexto, o presente artigo pretende analisar o uso que os albergues de Manaus fazem de suas mídias sociais expressivas como ferramentas estratégicas de *marketing* para obtenção de novos clientes e fidelização dos já existentes. A metodologia pautou-se em uma abordagem qualiquantitativa de caráter bibliográfico. Na coleta de dados utilizou-se o instrumento das autoras Mazaro e Gonçalves para medir o desempenho de *fan pages*. Neste estudo apresenta-se os dados preliminares da pesquisa. No entanto, já é possível identificar dados relevantes de forma a permitir um conhecimento, ainda que incipiente, sobre o tema estudado.

Palavras-chave: Marketing Turístico; Albergues; Mídias Sociais; Facebook; Manaus.

Introdução

O *marketing* tem um papel admirável dentro das empresas de Turismo e acredita-se que sem a existência dele, dificilmente os empreendimentos sobreviveriam. E para unir forças a ele, chegam as mídias sociais, que além de possuírem um rápido poder de propagação, ofertam uma gama de opções aos internautas, combinando poder de barganha com a possibilidade de conhecer a opinião de outros usuários. O tema das mídias sociais tem ganhado visibilidade em diferentes áreas do conhecimento nos últimos anos. No que tange o

⁷⁵ Graduanda no curso de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual do Amazonas e Bolsista de Iniciação Científica na Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas - FAPEAM. E-mail: <mayra_laborda@hotmail.com>

⁷⁶ Graduada em Turismo na Faculdade Objetivo; Especialista em Metodologia da Pesquisa no Centro Universitário do Norte – UNINORTE; Mestre em Turismo e Meio Ambiente na Universidade de Caxias do Sul – UCS e Doutora em Educação na Universidad de la Empresa – UDE. Email: <madrianabezerra@uol.com.br>

⁷⁷ Graduada em Turismo pela Universidade do Estado do Amazonas – UEA.

⁷⁸ Graduada em Turismo pela Universidade do Estado do Amazonas – UEA.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Turismo, essa relação é ainda mais nítida. “A criação e acessibilidade da Internet mudaram a forma como os viajantes acessam a informação, como planejam e reservam viagens, e como eles compartilham suas experiências de viagem” (GONÇALVES e MAZARO, p.2, 2013).

Nessa partilha, destacam-se *sites* como *trip advisor* e *booking*⁷⁹ que revolucionaram o modo como os turistas escolhem os meios de hospedagem nos quais irão fazer reservas. Oferecendo-lhes a possibilidade de conhecer relatos de outros turistas que se hospedaram no empreendimento onde pretendem ficar, analisando a experiência de quem realmente esteve no local e o vivenciou. Pois como afirmam Austin e Aitchison (2007), a melhor propaganda ainda é aquela realizada boca a boca.

É nesse contexto que este artigo se ocupa em analisar o uso que os albergues de Manaus fazem de suas mídias sociais expressivas como ferramentas estratégicas de *marketing* sob a ótica dos fãs das páginas virtuais no *facebook*. Quantos turistas eles conseguem alcançar através das postagens em suas páginas? Quais instrumentos são utilizados para medir o quão efetivo é ou tem sido essa estratégia das *fan pages*? Existe uma forma de contato com o viajante pós *checkout* (analisando sua interação com a página)? Para tanto, a pesquisa possui como objetivos específicos: Identificar as propriedades teóricas que embasam os estudos das mídias sociais como ferramentas de marketing turístico; Elencar o número de mídias sociais expressivas de cada albergue e Verificar como se dá a utilização das mídias sócias expressivas pelos albergues.

Dentre os procedimentos metodológicos e operacionais da pesquisa, destacam-se: a observação realizada nas *fan pages* dos albergues durante um período de 3 semanas no mês de abril do ano de 2015. Dentre os resultados elencados durante a coleta, destacam-se: a quantidade de fãs de cada página, o número de *check-ins*, a divisão de postagens por categoria, além da separação dos *posts* por tipologia. Verificou-se na primeira parte do estudo que as mídias sociais expressivas podem ser utilizadas como ferramentas estratégicas do *marketing* turístico e ajudar empreendimentos de turismo, não só albergues, a conquistarem novos clientes além de manterem os antigos.

Ressalta-se que a carência de pesquisas sobre o *marketing*, unindo os albergues e as mídias sociais, faz com que este trabalho, pelo seu ineditismo, introduza um debate sobre o

⁷⁹ Disponível em: <<http://www.tripadvisor.com.br/>> e <<http://www.booking.com/>>.



tema e contribua para futuras pesquisas, uma vez que são objetos pouco explorados, especialmente na academia.

Marketing Turístico

O *marketing* tem um papel admirável dentro das empresas de Turismo. Ressalta-se que sem a existência dele, dificilmente os empreendimentos sobreviveriam. Pois, é ele quem seduz e atrai os clientes, persuadindo-os no momento da decisão de compra. De acordo com Cobra (2001, p. 272):

O papel do marketing em turismo é criar momentos mágicos que induzam o cliente a compra. Toda a atividade de apresentação de um hotel ou mesmo de uma companhia aérea tem como foco a sedução. E esse é o desafio do marketing de turismo: criar momentos mágicos e sedutores.

Diante disso, destaca-se a necessidade de compreender o que se passa na mente do consumidor de turismo e o *marketing* faz-se indispensável nesse processo, pois auxilia a descobrir as preferências de seu cliente. A organização, de acordo com Castelli (2003, p.143) *apud* Strasburguer e Holleben (2008), deve definir suas estratégias voltadas à prestação de serviço, e para isso ela deve segmentar os clientes de acordo com suas expectativas em relação aos serviços, descobrir quais são exatamente essas expectativas e ajustá-las de modo que correspondam à sua capacidade de oferecer serviços.

Um dos objetivos do *marketing* deve ser procurar aumentar a demanda de turistas em determinado destino ou hotel. “O plano de *marketing* deve conter um detalhado plano de propaganda e de promoção de vendas para viabilizar os objetivos que se pretende alcançar” (COBRA, 2001, p. 135). Neste sentido, fica nítida a responsabilidade que o profissional do *marketing* possui, pois a promoção de vendas da empresa fica a cargo dele. Logo, observa-se que deve planejar e administrar as ações para que se possa alcançar a demanda desejada.

A maximização da ocupação de um hotel, por exemplo, depende do profissional de *marketing* turístico, pois um hotel vazio na baixa temporada é prejuízo. “Uma poltrona vazia num voo ou um quarto vazio de um hotel ou hospital, não podem ser estocados se não forem utilizados, e, portanto, estão perdidos” (FITZSIMMONS, 2000 *apud* STRASSBURGER).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Faz-se necessário, o planejamento para lidar com a perecibilidade e a baixa elasticidade da oferta turística, inovando e buscando maneiras de resistir à sazonalidade. Sobre a elasticidade, Cobra (2001, p.89) comenta que não se pode “armazenar um voo com elevado número de desistências de última hora (*no-show*), portanto, uma vez produzido deve ser consumido. [...] a oferta não é elástica, ou seja, não é possível ampliar a oferta de assentos em um voo mais procurado, da mesma forma, um hotel que tenha capacidade ociosa na baixa temporada não pode utilizar essa disponibilidade de quartos na alta temporada”.

Quanto à sazonalidade, Zardo (2003, p. 94) salienta que a organização deverá desenvolver produtos sazonais adaptados às demandas diferenciadas para cada período ou definir os períodos de funcionamento. No que tange a inovação e a busca por maneiras de resistir a estas duas variáveis responsáveis pelo fechamento de muitos empreendimentos turísticos, tem-se o uso cada vez mais frequente das ferramentas *on-line*.

OS 4P'S

O estudioso Cobra (2001), em sua obra *Marketing Turístico*, ressaltou que o *marketing* de uma empresa deve girar em torno da metodologia dos 4P's do professor McCarthy, que são: Produto, preço, promoção e ponto.

[...] ter um bom **produto** [grifo do autor] é o primeiro e mais importante passo para atender as expectativas dos consumidores. Mas isto não basta, é preciso ter **pontos** [grifo do autor] para levar esses serviços atraentes até o cliente, ou seja, é importante trabalhar bem a distribuição por meio de lojas, agentes de viagem, internet, representantes autônomos e outras maneiras de levar o serviço aqui dito, produto, até o consumidor ou usuário final. Por meio da **promoção de vendas**⁸⁰ [grifo do autor] é preciso divulgar e promover o serviço que se quer vender seja ele de um hotel, uma excursão, uma viagem de negócios ou mesmo um evento. E isso implica realizar: propaganda pra informar e persuadir o comprador, promoção de vendas pra forçar uma decisão de compra de um pacote turístico ou um evento qualquer [...] E por fim o **preço** é o fator chave de decisão de compra e para isso o vendedor deve saber confrontar o *monstro* do preço utilizando essa arma para valorizar o produto ofertado ou mesmo para estimular a compra. (p.46-47)

Diante disso, observa-se que disponibilizar um bom produto é essencial para suprir as expectativas básicas dos clientes, bem como uma ótima localização, não se limitando a pontos

⁸⁰ Observa-se que a utilização das mídias sociais expressivas está inserida no quesito promoção de vendas, onde acontece a divulgação dos produtos e serviços de uma empresa.



físicos, mas, também, a vendas por meio da internet que hoje em dia deixou de ser um atributo inesperado e passou a ser um atributo básico de qualquer empresa⁸¹. Ressalta-se que o preço, segundo o autor, é o fator decisivo no momento da compra, portanto, deve-se saber pesar a valorização do produto em relação a satisfação dos clientes quanto ao mesmo.

Quanto ao quesito Promoção, é mister reconhecer que está diretamente ligado ao tema do trabalho proposto, pois é nele que se encontram a divulgação e promoção dos serviços, feitas por meio da publicidade e do *marketing*, sendo este último o que faz uso das mídias sociais como ferramentas estratégicas para o seu desenvolvimento.

Entendendo as Mídias Sociais

As mídias sociais são ferramentas utilizadas pelas empresas como estratégias de *marketing*, visando disseminar informação de seus produtos e serviços. Conforme Telles (2010) são ferramentas da *web 2.0* que possibilitam a produção de conteúdo *online* e interação a partir das informações fornecidas nos mais diferentes formatos. Abrangem diversas atividades que integram tecnologia, interação social e o compartilhamento de textos, fotos, vídeos e áudios. Vincent (2005, p. 274) salienta que:

O custo relativamente baixo da tecnologia da internet a torna acessível como instrumento para um amplo grupo de usuários – embora seu acesso seja ainda um problema em algumas partes do mundo, hoje existem cafés de internet espalhados pelos lugares mais longínquos, entre desertos, montanhas e florestas. [...] finalmente, a internet também é muito eficiente: o tempo gasto em mandar uma só mensagem é quase o mesmo que se gasta enviando várias.

Seguindo o pensamento de Vincent, por meio da internet é possível alcançar um maior número de clientes e possíveis clientes com um menor número de tempo e um gasto mínimo. De acordo com Torres (2009) hoje o consumidor verifica na *Internet* informações sobre seus produtos e serviços antes de comprar. E busca essas informações nas experiências de outros consumidores com quem mantém uma relação a partir das mídias sociais. Dessa maneira, é essencial reconhecer a importância das mídias sociais quanto à persuasão no momento em que

⁸¹ De acordo com COBRA (2001), um atributo inesperado é algo que o turista deseja, mas não espera receber e um atributo básico são o que todos os produtos turísticos de uma mesma natureza contem.



o turista decide seu destino e efetiva sua compra. De acordo com Garcia (2012) *apud* Torres (2009):

As mídias sociais são o conjunto de todos os tipos e formas de mídias colaborativas, citando websites como *Youtube, Flickr, Wikipedia, Facebook e Twitter*. Mas nem todos esses websites envolvem, de fato, redes sociais. Para o autor, redes sociais são recursos que permitem a interação e troca de informações entre as redes de pessoas formadas por meio de recursos dos websites do qual participam. Assim, o autor também considera as redes sociais como parte das mídias sociais, já que elas também produzem conteúdo que é consumido e compartilhado na internet (p. 81-82).

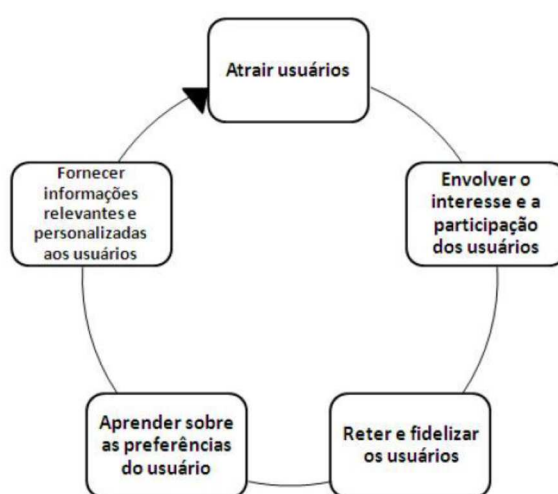
Segundo Kotler *et al* (2010) *apud* Gonçalves e Mazaro (2013), esse conceito é visto sob outra maneira. Os autores não utilizam o termo “redes sociais”, tratam todos como mídias sociais, e as dividem em duas categorias, sendo elas: mídias sociais expressivas, onde se incluem *blogs, Twitter, YouTube, Facebook, sites* para compartilhamento de fotografias como o *Flickr* e outros *sites* de *networking* social; e mídias colaborativas, que inclui *sites* como *Wikipedia, Rotten Tomatoes e Craigslist*.

Diante dessa informação, ressalta-se a utilização do *website Trip Advisor*, criado em 2000, que “trata seus usuários como uma comunidade de viajantes e permite que sejam postadas dicas, avaliações e comentários sobre hotéis, restaurantes e destinos turísticos do mundo todo” (GARCIA, 2012, p.32 *apud* GONÇALVES e MAZARO, 2013). Fazendo com que seus usuários tenham seu poder de decisão influenciado pelos comentários e avaliações expostos na página. Segundo Hays, Page e Buhalis (2012) *apud* Gonçalves e Mazaro (2013), é possível medir o sucesso do *marketing* da mídia social:

O ciclo do sucesso de marketing em mídias sociais se fundamenta em atrair e manter o usuário envolvido a um perfil. Envolver o interesse e a participação dos usuários requer desde a preocupação com a identidade visual à qualidade do conteúdo da página, uma vez que o visual atrai, mas é a qualidade do conteúdo que mantém o usuário como seguidor da página. Criar conteúdo de qualidade consiste em divulgar informações verdadeiras, interessantes e de preferência exclusivas a quem segue a *fan page*. A partir do momento que o conteúdo lhe desagrade, seja repetido ou contenha erros de escrita, por exemplo, ele não fará mais questão de acompanhar as publicações da *fan page* (p.8).

O ciclo supracitado preocupa-se em detalhar todas as etapas para o alcance do sucesso do *marketing* em mídias sociais: atração de usuários, envolvimento e participação, retenção de usuários, conhecimento das preferências do cliente e fornecimento de informações relevantes.

Figura 1. Um ciclo de etapas fundamentais para o sucesso do *marketing* de mídia social.



Fonte: Hays, Page e Buhalis (2012) *apud* Gonçalves e Mazaro (2013).

Dessa forma, tem-se que as mídias sociais podem ser usadas como ferramentas estratégicas pelo *marketing* turístico, contudo, faz-se necessário um melhor entendimento das mesmas visando obter informações quanto à finalidade de uso e possibilidades de promoção.

Estrutura para análise do uso das mídias sociais expressivas pelos albergues

De acordo com Vincent (2005, p. 275), a sociedade contemporânea pode fazer bom ou mau uso das tecnologias. “Os atos terroristas de 11 de setembro de 2001, o caso IBM, e o uso das câmeras de vídeo e internet para fazer progredir a militância em favor dos direitos humanos são exemplos de que as tecnologias obtêm a finalidade que você as dá”.

Como critérios para análise de bom ou mau uso que os albergues fazem de suas respectivas mídias sociais, utilizou-se o instrumento de coleta de dados criado por Gonçalves



e Mazaro (2013)⁸² para analisar a gestão de mídias sociais das 12 cidades-sede da Copa de 2014, e através destes, fez-se um diagnóstico quanto aos atributos fundamentais para a composição e gestão das mídias sociais por parte dos albergues.

O instrumento elaborado pelas autoras supracitadas contém dois tipos de coleta de dados, cada qual com seus devidos indicadores. “O primeiro, descrito no Quadro 1, aborda a identidade visual e as informações sobre a quantidade de usuários que seguem e falam sobre a *fan Page*” além de propor a mensuração da média de usuários inicial (quantos usuários a página possui no dia de início na pesquisa) e média de usuários final (quantos usuários a página possui no último dia de pesquisa).

O segundo modelo descrito pelas autoras, refere-se à quantificação de dados, tendo como base o conteúdo produzido pelas *fan pages*. Os indicadores se dividem em quatro categorias, sendo eles:

- Quantidade de postagens, subdividido por tipologia e temática;
- Quantidade de curtidas de cada postagem;
- Quantidade de compartilhamentos de cada postagem;
- Quantidade de comentários de cada postagem.

Cada variável supracitada possui subvariáveis, correspondentes à tipologia da postagem, sendo elas: Foto; Vídeo; *Link*; *Post* simples; Post Composto; Arte personalizada (imagens adaptadas por ferramentas de edição, com textos agregados sobre as imagens); Compartilhamento.

Quadro1. Identidade Visual e *Insights*

⁸² Gonçalves e Mazaro (2013), em seu estudo “As mídias sociais como ferramenta estratégica no marketing turístico”, que serviu de referencial base pra o presente trabalho, propuseram uma estrutura de análise que sistematizasse os atributos fundamentais para a composição e gestão das mídias sociais por parte dos destinos (12 cidades-sedes da Copa de 2014), de maneira que analisasse como e com que intensidade as mídias sociais tem sido utilizadas como ferramentas de comunicação com o público e turista. A proposta era “validar a estrutura para que servisse de modelo metodológico para análise do uso das mídias sociais e se concentrasse primeiramente na *fan page* do Facebook, tendo em vista sua destacada posição de liderança em número de usuários e tempo de retenção dos usuários”.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

MÉDIA DE CRESCIMENTO	$(Y-X) / n = ?$ <p>A média de crescimento pode ser medida subtraindo Y (equivalente ao número de usuários/fãs do último dia de pesquisa) de X (equivalente ao número de usuários/fãs do primeiro dia de pesquisa), dividido por n (número de dias de execução da pesquisa).</p>
QUANTOS ESTÃO FALANDO SOBRE ISSO?	
NÚMERO DE USUÁRIOS	O número de usuários falando sobre a página deve ser registrado todos os dias (do primeiro ao último dia de pesquisa), pois traduzirá a taxa média diária mais fielmente.
MÉDIA POR SEMANA	$\Sigma X' / n = ?$ <p>(Somatório do número de pessoas que estão falando sobre a página por dia, dividido pelo número de dias pesquisado).</p>

Quadro1. Identidade Visual e *Insights*

MÉDIA DE CRESCIMENTO	$(Y-X) / n = ?$ A média de crescimento pode ser medida subtraindo Y (equivalente ao número de usuários/fãs do último dia de pesquisa) de X (equivalente ao número de usuários/fãs do primeiro dia de pesquisa), dividido por n (número de dias de execução da pesquisa).
QUANTOS ESTÃO FALANDO SOBRE ISSO?	
NÚMERO DE USUÁRIOS	O número de usuários falando sobre a página deve ser registrado todos os dias (do primeiro ao último dia de pesquisa), pois traduzirá a taxa média diária mais fielmente.
MÉDIA POR SEMANA	$\Sigma X' / n = ?$ (Somatório do número de pessoas que estão falando sobre a página por dia, dividido pelo número de dias pesquisado).
IDENTIDADE VISUAL	
DESIGN	<ul style="list-style-type: none"> • A <i>Fan Page</i> possui logotipo? • Quais cores são utilizadas na identidade visual da página?
CAPA	<ul style="list-style-type: none"> • Quantidade de capas em uso por mês: • Data de publicação da capa atual (em uso): • Data de publicação da última capa publicada: • Quantas curtidas (cada capa): • Quantos compartilhamentos (cada): • Quantos comentários (cada):
FOTO DE PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> • Quantidade por mês: • Data de publicação da foto atual (em uso) do perfil: • Data de publicação da última foto do perfil publicada: • Quantas curtidas (cada capa): • Quantos compartilhamentos (cada): • Quantos comentários (cada):
INSIGHTS	
NÚMERO DE USUÁRIOS	
NÚMERO DE USUÁRIOS (1º dia de pesquisa)	X
NÚMERO DE USUÁRIOS (último dia de pesquisa)	Y

Fonte: GONÇALVES, M. B.; MAZARO. R. M., SP, (2013).

As autoras propuseram ainda, subvariáveis que fazem alusão às temáticas dos *posts*: como atrativos turísticos, bares/restaurantes, datas comemorativas, eventos, informações turísticas e outros.

Após a aplicação do instrumento de coleta de dados e análise dos mesmos, obteve-se uma quantidade relevante de informações sobre as *fan pages* dos albergues estudados, resultando em um melhor conhecimento da demanda real e potencial que estes meios de hospedagem possuem, proporcionando a possibilidade de agregar valor à utilização destas ferramentas pelo marketing turístico. Pois, de acordo com Schegg et al, (2008 *apud* GONÇALVES; MAZARO, 2013), mais prejudicial do que não entender ou não adotar o uso das mídias sociais, é utilizar de tais práticas de forma pobre e improdutivo.

Metodologia

A metodologia do estudo pauta-se em uma abordagem qualiquantitativa, que segundo Michel (2009, p.26), “é considerada qualiquanti pois o estudo quantifica e percentualiza opiniões, submetendo seus resultados a uma análise crítica qualitativa”. Possui caráter bibliográfico, pois analisou os principais artigos e livros da temática levantada. Na busca por artigos em periódicos⁸³ utilizou-se as seguintes palavras-chave: *marketing*, *facebook*, mídias sociais, redes sociais, entre outras. E os autores base do estudo foram: Kotler, Cobra, Gonçalves e Mazaro.

Dentre os procedimentos metodológicos e operacionais da pesquisa, destaca-se: a observação realizada nas *fan pages* dos albergues durante um período de 3 semanas e com auxílio do suporte operacional *Microsoft Excel*, foi feita a tabulação dos dados coletados. Dentre os dados elencados durante a coleta, destacam-se: a logotipo da *fan page*, o número de usuários no primeiro e último dia da pesquisa, além da obtenção da média diária e semanal de pessoas que falam/interagem com a página.

Quanto às limitações do estudo, ressalta-se a demora na obtenção de resposta dos gerentes/proprietários dos albergues para a permissão do uso dos nomes dos respectivos meios de hospedagem. O que dificultou e atrasou o andamento da pesquisa. Salientando que este é o motivo pelo qual o título do trabalho possui as letras “X” e “Y”, como nomes fictícios para proteger a marca e o nome dos empreendimentos pesquisados. Pois conforme salienta Veal (2011, p. 112), os pesquisadores precisam agir segundo o código de ética de pesquisa

⁸³ Fez-se uma busca nos principais periódicos de turismo no Brasil. Como a RBTUR, Turismo em Análise, Turismo: visão e ação, Rosa dos Ventos, e etc.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

que tem como princípios gerais: a não causa de danos aos objetos de pesquisa, a participação voluntária dos indivíduos bem como o consentimento informado e registrado por meio de documento devidamente assinado. Haja vista que mesmo sem danos aparentemente sérios, as pessoas podem ainda assim se sentir ofendidas e tensas quando seus assuntos privados podem se tornam públicos ou são divulgados por terceiros. Há, portanto, uma obrigação do pesquisador de assegurar a confidencialidade dos dados coletados (*idem*, p. 113).

Na segunda parte do estudo, pretende-se realizar a aplicação de questionários aos gerentes de *marketing* dos albergues estudados. Visando responder aos questionamentos centrais que nortearam a pesquisa: Quantos turistas eles conseguem alcançar através das postagens em suas páginas? Quais instrumentos são utilizados para medir o quão efetivo é ou tem sido essa estratégia das *fan pages*? Existe uma forma de contato com o viajante pós *check-out* (analisando sua interação com a página)?

Resultados e Análise Preliminar

Retome-se aqui o objetivo desta pesquisa, a análise do uso que os albergues de Manaus fazem de suas mídias sociais. Como supracitado nos referenciais metodológicos, acima especificados, fora feita observação durante um período de 3 semanas na *fan page* dos albergues. Os dados da Tabela 1 referem-se ao resultado da análise dos *posts* conforme roteiro de Gonçalves e Mazaro.

Tabela 1. Resultado da análise dos *posts*

	ALBERGUE X	ALBERGUE Y	TOTAL
Quantidade de postagens	15	15	30
Quantidade de curtidas	296	270	539
Quantidade de compartilhamento	28	20	48
Quantidade de comentários	10	21	31
Botão de Reserva	Possui	Não possui	-----
<i>Chek-in</i> (estiveram aqui)	599	1447	2036
Avaliações	82	125	207

Fonte: *Fan Pages* dos albergues. Organização: SANTOS, M. L. (2015)

Tanto o Albergue X quanto o Albergue Y realizaram o total de 15 postagens nas 3 semanas em que tiveram suas respectivas páginas observadas. Quanto à interação dos fãs com os albergues somaram-se 539 *likes*, 48 compartilhamentos e 31 comentários. Ressalta-se a inclusão de 3 itens que não constavam no instrumento utilizado no presente estudo. Porém, viu-se a necessidade de acrescentá-los dada a sua importância de medição quanto à interação fãs-página. Os itens são: Botão de reserva, que disponibiliza ao usuário a opção de reservar a estadia no albergue em link incluído na página do *hostel*. Quantidade de *check-ins* realizados no empreendimento, e o item avaliações que permite que os fãs atribuam notas aos meios de hospedagem.

Em referência ao quesito de avaliações, tem-se que o mesmo é de grande relevância para a divulgação das páginas dos meios de hospedagem, uma vez que se atribui certo *status* no mundo virtual àquelas páginas com 5 estrelas e este nível por sua vez atrai mais clientes, uma vez que um albergue com esta avaliação, é um albergue recomendado por muitos.

A Tabela 2 refere-se à divisão dos *posts* por categoria. Aferindo-se destaque às categorias de foto com 7 *posts*, link com 10 *posts* e compartilhamentos com 8 postagens.

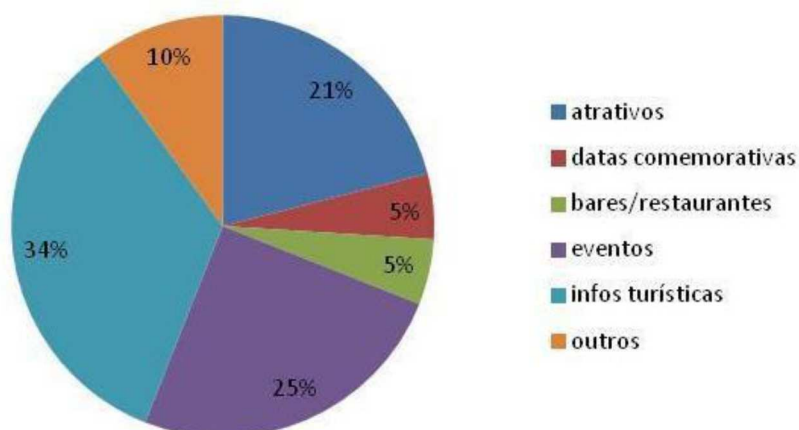
Tabela 2. Divisão dos *posts* por categoria

	ALBERGUE X LOCAL	ALBERGUE Y MAO	TOTAL
Foto	5	2	7
Vídeo	0	1	1
Link	8	2	10
Posts Simples	1	3	4
Posts composto	0	6	6
Arte personalizada	1	1	2
Compartilhamento	5	3	8

Fonte: *Fan Pages* dos albergues. Organização: SANTOS, M. L. (2015)

Após a divisão dos *posts* por categoria, fez-se a separação segundo a tipologia, conforme demonstra Gráfico 1:

Gráfico 1. Divisão de *posts* por tipologia



Fonte: *Fan Pages* dos albergues. Organização: SANTOS, M. L. (2015).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

No gráfico 1, salienta-se o grande número de postagens relacionadas à tipologia eventos e que se justifica pelo fato de o Albergue Y funcionar também como um bar e, portanto, 90% de suas publicações estão direcionadas à temática. Os resultados do estudo revelam a mesma quantidade de postagens no período da análise. O que significa que as duas estratégias estão alcançando o público, apesar de possuírem tipologias diferentes.

Considerações

Vincent (200, p.274), afirma que “[...] obviamente, a internet é acessível a todos os visitantes e, quando cooptada como ferramenta estratégica, pode ser eficiente independente da finalidade”. Na esteira do autor, este estudo buscou realizar uma análise, ainda que parcial, do uso que os albergues da cidade de Manaus fazem de suas mídias sociais expressivas, corroborando com a ideia de eficiência independente da finalidade.

Mesmo em se tratando de resultados preliminares e com a obtenção e análise dos dados ainda em execução, alguns resultados mostram-se relevantes, de forma a permitir um painel acerca do tema estudado. Verificou-se na primeira parte do estudo que as mídias sociais expressivas podem ser utilizadas como ferramentas estratégicas do *marketing* turístico e ajudar empreendimentos de turismo, não só albergues, a conquistarem novos clientes além de manterem os antigos por perto, uma vez que “no *marketing*, não existe fidelização de clientes” (KOTLER, 2006, p. 81).

Ressalta-se que a carência de pesquisas sobre o *marketing*, unindo os albergues e mídias sociais, faz com que este trabalho, pelo seu ineditismo, introduza um debate sobre o tema e contribua para futuras pesquisas, uma vez que são objetos poucos explorados, especialmente na academia. Desta forma, a fim de avançar no entendimento acerca das TIC pelo Turismo, acredita-se que exista a necessidade de continuação deste estudo, pois assim como afirma Thompson (2011, p 9) “o desenvolvimento da mídia transformou a constituição espacial e temporal da vida social, criando novas formas de ação e interação não mais ligadas somente ao compartilhar de um local comum”.

Assim, as consequências dessas transformações causadas pela mídia atingem muitos aspectos de nossa vida, desde os mais íntimos da experiência pessoal à visibilidade que possuímos frente ao domínio público. Com o Turismo não seria diferente, portanto, cabe a



nós, estudiosos dessa área do conhecimento, estudar até que ponto essas mídias influenciam nos sujeitos do Turismo e de que forma elas podem tornar essa experiência positiva e satisfatória.

Referências

AUSTIN, M; AITCHISON, J. **Tem Alguém aí?** As comunicações no século XXI. São Paulo: Nobel, 2006.

COBRA, M. **Marketing de turismo**. São Paulo: Cobra, 2001.

GONÇALVES, M. B; MAZARO, R. M. As mídias sociais como ferramenta estratégica no marketing turístico. *In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO*, 10, 2013, Caxias do Sul.

KOTLER, P. *et al.* **Marketing de Lugares**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

Gestão e Marketing em Corporações Turísticas Memórias: Kotler e a Evolução do Marketing, 2010. Disponível em: <<http://www.portalwebmarketing.com/Marketing>>. Acesso em: 30 mar. 2015, 16:40:26.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

STRASSBURGER, N. C; HOLLEBEN, D. A Qualidade na Prestação de Serviços na Organização Hoteleira. *In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL – CAXIAS DO SUL*, 9, 2008, Caxias do Sul: UCS.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: Uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

TORRES, C. **A bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

VEAL, A. L. **Metodologia de Pesquisa em Lazer e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.

VINCENT, K. **Homens e Máquinas**: como a tecnologia pode revolucionar a vida cotidiana. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

ZARDO, E. F. **Marketing aplicado ao turismo**: ferramentas de marketing para empresas de turismo e destinos turísticos. São Paulo: Roca, 2003.



O Processo de Criação do Camping Municipal de Pelotas, RS

Lauriele Soares Bastiani⁸⁴; Dalila Rosa Hallal⁸⁵
Universidade Federal de Pelotas

Resumo: O presente artigo tem o objetivo de analisar o processo de criação do Camping Municipal de Pelotas. Os campings são conhecidos como “hotéis ao ar livre” com infraestrutura apropriada e são áreas de lazer com contato direto com a natureza. Este trabalho consiste num estudo na perspectiva histórica e basicamente descritivo. O método utilizado foi baseado pesquisa em documentos históricos, principalmente no jornal Diário Popular nos anos de 1980 e 1981 do acervo da Biblioteca Pública de Pelotas. Os resultados deste estudo evidenciam que o camping foi inaugurado em 1981 no Balneário do Prazeres, Pelotas, RS. Oferecia como atrativos principais a existência de rede elétrica e hidráulica, um bar, 600 cabanas, churrasqueiras coletivas, gabinete médico para primeiros socorros, barbearia, mercearia, entre outros.

Palavras-chave: História do Turismo; Camping Municipal de Pelotas; Pelotas, RS.

Introdução

Atualmente as cidades vêm engajando-se num movimento de preservação e resgate do passado das mesmas, o que indica que a forma como a sociedade se relaciona com suas memórias está se alterando. O passado é uma das dimensões mais importantes da singularidade. Materializado na paisagem, preservado em “instituições de memória”, ou ainda vivo na cultura e no cotidiano dos lugares, não é de se estranhar então que seja ele que vem dando o suporte mais sólido à essa procura de diferença. A busca de identidade dos lugares, tão alardeada nos dias de hoje, tem sido fundamentalmente uma busca de raízes, uma busca de passado (ABREU, 1996, p. 02).

Segundo Abreu (1996, p. 04) “O passado das cidades está sendo revalorizado e a preservação/recuperação/restauração do que sobrou das paisagens urbanas anteriores é um objetivo que vem sendo perseguido por inúmeros agentes, destacando-se aí os governos municipais”. A problemática que conduziu a este objeto de estudo resulta da carência de conhecimento sobre a importância histórica deste local. Desse modo, acredita-se na

⁸⁴ Discente do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas.

⁸⁵ Docente do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas.



importância de se contextualizar o início do Camping Municipal de Pelotas, numa perspectiva histórica.

Na França, a prática de campings foi introduzida por uma associação nos anos de 1900 que organizava acampamentos para jovens protestantes. Uma série de atributos morais foi dada ao acampamento, tais como: respeito à Natureza, celebração dos esforços individuais e da solidariedade do grupo, elogio à Natureza, independência, autonomia, senso de responsabilidade e de coletividade. A emergência da prática do camping está associada à ascensão de uma nova burguesia e a exaltação das coletividades dadas pela guerra (Lavenir, 2001). Conforme Lavenir (2001), foi a partir do envolvimento de alguns políticos protestantes com o grupo de acampamento francês que a prática ganhou apoio do poder público e se popularizou na Europa. Em 1914, o governo francês organizou um camping fixo, frequentado por grupos distintos e com interesses diversos no contato com a Natureza.

Com o tempo, especialmente no entre guerras, o camping deixou de ser associado ao isolamento, educação e altruísmo, passando a ser concebido como um “hotel ao ar livre”. Após a Segunda Guerra, a prática do camping adquiriu novas conotações e passou a ser associado com a ruptura de hábitos mundanos, o que permitiria uma espécie de purificação dos “vícios da civilização” e de ascese corporal. (LAVENIR, 2001)

A pesquisa encontra-se em andamento e tem como motivação contribuir, tanto para à história da cidade de Pelotas, quanto para a reflexão do processo de produção desse espaço. Em termos metodológicos, o trabalho configura-se como pesquisa histórica e descritiva. A coleta de dados foi realizada em documentos históricos, em jornais, principalmente no jornal Diário Popular nos anos de 1980 e 1981 do acervo da Biblioteca Pública de Pelotas.

O Camping Municipal de Pelotas no Balneário dos Prazeres

Em Pelotas, até a metade do século XX quem frequentava praias e balneários era a elite local. Dentre os pontos mais apreciados estavam os balneários cassinos uruguaios, e o Balneário Vila Sequeira, como era chamado inicialmente a praia do Cassino. Uma parte dessa elite era composta por familiares, conhecidos e amigos da família Assumpção, herdeira da Estância Nossa Senhora dos Prazeres ou Laranjal situada às margens da Laguna dos Patos. Esse grupo também costumava frequentar, nos finais de semana, a orla lagunar de Pelotas, conhecida como praia do Laranjal, onde a família Assumpção morava em suas grandiosas e aprazíveis sedes das antigas fazendas, que na época fazia parte da área rural do município. (Ruas, 2014)

O hábito começou a ser difundido em setores da população local. Relatos mais detalhados descrevendo o cotidiano vivido na época, publicados nos cadernos Echeverry apontam:

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Com a licença dos proprietários Sr. Arthur e Judith Assumpção, os caravaneiros iam acampar na sua estância, e lá se apanhava sol, ia-se ao banho, sestava-se, liase a sombra do abundante mato, matavam-se cobras, lagartos. [...] Na ida e na volta, a gente geralmente tirava um “peludo”, que se traduz por “ficar com o carro enterrado na areia”. No regresso a cidade, à tardinha, havia o horror de enfrentar a fila de veículos que esperavam a vez de passar na balsa, no histórico rio Pelotas. [...] a odisséia se repetia todos os domingos e feriados” (ECHEVERRY, 1996, s/p).

Surge certa demanda pelas práticas de lazer junto à praia do Laranjal, mesmo esta sendo originária a partir de uma pequena parcela privilegiada da sociedade pelotense que igualmente frequentava praias de mar. Observando que um número bem expressivo de pessoas passou a procurar suas terras para desfrutar de lazer junto à orla da laguna com certa regularidade, o proprietário, empreendedor e homem público (articulado nos núcleos de poder), Antônio Augusto de Assumpção Junior, vislumbrou a possibilidade de lucrar com tal contexto. Assim, buscou converter uma área de produção agrícola secundária em um espaço de exploração econômica, através do setor imobiliário, voltado para o turismo e lazer. (Ruas, 2014)

A ocupação das praias tornou-se um elemento muito importante para o desenvolvimento do turismo enquanto atividade econômica indutora e produtora dos territórios à beira-mar. Conforme Pesavento (1996, p.10) “A vivência da modernidade implica a construção de um imaginário social, correspondendo a representações coletivas da sociedade global, que comporta os desejos, sonhos e utopias de uma época”. Assim, uma das estratégias para a criação dos balneários do Laranjal foi ampliar a demanda de veranistas. Primeiro, difundiu-se entre a sociedade pelotense, o hábito de frequentar praias e de veranejar, com o apoio das notícias jornalísticas que cumpriam o papel de estimular na sociedade esse novo hábito; para tal usava-se uma linguagem que buscava valorizar a propriedade que daria lugar ao futuro balneário do Laranjal (RUAS, 2014).

Dentro desta perspectiva, o empreendedor pretendia não só produzir um espaço de segundas residências para o veraneio e fomentar o turismo para a orla lagunar de Pelotas, mas estimular a formação de uma comunidade balneária dotada com toda a infraestrutura e serviços urbanos, “Vamos possuir em breve, não um balneário apenas, para refúgio dos não menos abastados” (OPINIÃO PÚBLICA, 20.02.1941, s/p)

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Conforme Ruas (2014), o Balneário dos Prazeres foi aprovado em 1960 e localiza-se ao norte dos Balneários Santo Antônio e Valverde, na localidade chamada Barro Duro. Apesar da proximidade entre eles, o Balneário dos Prazeres, apresenta características bem distintas, seja por possuir maior área verde (parte da Mata do Totó), seja pelo perfil socioeconômico e hábitos culturais dos moradores e frequentadores. No que se refere às questões de ordem socioeconômicas, o Balneário dos Prazeres, por ser mais distante do centro e, até mesmo, por estratégias de ações territoriais, é dotado de menos infraestrutura. Seus terrenos possuem um valor menor, por isso é onde residem e veraneiam os segmentos sociais de menor poder aquisitivo, em comparação às outras localidades do bairro Laranjal. Esse balneário, assim como os demais bairros periféricos da cidade, recebe poucos investimentos e serviços por parte do poder público local. (Ruas, 2012)

Esse balneário apresenta a maior concentração de áreas verdes, que correspondem a um fragmento remanescente de vegetação de restinga do Bioma Mata Atlântica, conhecida na localidade como Mata do Totó. Dessa ampla área verde, de 82 hectares apenas 7, onde se localiza o Ecocamping Municipal, como é chamado atualmente, e pertence a Prefeitura. O restante são propriedades particulares.

As terras que deram origem a Vila Residencial Balneário dos Prazeres, faziam parte da Estância Nossa Senhora dos Prazeres, pertencente ao casal Luiz de Assumpção e Amélia Augusta Assumpção de Assumpção. Esse loteamento foi idealizado por Luiz de Assumpção. De acordo com o memorial descritivo, o loteamento teve início em 1953. Por motivos de saúde quem dá continuidade ao empreendimento é seu genro, Dr. José Ottoni Ferreira Xavier. A área foi de 1.412.019 m², incluída, na mesma, a porção ocupada pelo logradouro público. A área a cima foi dividida em 76 quarteirões, de um modo geral retangulares com 1.522 lotes de 13 m de testada por 33 m de fundo, e duas áreas destinadas a clubes de esportes. Nesse balneário, os aspectos naturais não foram considerados na escolha dos sítios a serem loteados. Havia uma ausência na integração com os fatores naturais, disso decorrem hoje parte dos problemas urbanos e ambientais desse balneário (RUAS, 2002, p.148 e 149)

A Lei Ordinária n° 2464 de 27 de abril de 1979, assinada por Arion Ronaldo Ribeiro Louzada, vice-prefeito em Exercício, autoriza doação de imóvel para implantação do Camping Municipal.

O PREFEITO MUNICIPAL DE PELOTAS, Estado do Rio Grande do Sul. Faço saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte Lei:

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Art. 1º Fica o poder Executivo autorizado a fazer doação para a Empresa de Turismo de Pelotas - ETURPEL - de uma área de terras com 7 (sete) hectares, situada à margem da Lagoa dos Patos, no lugar denominado Estância dos Prazeres, no Laranjal, 2º Distrito desta Município, limitando-se ao norte com propriedade de Luiz Virgílio de Assumpção Xavier, por onde mede 250,00m, a leste igualmente com Luiz Virgílio de Assumpção Xavier, por onde mede 257,00m., ao sul mede 310,00m. em divisa com a Lagoa dos Patos e a oeste mede 250,00m. em divisa com propriedade de Aluisio Duarte Cruz, tudo de conformidade com a planta anexa, que fica fazendo parte integrante desta Lei.

Art. 2º O imóvel, objeto da doação, destina-se à implantação do Camping Municipal e reverterá ao patrimônio do Município caso lhe seja dada destinação diversa.

Art. 3º Revogadas as disposições em contrário, esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação (PELOTAS, 1979, s/p).

Assim, em 1979 foi doado o espaço para a implantação do Camping Municipal. O balneário dos Prazeres “reúne por tradição, pessoas de mais baixa renda e geralmente de cor”. (CORREIO DO POVO, 31. 06.1979)

Porém, na segunda metade da década de 1970 uma reportagem já destaca o desejo e a percepção por parte da população local da importância de haver um camping no município. O relato de J. C. Sacco, em 1977, demonstra esse desejo:

Seria maravilhoso se todas as pessoas pudessem viver das emoções de um camping. Não precisa que ele seja muito sofisticado, pois, quanto mais de improvisação vier a exigir de nós tanto mais nos sentiremos renovados e satisfeitos. [...] Pena que o campismo, já tão difundido, não tenha encontrado a receptividade que seria de esperar de todas as autoridades municipais. Pelotas é um triste exemplo dessa realidade. Possuindo todas as condições para instalar um excelente camping às margens da L. dos Patos, até agora mostrou-se totalmente inoperante. [...] Até parece que o assunto camping e Estádio Municipal andam de mãos dadas, trilhando os mesmos caminhos do muito falar e pouco fazer. Nesse particular sobra-nos um consolo – Rio Grande – é uma inveja – S. Lourenço do Sul – para falar apenas naqueles que nos são mais próximos. Ah sim! Sobra-nos, ainda, uma coisa que jamais convém perder: esperança (DIÁRIO POPULAR, 11.01.1977, p. 1.).

Importante retomar que esse não era um fato isolado. Hohlfeldt; Valles (2008) descrevendo sobre as realizações da Secretaria de Turismo entre 1973-1975 descrevem que importante aspecto na gestão de Roberto Eduardo Xavier foram as obras que ocorreram neste período e cita as construções do Parque da Guarita, em Torres; e do Parque do Caracol, em Canela.

A construção de *campings* também assumiu papel de destaque ao longo da primeira metade da década de 1970. *Campings* como o do parque Caracol, em Canela; do

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Guarujá, em Porto Alegre, além dos *campings* de São Lourenço, em São Lourenço do Sul; Marechal Osório, em Tramandaí; e São Francisco de Paula, na cidade que leva o mesmo nome, propiciavam ao turismo gaúcho maior diversidade de inserção turística. A principal obra neste setor foi o Camping

118 Dois pioneiros da comunicação no Rio Grande do Sul: Oswaldo Goidanich, Roberto Eduardo Xavier

Internacional de São Lourenço, inaugurado em fevereiro de 1975. Também conhecido como Camping Internacional da Lagoa dos Patos por estar às margens da lagoa, o local contava com luz elétrica, abastecimento de água potável, rede de esgotos, churrasqueiras, sanitários e um amplo espaço para acampamento, totalizando cinco hectares. Tornou-se o primeiro *camping* com *status* internacional no estado. A Secretaria de Turismo apostava neste investimento, tendo consciência de sua expansão, como alternativa perante o turismo convencional. Pesquisas mostravam que 20 milhões de campistas eram filiados a entidades do ramo. Existiam, ainda, no Rio Grande do Sul, os *campings* projetados, que futuramente iniciariam suas obras, nas cidades de Iraí, Caxias do Sul, Cambará do Sul, Torres, Tramandaí, Cidreira, Camaquã, Caçapava do Sul, Pelotas e Rio Grande. (HOHLFELDT; VALLES, 2008, p.118-119)

Por meio de uma reportagem no Diário Popular foi divulgada a inauguração do “Camping dos Prazeres”, como era chamado na época. O anúncio foi realizado pelo secretário da Cultura, Desporto e Turismo, Barbosa Lessa, e publicado no dia 28 de janeiro de 1981. A inauguração estava marcada para o sábado posterior ao dia em que a reportagem foi publicada.

Barbosa Lessa, além de outras autoridades, abrirá oficialmente a área de lazer, a qual, nesta temporada de veraneio, comportará 250 barracas, das 600 previstas no projeto, destinadas aos campistas da região. O camping conta com a infraestrutura necessária, como redes de água e energia, bar, e um conjunto de churrasqueiras coletivas (DIÁRIO POPULAR, 28. 01.1981. Contracapa).

No dia 31.01.1981 às 11 horas, o então prefeito Irajá Andara Rodrigues entrega a comunidade o “Camping dos Prazeres”. Essas e outras inaugurações integram a programação elaborada pelo Gabinete do Prefeito, visando assinalar a passagem do quarto ano da administração. “O Camping dos Prazeres se constitui em antiga reivindicação dos adeptos ao campismo, não só de Pelotas como de outras cidades, que sentiam a necessidade da cidade possuir uma área específica para esse tipo de veraneio, na praia do Laranjal” (DIÁRIO POPULAR, 31.01.1981. Contracapa).

No dia da inauguração, estavam presentes autoridades locais, o jornal destacou a presença do secretário de Cultura, Desporto e Turismo do Estado, Luis Carlos Barbosa Lessa

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

e representantes do Badesul, financiador da obra. Novamente deixa-se explícito que se trata de uma área de lazer para a época do veraneio. Nessa ocasião, é reforçado no jornal a infraestrutura do local, junto com as comodidades e atrações para os campistas. É explicado alguns detalhes como a localização e o modo que funcionará o atendimento. Sendo a localização entre a Colônia Z-3 e o Balneário dos Prazeres, nome que o camping possui. A obra foi executada pela administração da ETURPel – Empresa de Turismo do Município de Pelotas, em parceria com os financiadores Banco de Desenvolvimento do Estado do Rio Grande do Sul. (Badesul) e Fundo Geral de Turismo (Fungetur).

Após três dias do primeiro anúncio da inauguração desta nova área de lazer, é apresentado um folder, cuja a ênfase foi novamente para a infraestrutura do espaço, desta vez ressaltando a quantidade de hectares (7) e a paisagem existente no local. Exaltando a beleza do verde, o ar puro, o cantar dos pássaros e claro o banho na área do Laranjal, para assim atrair cada vez mais campistas para o local a ser inaugurado. Atrações como serviços diários de compras na cidade eram mencionados junto com comodidades para os campistas, realçando as qualidades do camping. Entre elas são citadas: tanques para lavagem de roupas e louças, banho quente, telefonema para todo o país, barbearia e gabinete médico.

A reportagem que tem como título “O lazer ganha nova dimensão”, assinada pela Empresa de Turismo do Município de Pelotas, ressalta:

Junto a Lagoa dos Patos, entre a Colônia Z-3 e o balneário que lhe deu o nome, surge o Camping dos Prazeres. Sete hectares privilegiados pela natureza, onde o verde, o ar puro, o sol e o cantar dos pássaros emolduram o melhor banho em toda a área do Laranjal. Já na fase inicial, sem a implantação de todos os equipamentos previstos, seus usuários poderão desfrutar de uma infraestrutura que inclui detalhes inéditos em empreendimentos do gênero, como o serviço diários de compras e encomendas na cidade.

Toda a rede elétrica e hidráulica se encontra instalada, proporcionando inclusive banho quente e tanques específicos para a lavagem de roupas e de louças, a par de serviço de lavanderia. Em breve já estará implantada comunicação telefônica com a cidade e o país. Gabinete médico para primeiros socorros, barbearia, bar e mercearia, com refeições e lanches, além de churrasqueiras coletivas, equipadas com fogões agás, encontram-se disponíveis para uso imediato. E, além da área prevista para abrigar 600 barracas, 20 cabanas totalmente mobiliadas, construídas no local, asseguram o conforto de um hotel, em pleno contato com a natureza.

Este é o Camping dos Prazeres, que, a partir de agora, assegura a Pelotas e aos turistas uma nova dimensão de lazer (DIÁRIO POPULAR, 31.01.1981. p. 3).

No entanto, afora a excepcional localização e a proximidade com a Lagoa dos Patos, que permite ótimas condições de banho, o “Camping dos Prazeres” apresenta como

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

inovação, dentro do sistema de veraneio, a construção de cabanas, que serão alugadas por dia, de acordo com o desejo do campista. A administração do Camping estará a cargo da própria Eturpel. Ainda no local do Camping, ao meio dia de hoje todos os convidados estarão participando de uma peixada (DIÁRIO POPULAR, 31.01.1981. Contracapa)

A inauguração oficial foi realizada no dia 31 de janeiro de 1981, porém o camping só foi aberto para a visitação da população no dia 19 de março do mesmo ano, sendo este dia isento de qualquer valor, normalmente era cobrada uma taxa de Cr\$ 50,00 por visitante. Segundo o secretário municipal de Turismo, Mário Holvórcem, a intenção foi proporcionar para comunidade local conhecer o espaço “que é de todos”.

Sábado e domingo próximos, o “Camping do Prazeres” será aberto à visitação pública, sem nenhum ônus, “podendo o pessoal levar a carne e o espeto, pois a churrasqueira nós oferecemos e há muita bebida em nosso bar”, declarou ontem o secretário municipal de Turismo, Mário Antônio Holvórcem, no lançar um convite aos pelotenses para conhecerem o local, “que é de todos” (DIÁRIO POPULAR, 19.03.1981, Contracapa)

Mário Holvórcem ressalta que é importante que “a população conheça e utilize o “Camping dos Prazeres”, um “dos melhores do Brasil”. A área de lazer é nossa, é da comunidade e foi implantada para ela, que deve prestigiar” (DIÁRIO POPULAR, 19.03.1981, Contracapa). Segundo Ruas (2002) como consta em Escritura Pública de Doação, os proprietários doaram para o Serviço Autônomo de Saneamento de Pelotas um terreno, em contrapartida, órgão público teria a responsabilidade de arcar com a distribuição de água potável para o restante do loteamento.

Nesse acordo, o loteador e os futuros herdeiros ficariam isentos de toda e qualquer responsabilidade pelo cumprimento dessas obrigações. Tal fato, por si só, já evidencia a falta de comprometimento e preocupação dos loteadores com o novo espaço de moradias fixas ou temporárias por eles criado. [...] Dos balneários, esse foi o que menos se preocupou com divulgações, pois, para ele, não havia grandes projetos urbanísticos. Isso nos leva a crer que seus loteadores não estavam interessados em investir capitais para promover qualidade do lugar, estando mais empenhados em obter lucros com seus lucros através da venda dos lotes. Os loteadores não estipulavam padrões de residências, tampouco lhes interessava a classe social que estava adquirindo os lotes, porque a demanda por segundas residências já teria sido preenchida pelo balneário Santo Antônio. Uma ampla área de mata que margeia a Laguna nesse balneário foi doada à municipalidade como logradouro público. Esse espaço passou a ser ocupado por veranistas que apenas

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIÁS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

frequentavam a praia sem condições de pagar por um terreno ou aluguel, optando pelo camping, ou por aqueles que não tinham interesse em adquirir uma casa de praia e frequentavam o Balneário dos Prazeres, por este possuir maior beleza natural, sombra e uma água mais confiável. O balneário dos Prazeres, por possuir maior área de matas, sempre foi considerado o mais bonito de todos. No entanto, recebeu menos investimentos com infraestrutura, tanto por parte dos loteadores, quanto pela municipalidade (RUAS, 2002, p. 149).

Atualmente o camping denomina-se Ecocamping Municipal. Ruas (2012) ao analisar o camping destaca que é importante lembrar que o próprio poder público municipal contribuiu significativamente para a degradação ambiental, pois ao criar essa área de lazer, não levou em conta, igualmente, a sua importância ambiental e arqueológica: “O Ecocamping Municipal foi construído em cima de um Sítio Arqueológico Guarani” (DIÁRIO POPULAR, 23.12.2007). De acordo com Ruas (2012, p.84):

Na temporada de veraneio, é para esse balneário que se desloca parte da população dos bairros pobres e afastados da cidade. A maioria desses frequentadores costuma trazer de casa seus lanches e bebidas. Muitos fazem churrasgadas, com a improvisação de churrasqueiras junto às figueiras centenárias, causando a queima de raízes e demais extratos da mata. Na maioria das vezes, deixam seus resíduos nas areias da praia e entranhas das matas, como garrafas pet, sacolas plásticas, vidros, latas etc.

Nesse sentido, constatamos que no Balneário dos Prazeres não havia infraestrutura adequada para a população e foi justamente nesse balneário que foi construído o Camping Municipal. Havia um projeto garantindo infraestrutura adequada para os campistas, incluindo a distribuição de água potável por meio da SANEP, porém a implantação não saiu como o planejado e a infraestrutura necessária não foi efetivada, ainda hoje obras estão incompletas.

Considerações Finais

A fundação do Balneário dos Prazeres, município de Pelotas, Rio Grande do Sul, foi aprovado em 1960, possuindo perfil socioeconômico distinto dos Balneários Santo Antônio e Valverde, todos localizados no Laranjal. O Balneário dos Prazeres é o mais distante do centro da cidade, não foi dotado de infraestrutura e serviços urbanos. O Balneário é um espaço de convivência social, principalmente de pessoas de estratos menos elevados da sociedade pelotense, bem como o Camping dos Prazeres.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A inauguração do “Camping dos Prazeres” ocorreu no dia 31.01.1981 e contou com a presença de muitas autoridades dando destaque para o secretário de Cultura, Desporto e Turismo do Estado, Luis Carlos Barbosa Lessa e representantes do Badesul, financiador da obra. Contudo o camping só foi aberto para a visita da população no dia 19 de março do mesmo ano. A partir de Escritura Pública de Doação, os proprietários doaram para o Serviço Autônomo de Saneamento de Pelotas - SANEP um terreno, em contrapartida, órgão público teria a responsabilidade de arcar com a distribuição de água potável para o Balneário dos Prazeres, transferindo a responsabilidade pela infraestrutura para o SANEP.

O camping é um local destinado para o lazer, principalmente na época de veraneio, e o projeto apresentava uma infraestrutura chamativa para os campistas da região, previa rede elétrica e hidráulica, incluindo um bar, 600 cabanas e churrasqueiras coletivas. As condições de implantação do empreendimento não ocorreram conforme o planejado, pois embora os jornais destaquem que o camping apresentava toda a infraestrutura necessária, na prática não se efetivou, as obras de saneamento e obras viárias ainda hoje estão incompletas, não existindo, por exemplo, banheiros públicos na praia, onde se conclui que nos setores voltados às classes mais baixas a falta de infraestrutura permanece ainda maior.

O Balneário dos Prazeres, na temporada de veraneio, é para onde se desloca parte da população dos bairros pobres e afastados da cidade. Constata-se que havia um interesse do ramo imobiliário e o uso de um discurso bem elaborado de justificativa da construção de um balneário em Pelotas, indicam que o local, estava conectado ao global.

Referências

ETCHEVERRY, J. V. **Laranjal até 1947**. Pelotas: Instituto Histórico e Geográfico de Pelotas, 1996 (Coleção Cadernos de Pelotas V. 1, n.29).

HOHLFELDT, Antonio; VALLES, Rafael Rosinato. Dois pioneiros da comunicação no Rio Grande do Sul: Oswaldo Goidanich, Roberto Eduardo Xavier [recurso eletrônico]. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. 131 p. – (Coleção NUPECC)

LAVENIR, Catherine. “Camper en 1900: De l'ascèse laïque au loisir élégant”. In: **Ethnologie française** 2001, vol. 31, no 4, p. 631-640.

PELOTAS. Leis Municipais. Lei Ordinária 2464/1979. Disponível em:
<<https://leismunicipais.com.br/a/rs/p/pelotas/lei-ordinaria/1979/246/2464/lei-ordinaria-n->

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

2464-1979-autoriza-doacao-de-imovel-para-implantacao-do-camping-municipal.html>.
Acesso em: 10.07.2015

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O Espetáculo da Rua**. 2ª edição. Porto Alegre: UFRGS, 1996.

RUAS, Keli Siqueira et al. **A Orla lagunar de Pelotas-RS: conflitos socioambientais, atores e processos**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2012. Disponível em: <<http://ongcea.eco.br/wp-content/uploads/2014/07/Dissertacao-Keli-Pontal.pdf>>. Acesso em: 07.05.2014.

RUAS, Keli Siqueira. Transformação da Paisagem Lagunar: a Formação dos Balneários de Pelotas-RS. **Revista Discente Expressões Geográficas**. Edição nº 09 (ano IX), p. 11 -31. Florianópolis, Agosto 2014. Disponível em: <http://www.geograficas.cfh.ufsc.br/arquivo/ed09/ed09_art01.pdf>. Acesso em: 18.09.2015.

Turismo e Desenvolvimento no Vila Flores, Porto Alegre, RS: Requalificação Criativa e Colaborativa

Débora Wollmann; Camila Fagundes; Mary Sandra Guerra Ashton
Universidade Feevale

Resumo: Este trabalho tem o objetivo de analisar o processo de requalificação criativa e colaborativa no espaço Vila Flores, em Porto Alegre como fatores de desenvolvimento do turismo. Utilizou-se o método exploratório descritivo numa pesquisa qualitativa através de três entrevistas. O Vila Flores é um espaço diferenciado que passou por uma requalificação com base na criatividade e nas ações colaborativas. Através de eventos, nos quais aspectos da cultural local são valorizados, os visitantes podem trocar experiências diretamente com a comunidade local. Nesse sentido, através das entrevistas, apesar de um número pequeno, 100% dos entrevistados acreditam que o espaço pode ser considerado criativo e colaborativo, principalmente através de características como dinamismo, valorização da cultural local, e interatividade. Por fim, acredita-se que o estudo tem muito ainda a continuar através de um aumento no número de entrevistas e assim coletar mais dados para análise.

Palavras-chave: Turismo; Desenvolvimento; Criatividade; Vila Flores, Porto Alegre, RS.

Introdução

Com o passar dos anos a atividade turística vem se consolidando como uma das mais importantes para a economia de diversos países. A sua prática de forma adequada exige dos destinos turísticos preparação e capacitação de diversos serviços como: hotelaria, agências de viagens, restaurantes, transportes, entre outros. Dessa forma, o turista usufruiu de todos os equipamentos e serviços disponíveis na localidade e contribui para o efeito multiplicador (OLIVEIRA, 2007).

A maior facilidade de informações ocasionada pelos avanços tecnológicos demanda atrativos turísticos com novos perfis e formatos. Observa-se o aumento na busca por espaços que proporcionem interatividade entre o visitante e o local visitado. Nesse contexto, este trabalho buscou no exemplo do complexo arquitetônico Vila Flores, que é um Centro de Cultura, Educação e Negócios Criativos, localizado no bairro Floresta em Porto Alegre, capital do Estado do Rio Grande do Sul. O complexo abriga o trabalho de artistas e

empreendedores criativos e oportuniza um espaço de aprendizado para quem o visita (VILA FLORES [S.D]).

O trabalho em questão tem o objetivo de analisar o processo de requalificação criativa e colaborativa no espaço Vila Flores, em Porto Alegre, como fatores de desenvolvimento do turismo. Para isso, o delineamento metodológico é de caráter descritivo, apresentando como procedimentos técnicos de pesquisa a revisão bibliográfica; documental e pesquisa de campo através de três entrevistas.

Este estudo está estruturado em partes: inicia com a contextualização do tema investigado, seguido pela revisão da literatura, trazendo os autores relevantes e textos atuais no tocante à temática, pelo método onde são especificados os procedimentos metodológicos empregados para a coleta de evidências e seu devido tratamento. Na análise são apresentados os resultados.

Metodologia

Este estudo adotou o método de pesquisa descritiva utilizando a pesquisa bibliográfica e documental para fins de procedimentos técnicos. Além disso, buscou apoio na internet e pesquisa de campo para obtenção dos resultados em conformidade com o objetivo deste trabalho. Segundo Gil (2007), a pesquisa descritiva possibilita a descrição das características de determinada população, o que neste estudo viabilizou, por meio da internet, a descrição do complexo Vila Flores. O uso da pesquisa de campo foi fundamental para aprofundamento e maior proximidade com a realidade do espaço investigado. Nesse sentido, três entrevistas foram realizadas com visitantes do Vila Flores com a finalidade de alcançar o objetivo proposto.

Este estudo inicia com a contextualização da relação entre turismo e desenvolvimento, sua evolução no espaço urbano, utilizando autores como Dias e Aguiar (2002); Cooper *et al* (2001); Oliveira (2007); De La Torre (1994); Barbosa (2005); Rodrigues *et al* (2014); Ashton (2009) e Oliveira e Manso (2010). Em seguida, apresenta as indústrias criativas e a requalificação do espaço urbano, seus novos usos por meio da ação colaborativa e criativa, para então compreender as ações com estas especificidades desenvolvidas no complexo Vila



Flores, em Porto Alegre. Por fim, se buscou a compreensão e a análise dos dados obtidos na pesquisa.

Turismo e desenvolvimento

Considerada uma das atividades mais importantes e de maior expansão na atualidade, o turismo vem se consolidando por trazer uma série de benefícios socioeconômicos aos residentes do local destino e do seu entorno (DIAS e AGUIAR, 2002). A atividade ganhou impulso e vem se desenvolvendo a partir da Revolução Industrial no século XIX. O tempo ocioso, que antes praticamente inexistia, passou a ser organizado e valorizado pelas empresas. Os empregadores viram no ócio um benefício para que o empregado tenha satisfação pessoal, e, assim, refletir na eficiência de seu trabalho desenvolvido na organização.

Entretanto, com relação ao turismo, apenas a partir do século XX é que ele ganhou força no mercado. E o ócio, passou a virar motivo de viagem. Não apenas os empregadores passaram a ver o tempo ocioso como uma oportunidade dos trabalhadores aumentarem sua eficiência, mas os governos passaram a apostar suas reservas no turismo como diferencial econômico, tendo em vista, em muitos casos, a estagnação ou declínio de setores clássicos de alguns países, como a agricultura e o mercado manufatureiro (COOPER *et al*, 2001). Desse modo, na década de 1950 é que a atividade turística evoluiu, “[...] projetando-se como um dos mais importantes setores econômicos do mundo” (OLIVEIRA, 2007, p. 193).

Entre as décadas de 1980 e 1990 se observa maior preocupação perante o crescimento da atividade turística no mundo. Estudos voltados para o turismo foram surgindo com mais intensidade, devido a sua importância social, cultural e econômica. Atualmente, o turismo contribui com cerca de 40% do Produto Interno Bruto (PIB) em países em desenvolvimento. Nos países desenvolvidos esse dado pode chegar a 65% (COOPER *et al*, 2001).

Com mais tempo disponível para as viagens, com o acesso facilitado às informações de diversos destinos devido aos avanços tecnológicos, e, com o advento da globalização, observa-se o crescimento e expansão da atividade turística. Nessa perspectiva, cada vez mais as pessoas buscam no turismo uma forma de aproveitar o tempo livre com atividades mais interativas, que possam proporcionar conhecimentos acerca do espaço visitado. Conforme De La Torre (1992), o turismo tem por objetivo proporcionar ao turista momentos de

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

descontração ligados a um aprendizado particular, bem como a troca social, econômica e, principalmente, cultural entre as partes envolvidas.

Como já comentado, a atividade turística tem sido conhecida como uma das principais fontes de desenvolvimento socioeconômico, isso devido principalmente ao seu crescimento contínuo e rápido, capaz de suportar crises mundiais como ocorreu principalmente na década passada (COOPER *et al.*, 2001). O turismo também é citado entre os responsáveis por produzir efeito direto e indireto na economia mundial.

O turismo tem efeito direto e indireto na economia de uma localidade ou região. Os efeitos diretos são os resultados das despesas realizadas pelos turistas dentro dos próprios equipamentos e de apoio, pelos quais o turista pagou diretamente. Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo. (BARBOSA, 2005, p. 110).

Oliveira (2007) comenta sobre os efeitos multiplicadores do turismo, onde uma série de serviços que estão interligados ao deslocamento de pessoas são afetados. Não apenas um componente será beneficiado, mas sim todos que de alguma maneira contribuem ou tenham alguma ligação para que a atividade turística seja praticada da melhor forma possível. Devido a esse efeito multiplicador do turismo, no qual o turista utiliza equipamentos e serviços disponíveis no destino, tais como atrativos turísticos, agências de viagens, hotéis, restaurantes e transportes, deixando seu dinheiro em troca.

Vale ressaltar que a atividade está entre as quatro principais atividades econômicas, tanto no Brasil, quanto em outros países. Seus benefícios podem ser sentidos de diversas formas, desde geração de emprego e renda, investimentos em infraestrutura coletiva, recuperação de patrimônio histórico-cultural, entre outros (OLIVEIRA, 2007).

É importante destacar que o crescimento do turismo afeta de alguma forma a comunidade local, seja de forma positiva ou negativa. Entretanto, quando se pensa em desenvolvimento do turismo de forma sustentável, o apoio dos residentes é imprescindível. Para tanto, a comunidade local deve ser respeitada nos seus valores, e deve ser inserida no processo turístico juntamente com o poder público, de forma ativa e em todas as fases de planejamento da atividade, pois são os atores e os principais beneficiados (RODRIGUES *et al.*, 2014).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Para que a atividade turística possa continuar crescendo e gerando benefícios para a população residente, é preciso pensar o turismo na sua totalidade, tendo em vista sua grande importância para diversos países. Muitos estudos priorizam os aspectos econômicos da atividade, entretanto, vale ressaltar que além da esfera econômica, aspectos relacionados com o social e o ambiental também precisam ser estudados, pois dessa forma se tem a relação dos três pilares do desenvolvimento sustentável da atividade (BENI, 2006; ASHTON, 2009).

Ambiental – trata-se da principal fonte de matéria-prima dos atrativos turísticos. Social – é abrangente e compreende a comunidade receptora, o patrimônio histórico-cultural e a interação com os visitantes; ao mesmo tempo, eleva o padrão de vida e a autoestima dessa comunidade. Econômico – com todos os inter-relacionamentos e interdependências da cadeia produtiva, permitindo sua articulação, com a identificação correta de suas unidades de produção e de negócios, para estabelecer uma rede de empresas, a fim de atuar de forma integrada, pró-ativa e interativa, obtendo níveis de comparatividade e produtividade para o alcance de competitividade (ASHTON, 2009, p. 75).

Refletir sobre o crescimento do turismo e, dessa forma, da geração de benefícios para todos os envolvidos nas três dimensões: social, econômica e ambiental, é pensar sob o enfoque do conceito de turismo sustentável. Conceito que surgiu após a evolução do desenvolvimento sustentável, difundido principalmente pela Rio92 (Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento), que foi realizada no Rio de Janeiro, em junho de 1992 (OLIVEIRA, MANSO, 2010).

Dessa forma, vale ressaltar que para o desenvolvimento sustentável da atividade turística deve ser considerado o todo, e não se referir, unicamente, a um só aspecto. É preciso otimizar os usos dos recursos naturais de forma a preservar e a conservar a biodiversidade local; respeitar a autenticidade da cultura local, e assegurar atividades no longo prazo para todos os atores envolvidos no processo. Entretanto, sabe-se que para que isso ocorra, exige-se a dedicação e o envolvimento da comunidade no processo de desenvolvimento do turismo.

A requalificação criativa e colaborativa de espaços urbanos no contexto das indústrias criativas

As indústrias criativas surgem no contexto da economia por meio da identificação de um quarto valor econômico, apontado nos anos noventa pelos autores Pine e Gilmore (1999),

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

como a economia da experiência. Segundo Pine e Gilmore (1999) a economia da experiência é identificada por priorizar na oferta, a venda de experiências únicas e emoções memoráveis, além de representar a evolução no setor econômico mundial, que já esteve fundamentado no setor agrícola, industrial e de serviços.

Santos (2009) aborda que as indústrias criativas estão associadas à economia da experiência por produzir valores que não são facilmente mensuráveis e perceptíveis. O que confere uma diferenciação quanto ao modelo de indústrias tradicionais que funcionam como um *input* e não um *output*. A produção *input*, segundo Santos (2009), não se restringe a indústria primária, secundária ou terciária, mas identifica no setor terciário maior afinidade de elementos criativos.

A partir das indústrias criativas, o mundo volta a produção, que anteriormente estava focada em atividades industriais, para atividades que envolvem conhecimento. (BENDASSOLLI, WOOD JR, KIRSCHBAUM e PINA E CUNHA, 2009). Estes autores também descrevem que o elemento central destas indústrias é a criatividade, reconhecida como condição necessária para originar propriedade intelectual. Reis (2008) afirma que as indústrias criativas: “têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que apresentam um potencial para a criação de riqueza e empregos por meio da geração e exploração de propriedade intelectual” (REIS, 2008, p.17).

Desta forma, compreender a criatividade como forma de valor à sociedade, é coerente com o que Santos (2009, p.9) defende: “que as indústrias criativas fazem o trabalho de combinarem criatividade e valor”. Reflete, também, o que Inglehart (1999) aponta no sentido de necessidades básicas da sociedade pós-materialista que anseia por experiências singulares. O autor entende que as pessoas estão em busca de satisfação de necessidades de ordem estética, intelectual, qualidade de vida e envolvimento em processos de tomada de decisão.

Para que as necessidades da sociedade pós-materialista sejam supridas, as indústrias criativas tendem a focar sua produção com base no indivíduo. É por meio do uso da criatividade que muitos conseguem transformar a produção em valor econômico e social (HARTLEY, 2005).

Atividades que tem sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração de

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

propriedade intelectual [...] As indústrias criativas tem por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais) (BENDASSOLLI, WOOD JR, KIRSCHBAUM e PINA E CUNHA, 2009, p.12).

Segundo a publicação do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido (DCMS), as indústrias criativas possuem como essência indivíduos criativos que são responsáveis pelo desenvolvimento de produtos criativos capazes de geração de valor no mercado através do apoio de tecnologias que fazem com que todo processo – produção, promoção e distribuição – sejam viáveis.

No âmbito das cidades, a concentração de indústrias criativas tende a formar *clusters*, entendidos como espaços que oferecem uma diversidade de oportunidades econômicas para pessoas da região, além de condições atrativas para diferentes estilos de vida (WU, 2005). Nestes espaços, há a possibilidade de partilha de informação quanto à produção, compartilhamento de ideias entre a comunidade que produz e o visitante, para mais de atividades que propiciem a troca de experiências por meio de cursos, oficinas, palestras, seminários, entre outras.

Santos (2009) aponta que os *clusters* ao nível das cidades são caracterizados como *clusters* criativos que concentram mais do que um conjunto de indústrias criativas e atividades culturais. Identificou três elementos chave para o desenvolvimento e sustento de um *cluster* criativo, sendo eles produção, consumo e intervenção política.

É a força das relações entre estes três pilares que sustenta os clusters criativos com maior potencial. A ausência de um ou mais destes fatores dificulta ou impossibilita o estabelecimento e crescimento de espaços criativos, e se um dos elementos é demasiado predominante o modelo perde o equilíbrio e os objetivos estratégicos (políticos ou industriais) podem não ser atingidos ou podem ser insustentáveis (SANTOS, 2009, p.39).

A fim de se ter um estabelecimento e crescimento dos espaços criativos é necessário que a produção criativa esteja sustentada no pilar do conhecimento, que é elemento chave das indústrias criativas, centradas quase que totalmente em cidades, modificam o espaço urbano tanto economicamente quanto na questão organizacional, especialmente no que se refere ao consumo (FLORIDA, 2002). Se anteriormente, em outros tipos de indústrias, o consumo se

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

bastava por ele mesmo, hoje, os consumidores estão constantemente em busca de novidades que especialmente agregue valor.

E não somente os consumidores são os que procuram espaços que ofereçam uma atmosfera de conhecimento transmitido pelo uso da criatividade, *clusters* acabam por atrair um crescente fluxo de talentos, indivíduos com boas ideias e competências, que partem do seu ambiente comum para ambientes que oportunizem uma produção criativa. Desta forma, se amplia a ligação de produtos inovadores entre os indivíduos e estende-se o mercado criativo em termos de tamanho (SANTAGANA, 2002).

No que diz respeito às atividades desenvolvidas pelas indústrias criativas, Jaguaribe (2006) expõe que grande parte estão ligadas a música, audiovisual, processos de editoria, entre outras, compreendidas como produção de indústrias de conteúdo. Todavia, uma série de atividades que são baseadas também na criatividade tem sua origem em atividades bastante tradicionais, tais como artesanato e folclore que utilizam da tecnologia para se transformar em produtos e serviços.

O caso Vila Flores: espaço plurifuncional

Localizado no bairro Floresta, em Porto Alegre, capital do Estado do Rio Grande do Sul, o complexo arquitetônico Vila Flores é um Centro de Cultura, Educação e Negócios Criativos. Abrange atividades socioculturais em um espaço composto por três edificações, sendo um edifício de três pavimentos na Rua São Carlos, outro edifício de três pavimentos na Rua Hoffmann, mais um galpão, listadas no Inventário do Patrimônio Cultural de Bens Imóveis do Bairro Floresta, além de um pátio. O complexo abriga o trabalho de artistas e empreendedores criativos e oportuniza um espaço de aprendizado para quem o visita (VILA FLORES [S.D]).

As atividades no complexo iniciaram no ano de 2012 por meio de encontros informais entre moradores do bairro Floresta e um grupo de mais 20 pessoas ligadas ao empreendedorismo criativo. Todavia, o complexo veio a se formalizar como Vila Flores no ano seguinte, 2013, abrangendo a realização de um projeto intitulado Simultaneidade. Esse projeto reuniu em um final de semana mais de 60 artistas envolvidos em atividades de música, cinema, gastronomia, oficinas, workshops e apresentações de teatro (ROLIM, 2014).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A partir de então, o complexo Vila Flores, formado por uma comunidade artística e criativa, passou a disponibilizar por meio da Associação Cultural Vila Flores, responsável pela gestão do espaço e promoção de atividades, uma intensa programação cultural aos moradores e visitantes do bairro Floresta, voltada para a arte e cultura, empreendedorismo, educação e arquitetura e urbanismo, sendo estes os quatro eixos norteadores do projeto.

No campo da arte a cultura são desenvolvidos eventos, feiras, exposições, e apresentações que envolvem música, gastronomia, artes visuais e cênicas, audiovisual, entre outros. No que diz respeito à educação, o Vila Flores promove cursos, oficinas e seminários que oportunizam a troca de conhecimento e experiências. Quanto ao empreendedorismo no complexo, a associação proporciona capacitação para os empreendedores, estimula o contato entre os produtores locais e estimula iniciativas que visam negócios criativos, sociais e colaborativos. E por sua vez, no campo da arquitetura e urbanismo fomenta, atividades que debatem sobre questões urbanas e de projetos para melhoria da cidade (VILA FLORES [S.D]).

Segundo a Gestora Cultural do projeto, Aline Bueno, o espaço Vila Flores foi justamente pensado para oportunizar a troca de experiências entre a comunidade artística e criativa, a fim de promover um sentimento que de alguma forma tocasse, impactasse ou até mesmo transformasse as pessoas que participam de alguma atividade no local ou apenas visitam (YOUTUBE, 2014). Todas as atividades proporcionadas no complexo são organizadas em um calendário mensal e chegam ao público por meio de canais de divulgação do Vila Flores, tais como *site* e página no *facebook*. São disponibilizadas à comunidade local e também às pessoas que, além do interesse em conhecer o complexo, estão interessadas em participar de alguma atividade.

Como projeto arquitetônico, o Vila Flores tem por objetivo revitalizar as edificações que englobam as diferentes atividades desenvolvidas, bem como, fazer do seu espaço uma adaptação para uma demanda que visa a melhoria e manutenção dos patrimônios materiais de Porto Alegre. Para tanto, foi desenvolvido um projeto de restauro do ambiente como um todo, edifícios e espaços de convívio, para um melhor aproveitamento do complexo.

O projeto do restauro prioriza o bom funcionamento das infraestruturas, tais como água, esgoto, energia, entre outros. Mas, além disso, se atém a questão ambiental do espaço

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

em sua totalidade, projetando ações quanto ao aproveitamento da chuva, aquecimento de água por placas solares e armazenamento de águas impróprias para o consumo para posterior utilização em irrigação dos jardins e abastecimento de vasos sanitários (VILA FLORES, [S.D]).

Imagem: Projeto de restauro



Fonte: Vila Flores

De acordo com o projeto, o edifício São Carlos é adaptado para salas comerciais, onde a comunidade artística e criativa utiliza os espaços para produção e comercialização de produtos. O edifício também comporta áreas comuns, como banheiros e copas que são compartilhados entre a comunidade. Por sua vez, o edifício Hoffmann destina-se à habitação dos produtores artísticos locais, e assim como outros edifícios possui um aluguel que varia de acordo com a metragem do apartamento. Já o térreo abriga uma galeria comercial, onde feiras, exposições e apresentações são oportunizadas para visitantes. É no térreo também que se encontra o galpão, que abriga restaurante, sala de exposições e sala de eventos (VILA FLORES, [S.D]).

Para que a viabilização do projeto de restauração do Vila Flores se torne possível, o complexo conta com parceiros que ajudam em diferentes frentes, como por exemplo, a doação



de materiais para construção. Da mesma forma, as atividades desenvolvidas no local acontecem por intermédio de iniciativas de parceiros com a finalidade da promoção do espaço. Segundo a Gestora Cultural do Vila Flores, Aline Bueno, o complexo, que tem essência de um espaço colaborativo e acolhedor, necessita pensar também no entorno, o que envolve a busca por parcerias, que consequentemente garantirão maior longevidade do projeto (YOUTUBE, 2015).

Para além das parcerias, o Vila Flores conta também com voluntários que atuam no planejamento e execução de ações promovidas pela Associação Vila Flores. São destinados a funções específicas dentro do complexo como a organização de um evento, promoção de uma palestra, entre outros. Conforme Aline Bueno, grande maioria dos voluntários são graduandos ou já formados há mais tempo e estão realmente dispostos a se engajar em alguma atividade do Vila (YOUTUBE, 2015).

Outra perspectiva abordada pela Gestora Cultural é a grande procura de artistas e empreendedores criativos que desejam se instalar no complexo. Isso confirma o espaço multifuncional que o Vila Flores se constitui, abrigando diferentes ramos de negócios, tais como, arquitetura, música, teatro, artes visuais, moda. Todos se utilizam da criatividade para criar produtos inovadores (YOUTUBE, 2015).

Requalificação e colaboração

As entrevistas foram realizadas com três visitantes do espaço Vila Flores. Duas do sexo feminino e uma do sexo masculino. Dos três entrevistados, apenas um é residente de Porto Alegre, os outros são moradores do Vale do Rio dos Sinos. Dos motivos pelos quais os visitantes foram ao espaço, dos três entrevistados, dois citaram a participação em atividades como: eventos, feiras, exposições, apresentações, entre outros. O outro entrevistado respondeu à pergunta como “curiosidade de conhecer um espaço criativo”. A participação atualmente e a motivação pelos visitantes, principalmente, se dá pelo fato na participação em eventos promovidos pelo espaço. Eventos como: Conversa com a vizinhança, calçada criativa, eventos em comemoração a São João, foram três eventos citados pelos entrevistados. Guiado por quatro eixos norteadores, o Vila Flores investe na divulgação da arte e da cultura local (VILA FLORES [S.D]).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Denominado de espaço criativo, no qual abrange diversas atividades, o Vila Flores atualmente possui uma agenda corrida de eventos. Os eventos são uma forma de aproximar a cultura local ao visitante interessado em conhecer, e nesse sentido gerar trocas de experiências e conhecimento por parte de todos, proporcionando experiências personalizadas e singulares aos visitantes (VILA FLORES, [S.D]; WU, 2005, BENDASSOLLI, WOOD JR, KIRSCHBAUM e PINA E CUNHA, 2009; PINE, GILMORE, 1999).

Isso também é possível perceber quando os entrevistados são questionados a respeito de características que refletem o Vila Flores como espaço criativo e colaborativo. Os três entrevistados comentaram que interatividade das atividades propostas, valorização da cultura local, dinamismo e conhecimento adquirido ao longo da visita, são as principais características do espaço. Nesse sentido, para todos os entrevistados, o Vila Flores pode ser considerado espaço criativo e colaborativo. Envolver a comunidade local em projetos criativos que possam de alguma forma gerar valor para todos os envolvidos é uma das principais características da indústria criativa (FLORIDA, 2002).

Para Rodrigues *et al* (2014), quando a comunidade local é inserida no processo de desenvolvimento de atividades a fim de promover a cultura e valorização de um espaço específico, isso contribui diretamente para o desenvolvimento da atividade turística. Atualmente, os turistas estão buscando muito mais do que simples destinos, e sim espaços no qual possam praticar o turismo juntamente com um aprendizado personalizado (INGLEHART, 1999). As trocas sociais, econômica e, principalmente culturais, estão entre as principais características e objetivos levantados por De La Torre (1992). Nesse sentido, 100% dos entrevistados responderam que o espaço Vila Flores propicia o desenvolvimento do turismo na capital, pois atividades como eventos, feiras e exposições são grandes motivadoras de deslocamento por parte do turista. Além disso, atrativos turísticos considerados criativos são capazes de atrair um público diferenciado, pessoas criativas e inovadoras que buscam produção criativa. Desta forma, se amplia a ligação de produtos inovadores entre os indivíduos e estende-se o mercado criativo em termos de tamanho (SANTAGANA, 2002).

Através da revitalização do espaço, no qual não se tem perda de características arquitetônicas e assim valorização dos aspectos iniciais de construção, atualmente o Projeto Arquitetônico do Vila Flores planeja uma preocupação complementar a todas já comentadas

ao longo da discussão dos resultados. Além do cultural e social, como um dos pilares para o desenvolvimento sustentável do turismo, o ambiental tem sido também incorporado no espaço. O projeto conta com ações quanto ao aproveitamento da chuva, aquecimento de água por placas solares e armazenamento de águas impróprias para o consumo (VILA FLORES, [S.D]). Acrescentar os aspectos ambientais em um projeto que até o momento vem pensando em valorização de aspectos culturais e históricos da localidade, passa a pensar em aspectos consideráveis sustentáveis na sua totalidade, transformando o ambiente mais competitivo (ASHTON, 2009).

Considerações Finais

Este estudo preliminar teve a oportunidade de levantar aspectos considerados relevantes para o desenvolvimento da atividade turística através de espaços criativos. Como uma proposta diferenciada, o espaço denominado Vila Flores vem investindo em atividades singulares e colaborativas, a fim de promover a cultura local e estimular as trocas de experiências entre comunidade local e visitante.

O objetivo proposto neste estudo de analisar o processo de requalificação criativa e colaborativa no espaço Vila Flores, em Porto Alegre como fatores de desenvolvimento do turismo, foi alcançado por meio do uso de metodologia adequada. A revisão bibliográfica contribuiu para que os conceitos sobre espaços criativos, turismo e desenvolvimento fossem conhecidos. Através da pesquisa documental, foram levantados dados a respeito do espaço Vila Flores. E a pesquisa de campo, as três entrevistas realizadas com os visitantes, colaborou para que as ideias dos autores fossem cruzadas com as características particulares do espaço.

Considerada uma das limitações do estudo, número pequeno de amostragem, mesmo assim foi possível perceber que todos os entrevistados acreditam que o espaço está sendo utilizado de forma adequada para o desenvolvimento do turismo local. Além disso, os entrevistados acreditam que através de atividades como valorização do patrimônio histórico-cultural da comunidade local, e participação em eventos em geral, podem caracterizar o espaço como criativo e colaborativo, no qual os visitantes podem entrar em contato diretamente com os artistas locais.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Por fim, acredita-se que este estudo, ainda em fase inicial, possa servir como subsídio para futuros trabalhos nessa temática. Em sua continuidade, se pretende, ainda realizar entrevistas com o poder público e com os organizadores dos eventos no Vila Flores em complementação a este trabalho.

REFERÊNCIAS

ASHTON, Mary S.G. Sustentabilidade e Turismo: reflexões e perspectivas para o desenvolvimento. In: ZOTTIS, A. M; RUSSO, D. R.; ARAÚJO, M. P. **Sustentabilidade: uma abordagem social**. Feevale: Novo Hamburgo, 2009.

BARBOSA, Fábila Fonseca. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ ou regional. **Revista Caminhos de Geografia**, v. 10, n. 14, p. 107-114, fev. 2005.

BENDASSOLLI, Pedro F; WOOD, Thomaz Jr; KIRSCHBAUM, Charles; PINHA E CUNHA, Miguel. **Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades**. Revista de Administração de Empresas (RAE). São Paulo, 2009. 1. ed. v. 49, p. 10-18.

BENI, Mário. **Política e Planejamento do Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, Rebecca. **Turismo: princípio e prática**. 2.ed, Porto Alegre: Bookman, 2001.

DE LA TORRE, Oscar. **El turismo, fenómeno social**. Ciudad de México: México, Fondo de Cultura Económica, 1992.

DCMS (Department for Culture, Media and Sport). Creative industries mapping document. In: **Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades**. BENDASSOLLI, Pedro F; WOOD, Thomaz Jr; KIRSCHBAUM, Charles; PINHA E CUNHA, Miguel. Revista de Administração de Empresas (RAE). São Paulo, 2009. 1. ed. v. 49, p. 10-18.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues de. **Fundamentos do Turismo**. Campinas: Alínea, 2002.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class**. New York: Basic Books, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HARTLEY, J. **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005.

INGLEHART, R. **Culture shift in advanced industrial society**. Princeton: Princeton University Press, 1999.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

JAGUARIBE, A. **Indústrias criativas**. Disponível em www.portalliberal.com.br. Acesso em: 21.08.2015.

OLIVEIRA, Elton Silva. Impactos socioambientais e econômicos do turismo e as suas repercussões no desenvolvimento local: o caso do Município de Itacaré – Bahia. Interações (Campo Grande) vol.8 n.2 Campo Grande, 2007.

OLIVEIRA, Ermelinda; MANSO, José R. Pires. Turismo sustentável: utopia ou realidade? Tékhnê – Revista de Estudos Politécnicos, v. 8, n. 14, 2010.

PINE, B. J. II; GILMORE, J. H. (1999). The Experience Economy. Harvard Business School Press. Boston, Ma, 1999.

REIS, A. C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

RODRIGUES, Ana Paula; VIEIRA, Isabel; MARQUES, Carlos Peixeira; TEIXEIRA, Mário Sérgio. Apoio da comunidade residente ao desenvolvimento turístico sustentável: um modelo de equações estruturais aplicado a uma cidade histórica do Norte de Portugal. Tourism and Management Studies, v. 10, n. 2, 2014.

ROLIM, Michele. **A mistura cultural da Vila Flores**. Jornal do Comércio [eletrônico], 2014. Disponível em: <http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=177232>. Acesso em: 27.08.15.

SANTOS, A. J. de A. R. dos. **Conceito e importância econômica de Indústrias Criativas com aplicação, em termos de classificação e mensuração, ao caso português**. Faculdade de Engenharia. Universidade do Porto. Dissertação de Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico, 2009.

SANTAGATA, W. **Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth**. International Journal of Urban and Regional Research, v. 26, n.1, p.9-23, 2002.

VILA FLORES. Disponível em: <https://vilaflores.wordpress.com/>. Acesso em: 14.07.2015.

WU, Weiping (2005). “**Dynamic Cities and Creative Clusters**”, World Bank Policy Research Working Paper 3509.

YOUTUBE. **Entrevista Aline Bueno - Vila Flores**, 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0VT6UD99mVQ>. Acesso em: 03.09.15.

Tecendo Relações de Amorosidade. Os Artesãos e sua Comunicação, nas Ruas de Caxias do Sul, como Dispositivo para a Hospitalidade no Turismo

Jennifer Bauer Eme; Prof.^a Dr.^a Maria Luiza Cardinale Baptista
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo analisar as relações de amorosidade na comunicação das tribos urbanas, como dispositivos de hospitalidade para o turismo em Caxias do Sul. O trabalho insere-se na perspectiva contemporânea de ciência, com referencial teórico transdisciplinar, envolvendo as áreas da Comunicação, Turismo e Sociologia, tendo como subsídio a discussão dos conceitos de tribo urbana, amorosidade, hospitalidade e cotidianidade. A orientação metodológica do trabalho é a da pesquisa qualitativa de cunho exploratório, com o desenvolvimento de cartografia de saberes. Destaca-se a importância da construção de uma nova comunicação, capaz de compreender as peculiaridades dos sujeitos que compõem as narrativas que brotam do cotidiano da cidade de Caxias do Sul, a partir da presença dos artesãos de rua no cenário da cidade.

Palavras-chave: Turismo; Comunicação; Tribos Urbanas; Amorosidade; Caxias do Sul, RS.

O cenário da produção: As mãos que tecem

O presente artigo é uma produção decorrente dos estudos que vêm sendo desenvolvidos na interface Comunicação e Turismo, desde o ano de 2013, no AMORCOMTUR! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (UCS-CNPq)⁸⁶. Desses estudos, inclusive, resultou o desenvolvimento da Monografia de conclusão do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, que tem como tema central 'Jornalismo, Amorosidade e Tribos Urbanas' e encontra-se em sua fase final, cujo projeto fora desenvolvido durante o primeiro semestre de 2015.

A relação com o artesanato aproximou a pesquisadora da tribo de artesãos de rua de Caxias do Sul. Essa tribo, juntamente com o grupo de pesquisa (como aproximação com a

⁸⁶ Em um primeiro momento, produzi estudos como voluntária, depois como Bolsista de Iniciação Científica pela Universidade de Caxias do Sul (BIC/UCS) vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, na mesma instituição, entre início do ano de 2014 e início de 2015. Atualmente desenvolvo estudos vinculados ao grupo de pesquisa, novamente como bolsista voluntária.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

iniciação científica), é responsável pelas bases necessárias à construção do Trabalho de Conclusão De Curso. Portanto, o presente trabalho tem como propostas apresentar a inter-relação entre Comunicação e Turismo, mostrando como as duas áreas acabam por influenciar uma a outra, além de compartilharem conceitos, autores e métodos de pesquisa. Trata-se de propor a amorosidade como característica da comunicação entre os sujeitos da tribo urbana, onde o acolhimento acontece simplificadamente, já que a tribo é tratada como um corpo que necessita de todos para continuar pulsando. E, por fim, apresentar aspectos tribais cultivados pelos artesãos, que podem auxiliar na construção de uma proposta epistemológica voltada ao humano e a coletividade.

Então, no presente trabalho a amorosidade é um princípio fundamental para narrar as histórias cotidianas das ruas da cidade, preservando as diferenças e peculiaridades dos sujeitos que participam dessas histórias. “O amor é a emoção que constitui as ações de aceitar o outro como um legítimo outro na convivência. Portanto, amar é abrir um espaço de interações recorrentes com o outro, no qual sua presença é legítima, sem exigências” (Maturana, 1998: 67). Assim, criar um campo de interações que reconhecem os sujeitos da tribo nessa convivência é fazer com que narrativas, contando suas histórias, estejam mais presentes nos meios de comunicação de massa. Além disso, entende-se que disponibilizar essas narrativas é desenvolver e dar visibilidade à arte de rua, o que parece ser interessante no sentido de humanização da cidade e criação de condições mais interessantes para os deslocamentos vários e, claro, também para o turismo.

Socialmente, nota-se a crescente movimentação de sujeitos (imigrantes e migrantes), que aqui é tratado como desterritorialização, no sentido de movimento entre territórios, mas também como viagem cotidiana que é possível fazer ao trabalhar na comunicação ou no turismo. Essa movimentação acontece de uma forma peculiar entre os artesãos de rua, pois a migração, em grupo, significa, para a tribo, um jeito de reinventar os significados dos cenários por onde passam, renovar seu círculo de convívio e de encontrar nova matéria prima.

Os movimentos migratórios no Brasil intensificaram-se entre as décadas de 1960 e 1970 com o êxodo rural, onde as precárias condições econômicas do campo levaram as pessoas a se movimentarem para as cidades, em busca de emprego e melhores perspectivas de vida. Atualmente esse movimento ainda tem força no país, levando muitos sujeitos a saírem

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

de suas regiões e migrarem para outras à procura de oportunidades de crescimento, por meio do trabalho, de uma melhor renda.

O Censo 2010 mostrou que 35,4% da população não residia no município onde nasceu, sendo que 14,5% (26,3 milhões de pessoas) moravam em outro estado. São Paulo (8 milhões de pessoas), Rio de Janeiro (2,1 milhões), Paraná (1,7 milhão) e Goiás (1,6 milhão) acumularam a maior quantidade de pessoas residentes que não nasceram lá. Enquanto isso, Minas Gerais (3,6 milhões de pessoas), Bahia (3,1 milhões), São Paulo (2,4 milhões) e Paraná (2,2 milhões) foram os estados com os maiores volumes de população natural que foi morar em outras unidades da federação (IBGE, 2010).

Assim acontece com a população que vive do artesanato que produz. O nomadismo constitui-se como uma forma dessa migração presente no país. Os artesãos de rua também migram, quando se deslocam de uma cidade para a outra, vendendo seus produtos. O que se nota de diferente é que essa desterritorialização nômade do artesão de rua é diferente da movimentação migratória, de quem procura por melhores condições de vida.

A desterritorialização promovida por essa tribo urbana provoca o que se pode chamar de hibridismo cultural, uma troca de saberes. Esse encontro de diferenças deve acontecer de uma forma acolhedora, que tenha por objetivo integrar os sujeitos de tribo no cenário social da cidade, e não o afastar dela, “o choque entre culturas muito diferentes pode implicar o isolamento dos migrantes, que se fecham em guetos, para se manter firmes em sua identidade ou se proteger de preconceitos” (POLATO, 2009). Nesse caso, se os sujeitos se fecharem em sua tribo terão seu trabalho prejudicado, já que a interação com os moradores da cidade é vital para seu sistema de ‘comércio’.

A construção do presente trabalho parece trazer uma contribuição importante por promover a reflexão de quem é o outro na cidade e de quem é o outro na comunicação e no turismo. O trabalho se propõe, também, a refletir temáticas contemporâneas envolvidas nas relações entre os sujeitos e entre os sujeitos e a cidade como o jornalismo e o turismo.

Em uma cidade com potencial turístico como Caxias do Sul, reconhecida por receber imigrantes desde seu período de construção histórica até os dias atuais. A cidade foi eleita Capital Brasileira da Cultura em 2008, título concedido às cidades que promovem e incentivam ações culturais. No caso de Caxias do Sul, por receber um grande número de pessoas de diversos lugares do país e do mundo, o título deixou claro que a cidade valorizava

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

o seu hibridismo cultural. Em 2014, o tema da Festa Nacional da Uva chamava-se “Na alegria da diversidade”, o que parecia, então, um sinal de que a valorização continuou durante os anos.

De fato, basta caminhar pelas ruas de Caxias para perceber idiomas e sotaques, estilos musicais, vestimentas, cheiros, culinárias e modos de relação com o espaço urbano diferentes. Isso torna Caxias do Sul uma cidade peculiar, com traços marcados da colonização italiana – predominante durante o processo de desenvolvimento da região -, mas atravessada por feixes de culturas vindas de diversos lugares.

É nesse contexto que se encontram os artesãos de rua que se apropriam, principalmente, das calçadas da Avenida Júlio de Castilhos, lugar que dividem com pedestres, vendedores ambulantes e consigo próprios. O estilo de se vestir, a linguagem singular, o sentimento demonstrado de forma diferenciada fez com que os olhos da pesquisadora se voltassem para a tribo de artesão. Aos poucos, foi possível perceber que aquelas pessoas sentadas na calçada e que se ajudam, vivendo como se estivessem em uma pequena comunidade no meio da ‘cidade grande’, podiam dizer mais para uma sociedade complexa vivendo individualmente. Portanto, trazer a perspectiva da construção das narrativas jornalísticas, propondo uma reflexão dessa construção, e juntar a essa perspectiva a relação amorosa que os artesãos de rua têm entre si, colocando isso como importante para o (re)pensar da hospitalidade no turismo, é mostrar como essas áreas, comunicação e turismo, estão entrelaçadas e podem ser pensadas em conjunto.

Companheiros de pesquisa: Os fios da trama

A pesquisa está inserida na perspectiva contemporânea de ciência, trazendo as perspectivas da mutação da ciência, com referencial teórico transdisciplinar, envolvendo as áreas da Comunicação, Turismo e Sociologia, para dar sustentação à discussão dos conceitos de tribo urbana, amorosidade, hospitalidade e cotidianidade. Para que os fios dessa trama sejam costurados na formação da pesquisa, é importante compreender alguns dos autores e seus conceitos que acompanham a pesquisadora, durante o desenvolvimento da pesquisa.

Para apresentar o conceito de tribo urbana, de Michel Maffesoli, é necessário antes trazer o conceito de tribo (no sentido de tribo primitiva) desenvolvido por Sigmund Freud que

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

discorre em seu livro Totem e Tabu sobre as relações entre os sujeitos das tribos aborígenes da Austrália, colocando seus vínculos de parentesco, as definições morais que regem a ordem no clã e a evolução do que continuou a manter a tribo unida: o totem. Apresentando assim o convívio das pessoas nas tribos arcaicas.

O totem é também pode ser visto como um conjunto de leis, que dão forma ao ordenamento social da tribo. As tribos, acreditava Freud, que o desrespeito ou desobediência aos totens era um comportamento grave que merecia uma reação rígida por parte de toda a tribo.

(a) A violação da proibição não é deixada ao que se poderia chamar de punição 'automática' das partes culpadas, como no caso de outras proibições totêmicas, tal como a existente contra a morte do animal totem. É vingada da maneira mais enérgica por todo o clã, como se fosse uma questão de impedir um perigo que ameaça toda a comunidade (...) (FREUD, 1974: 24)

A subjetividade do totem é como a subjetividade da moral, onde ao mesmo tempo em que cada um tem o seu existe uma organização social que faz com que todos estejam resguardados de um pensamento uníssono, correto, imposto já pela própria sociedade (FREUD, 1974).

Partindo para a ideia de tribo urbana, no texto O tempo das tribos, Maffesoli (1998), apresenta a ruptura social entre o mundo moderno e o contemporâneo. Um estudo sobre as tribos urbanas, presentes na sociedade atual, com comparações entre estas e as tribos primitivas, e com o indivíduo da era moderna. A sociedade moderna se rompe aos poucos com a queda do individualismo, “o individualismo é um *bunker* obsoleto, e como tal merece ser abandonado” (Maffesoli, 1998: 14). Segundo o autor, os sujeitos precisam estar em tribo para se sentirem vivos. A sensação de pertença funciona como uma alavanca social extremamente importante para a evolução humana.

Para Maffesoli (1998: 15), essa ruptura pode ser chamada de “paradigma estético no sentido de vivenciar ou de sentir em comum. Com efeito enquanto a lógica individualista se apoia numa identidade separada e fechada sobre si mesma, a pessoa (persona) só existe na relação com o outro”. O autor explica que os processos sociais, religiosos, de vivência e convivência se mostram ainda mais fortes e efetivos com a vida em grupos. As megalópoles

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

trazem ao cenário moderno a divisão de tribos consequência do “agrupamento social” (MAFFESOLI, 1998).

As tribos urbanas são apresentadas no cenário pós-moderno como grupo de vivência partilhada, onde “é sempre em relação ao grupo que se vai determinar a vida social” (MAFFESOLI, 1998: 111). Além disso, o autor nos fala que o indivíduo não pode existir isolado; é preciso estar em comunidade para que a vida faça sentido. Portanto, na representação contemporânea, os artesãos de rua se colocam como uma tribo de contraponto do individualismo e da coletividade, em uma megalópole como Caxias do Sul. Os sujeitos que se colocam como membros de um só corpo, que se propõem a ajudar, tanto quem pertence a tribo, quanto quem solicita ajuda. Esse ato é capaz de romper com a ideia narcisista do indivíduo (MAFFESOLI, 1998).

O conceito de amorosidade desenvolvido Maria Luiza Cardinale Baptista, embasada, principalmente, em Humberto Maturana apresenta, como intrínseca, a ideia de amor, como do “reconhecimento do outro como legítimo outro na convivência” (MATURANA, 1998). Baptista, em seus estudos, atribui ao termo amorosidade o princípio da ética da relação, ideia que podemos aplicar tanto no Jornalismo como no Turismo. A fala de Maturana sobre amorosidade é encontrada nos textos de Maria Luiza Cardinale Baptista, na perspectiva de aplicação do conceito na comunicação e turismo. Baptista (2012; 2013) e Maturana (1998) ressaltam a importância da amorosidade na prática educacional, mostrando que ensinar dessa forma torna o estudante um profissional mais humano, capaz de pensar com respeito no outro.

Para Maturana (1998: 22), “não há ação humana sem uma emoção que a estabeleça como tal e a torne possível como ato”. Logo, as relações humanas constituídas no campo amoroso não negam o outro, e sim o reconhecem na diferença. Para o jornalismo, essa característica tem a relevância por colocar o profissional como alguém que sente o fato respeitando o outro na sua condição de personagem capaz de fazer com que aquele fato seja único, peculiar. Desenvolver e aplicar a ideia de amorosidade no presente trabalho é importante, pois o conceito permite compreender a necessária aproximação entre a sociedade e a tribo, sem ver o outro como ‘o diferente que precisa ser negado’. A amorosidade aparece como linha de costura entre todas as teorias desse trabalho, no sentido de construir as relações sociais.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A ideia de hospitalidade é desenvolvida como componente da prática turística, tornando-se um conceito importante para essa área do conhecimento. A hospitalidade pode ser definida como um fato social que se concretiza no momento do encontro entre sujeitos, encontro em que exista o recebimento de um sujeito por outro sujeito com ética (Camargo, 2008). Trazer o outro para um espaço que não é dele naturalmente, onde ele se sinta à vontade, é uma das premissas da hospitalidade. Está na essência do conceito trabalhar de forma a respeitar o tripé “dar-receber-retribuir” (MAUSS, 2003 apud SANTOS; PERAZZOLO, 2012: 5). A hospitalidade pode ser vista também como uma troca entre sujeitos,

A hospitalidade manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber e retribuir visitas ou presentes entre indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras sociedades e culturas; desse modo, pode ser considerada com a dinâmica do dom. Todas as sociedades têm normas que regulam essas relações de troca entre as pessoas, o que parece demonstrar que, de alguma maneira, elas atendem a uma ou mais necessidades humanas básicas (DENCKER, 2004, p. 189).

O conceito também é trabalhado por Boff (2005: 95), quando este afirma que:

A hospitalidade supõe a superação dos preconceitos e confiança quase ingênua mas indispensável para que a hospitalidade e a convivência sejam verdadeiramente hospitalidade e convivência sem constrangimento [...] a hospitalidade tem que ser incondicional e sem reservas.

O autor refere-se à hospitalidade como um direito e um dever de todos, ao mesmo tempo em que afirma direitos e deveres que todos têm para que a hospitalidade aconteça, de fato, com todos os seus aspectos sociais. Dessa forma, a comunicação e o turismo tornam-se essenciais para a constituição real da hospitalidade, já que, nesses dois campos, tem-se o encontro entre sujeitos. Reconhecer o espaço onde se mora em uma narrativa jornalística é construir no campo da amorosidade e da hospitalidade uma relação com os outros sujeitos que também usam aquele espaço diariamente.

O cotidiano será apresentado no trabalho, partindo dos conceitos encontrados em Michel de Certeau, principalmente em sua obra *A Invenção do Cotidiano*. A importância das maneiras de pensar o cotidiano em Certeau caracteriza-se pelo fato principal de suas

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

pesquisas: ter como base o consumo de ideias, valores e produtos pelo indivíduo socialmente anônimo (Certeau, 1998). Este consumo é responsável pelas mudanças no sujeito pessoal e coletivo, como se ele se apropriasse daquilo que consome. Assim, segundo o autor, a produção de consumo influencia as decisões do sujeito. “Isto é, no consumo dos bens culturais e materiais, existe sempre apropriações e ressignificações imprevisíveis, incontroláveis, modificadoras de pretensões previstas na origem, no planejamento, na idealização das coisas” (Sousa Filho, 2002: 131).

Ao discorrer sobre cultura em relação ao grupo social, o autor fala que “toda a sua cultura se elabora nos termos de relações conflituais ou competitivas entre mais fortes e mais fracos, sem que nenhum espaço, nem legendário ou ritual, possa instalar-se na certeza de neutralidade” (Certeau, 1998: 86).

Ao falar do espaço da cidade, Michel de Certeau destaca a importância do ato de caminhar e como isso se relaciona com o espaço urbano, dizendo que “o ato de caminhar está para o espaço urbano como a enunciação (*o speech act*) está para a língua ou para os enunciados proferidos” [grifo do autor] (Certeau, 1998: 177). O autor afirma que o caminhante carrega consigo o dispositivo de transformação das coisas significantes espaciais, extraindo fragmentos da realidade, nesse caso, urbana, para ressignificá-los de forma subjetiva.

Como uma das características da tribo urbana analisada é o nomadismo, o caminhar como micro movimentação dentro da cidade constitui-se como um dos principais conceitos, a partir do qual a discussão se aproxima de Certeau. A representação simbólica do ‘caminhar’ traz a prática como característica do próprio ser humano. O saber que torna possível o relacionamento do sujeito com o espaço urbano da cidade. Para Certeau (1998, p. 184), as “relações do sentido da caminhada com o sentido das palavras situam duas espécies de movimentos aparentemente contrários, um de exterioridade (caminhar é sair); outro, interior (uma mobilidade sob a estabilidade do significante)”. Então, a prática do caminhar, tanto individualmente quanto em grupo, ao mesmo tempo em que modifica a cidade, pela passagem dos sujeitos, também modifica os sujeitos pela ressignificação os elementos da cidade que cada indivíduo extrai para si.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Sobre comunicação, pode-se destacar como característica intrínseca, a costura de saberes. Por isso, nesse trabalho, trata-se da comunicação como comunicação-trama, conceito que torna clara a interação de sujeitos que se encontram no cotidiano e (com)vivem na formação de uma trama de fios abstratos que formam uma rede de conhecimentos, como se tecessem uma colcha de retalhos.⁸⁷

Este estudo apresenta, então, os conceitos de Jornalismo Amoroso (Baptista, 2012; 2013; 2013) e de Jornalismo Literário (Lima, 1996; 2004). Conceitos que apresentam propostas de um fazer jornalístico que vai além do comercial, ou melhor, que coloque o lado social antes do preço da notícia. Apresentar as narrativas cotidianas sobre como as pessoas veem a cidade é uma forma de apresentar o seu olhar sobre a construção que a cidade tem. O Jornalismo Literário traz a aproximação do jornalismo com a realidade de onde as histórias brotam, pois permite ao jornalista contar sua vivência naquela realidade, sua relação com os sujeitos daquela história. No contexto apresentado pela presente pesquisa o Jornalismo Literário é visto como

Viagem. O jornalismo literário é uma viagem de descoberta pelo território do real, por todos os mundos que constituem aquilo que chamamos que realidade. A literatura do real muda, desenvolvendo-se dinamicamente ao longo do tempo, como tudo o que existe. Nada é estático, apenas nossos olhos aceitam ilusões. Tudo está em movimento. O tempo todo (LIMA, 2004: 436)

A definição trazida por Edvaldo Pereira Lima dá conta do que a comunicação através do jornalismo representa para o âmbito social. Fazer jornalismo é contar a realidade onde se encontra, e o jornalista precisa ter características de um viajante interessado em conhecer o diferente, em estabelecer uma relação com aquilo que ainda não conhece. Lançar-se no real todos os dias traz ao profissional dessa área uma nova forma de ver a realidade da qual ele próprio faz parte e ajuda a construir.

O conceito de turismo passou por muitas transições durante os anos - e ainda não é dado como definitivo. Neste trabalho, o turismo é visto basicamente na sua essência, ou seja, no seu conceito formador, que é o deslocamento de pessoas. A movimentação humana

⁸⁷ É importante deixar claro que existem variados conceitos de comunicação, durante o desenvolvimento da presente pesquisa se fará uso do conceito de comunicação-trama desenvolvido por Maria Luiza Cardinale Baptista, já que esse identifica-se melhor com os demais conceitos abordados pelo trabalho.



constante, e que cresce mais a cada ano, é agora percebida como campo econômico, caracterizando turismo como:

[...] a atividade turística caracteriza-se pelo envolvimento de diferentes setores econômicos, influenciando no desenvolvimento de localidades, na geração e multiplicação de renda, emprego, operando como dinamizador de fluxo de divisas aos demais outros setores, como efeito multiplicador, ao transporte, atividade comercial e empresarial como um todo (SANTOS, 2006, p. 10).

Mas além de desenvolver setores sociais importantes como os citados, a atividade turística, ou Turismo, é capaz de movimentar a subjetividades da cidade encontradas nos sujeitos que habitam o local. Caxias do Sul tem peculiaridades marcadas pela movimentação constante de pessoas. O centro da cidade é palco para o encontro das diferenças que se unem para buscar empregos, estudos, cultura e lazer. O que aconteceu no século passado com a imigração italiana, que precisou se colocar nessa terra com a sua cultura, é percebido ainda hoje com as dezenas de pessoas que chegam à cidade.

Propor um pensar que mantenha conectado comunicação e turismo é importante para as duas áreas do conhecimento, visto que turismo e comunicação são viagens, viagens ao encontro do outro, do desconhecido. O turismo provoca a desterritorialização como movimentação humana, o sujeito se coloca em movimento em busca de encontrar lugares, culturas, modos de agir diferentes do seu. Para a comunicação a viagem é de encontro ao outro, através do texto o comunicador se propõe a apresentar uma outra realidade ao seu leitor, além de se colocar em encontro com ele. A viagem, tanto comunicacional quanto turística, deve respeitar os conceitos de amorosidade e hospitalidade, só assim os viajantes e o seus lugares de encontro serão respeitados e reconhecidos como legítimos pelas diferenças como diz Humberto Maturana (1998).

O tear: Métodos de tecer

A principal metodologia que se usará para o desenvolvimento do trabalho é a pesquisa qualitativa de cunho exploratório. Segundo Flick (2009: 23),

[...] Os aspectos essenciais da pesquisa qualitativa consistem na escolha adequada de métodos e teorias convenientes; no reconhecimento e na análise de diferentes

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

perspectivas; nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de produção de conhecimento; e na variedade de abordagens e métodos.

A pesquisa qualitativa trabalha com as relações, é mais profunda por envolver os significados, as crenças e o cotidiano social. Usado principalmente em pesquisas sociais, o método qualitativo abrange a subjetividade humana, diferenciando-se do método quantitativo. Nesse sentido, “a pesquisa qualitativa é de particular relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas de vida” (FICK, 2009, p. 20). Para a pesquisa social, os aspectos cotidianos, os costumes, a trama abstrata que integra o sujeito é o ponto de partida para a formulação das problemáticas que desencadeiam os estudos. O desenvolvimento dessa trama subjetiva é o que também alimenta a pesquisa.

Para alcançar todos os objetivos propostos pelo trabalho, se contará com métodos que desenvolvam a aproximação da pesquisadora com o objeto de estudo, no caso com o grupo escolhido para a contextualização da análise. Acredita-se que um dos métodos capazes de contemplar os objetivos seja a entrevista em profundidade, já que a entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca recolher informações através de respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte (DUARTE, 2014, p. 62).

Dentre os tipos de entrevista em profundidade, para a presente pesquisa se usará a entrevista semiaberta⁸⁸, desenvolvidas em formato de rodas de conversas. O desenvolvimento das entrevistas em formato de rodas de conversa buscará as seguintes características coletivas que identificam a tribo:

- Vestimenta
- Alimentação
- Músicas
- Rituais religiosos e cotidianos
- Linguagem
- Adereços corporais

⁸⁸ Modelo de entrevista que tem origem em uma matriz, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa (Duarte, 2014: 66).



Outro método de estudo que auxiliará na aproximação com o objeto de estudo é o desenvolvimento do levantamento bibliográfico. Para Stumpf (2014, p. 51), este método pode ser descrito como:

[...] um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico.

Por fim, para a construção do trabalho se utilizará o estudo de caso. Metodologia bastante usada em pesquisas nas Ciências Sociais, é “uma boa maneira de introduzir o pesquisador iniciante nas técnicas de pesquisa ao integrar o uso de um conjunto de ferramentas para levantamento e análise de informações (DUARTE, 2014, p. 215). A análise das informações obtidas por esse método permite aproximar a bibliografia do cotidiano, e muitas vezes aproximar fatos históricos de fenômenos contemporâneos, de forma a atualizar as teorias.

Além dos métodos citados acima, encontra-se presente no trabalho o conceito de Cartografia de Saberes. A Cartografia é uma espécie de estratégia metodológica do trabalho, uma espécie de método guarda-chuva capaz de comportar todos os métodos usados para o desenvolvimento do estudo. Segundo Baptista (2014, p. 344), a Cartografia de saberes é recomendada para pesquisas qualitativas que buscam um a abordagem de profundidade sobre o assunto. Justifica-se o uso da Cartografias de Saberes pelo fato de:

O cenário da ciência transdisciplinar caosmótica exige outro tipo de pesquisa, em termos de operacionalização. Nesse sentido, proponho que o trabalho da pesquisa deve ser iniciado em várias frentes, em várias trilhas investigativas, como venho chamando. O processo de investigação é o de investimento desejante, na busca de conhecimento. Trata-se de uma viagem investigativa em que o pesquisador se reinventa, se re-nova, se re-faz (BAPTISTA, 2014, p. 350).

A Cartografia de Saberes é dividida entre as trilhas investigativas:

- Trilha de Saberes Pessoais;
- Trilha de Saberes Teóricos;
- Trilha Laboratório de Pesquisa.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Desenvolver uma pesquisa através do uso da Cartografia de Saberes é uma forma de constituir um novo pensamento – comunicacional, teórico, científico – em tempos de complexidade e de mutação da ciência.

Vivência partilhada: A arte final

Em fase inicial, o estudo já traz aspectos importantes para as áreas de conhecimento que aqui estão envolvidos. Para o jornalismo, ressalta-se a importância da mudança de paradigma, onde a escrita objetiva vem sendo deixada de lado, sendo trocada por técnicas que levem em consideração as subjetividades das histórias cotidianas. Ainda se percebe que os meios de comunicação tradicionais fazem uso da escrita objetiva tramada para vender os jornais, e não concentrada para cumprir a função social do jornalismo: o ato de comunicar, de tornar algo comum. É preciso lembrar que o jornalista é um contador de histórias, essas histórias fazem parte da realidade onde o próprio repórter está e da qual ele também é construtor.

O nomadismo da tribo urbana que será analisada no trabalho espalha fios de sua cultura por onde esses sujeitos passam, assim a trama decidida nas cidades são modificadas por essa presença. Reconhecer os artesãos de rua como transformadores de realidades é capaz de torná-los agentes ativos de mudanças e de contribuições sociais, turísticas e comunicacionais. A hospitalidade mantida e exercitada pela tribo urbana pode mostrar aos pensadores de conhecimento caminhos por onde esse conceito é capaz de passar e ser aplicado. Na vida de rua é necessário reconhecer o outro que é diferente como legítimo, pois sem estabelecer relações no campo da amorosidade com a cidade e seus moradores os artesãos colocariam sua própria classe em perigo. Assim, a aproximação da pesquisadora com a tribo pela afetivação é a confirmação de que a tribo tem como características a amorosidade e a hospitalidade.

A comunicação dessa tribo tem apresentado nos desenvolvimentos da pesquisa que suas contribuições empíricas são colocadas em prática pelos artesãos, mesmo que esses sujeitos não tenham conhecimentos acadêmicos, agregando os saberes pela própria vivência em e com o grupo. Por fim, tecer um trabalho (a Monografia) como se o mesmo fosse uma produção de artesanato está mostrando à estudante que a pesquisa é um campo subjetivo, de vivências e partilhas individuais com os sujeitos que fazem parte dessa construção. Portanto, o



desenvolvimento de um novo pensar comunicacional e turístico está sendo tramado no presente estudo.

Além disso, escrever narrativas jornalísticas assim como viajar para um lugar desejado é uma forma de costurar saberes e histórias em uma trama que se transforma todos os dias. Nosso cotidiano contemporâneo é autopoiético e mutante, o sujeito contemporâneo vive em no caos, onde encontram-se costuras diferentes de informações e movimentações, por isso, acredita-se, como perspectiva deste trabalho, que tecer narrativas contemporâneas sobre a vida cotidiana partilhada na rua – a partir da tribo – é uma forma de contribuir para o desenvolvimento da hospitalidade no turismo de Caxias do Sul.

Referências

- BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação**. Rosa dos Ventos, v. 6, p. 342-355, 2014.
- BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Afetiv(Ações) do Texto-Trama no Jornalismo: Ensino e produção de textos jornalísticos e científicos, em tempos de caos e midiática**. FORUM DE PROFESSORES DE JORNALISMO. Ponta Grossa, 2013.
- BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Jornalismo Amoroso. Quem quer (a)provar?**. REBEJ – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo. Ponta Grossa, v.1, n.9, p. 93-118, jan. a jun. 2012.
- BOFF, Leonardo. **Virtudes para um outro mundo possível**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. 2 v.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **A pesquisa em hospitalidade**. Revista Hospitalidade. São Paulo, ano V, n. 2, p. 15-51, jul.- dez. 2008.
- CULTURA, Secretaria Municipal da. **Documento do Processo de Discussão do Plano Municipal de Cultura**. Caxias do Sul, 2011. Disponível em: <https://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/conselho_cultura/minuta.pdf> Acesso em 19 set. 2015.
- CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano**. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998-2000. 2 v.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti (Coord.). **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Thomson, 2004. xxvi, 199 p.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. xxiv, 380 p.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. xxiv, 380 p.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. 405 p.

FREUD, Sigmund. **Totem e tabu**: alguns pontos de concordância entre a vida mental dos selvagens e dos neuróticos. Rio de Janeiro: Imago, 1974. 185 p.

IBGE-Instituto. **Vamos conhecer o Brasil. Nosso povo. Migração e deslocamento**. 2010. Disponível em: <<http://7a12.ibge.gov.br/pt/vamos-conhecer-o-brasil/nosso-povo/migracao-e-deslocamento>> Acesso em 28 de jun. 2015.

LIMA, Edvaldo Pereira (Coord.). **Econautas**: ecologia e jornalismo literário avançado. Canoas, RS: Universidade Luterana do Brasil, 1996. 175 p.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. 3.ed. Barueri, SP: Manole, 2004. xviii, 371 p.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense, 1998. 232 p.

MATURANA, Humberto R. **Emoções e linguagem na educação e política**. Belo Horizonte: UFMG, 1998. 103 p.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 20.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. 80 p.

POLATO, Amanda. **Os fluxos migratórios no Brasil**. In: Revista Nova Escola. 2009. Disponível em: <<http://revistaescola.abril.com.br/geografia/pratica-pedagogica/gente-chega-gente-sai-488822.shtml>> Acesso em 28 jun. 2015.

SANTOS, Marcia Maria Cappellano dos; Perazzolo, Olga Araujo. **Hospitalidade numa perspectiva coletiva: o corpo coletivo acolhedor**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 6, p. 3-15, 2012.

SOUSA FILHO, A. **Michel de Certeau**: Fundamentos de uma sociologia do cotidiano. Sociabilidades. São Paulo/SP, v.2, p.129 - 134, 2002. Disponível em: <http://www.cchla.ufrn.br/alipiosousa/index_arquivos/ARTIGOS%20ACADEMICOS/ARTIGOS_PDF/Michel%20de%20Certeau%20-%20fundamentos%20de%20uma%20sociologia%20do%20cotidiano.pdf> Acesso em 25 jun. 2015.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. xxiv, 380 p.

Preservação do Patrimônio Cultural: A utilização do Teatro Amazonas como produto turístico

Alana Patrícia Pires de Oliveira⁸⁹, Ana Rosa Guimarães Proença Bastos⁹⁰,
Edilza Laray de Jesus⁹¹
Universidade do Estado do Amazonas

Resumo: O presente artigo é um desdobramento da Pesquisa de Iniciação Científica financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (FAPEAM) que tem como finalidade trazer para discussão o uso do Patrimônio cultural como atrativo turístico, as razões que podem envolver o tombamento do mesmo e a importância da sua sustentabilidade para a comunidade e para o Turismo. A metodologia da pesquisa pauta-se pela abordagem qualitativa, de método indutivo e de caráter exploratório, tendo a pesquisa bibliográfica em livros, artigos, teses e dissertações que tratam dos temas educação, turismo e patrimônio histórico cultural, a base para a compreensão da temática abordada.

Palavras-chave: Turismo; Patrimônio; Teatro Amazonas; Manaus, AM.

Introdução

O patrimônio cultural é para o homem, um bem, que os identifica e retrata a história de um lugar, e por sua vez todas as transformações espaciais, culturais e sociais ocorridas no

⁸⁹ Acadêmica do Curso de Bacharel em Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA). Membro do Grupo de Pesquisa Turismo e Desenvolvimento Socioambiental na Amazônia. E-mail: alanapires20@gmail.com.

⁹⁰ Acadêmica do Curso de Bacharel em Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA). E-mail: anaaarosag@gmail.com.

⁹¹ Doutora em Educação, Mestre em Educação Ambiental, Licenciada em Geografia. Profa. da Universidade do Estado do Amazonas. Líder do Grupo de Pesquisa Turismo e Desenvolvimento Socioambiental na Amazônia /Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Capes / Ministério da Educação. E-mail: edilzalaray@gmail.com.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

mesmo. Por isso, sua preservação e conservação são necessárias para que o aspecto identitário seja preservado, lembrado e valorizado pelas futuras gerações. A cada dia novos destinos são incorporados à oferta turística, e a crescente busca pelo segmento do Turismo cultural evidencia que os recursos artístico-culturais podem influenciar na escolha por um destino e serem elementos fundamentais na criação do imaginário do consumidor. Por isso, o conhecimento sobre suas raízes culturais é um fator de grande importância para a formação do cidadão, para que este aprenda valores como o respeito a sua cultura e a cultura do próximo, valorização e preservação da mesma, em respeito aos antepassados e as gerações futuras.

Na cidade de Manaus, diversas obras foram iniciadas após o processo de colonização e de europeização da cidade de Manaus e com isso chegou o trabalho escravo. Guimarães (2007) relata que Manaus era conhecida como “Cidade da Borracha” no período de 1890 a 1920. Machado (2010) ressalta que “entre 1890 e 1910, a produção de borracha do Amazonas correspondia a mais de 40% do total mundial, a produção multiplica-se, a exportação chega a se igualar à do café e a economia cresce rapidamente”. Porém com a exploração da borracha a mão de obra existente aqui passou a não ser o suficiente e a migração de nordestinos e de outras partes do Brasil para Manaus em busca de oportunidades de melhoria de vida, foi inevitável. O estado começa a receber migrantes de varias parte do Brasil, mas principalmente do nordeste e em quase 50 anos a população aumenta de 57.610 (Censo de 1872) para 1.439.052 (Censo de 1920) (BENTES, 2005).

A construção de importantes edificações se deu junto com o desenvolvimento da cidade e envolve fatores políticos, econômicos e sociais que estão ligados à cultura e identidade do manauara, que já sofrera mudanças desde a chegada dos europeus (BENTES, 2005). Com isso, a cidade de Manaus ganhou uma importante edificação que veio posteriormente a tornar-se patrimônio cultural e um atrativo turístico da cidade, o Teatro Amazonas, assim, este artigo traz como proposta, um estudo sobre a preservação do Patrimônio Cultural, por que e para quê, um patrimônio é tombado e o uso desse patrimônio pela atividade turística como bem rentável.

O objetivo deste trabalho é colocar em pauta uma discussão sobre o uso do patrimônio cultural como produto da atividade turística e a sensibilização da sociedade em geral para compreensão das consequências que a atividade pode causar sobre o patrimônio histórico, a

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

fim de preservar o patrimônio e identidade cultural. A pesquisa pauta-se pela abordagem qualitativa, de método indutivo e caráter descritivo, tendo a pesquisa bibliográfica em material eletrônico, livros, artigos, teses e dissertações que tratam a respeito do tema.

A escolha do tema deu-se em razão da importância e necessidade de colocar em pauta uma questão muito importante no que tange a preservação do patrimônio cultural: Quais os impactos que a atividade turística pode causar ao patrimônio cultural? O patrimônio é tombado por seu real significado e importância para a sociedade ou para o mercado turístico vendê-lo como produto? Pensando nisso será discorrido neste artigo um pouco sobre a legislação no que concerne ao tombamento de um bem, o patrimônio como objeto do Turismo cultural, o teatro Amazonas como atrativo turístico da cidade de Manaus e os aspectos positivos e negativos do uso do patrimônio cultural pelo turismo.

O Patrimônio Histórico Cultural e sua legislação

O ato do tombamento é uma forma de proteção ao patrimônio cultural, contudo não é a única. Consta no 1º parágrafo do Art.216 da Constituição outras formas de proteção ao Patrimônio como: inventários, registros, vigilância, desapropriação e outros. O tombamento é feito a partir do Decreto-Lei Federal nº 25 de 30 de novembro de 1937, que foi elaborado a partir de um projeto de autoria do poeta modernista, Mário de Andrade.

Ressalta-se que, não existem leis que determinem a desapropriação ou perda da propriedade, apenas limitações quanto ao modo de utilização e modificação do bem. No parágrafo 4º do Art. 216 da Constituição determina a punição por possíveis danos causados ao patrimônio cultural. Pensando-se que o bem tenha valor cultural para a comunidade, os interessados são os indivíduos que compõem o coletivo, ou seja, a população. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação (UNESCO):

Patrimônio Cultural é um conjunto de monumentos, edifícios e sítios que possuam valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico e são passíveis de tombamento, por possuírem elementos que possam representar uma sociedade.

O tombamento é realizado a partir de um processo em que a Administração Pública identifica se o bem em questão possui valor cultural significativo para ser tombado,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

entretanto, em caso de edificações particulares o proprietário tem o direito a contestar e pode apresentar suas razões para a não realização do tombamento.

Figura 1. Exemplo de patrimônio material. Vista panorâmica do Teatro Amazonas.



Fonte: Duarte (2009)

Figura 2. Exemplo de patrimônio imaterial. Saberes e modo de fazer. Objetos de uso cotidiano de diferentes etnias do Amazonas.



Fonte: Duarte (2009)

O tombamento pode ocorrer em escala federal, estadual ou municipal e é realizado pelo poder Público na esfera da administração. Pode ser aplicado à bens como: móveis, imóveis, fotografias, edifícios, prédios, ruas, cidades, florestas, entre outras que possuam alguma representatividade para a memória coletiva. Após o tombamento, o bem é inscrito no Livro do Tombo que abrange quatro categorias (Livro do Tombo Histórico, Livro do Tombo das Artes Aplicadas, Livro do Tombo das Belas Artes e o Livro do Tombo Arqueológico) conforme Decreto-Lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, da Presidência da República.



O Patrimônio Cultural brasileiro é constituído, segundo o Art. 216 da Constituição da República Federativa do Brasil por:

Bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais incluem: as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Pelo Decreto-lei nº 253, de 30 de novembro de 1937, foi criado o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), órgão federal dedicado à preservação do Patrimônio, hoje chamado de Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Sendo o Patrimônio Histórico definido, pelo artigo 1º do como o conjunto de bens móveis e imóveis, de importância pública por sua vinculação a fatos memoráveis da história do país. O tombamento foi um instrumento desenvolvido para impedir a destruição de edificações históricas e sendo elas um **Patrimônio Cultural Material** é inscrito no Livro do Tombo em uma das seguintes categorias: arqueológico, etnográfico e paisagístico, histórico, das belas artes e das artes aplicadas (MAGALHÃES, 2009).

A UNESCO defini como Patrimônio cultural Imaterial as práticas, representações e técnicas e também os instrumentos, objetos, artefato e lugares que lhes são associados e as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos que se reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. (IPHAN, 2008 apud MAGALHÃES et al. 2009, p. 42).

Patrimônio como objeto do turismo cultural

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Neste trabalho entende-se o Turismo Cultural como sendo “todo o turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas algum aspecto da cultura humana” (BARRETTO, 2001, p.19). Esse pensamento também é referendado por Beni (2002, p. 422), que ratifica que o Turismo Cultural “refere-se à afluência de turistas a núcleos receptores que oferecem como produto essencial o legado histórico do homem em distintas épocas, representado a partir do patrimônio e do acervo cultural”.

No que tange ao patrimônio cultural como objeto do Turismo, existem críticas sobre a transformação do patrimônio cultural em bem de consumo, uma vez que a motivação para a sua preservação seria muito mais pela preocupação em mantê-lo no mercado turístico como produto, do que por seu significado para a comunidade local. Assim, a cultura poderia perder sua importância por si só, passando a ser apenas uma forma de agregar valor ao local. O que foge a verdadeira função do tombamento de um patrimônio cultural que é “garantir a preservação dos bens culturais, da memória coletiva e, conseqüentemente, da identidade cultural dos grupos sociais” (GHIRARDELLO e SPISSO, 2008, p.15).

Além disso, o turismo se torna um significativo fator de exploração sobre o patrimônio cultural, e pode trazer danos que são irreversíveis ao patrimônio de um local que por sua vez refletirão de forma direta na vida social e econômica da comunidade podendo ocorrer através dos choques culturais o que se chama de aculturação⁹² que acarretar em perda de importantes traços identitários.

No âmbito do Turismo Cultural, Barretto (2001, p.75) ressalta que, “para que patrimônio e turismo possam ter uma convivência saudável, é necessário que haja planejamento, o que inclui controle permanente e replanejamento”, através de políticas públicas de planejamento ordenação do Turismo. A utilização do patrimônio como atrativo pode ser feita, desde que, seja usufruído tanto pelos visitantes como pela comunidade local, é

⁹² Ullmann (1991 apud Assis 2008, p. 5) definem: A aculturação é o processo de troca e/ou fusão entre culturas. Através do contato prolongado ou permanente, duas ou mais culturas permutam entre si seus valores, conhecimentos, normas, hábitos, costumes, símbolos, enfim, seus traços culturais. Nesse processo, uma cultura se caracteriza como doadora e a outra como receptora, o que não significa dizer que este seja um processo de via única, ou seja, quando em contato, todas as culturas podem sofrer mudanças, pois ocorre aí um processo de influxo recíproco.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

necessário pensar primeiramente no bem da comunidade e no tange aos motivos do tombamento e preservação do patrimônio cultural existente, deve ser primeiramente para preservação da cultura e história da comunidade local, e não visando o lucro com a atividade turística.

Portanto, é importante para o local onde se desenvolve o Turismo cultural a interpretação e compreensão do patrimônio, pois o objetivo das técnicas de interpretação é tornar viva a história e o patrimônio de modo que seja capaz de aproximar e emocionar os turistas. A interpretação pode ser feita de varias maneiras como: uma atividade de entretenimento, peças teatrais, shows de música, exposição das obras de arte, exposição de fotografias originais do local entre outras.

Teatro Amazonas: patrimônio edificado

O Teatro Amazonas é um dos mais importantes símbolos que retrata a história da cidade de Manaus, além de ser o principal teatro da cidade também se tornou um atrativo turístico em razão de seus aspectos arquitetônicos. É aberto para visitação aos turistas e moradores da cidade, sendo que para os residentes nascidos no estado do Amazonas, a entrada é gratuita, devendo apenas apresentar o documento de identidade.

Localiza-se na área do Centro histórico que foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (IPHAN) e anteriormente já havia sido tombado a nível estadual, tornando-se assim um patrimônio cultural material que carrega na trajetória de sua construção um dos períodos mais importantes da história da cidade de Manaus, o período Áureo da Borracha.

Em frente à Praça de São Sebastião encontra-se o Teatro Amazonas que sem dúvida alguma é o símbolo que representa fidedignamente um dos períodos mais importantes da história da cidade de Manaus, o período áureo da borracha. O projeto inicial data do ano de 1881, porém, foi só em 1883 que o Governo do Estado aprovou as plantas apresentadas pelo Gabinete Português de Engenharia e Arquitetura de Lisboa, tendo as obras iniciado no ano seguinte em 1884. A construção do Teatro Amazonas seria em um terreno onde funcionava uma roça próximo ao aterro do Igarapé do Espírito Santo, hoje conhecido como Avenida Eduardo Ribeiro (FUMTUR, 1996).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A responsabilidade das obras ficou a encargo de uma firma italiana chamada na época, Rossi & Irmãos, contudo, o contrato foi desfeito por apresentar irregularidades e atrasos, sendo assim então as obras de construção do Teatro tiveram uma pausa no ano de 1886 sendo retomada apenas no ano de 1893 quando Eduardo Ribeiro assume o Governo. Sendo assim então as obras de construção do Teatro tiveram uma pausa no ano de 1886 sendo retomada apenas no ano de 1893 quando Eduardo Ribeiro assume o Governo.

O Teatro Amazonas foi inaugurado em 31 de dezembro de 1896, ainda em obras, com a apresentação da Companhia Lírica Italiana. No ano de 1966, quando o teatro completou setenta anos de existência, o prédio foi tombado pelo Patrimônio Histórico Nacional. O prédio do teatro passou por quatro grandes reformas estruturais, sendo as duas últimas, um minucioso trabalho de restauro. A primeira reforma aconteceu entre 1926 e 1929, no governo de Ephigênio de Salles, e sua cor original, o cinza, foi substituída pela cor de rosa. Entre os anos de 1959 e 1962, na administração de Gilberto Mestrinho, o teatro passou pela segunda reforma, entretanto, a cor de rosa foi mantido.

Entre 1973 e 1974, na administração estadual de João Walter de Andrade, passou pela sua terceira reforma, sendo a Norberto Odebrecht a construtora responsável pelas obras e nesta reforma, o teatro retomou sua cor original, o cinza. A reinauguração do teatro ocorreu em 17 de janeiro de 1975 e contou com a presença do presidente da República, Ernesto Geisel e teve a apresentação da Orquestra Sinfônica e do Corpo de Baile do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Entre 1987 e 1990, o Teatro Amazonas passou pela quarta reforma realizada pela empresa Comagi, e o prédio voltou a ser pintado de cor de rosa.

VI ENCONTRO

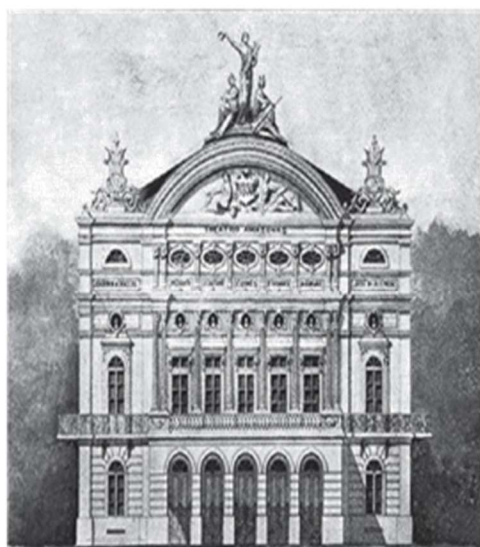
SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

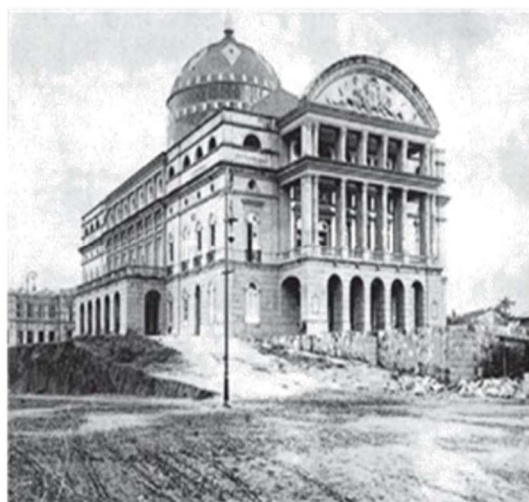
06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Figura 3. Projeto inicial da fachada principal do Teatro Amazonas.



Fonte: The city of Manáos and the country of Rubber Tree, 1893. (DUARTE, 2009)

Figura 4. Teatro Amazonas com as rampas de acesso ainda em obras. Ao fundo o Palácio da Justiça, em construção.



Fonte: Album Descripti vo Amazonico, 1899. Arthur Caccavoni. (DUARTE, 2009).

Em 1996, no ano do Centenário do teatro, houve a apresentação do tenor espanhol José Carreras, acompanhado pela Orquestra Sinfônica Brasileira, conduzida pelo maestro espanhol David Gimenez. Entre 5 e 21 de abril de 1997, o Teatro Amazonas foi palco da realização do I Festival Amazonas de Ópera, evento que faz parte do calendário cultural do Estado até os dias de hoje (DUARTE, 2009).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Figura 5. Salão Nobre do Teatro, pintado e decorado por Domenico de Angelis.



Fonte: Duarte (2009).

Figura 6. Salão de espetáculos do Teatro com o teto pintado por Crispim de Amaral.



Fonte: Duarte (2009).

Atualmente, ainda funciona como teatro (função para qual foi originalmente construído), e existem programações semanais onde, em sua grande maioria, são programações gratuitas abertas ao público, porém, apesar da gratuidade a frequente visita ao teatro por parte moradores da cidade de Manaus não é uma realidade. O que por sua vez acaba transmitindo a visão de que o teatro é um bem para a elite e para os turistas, e isso ocorre por falta de projetos de inclusão e aproximação do morador com o seu patrimônio, uma vez que o que os mesmos não os conhecem.

Aspectos positivos e negativos da atividade turística sobre o patrimônio edificado

A atividade turística, por utilizar-se do espaço geográfico, causa efeito sobre o mesmo, e assim, ocorrem mudanças nesse meio que podem ser positivas e negativas levando em consideração a forma como o turismo acontece. Assim como para a preservação do meio ambiente é necessário o controle e ordenação das atividades com fins lucrativos que envolvem

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

a natureza, também são necessárias medidas de controle do uso do patrimônio cultural pelo turismo, para que não ocorra a degradação do bem pelo turismo de massa vindo assim a causar danos, pois além da importância cultural para a comunidade ao olhar sob a ótica do desenvolvimento sustentável, este setor depende “quase integralmente dos atrativos turísticos e das atividades [...] relacionadas ao ambiente natural e ao patrimônio histórico e cultural de uma área. Caso esses recursos sejam degradados [...] não pode haver futuro para o turismo” (OMT, 2003, p.24).

Swarbrooke (2000) assinala que, o Turismo Sustentável pode funcionar como “formas de turismo que satisfaçam hoje as necessidades dos turistas, da indústria do turismo e das comunidades locais, sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades”. Corroborando assim com a Organização Mundial do Turismo (2003, p.24) que defini Turismo Sustentável como sendo:

O desenvolvimento do turismo sustentável atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em que protege e amplia as oportunidades para o futuro. É visto como um condutor ao gerenciamento de todos os recursos, de tal forma que as necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas sem desprezar a manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas que garantem a vida.

O Turismo Sustentável pode ser definido como uma forma de tentar alcançar o equilíbrio entre o sociocultural e ambiental e suas principais características são o estudo dos danos causados pelo Turismo em ambientes naturais, culturais sociais abrangendo assim estudos sobre o desenvolvimento da comunidade; a infraestrutura básica, sendo também um benefício para a população local e também a administração dos impactos do turismo, desenvolvimento de métodos confiáveis para a obtenção de respostas e por sua vez, soluções.

Uma das formas mais eficientes segundo Oliveira é a delimitação de uma capacidade de carga, que se baseia nas mudanças ambientais, sociais ou culturais. O autor ressalta que “o uso de indicadores para medir ou monitorar as transformações no meio ambiente é o componente-chave para o estudo da capacidade ambiental” (OLIVEIRA, 2003, p.21), e



possibilita a coleta de dados para avaliações para que assim sejam tomadas medidas capazes de causar mudanças significativas.

Assim, para que o Turismo cultural seja benéfico para uma comunidade é necessário que a mesma esteja inserida nas tomadas de decisões e perceba a atividade turística como algo que além que gerar o desenvolvimento econômico local também colabore para o fortalecimento do elo entre local e morador e assim contribua também para o processo de sensibilização a respeito do uso do patrimônio cultural como bem de consumo rentável.

Considerações finais

Infere-se que o morador da cidade de Manaus percebe o Turismo como algo distante de sua realidade, como algo elitizado e não participa do processo de desenvolvimento da atividade turística ativamente. O patrimônio material criado num contexto de exploração da borracha e concomitante morte compulsória de nordestinos embrenhados na floresta amazônica, têm consequências históricas para um possível sentimento de repulsa, não apenas ao Turismo e aos turistas, mas ao patrimônio que é (ou deveria ser) do povo, tanto no aspecto identitário quando de apropriação dos espaços para usufruto. Logo, nota-se que o Teatro Amazonas (patrimônio cultural da cidade de Manaus) tem sido um bem utilizado muito mais como produto para o turismo do que para os moradores da cidade. Percebe-se a ausência de projetos e campanhas de divulgação das programações que acontecem semanalmente no teatro para que a população prestigie as apresentações que muita das vezes são de artistas locais.

Recentemente, Manaus ganhou três novos patrimônios culturais⁹³, tombados a partir de um Projeto Lei, criado pelo deputado Bosco Saraiva. Este acontecimento tem provocado discussões a respeito dos tramites utilizados e das reais razões para o tombamento dos mesmos, questionando-se assim que o tombo poderá ter ocorrido para a obtenção de status (promoção dos bares, uma vez que agora são considerados patrimônios culturais imateriais do estado) e regalias como a isenção de impostos ferindo assim o real propósito do ato de tombamento como foi discutido neste artigo. Portanto, considera-se o estudo importante, pois,

⁹³ Disponível em: <http://www.ale.am.gov.br/2015/08/21/bosco-saraiva-descerra-placa-comemorativa-do-tombamento-do-bar-do-caldeira>. Acesso em: 29 SET 2015.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

possibilitou uma análise sobre a responsabilidade que está sobre o Turismo em preservar os patrimônios culturais dos quais se apropriam tornando-os atrativos rentáveis, uma vez que, antes de serem um atrativo turístico o patrimônio cultural é uma herança pertencente à comunidade local que deve ser preservado para que não se percam valores culturais e traços identitários afim de conservá-los e valorizá-los.

Referências

ASSIS, Cássia Lobão; NEPOMUCENO, Cristiane Maria. **Estudos contemporâneos de cultura**. Campina Grande: UEPB/UFRN, 2008.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**. 2.ed. Campinas: Papyrus, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 7.ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.

BENTES, Dorinethe dos Santos; ROLIM, Amarildo Rodrigues. **O Amazonas no Brasil e no mundo**. Manaus: Mens'sana, 2005.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: Orientações Básicas**. 3 ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

DUARTE, Durango Martins. **Manaus entre o passado e o presente**. Manaus: Ed. Mídia Ponto Comm, 2009.

FUMTUR, Municipal de Turismo. **Caminhando por Manaus**. Manaus, 1996.

GHIRARDELLO, Nilson e SPISSO, Beatriz. **Patrimônio histórico: como e por que preservar**. Bauru, SP: Canal 6, 2008.

GUIMARÃES, Márcia Raquel Cavalcante. A paisagem urbana como um diferencial no Turismo em Manaus: **uma análise da avenida Sete de Setembro**. Dissertação de mestrado. Universidade do Estado do vale do Itajaí – UNIVALI, 2009.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL-IPHAN/MiC.
Os Sambas, As Rodas, Os Bumbás, Os Meus e Os Bois: Princípios, ações e resultados da política de salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil 2003-2010. 2. ed. Brasília: IPHAN, 2010.

MAGALHÃES, Leandro Henrique; BRANCO, Patrícia Martins castelo; Zanon, Elisa Roberta. **Educação Patrimonial:** da teoria a prática. Londrina- PR: UniFil, 2009.

OLIVEIRA, Fernando Vicente. **Capacidade de carga nas cidades históricas.** Campinas: Papirus, 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável.** Porto Alegre: Bookman, 2003.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável:** conceitos e impacto ambiental, vol.1. São Paulo, Aleph: 2000.

As Funções do Plano Diretor Aplicadas ao Planejamento Urbano para o Turismo

Filipe Rossato Silva, Renata Maria Ribeiro
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Campus Rosana

Resumo: A atividade turística vem se tornando a cada dia um trampolim para o desenvolvimento em seus diversos níveis, seja social, econômico, cultural ou ambiental. Este trabalho objetiva provocar um debate a respeito da importância do plano diretor municipal para o ato de planejar o turismo. O plano diretor é um importante instrumento de ordenação e zoneamento de território; ele pode contribuir de maneira bastante efetiva no planejamento urbano e mais especificamente no planejamento do turismo. As políticas públicas entram de maneira paralela no debate destes temas, visto que estas podem intervir no cenário urbano e no turismo. Todas essas temáticas são abordadas neste trabalho, que teve como metodologia a exploração bibliográfica e documental. Posteriormente á estas discussões teóricas se faz uma breve explanação a respeito da atual situação das Estâncias de Turismo do Estado de São Paulo.

Palavras-chave: Turismo; Planejamento Turístico; Planejamento Urbano; Plano Diretor.

Introdução

Partindo da prerrogativa de que o turismo deve ser acessível a todos, as políticas públicas trazem a possibilidade de efetivar estratégias e práticas que incluam o direito ao lazer, ao descanso e ao tempo livre de uma forma geral. Na atividade turística não é diferente, estes elementos são direitos fundamentais do ser humano e devem ser garantidos por meio das políticas públicas. Em paralelo aos preceitos e princípios das políticas têm-se o planejamento. “Planejamento é o processo intencional em que se definem metas e se elaboram políticas para implementá-las” (CULLINGSWORTH apud HALL, 2001, p. 26). Portanto, vê-se que planejamento e políticas são elementos que estão estritamente relacionados.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Quando o assunto é planejar, pode-se dizer que atualmente esta palavra entra em destaque quando se trata de organizar, ordenar e otimizar ou até mesmo prever ou antecipar; na verdade estes são um dos vários sinônimos que se pode relacionar ao planejamento. Desta maneira, o ato de planejar acaba sendo de uso cotidiano, principalmente dentre as empresas. Segundo Chiavenato (2003, p.167), “o planejamento se configura como primeira função administrativa, por ser aquela que serve de base para as demais funções”. Além disso, Molina (2005, p. 45) complementa dizendo que “o planejamento consiste em estabelecer um curso de ações que conduza à obtenção de uma situação desejada, mediante um esforço constante, coerente, organizado, sistemático e generalizado”.

Deve-se levar em consideração que é importante determinar um ponto ideal para orientar as mudanças e possibilidades que o processo de planejamento estabelece; e dentre uma série de finalidades, deverá se destacar um como objetivo fundamental – ponto central que será a missão do planejamento (BRAGA, 2007). Vê-se que o planejamento envolve a capacidade de antecipar um cenário, determinando um objetivo central que se visa alcançar; fazendo escolhas de acordo com o que é proposto e idealizando o como, quando e onde atuar para assim moldar certo panorama.

Uma questão importante a se destacar é a de que “o planejamento é um processo contínuo e renovável, ele ocorre no período presente, resultante de um aprofundado estudo da realidade, com o intuito de ordenar ações que acontecerão em um momento futuro” (BRAGA, 2007, p.2). O processo de planejamento é dinâmico e deve conter em si um caráter de continuidade, onde se poderão traçar novos objetivos a partir de novas necessidades para compor novos cenários.

Trazendo para o contexto urbano, o planejamento deve integrar os mais diversos fatores que irão se relacionar com ele. Este processo acaba envolvendo um gama de variáveis que devem ser pensadas minuciosamente para se obter um resultado integro e de qualidade. No planejamento urbano, a pergunta que se faz é - Por onde começar? Um bom start é partir da concepção de que “a cidade boa para o turista seria aquela que é boa para os seus cidadãos. Cidades assim constituídas também desenvolvem a hospitalidade no receber como uma extensão de seu cotidiano” (GASTAL; MOECOSH, 2007, p.16).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Quando se trata de gestão municipal “o governo vai se tornar peça-chave no processo de desenvolvimento urbano, usando seu poder para instituir normas que visam ao controle desse desenvolvimento em maior ou menor escala (HAYLLAR et al, 2011, p.116). Embora a gestão pública seja de fato uma peça importante no planejamento, deve-se lembrar que existem outros nichos que também devem compor o ato de planejar/executar a favor do desenvolvimento, podendo citar organizações privadas, associações, ONGs, dentre outros.

Para justificar este trabalho, parte-se da seguinte problemática: os municípios não dão a devida atenção ao plano diretor municipal, que é um importante instrumento do planejamento urbano; especificamente quando se fala do turismo. Dessa forma, cabe questionar e discutir as premissas do planejamento e principalmente das políticas - públicas.

O objetivo central do trabalho é debater a importância do plano diretor municipal para o desenvolvimento da atividade turística, e conseqüentemente melhorar a qualidade das gestões municipais. Será uma pesquisa bibliográfica e documental com condição exploratória; para Schülter (2007, p. 72), “a função principal do projeto exploratório consiste em descobrir novas ideias e novas perspectivas”. A pesquisa bibliográfica é “desenvolvida a partir de material já elaborado: livros e artigos científicos. [...] A pesquisa bibliográfica permite grau de amplitude maior, economia de tempo e possibilita o levantamento de dados” (DENCKER, 2007, p. 152). Após a revisão bibliográfica tem-se uma breve contextualização referente às Estâncias Turísticas do Estado de São Paulo com o intuito de aplicar o que foi discorrido no trabalho.

As políticas públicas

O tema da política compõe um todo bastante complexo. E, além disso, existem outras terminologias que acercam este contexto e inclusive se inter-relacionam. Para melhor definição e compreensão, faz-se necessário distinguir **políticas** de **política**. Abaixo se apresenta dois autores que diferenciam esses dois termos:

De acordo com Beni (2006, p.91), “políticas são orientações específicas [...] Numa visão bem simplista, elas procuram maximizar os benefícios e minimizar os possíveis efeitos adversos, e como tal, fazem parte do desenvolvimento planejado de uma região ou país”, já a política “é um curso de ação calculado para alcançar objetivos, ou seja, direções gerais para o



planejamento e a gestão do turismo baseadas em necessidades identificadas dentro de restrições de mercado e de recursos” (Idem).

Para Hall (2001, p. 26), as políticas “preocupam-se em compreender e explicar a substancia do conteúdo e das decisões políticas e a forma pela qual essas decisões são tomadas”, já a política é “a estrutura ou a confluência dos valores e do comportamento que envolvem uma ordem governamental” (Idem). Por conseguinte, pode-se conceituar políticas públicas como “ações, metas e planos que os governos (nacionais, estaduais ou municipais) traçam para alcançar o bem-estar da sociedade e o interesse público” (SEBRAE, 2008, p.5).

Outro conceito mais completo que Gastal e Moesch (2007, p.39- 40) apontam é que:

[...] políticas públicas seriam as intervenções realizadas pelo poder público, instituições civis, entidades privadas e grupos comunitários, com o objetivo de atender a população nas suas necessidades materiais e simbólicas, garantindo acesso às mesmas, para que seja alcançada maior e melhor qualidade de vida não só para os grupos hegemônicos, mas também, em especial – para os excluídos.

As questões relacionadas ao bem-estar e assuntos relacionados à sociedade, é traçado e posto em prática pelo governo por meio da gestão pública e mais especificamente das políticas públicas. As demandas da população, seja em âmbito federal/estadual/municipal, devem ser atendidas de forma a contemplar resultados efetivos e concretos. As políticas públicas, dessa forma, devem funcionar como um conjunto de propostas de intervenções multisetoriais que busque atender as demandas dos cidadãos. E, além disso, devem ser diretas e pontuais.

Afunilando a discussão, “uma política pública de Turismo deve ter como concepção o Turismo como um sistema aberto, orgânico e complexo que se coloque como atividade multisetorial, cuja execução deve, necessariamente, incorporar visões multidisciplinares, multiculturais e multisociais” (GASTAL; MOESCH, 2007, p.45).

O Plano Diretor

O plano diretor municipal é o instrumento de planejamento que norteia entre outras atividades, o desenvolvimento do turismo nos municípios. Não há desenvolvimento adequado



se sua proposta de execução não estiver em consonância com a prática. Para Villaça (1999, p.238), o plano diretor

[...] seria um plano que, a partir de um diagnóstico científico da realidade física, social, econômica, política e administrativa da cidade, do município e de sua região, apresentaria um conjunto de propostas para o futuro desenvolvimento socioeconômico e futura organização espacial dos usos do solo urbano, das redes de infraestrutura e de elementos fundamentais da estrutura urbana, para a cidade e para o município, propostas estas definidas para curto, médio e longo prazos, e aprovadas por lei municipal.

Para o Estatuto da Cidade - Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001, artigo 39, o plano diretor faz “exigências fundamentais de ordenação da cidade [...], assegurando o atendimento das necessidades dos cidadãos quanto à qualidade de vida, à justiça social e ao desenvolvimento das atividades econômicas”. O Estatuto da Cidade prevê no Artigo 42 que um Plano Diretor Municipal deve conter no mínimo:

I – a delimitação das áreas urbanas onde poderá ser aplicado o parcelamento, edificação ou utilização compulsória, considerando a existência de infraestrutura e de demanda para utilização, na forma do art. 5º desta lei;

II – disposições requeridas pelos arts. 25, 28, 29, 32 e 35 desta lei; III – sistema de acompanhamento e controle.

Além disso, os planos diretores municipais são respaldados pela Constituição Federal de 1988, e aponta que é um instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana. Além disso, é obrigatório para municípios com população superior a 20 mil habitantes e deve ser revisto em um período de no máximo 10 anos.

Figura 1. Estrutura de atuação do plano diretor



Fonte: Silva Júnior, Passos, 2006.

Para Silva Júnior e Passos, o objetivo é garantir o desenvolvimento das funções econômicas, sociais e ambientais do município, gerando um ambiente de inclusão socioeconômica de todos os cidadãos e de respeito ao meio ambiente. E inclusive traduzir os anseios de todos os cidadãos sobre o desenvolvimento municipal.

De acordo com Rezende (2007 p. 257), “o plano diretor municipal (PDM) e o planejamento estratégico municipal (PEM) são instrumentos de planejamento e gestão de municípios e prefeituras, considerados, atualmente, de importância inquestionável”. No entanto, “a inexistência do plano diretor, na prática, tem facilitado muito a enorme confusão que hoje reina em torno do seu conceito” (VILLAÇA, 1999, p. 238). Por outro lado, o plano diretor também enfrenta uma série de dilemas. Segundo Villaça (1999, p. 243), “é quase que totalmente constituído de um enorme rol de enunciados de políticas, diretrizes, programas e indicações gerais diversas. A maioria, se, por um lado, não assegura qualquer comprometimento, nem mesmo político, por outro, remete qualquer operacionalização para um futuro indefinido”.

Após a consagração do plano diretor, as diretrizes e prioridades devem ser incorporadas pelas leis orçamentárias (Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária Anual). No quadro 1, de acordo com Vainer, Albuquerque e Garson (2001, p.17), explica-se cada uma destas leis:



Quadro 1. Incumbências das leis orçamentárias

PPA - O Plano Plurianual define as diretrizes, os objetivos e metas da administração pública para as despesas de capital e outras delas decorrentes e para as relativas aos programas de duração continuada. Estas despesas serão planejadas através das ações que integrarão os Programas do PPA, à exceção do serviço da dívida (amortização e encargos) e de outros encargos especiais, bem como da reserva de contingência.

LDO – A Lei de Diretrizes Orçamentárias compreenderá as metas e prioridades para o exercício financeiro subsequente, orientando a elaboração da Lei Orçamentária Anual.

LOA – A Lei Orçamentária Anual proverá os recursos necessários para cada ação constante da LDO.

Fonte: Vainer; Albuquerque; Garson, 2001, p.17

O Plano Diretor e o Turismo

O plano diretor é o instrumento que envolve e concilia o Turismo com outras diretrizes, ações e práticas, de uma maneira geral – se entrelaça com as políticas públicas. Além de estabelecer práticas para o turismo, o plano diretor estabelece também para outros setores como o de agricultura, transportes, saneamento, comércio e outros; estes também devem pensar na atividade turística e incluir em suas diretrizes, exemplo: as diretrizes correspondentes à saúde – deve pensar em atender de forma plena os turistas. Volta-se a repetir que a atividade turística é multisetorial/multidisciplinar e integra um cabedal de outras áreas, que devem estar em consenso com a atividade.

Outro ponto que se trás para a discussão é a relação específica entre o plano diretor municipal e o turismo. Sabe-se que depois de delimitadas as diretrizes no plano diretor, o próximo passo é estabelecer metas e objetivos mais específicos para atender o plano diretor. Pois bem, o que ocorre é que não há um consenso entre o que se deve fazer entre estas duas etapas – tirar as pretensões do papel e torná-las mais palpáveis.

Vê-se que existe uma mistura de términos para nomear o mesmo processo. Foi encontrado Plano Municipal de Turismo, Plano Estratégico de Turismo e Plano Diretor de Turismo. São terminologias que identificam a mesma etapa - a que está entre o Plano Diretor Municipal e as ações próprias de turismo.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A bibliografia infelizmente é escassa no que se refere ao conceito exato destas etapas do planejamento turístico, mas neste trabalho optou-se por chamar de **Plano Municipal de Turismo**, visto que a CNM – Confederação Nacional de Municípios, em sua Coletânea Gestão Pública Municipal (2012), traz esta nomenclatura. E ainda diz que: “o plano municipal de turismo é o documento que reúne as diretrizes, estratégias e ações para o Município desenvolver o Turismo de maneira organizada e planejada e sugere-se que esteja em consonância com o plano diretor”.

Dessa forma, usa-se o Plano Municipal de Turismo para denominar a etapa do planejamento turístico no que se refere às diretrizes impostas no plano diretor municipal e as práticas, controladas e monitoradas. Mais um ponto a se destacar é a hierarquia que existe por trás destes processos do planejamento. Partindo do geral para o específico, do nível nacional ao municipal, tem-se: 1º O Plano Nacional de Turismo; 2º A Lei Geral do Turismo; 3º Plano Diretor e 4º Plano Municipal de Turismo. Quando se pensa dessa forma, existe a oportunidade de aclarar a estrutura governamental de uma forma simples, mas hierárquica.

Planejamento do Turismo, como lidar?!

Após todas estas conceituações, busca-se conciliar todos estes elementos para aplicar à atividade turística. Trazendo as questões de planejamento e políticas para o turismo, depara-se com diversas variáveis próprias deste setor, que necessitam de um ordenamento específico. Braga (2007, p.8) afirma que o planejamento turístico

[...] é o processo de avaliação do núcleo receptor (comunidade, oferta turística e demanda real) da demanda potencial e de destinos turísticos concorrentes, com intuito de ordenar ações de gestão pública direcionadas ao desenvolvimento sustentável, e consequentemente, fornecer direcionamento para que ela estruture empreendimentos turísticos lucrativos com base na responsabilidade socioambiental.

Beni (2006, p.37) concorda com essa última afirmação quando diz que “nesse cenário nota-se, cada vez mais, a crescente preocupação com a conquista de um turismo sustentável”.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Desta maneira, o planejamento turístico vem para disciplinar todos estes fatores (oferta, demanda e mercado) em paralelo com o desenvolvimento sustentável, ou seja, para formular e estabelecer políticas e ações voltadas para os aspectos ambientais, culturais, econômicos e sociais. Considerando “os aspectos positivos e negativos dos impactos do turismo, [...] essa atividade precisa receber novo tratamento: o planejamento do turismo deve ser integrado ao planejamento global socioeconômico do país ou região” (BENI, 2006, p.50).

Ainda neste sentido, justifica-se o planejamento turístico a partir do momento que se detectam os riscos que o turismo pode trazer. Mudanças bruscas geradas por conta da atividade turística podem ocasionar efeitos negativos na sociedade e principalmente na qualidade de vida da população. Nesse caso, é preciso estar consciente da problemática que envolve esse processo para empreender ações que minimizem seus custos sociais (BENI, 2006, p. 46).

O planejamento pode ser um instrumento de gestão eficaz, no entanto, a equipe deve ser multidisciplinar e capacitada para lidar com diversos fatores para poder estruturar propostas. A estrutura parte de uma caracterização da realidade para posteriormente diagnóstico e prognóstico; conseqüentemente delimitar ações a serem seguidas (BRAGA, 2007).

Em relação às tipologias e classificações do planejamento, pode-se desenvolver o preventivo, corretivo ou misto; geralmente os planejamentos possuem um caráter mais corretivo. Além disso, referente à duração, pode ser a curto, médio e longo prazo; sendo inferior a 1 ano para curto prazo, entre 1 e 5 anos para médio prazo e acima de 5 anos para longo prazo.

Parece-nos que alguns cenários precisam ser amplamente discutidos antes de configurarmos uma análise e desenharmos o melhor modelo de desenvolvimento e gestão para o turismo. São eles: desenvolvimento endógeno, mobilização social e participação comunitária; política e planejamento estratégico no desenvolvimento sustentável do turismo; ação intersetorial, multi e interdisciplinar na transversalidade da gestão da atividade turística; modelo de gestão (BENI, 2006, p.22).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Estes aspectos podem dinamizar o processo de planejamento a partir do momento que se atenta aos mesmos. Observando e aplicando as dimensões sociais, comunitárias e democráticas faz com que se tenha uma gestão descentralizada e principalmente participativa – ponto chave para o desenvolvimento sustentável.

Como já explanado, a delimitação de políticas públicas e o planejamento são elementos importantes para obter sucesso com o que se almeja alcançar e no turismo não é diferente. Estes elementos devem ser considerados a partir do momento que se deseja que a atividade turística ocorra de forma plena.

Dessa forma, se faz necessário a efetivação de princípios de participação popular e gestão democrática do município; assim, a função social será garantida. Beni (2006, p.33) faz atinadas considerações a respeito, para ele um dos impasses que acercam o contexto do planejamento urbano é “a ausência de planos diretores que defina cenários de articulação da produção, identificação e integração dos atores sociais e agentes institucionais (*stakeholders*), gestão compartilhada e participação mútua em custos”.

Beni (2006, p.36) ainda apresenta um caminho para se seguir em paralelo com as ações delimitadas - o desenvolvimento endógeno; conciliando com as relações de planejamento urbano e mais precisamente, com o planejamento do turismo. Para ele “o desenvolvimento endógeno consiste em um enfoque territorial do desenvolvimento e do funcionamento do sistema produtivo”.O desenvolvimento endógeno busca atentar-se às necessidades e demandas que a população local possui, e claro, por meio da participação da comunidade. E têm como objetivo o bem-estar econômico, social e cultural da comunidade local, que levará aos parâmetros desenvolvimento.

Guimarães e Silveira estão de acordo com Beni (2005, p.02), quando dizem que deve-se realizar “oficinas participativas, consultas a distintas entidades, audiências públicas, nos Bairros da Cidade e Distritos Rurais, debates na Câmara Municipal de Vereadores, divulgação na mídia e outras modalidades de comunicação pública”. Aplicando ao turismo, diz-se que os Planos Diretores são importantes, pois “entendendo necessário para a implementação do Turismo uma (re)ordenação do uso e ocupação do solo no sentido de planejar e assegurar sua sustentabilidade” (GUIMARÃES; SILVEIRA, 2005, p.03).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

As Estâncias Turísticas do Estado de São Paulo

O Departamento de Apoio ao Desenvolvimento de Estâncias (DADE) é uma divisão da Secretaria de Turismo estadual paulista; ele é incumbido de distribuir recursos às estâncias de São Paulo. O Estado possui atualmente 70 municípios reconhecidos como estâncias pela Secretaria Estadual de Turismo. No entanto, esta estruturação agora passa por uma transformação. A Lei complementar nº 1261 de 2015, traz novos requisitos para classificação de Estâncias e de Municípios de Interesse Turístico. Anteriormente, as Estâncias eram classificadas como Balneárias, Climáticas, Hidrominerais ou Turísticas, de acordo com a vocação do município.

Com a nova lei, todas as Estâncias deixarão de ser classificadas como Estâncias Balneárias, Climáticas, Hidrominerais ou Turísticas e passaram a ser classificadas somente como Estâncias Turísticas. Para se qualificar como “Estância Turística” o município deverá possuir: equipamentos e serviços turísticos bem estruturados; dispor de infraestrutura de apoio turístico e acesso adequado à serviços e atrativos; possuir saneamento básico que atenda as populações fixa e flutuante; ter plano diretor de turismo, revisado a cada três anos; e manter um COMTUR – Conselho Municipal de Turismo atuante (LEI COMPLEMENTAR 1261, SÃO PAULO, 2015).

Os municípios poderão ser classificados também como “Municípios de Interesse Turístico”, o que também exige uma série de requisitos a serem cumpridos e não descarta a utilização do plano diretor. O que se deve destacar desta questão da Lei Complementar nº1261/2015 é que se tornou mais rígido o processo para se classificar como Estância Turística. Os municípios que possuem interesse em se classificar como Estância terá de buscar integrar o turismo no local e principalmente dar mais atenção ao plano diretor municipal e de turismo, como também ao COMTUR.

Considerações finais

Contudo, a partir destas conceituações, considera-se que o papel mais importante da gestão urbana é definir políticas que sejam estratégicas e em prol do desenvolvimento, o que leva a mobilizar diversos outros elementos.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Resumindo de uma maneira sucinta: “uma política pública de Turismo será eficiente e democratizante se for implantada por uma estrutura administrativamente leve e economicamente ágil. Mais capacitada, portanto, para ouvir e incorporar a participação do *trade* turístico e da comunidade local (GASTAL; MOESCH, 2007, p.50)”. Dessa forma, para desenvolver o turismo urbano deve-se construir aos poucos um caráter positivo do município que vai refletir na vida da população local, melhor infraestrutura, mais áreas verdes, mais áreas de lazer e descanso, melhor mobilidade urbana, mais acessibilidade, e claro, melhor qualidade de vida.

Neste artigo pretendeu-se expor que o plano diretor deve ser preparado para turismo. E além de tudo, deve estar sincronizado com os demais, planos, leis e processos; não se chegará em um resultado se cada instrumento do planejamento apontar ou pender um lado. Apesar de haver seus dilemas e embates, o plano diretor tem em sua essência, um modo de organizar e estruturar medidas que terão a possibilidade de fazer a diferença em um município. Além disso, o Turismo deve prezar pelo seu desenvolvimento pleno, e também por ações que valorizam e promovam a sustentabilidade – as políticas públicas podem sim defender esse ideal.

Referências

BENI, Mário Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BRAGA, Débora Cordeiro. **Planejamento turístico: Teoria e prática**, Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

BRASIL. **Estatuto da Cidade: Lei 10.257/2001** que estabelece diretrizes gerais da política urbana. Brasília, Câmara dos Deputados, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**, 7 ed, Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.



DENKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas.** 9º ed, São Paulo: Futura, 2007.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil.** São Paulo: Atlas, 2003.

GASTAL, Susana; MOESCH, Marutschka Martini. **Turismo, políticas públicas e cidadania.** São Paulo: Aleph, 2007.

GUIMARÃES, Gisele Martins; SILVEIRA, Paulo Roberto c. da. **O Plano Diretor como instrumento de planejamento e desenvolvimento do turismo no município de Santa Maria – RS.** 2005.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos/ C. Michael Hall; tradução de Edite Sciulli – São Paulo: Contexto, 2001.**

HAYLLAR, Bruce; et al. **Turismo em Cidades.** Tradução Ana Paula Spolon e Jorge Camargo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MOLINA, Sergio; RODRÍGUEZ, Sergio. **Planejamento Integral do turismo: um enfoque para a América Latina.** Bauru – SP: Edusc, 2001.

REZENDE, Denis Alcides; ULTRAMARI, Clóvis. **Plano diretor e planejamento estratégico municipal: introdução teórico-conceitual,** Rio de Janeiro: RAP, 2007.

SANTIAGO, Alina; LOCH, Carlos; WALKOWSKI. **O Plano Diretor como estratégia de organização espacial e o planejamento turístico de Florianópolis – SC.** Revista brasileira de pesquisa em turismo, 2008.

SCHÜLTER, Regina G. **Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria.** Tradução Tereza Jardini, 2º ed, São Paulo: Aleph, 2003.

SEBRAE, **Política públicas: conceitos e práticas.** Belo Horizonte: Sebrae/MG, 2008.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

SILVA JÚNIOR, Jeconias Rosendo da; PASSOS, Luciana Andrade dos. **O negócio é participar:** a importância do plano diretor para o desenvolvimento municipal. – Brasília DF: CNM, SEBRAE, 2006.

VAINER, Ari; ALBOQUERQUE, Josélia; GARSON, Sol. Manual de elaboração. **O passo a passo da elaboração do PPA para municípios.** 2º ed. Ministério do planejamento, orçamento e gestão, BNDES, Grafitipo, 2001.

VILLAÇA, Flávio. Dilemas do plano diretor. In: SEIXAS, Sérgio Gabriel; REBOUÇAS, Aldo da Cunha. **O município no século XXI:** cenários e perspectivas. São Paulo: Fundação Prefeito Faria Lima/CEPAM, 1999, p. 237 – 247.



Narrativas Urbanas: Dispositivo de Reinvenção do Sujeito e de sua Relação com a Cidade

Ronaldo Velho Bueno⁹⁴, Maria Luiza Cardinale Baptista⁹⁵
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: O presente artigo pretende discutir o potencial das narrativas urbanas como um dispositivo de reinvenção do sujeito e de sua relação com o território. O referencial teórico é transdisciplinar, percorrendo as perspectivas do Jornalismo Literário Avançado, de Edvaldo Pereira Lima; da comunicação como trama de subjetividades, de Maria Luiza Cardinale Baptista; além de aproximações com estudos sobre Turismo, a partir de textos de Susana Gastal, e com a Geografia Crítica, com Milton Santos e David Harvey. A metodologia tem orientação qualitativa, associando levantamento bibliográfico com relatos de observação participante no espaço urbano de Caxias do Sul, na Serra Gaúcha. O estudo, em fase inicial, sinaliza o potencial das narrativas para o acionamento dos sujeitos em interação com a cidade, levando em consideração o contexto de pós-modernidade.

Palavras-chave: turismo; jornalismo literário; narrativa; espaço urbano; pós-modernidade.

Introdução

Este artigo tem a proposta de ampliar a discussão sobre as narrativas cotidianas, levando em consideração o potencial criativo dos *textos urbanos* em um processo de

⁹⁴ Estudante de graduação em Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul. Bolsista voluntário do Projeto de Pesquisa “Usina de Saberes em Comunicação” (CNPq-UCS). Integrante do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese. E-mail: ronaldovelhobueno@gmail.com

⁹⁵ Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS. Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Editora associada da RBTur. Pesquisadora visitante sênior da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), com apoio FAPEAM. Pesquisadora Iberoamericana (edital UCS/SANTANDER). E-mail: malu@pazza.com.br

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

redescoberta e reinvenção do sujeito para um novo ser e estar no mundo. O estudo é fruto de questionamentos levantados nos Encontros Caóticos da Comunicação e do Turismo, rodas de conversa semanais promovidas pelo *Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese* (CNPq-UCS). A produção está vinculada ao projeto de pesquisa *Usina de Saberes em Comunicação*, trabalho que vem sendo desenvolvido no Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade e na graduação em Comunicação Social da Universidade de Caxias do Sul, com a coordenação da professora Maria Luiza Cardinale Baptista.

Os olhares que compõem o referencial teórico deste estudo são transversais, em consonância com o processo de mutação da ciência, desencadeado no período da pós-modernidade⁹⁶. Dessa forma, percorremos os caminhos do Jornalismo Literário Avançado, com Edvaldo Pereira Lima, e da comunicação como trama de subjetividade, de Maria Luiza Cardinale Baptista, orientando a reflexão para a complexidade do cenário urbano e sua potência para produção de narrativas. O texto ainda passa por autores que abordam os gêneros e os textos jornalísticos, como Cremilda de Araújo Medina, Maria Helena Ferrari e Muniz Sodré, além de fazer aproximações com estudos sobre Turismo, destacando-se as contribuições de Susana Gastal, e acerca dos espaços geográficos, a partir de Milton Santos, Henri Lefebvre e David Harvey.

No que diz respeito à metodologia, optou-se por uma abordagem com orientação qualitativa, associando a realização de levantamento bibliográfico, seminários teóricos e relatos de observação participante no espaço urbano de Caxias do Sul. Localizada na região serrana do Rio Grande do Sul, a cidade é marcada pelo encontro de culturas e etnias, ambiente que favorece o surgimento de narrativas vivas e complexas. Com população estimada em

⁹⁶ A concepção de pós-modernidade apresentada aqui está fundamentada em Edgar Morin (2003). Neste trabalho, o autor discorre sobre os pressupostos deste período, que inicia na segunda metade do século XX. Podemos destacar os princípios da incerteza, da mutabilidade e da pluralidade dos saberes como características marcantes deste contexto.



mais de 470 mil habitantes⁹⁷, o município se constitui como a segunda maior aglomeração urbana do Estado e a quinta maior da região Sul do Brasil.

Vale salientar que se trata de uma pesquisa em fase inicial. Neste primeiro momento, portanto, o projeto está concentrado no levantamento bibliográfico, na realização de seminários teóricos e nas discussões sobre o tema, proporcionadas pelas reuniões semanais do grupo de pesquisa. Dessa forma, o principal esforço deste artigo consiste em demonstrar o potencial das narrativas urbanas como um dispositivo do processo de acionamento dos sujeitos em interação com a cidade.

Comunicação e narrativa na perspectiva do Jornalismo Literário Avançado

Voltei os olhos para a rua, onde o cotidiano levava as pessoas para seus destinos. Fiquei me perguntando qual seria o traçado de cada um. O som abafado que vinha de fora entrava em meus ouvidos como melodia regida por aquelas vidas. Os casais de mãos dadas, o sorriso da mãe ao escutar as histórias do pequeno filho, o colorido dos cabelos das jovens que voltavam da escola, se faziam para mim nostalgia que embalava o adormecer calmo daquele dia (EME; BUENO, 2013, p.2)

Antes de iniciar o percurso pelos olhares que compõem o referencial teórico deste estudo, é preciso levar em consideração que toda cidade é um texto, transversalizado por seu próprio desenvolvimento e pela interação com os sujeitos. Sendo assim, podemos dizer que todo espaço urbano carrega um grande potencial de comunicação, favorecido pelas narrativas que enriquecem nosso cotidiano.

Considerando a contribuição teórica de Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986, p. 11), podemos visualizar as narrativas como “todo e qualquer discurso capaz de evocar um mundo concebido como real, material e espiritual, situado em um espaço determinado”. Esses textos cotidianos, portanto, não precisam ser escritos ou falados, necessariamente, uma vez que os processos comunicacionais abrangem fluxos extralinguísticos de interação de sujeitos. Trata-se de uma forma de comunicação que só é possível *em interação*, com o Outro e com o ambiente.

⁹⁷ Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=430510>> Acesso em 27 jun. de 2015.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Nesse sentido, Ciro Marcondes Filho nos ajuda a compreender a complexidade do processo comunicacional e suas características na contemporaneidade. Ao propor uma *Nova Teoria da Comunicação*, esse autor desconstrói os modelos simplificadores que, ao longo de décadas, reduziram o fluxo comunicacional a algo puramente mecânico e palpável. De acordo com ele, é impossível captar o processo em sua totalidade, pois estamos falando de algo inerente ao ser humano e sua maneira de se relacionar com o mundo. Marcondes Filho (2008, p. 15) ressalta que:

A comunicação, portanto, jamais pode ser vista como transmissão, deslocamento, transferência, como se fosse um objeto que eu pegasse de um lado e pusesse em outro [...]; como se fosse possível eu retirar uma ideia, uma sensação, uma impressão, um sentimento de dentro de mim e abrir a cabeça de outra pessoa para colocá-lo lá dentro.

Com esse entendimento, podemos conceituar a comunicação como *acontecimento*, isto é, como o instante em que subjetividades são entrelaçadas. Esse momento, por ser trama de sujeitos, só pode ser vivenciado na coletividade, pois ninguém comunica sozinho, para si mesmo. É justamente essa relação de interatividade que nos permite repensar os olhares jornalísticos, para além da lógica objetiva e factual, disseminada amplamente nas redações dos veículos tradicionais de imprensa. Para Edvaldo Pereira Lima, o texto produzido nesses moldes se transforma rapidamente em algo efêmero e descontextualizado. Com a perspectiva do Jornalismo Literário Avançado, esse autor propõe uma leitura aprofundada da realidade:

O ideário do Jornalismo Literário Avançado prima, assim, por um desejo de abandono de qualquer leitura preconceituosa do real. Em lugar de se ater exclusivamente a um viés racionalista de compreensão, procura aquilatar as situações e acontecimentos em pauta sob um modo de entendimento que começa a partir dos seus personagens. Aliás, para essa modalidade narrativa de não ficção não existem fontes, mas sim personagens. As pessoas são personagens da vida real. (LIMA, 2013, p. 74)

Essa compreensão de Edvaldo Pereira Lima, que coloca as pessoas como matrizes da realidade, fornece pistas preciosas sobre a relação existente entre jornalismo e literatura. De acordo com o autor, essa relação “não se dá apenas no aspecto estilístico, de escrita. E nem é coisa exclusivamente do passado. Também acontece no plano da captação, da observação do



real” (LIMA, 1998, p.43). Dessa forma, Lima nos ajuda a compreender o jornalismo literário como um processo, e não apenas como uma fórmula de escrita, previamente estabelecida. Percebe-se, aqui, o caminho para a humanização das narrativas.

Vale destacar, também, o trabalho de Cremilda de Araújo Medina, que parte da crítica ao modelo racional de texto jornalístico para propor “a arte de tecer o presente”. Medina explica que a narrativa cotidiana deveria ser considerada a matéria-prima do jornalismo, mas acabou sendo deixada de lado pela rotina das grandes redações, que, na maior parte do tempo, tentam limitar o potencial criativo de uma escrita mais humanizada. Conforme a autora:

Para que o cotidiano se presentifique é preciso romper com as rotinas industriais da produção da notícia. É preciso superar a superficialidade das situações sociais e o domínio dos protagonistas oficiais. Há uma demanda reprimida pela democratização das vozes que se fazem presente na mídia. Torna-se necessário mergulhar no protagonismo anônimo (MEDINA, 1986, p. 93).

Dessa forma, ao considerarmos o caráter social do jornalismo, encontramos em Maria Luiza Cardinale Baptista a proposta do Jornalismo Amoroso. A compreensão desta perspectiva está entrelaçada ao conceito de amorosidade apresentado pelo biólogo chileno Humberto Maturana (1998). Para este teórico, o amor pode ser entendido como o “reconhecimento do outro como legítimo outro, na convivência”. Sendo assim, podemos salientar que “amorosidade e comunicação são palavras que representam processos de vida, absolutamente entrelaçados” (BAPTISTA, 2012, p. 96).

A partir da compreensão da amorosidade como característica intrínseca à condição de *ser* humano, podemos perceber que as narrativas aqui mencionadas surgem para resgatar as marcas de oralidade deixadas de lado pelo jornalismo das grandes corporações. É neste momento que nos deparamos com a perspectiva da relação do sujeito com o espaço geográfico no qual ele está inserido. Em termos metodológicos, os relatos de observação participante, que são propostos para a segunda parte deste projeto, devem estar fundamentados na sensibilidade. Isto é fundamental para que se possa ampliar o olhar para a matriz cotidiana da cidade e suas histórias. Conforme Baptista (2012, p. 99), “não há como entrar em contato com o outro, para fazer fluir informações, se não houver a disposição do encontro, verdadeira, plena”. Afinal, esses personagens, ao interagirem com o espaço urbano,



estão produzindo textos, narrativas vivas de experiências, capazes de ressignificar a relação sujeito-território.

Turismo cotidiano e geografização cidadã: redescobrimos lugares

Diante do que já foi apresentado, podemos perceber que as narrativas cotidianas carregam o potencial de acionar a matriz criativa dos sujeitos. Essa é uma das características que viabilizam o processo de releitura da realidade. Conhecer e pronunciar o mundo são etapas fundamentais para redescobri-lo, reinventá-lo. É justamente neste sentido que nos aproximamos das contribuições fornecidas pelos estudos sobre Turismo e Geografia, principalmente a partir dos olhares da chamada Geografia Crítica.

Nessa linha de abordagem, o teórico brasileiro Milton Santos nos deixa pistas muito importantes. Na obra “Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal”, o autor propõe uma reinterpretação da realidade contemporânea – e da globalização – a partir de uma visão transdisciplinar, orientada por relações essencialmente horizontais entre as pessoas. Nesse sentido, Santos (2008, p. 112-114) conceitua o *lugar* como um grande palco para o exercício pleno da existência. De acordo com ele:

É o espaço, isto é, os lugares, que realizam e revelam o mundo, tornando-o historicizado e geografizado, isto é, empiricizado. Os lugares são, pois, o mundo, que eles reproduzem de modos específicos, individuais, diversos. Eles são singulares, mas são também globais, manifestações da totalidade-mundo, da qual são formas particulares (SANTOS, 2008, p. 112).

Nota-se aqui, outra sinalização importante que o autor nos deixa: os lugares carregam, de forma conjunta, características singulares e globais. Ou seja, cada ambiente, cada espaço urbano de uma cidade, é marcado por aspectos que os tornam diferentes entre si, mas, ao mesmo tempo, interligados pelo contexto histórico e social. Dessa forma, a relação sujeito-território exerce um papel determinante nos processos comunicacionais. O que se constitui aqui, segundo Santos, é uma ressignificação constante entre sujeito e lugar:

[...] não é apenas um quadro de vida, mas um espaço vivido, isto é, de experiência sempre renovada, o que permite, ao mesmo tempo, a reavaliação das heranças e a indagação sobre presente e futuro. A existência *naquele* espaço exerce um papel revelador sobre o mundo. (SANTOS, 2008, p. 114).

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A partir da compreensão de que somos sujeitos em interação – com o Outro e com o espaço de existência –, começamos a vislumbrar as possibilidades de construção de uma nova relação com o cenário urbano. É neste ponto que podemos visualizar aproximações com os estudos sobre turismo e cidadania. No livro “Alegorias urbanas: O passado como subterfúgio”, Susana Gastal (2006) discorre sobre a construção do imaginário dos centros urbanos. Ela explica que as cidades, tal como conhecemos, são um fenômeno essencialmente contemporâneo. Sendo assim, é preciso levar em consideração que seu desenvolvimento vai além dos aspectos físicos e objetivos:

Ver o espaço como fruto de uma construção social de imagens e imaginários significa admitir que os espaços diferem de cultura para cultura, ou seja, que estamos lidando no campo do significante e não apenas do significado. O espaço, assim, é passível de leitura semiótica em suas práticas, discursos, jogos textuais e superfícies: o espaço é um texto. (GASTAL, 2006, p. 82).

Dessa forma, podemos considerar que as narrativas cotidianas são fundamentais para construir e ressignificar os espaços urbanos. Conforme a autora (GASTAL, 2006), as cidades são formadas por três imaginários: Praça, Palco e Monumento. O primeiro – e o mais marcante nas cidades contemporâneas, com origem na *Ágora* grega, diz respeito à convivência em coletividade, ao *estar-junto*. O segundo texto, Palco, se justifica na necessidade do sujeito observar e ser observado, imposta justamente pela convivência propiciada pelos centros urbanos. Já o terceiro imaginário, Monumento, surge da vocação de preservar o passado, ou seja, as memórias subjetivas de uma determinada cultura, por meio da materialização. Mais adiante, a autora corrobora:

Se a cidade é a materialização do urbano no espaço, essa materialização não se restringe aos elementos fixos: praças, monumentos, igrejas, indústrias, casas, ruas e muitos outros. Em torno e no interior dos fixos, há todo um mundo em movimento, onde circulam pessoas, mercadorias, relações sociais, manifestações culturais [...]. Eles constituem os fluxos que, juntos com os fixos, formam a cidade. (GASTAL, 2006, p. 94).

Aqui, Gastal recupera a importância dos *fluxos* na formação dos espaços urbanos. Essa reflexão é de grande importância para compreender duas ideias que também são exploradas

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

pela autora: a *mobilidade* e o *estranhamento*, como características intrínsecas do turismo. Dessa forma, é possível compreender que o nosso cotidiano está permeado por práticas de turismo. Uma vez que o *movimento* de desprender-se da rotina geográfica (e de seus lugares comuns) provoca o *estranhamento* espacial. Esse instante de desterritorialização, por sua vez, é um momento característico do cidadão turista, que, ao redescobrir a cidade, lhe atribui uma nova cadeia de significados.

Nesse sentido, encontramos respaldo mais uma vez nas considerações de Milton Santos, quando o autor aposta na capacidade criativa do cidadão, potencializada pelo caldo cultural característico dos grandes centros urbanos. De acordo com Santos, o encontro de culturas proporciona o ambiente favorável ao surgimento de novas experiências estéticas, sociais e políticas:

O próprio mundo se instala nos lugares, sobretudo as grandes cidades, pela presença maciça de uma humanidade misturada, vinda de todos os quadrantes e trazendo consigo interpretações variadas e múltiplas, que ao mesmo tempo se chocam e colaboram na produção renovada do entendimento e da crítica da existência. Assim, o cotidiano de cada um se enriquece, pela experiência própria e pela do vizinho, tanto pelas realizações atuais como pelas perspectivas de futuro. (SANTOS, 2008, p.172-173)

Para refletir sobre o espaço urbano, portanto, é fundamental levar em conta o processo comunicacional e sua complexidade.

Ainda no que diz respeito ao potencial de criação dos sujeitos para a (re)descoberta de um novo ser e estar no mundo, devemos levar em consideração as contribuições de Henri Lefebvre e David Harvey. O sociólogo francês Henri Lefebvre denuncia os impactos do modo de produção capitalista na vida das grandes cidades. Para isso, ele traz o conceito de *tecido urbano*. De acordo com autor, o *tecido* corresponde ao modo de viver da sociedade urbana, levando em consideração os aspectos econômicos e sociais. Isto é, a distribuição geográfica dos centros urbanos deve ser compreendida como reflexo direto do processo de industrialização e acumulação de capital. No caso específico do Brasil e dos demais países da América Latina, é preciso ter em vista que o desenvolvimento econômico se desenrolou com características históricas específicas, levando a um processo tardio de industrialização. Para reverter esse quadro, Lefebvre apresenta o caminho das lutas urbanas pelo direito à cidade,

que “não pode ser concebido como um simples direito de visita ou de retorno às cidades tradicionais. Só pode ser formulado como direito à vida urbana, transformada, renovada” (LEFEBVRE, 1999, p. 116-117).

Harvey, por sua vez, ao analisar a contribuição de Lefebvre, traça uma relação entre a construção do espaço geográfico ao longo da história e sua relação com o sistema de acumulação do capital. Como alternativa ao modelo financeiro-territorial hegemônico, o geógrafo britânico sinaliza o potencial transformador do sujeito, uma vez que:

A questão de que tipo de cidade queremos não pode ser divorciada do tipo de laços sociais, relação com a natureza, estilos de vida, tecnologias e valores estéticos desejamos. O direito à cidade está muito longe da liberdade individual de acesso a recursos urbanos: é o direito de mudar a nós mesmos pela mudança da cidade. Além disso, é um direito comum antes de individual já que esta transformação depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo de moldar o processo de urbanização (HARVEY, 2012, p. 74).

Sendo assim, o autor lança para o cidadão o direito a reinventar a cidade, como forma legítima de reconstruir a si mesmo. Dessa forma, o processo de (re)descoberta e reinvenção encontra respaldo nas narrativas urbanas, podendo ser visto como um dispositivo capaz de gerar leituras mais humanizadas da relação do sujeito-lugar e suas transversalidades.

Considerações finais

O cenário exposto nos leva a compreender a importância de refletir o papel desempenhado pelas narrativas cotidianas nos complexos processos de comunicação, característicos da contemporaneidade. Os olhares para a cidade nos mostram que todo espaço geográfico é um texto, que vai muito além da rigidez do aço e concreto, encontrando matrizes de subjetividade. Sendo assim, o direito humano de querer redescobrir a si mesmo encontra legitimidade e ressonância na interação com o Outro, em uma leitura mediada pelo espaço urbano.

As linhas teóricas percorridas neste texto, associadas às discussões propostas pelos Encontros Caóticos da Comunicação e do Turismo, nos trazem a percepção de que é possível repensar o espaço geográfico a partir dessas narrativas, cotidianas e urbanas, capazes de acionar o sujeito para a criação de um novo ser e estar no mundo. Processo que, nas palavras

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

de Milton Santos, corresponde a “uma nova consciência global”. Para tanto, é fundamental recorrermos à perspectiva de um jornalismo pautado pela amorosidade, a fim de reconhecermos no Outro os olhares múltiplos e sensíveis, necessários para a construção de territórios mais humanos e solidários.

Referências

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Comunicação**: trama de desejos e espelhos. Canoas, RS: Ulbra, 1996.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Jornalismo Amoroso. Quem quer (a)provar?**. REBEJ – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo. Ponta Grossa, v.1, n.9, p. 93-118, jan. a jun. 2012.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Paixão-pesquisa**: encontro com o “fantasminha camarada”. Textura. Canoas, n. 1, p. 67-78, 1999.

EME, Jennifer Bauer; BUENO, Ronaldo Velho. **Olhares Cruzados**. Jornal O Florense. Flores da Cunha, 22. nov. 2013. Caderno de sábado. Disponível em <http://oflorense.com.br/interna_noticias.php?id=3895&secao=7> Acesso em 27. jun. 2015.

GASTAL, Susana. **Alegorias urbanas**: O passado como subterfúgio. Campinas, SP: Papirus, 2006.

HARVEY, David. **O direito à cidade**. Lutas Sociais. São Paulo, n.29, p. 73-89, jul. a dez. 2012.

LIMA, Alceu Amoroso. **O jornalismo como gênero literário**. São Paulo: EDUSP, 1990.

LIMA, Edvaldo Pereira. O que é livro-reportagem. São Paulo: Brasiliense, 1998. (Coleção Primeiros Passos).

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. São Paulo: Unicamp - Faculdade de Educação, 1993.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

LIMA, Edvaldo Pereira. **Memória do Futuro: Jornalismo Literário Avançado no Século XXI.** INOVCOM – Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação. [S. l.], v. 5. n. 2, p. 68-78, set. 2013.

LEFEBVRE, Henri. **A cidade do capital.** Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: Contatos antecipados com a nova teoria.** São Paulo: Paulus, 2008.

MATURANA, Humberto R. **Emoções e linguagem na educação e política.** Belo Horizonte: UFMG, 1998.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano.** São Paulo: Summus, 2003.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista: O diálogo possível.** São Paulo: Ática, 1986.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo.** 4. ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2003. (Coleção Epistemologia e Sociedade).

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário.** São Paulo: Contexto, 2006.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão.** 5. ed. São Paulo: Nobel, 2000.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova.** 4. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: Do pensamento único à consciência universal.** 17. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: Notas sobre a narrativa jornalística.** São Paulo: Summus, 1986.

Acessibilidade e Turismo: As Pessoas com Deficiência e o Turismo nos Parques Nacionais

Joana da Silva Castro Santos⁹⁸, Maria Constança Madureira Homem de Carvalho⁹⁹, Sandra Filomena Wagner Kiefer¹⁰⁰

Universidade Candido Mendes

Resumo: Acessibilidade e inclusão são temas preexistentes às novas ondas e tendências do mundo globalizado. Pessoas com deficiência têm direito de plena participação na vida em sociedade, em igualdade de condições com as demais. Entretanto, nem sempre suas necessidades específicas encontram suporte, e seu acesso e inclusão nas mais diversas atividades ficam prejudicados. As necessárias políticas públicas voltadas para o turismo acessível e inclusivo são uma forma de viabilizar e garantir direitos. O turismo de natureza remete à compatibilização inevitável de sua prática em unidades de conservação, sobretudo, nos parques nacionais. Nesse contexto, o estudo indica experiências nacionais e estrangeiras como forma de aliar a necessidade de promover o desenvolvimento socioeconômico e sustentável pelo turismo nos parques, e a garantia da plena inserção das pessoas com deficiência no rol dos seus praticantes.

Palavras-chave: Turismo; Parques Nacionais; Acessibilidade; Pessoas com Deficiência; Inclusão.

⁹⁸ Graduada em Licenciatura em Turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Membro do Grupo de Pesquisa Governança, Biodiversidade, Áreas Protegidas e Inclusão Social – GAPIS (UFRJ)

⁹⁹ Mestre em Direito pela Universidade Candido Mendes (UCAM-RJ). Bacharel em Direito pela Universidade Candido Mendes (UCAM-RJ). Professora de Direito e de Turismo na Universidade Candido Mendes

¹⁰⁰ Doutoranda em Direito pela Universidade Estácio de Sá (UNESA-RJ). Mestre em Direito pela Universidade Cândido Mendes (UCAM-RJ). Bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo (USP). Professora de Direito na Universidade Candido Mendes (UCAM- Niterói)

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Introdução

Este trabalho se debruça sobre pesquisas iniciadas com o objetivo final de sensibilizar, conscientizar e provocar debates no meio acadêmico, especialmente nas áreas do Direito e do Turismo, considerando que temas como “direito ao turismo” relacionado aos “direitos das pessoas com deficiência”, não são muito explorados, sendo, muitas vezes, alvo de completo desconhecimento e até de descaso.

A acessibilidade e a inclusão não são temas novos, são permanentes, preexistentes às novas ondas e tendências do mundo globalizado. As pessoas com deficiência sempre existiram, sujeitas a todo tipo de discriminação, a começar pelo que representam como negação à estética do “belo”, do que se convencionou ser “normal”, e permaneceram confinadas a seus redutos, desprovidas de oportunidades em todos os setores da vida em sociedade. Em linguagem corrente e leiga, dir-se-ia que, nos dias de hoje, as pessoas com deficiência também “saíram do armário”, tiveram seus direitos formalmente reconhecidos e lutam para que sejam garantidos na prática. Entretanto, nem sempre suas necessidades específicas encontram suporte na vida cotidiana e o seu acesso e inclusão nas mais diversas atividades ficam prejudicados.

A lista é longa e inclui a impossibilidade ou a dificuldade nos deslocamentos urbanos, nas viagens, na moradia e acomodações, na ausência ou incompatibilidade de equipamentos turísticos, no descompasso ou desconhecimento de condutas adequadas no trato social, em geral, por aqueles que são diferentes das pessoas com deficiência. Com isso em mente, o artigo desenvolve a temática a partir de um breve panorama sobre o turismo – conceitos, tipos, tratamento constitucional, seguido de considerações a respeito do turismo de natureza e, mais especialmente, aquele praticado em parques nacionais. Na sequência, trata da necessidade de conscientização sobre acessibilidade, não discriminação e inclusão de pessoas com deficiência no turismo, e, sobretudo, da incorporação desse importante segmento de consumidores no mercado turístico, sem prejuízo da participação dessas pessoas como trabalhadores e prestadores de serviços turísticos.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Na quarta e última parte, apresenta-se e defende-se o pleno acesso e a participação de pessoas com deficiência no desenvolvimento e na promoção do turismo em áreas protegidas, mais especificamente, nos parques nacionais, onde o turismo é permitido. Para que possam usufruir da experiência, é preciso, contudo, que, a exemplo de outros ambientes, os parques nacionais, entre outras providências, estejam equipados e adaptados para recebê-las. A título de ilustração, são comentados alguns arranjos que estão sendo postos em prática, dentro e fora do país, como forma de aliar esses dois desafios: a necessidade de promover o desenvolvimento socioeconômico e sustentável pelo turismo nos parques e a garantia da plena inserção das pessoas com deficiência no rol dos praticantes dessa modalidade de turismo.

Breves considerações sobre Turismo

O desenvolvimento do turismo no Brasil ainda está muito aquém das reais necessidades e da diversidade turística do País. Apesar de, ineditamente, a Constituição de 1988 lhe haver dado destaque, considerando-o atividade econômica responsável pelo desenvolvimento socioeconômico e, por isso, passível de promoção e incentivo pelo poder público, constata-se uma notável carência de políticas e ações voltadas para o oferecimento e manutenção de infraestrutura básica, promoção institucional, capacitação de mão-de-obra, entre outras prestações compatíveis com os papéis do Estado brasileiro desde então. O vácuo representado pela pouca ou insuficiente produção de conhecimento sobre turismo no Brasil é um dos outros motivos plausíveis para justificar a inexistência de políticas de desenvolvimento eficazes.

Há vários tipos de turismo que servem a diferentes tipos de turistas, a exemplo do turismo de natureza, executivo, religioso, social, cultural, entre outros. Antes, porém, é oportuno abordar brevemente o conceito de turismo. Na visão leiga, em regra, turismo corresponde à representação lúdica dos seus produtos: o hotel, o avião, a viagem, os atrativos locais, entre outras “imagens”. Contudo, mais do que uma “indústria” de viagens de lazer, o turismo é algo complexo, reunindo fenômenos e relações específicos. Para efeitos do presente



estudo, adotou-se a definição da Organização Mundial de Turismo (OMT), por sua abrangência e flexibilidade e, ainda, por reunir as principais características do turismo.¹⁰¹

O turismo de natureza e os parques nacionais

Entre os segmentos do turismo, o turismo de natureza (sobretudo, nas suas variantes de ecoturismo e turismo de aventura) é um dos que mais têm crescido a olhos vistos. Por definição, turismo de natureza é aquele que faz uso de recursos naturais relativamente preservados tais como paisagens, águas, fauna e flora (KINKER *apud* CEBALLOS-LASCURÁIN, 2002, p. 8-9). De outra banda, pesquisas científicas veiculadas amplamente atestam que a natureza “faz bem à saúde” e não faltam indícios dessa influência na vida humana: a redução do estresse, da pressão sanguínea e de infecções estão entre os benefícios comumente experimentados (ANDREONI, 2013, p. 10-13). E, numa linha de coerência, apresenta-se o ecoturismo, modalidade relativamente nova do turismo de natureza. A abrangência do conceito é seu traço distintivo por englobar a experiência educacional interpretativa, a valorização das culturas locais, a promoção da natureza e do desenvolvimento sustentável (KINKER, 2002, p. 8-9).

Assim, descrito, portanto, o ecoturismo remete à compatibilização inevitável de sua prática em unidades de conservação (UC), sobretudo, nos parques nacionais, objeto de estudo deste artigo. Previstos na Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000, conhecida como Lei do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (Lei do SNUC), os parques nacionais (PN)¹⁰² são áreas destinadas à proteção integral de ambientes naturais de grande relevância ecológica,

¹⁰¹ *Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which imply tourism expenditure. Conforme sítio da OMT, “United Nations World Tourism Organization” (UNWTO).*

¹⁰² Artigo 11, *caput*, da Lei nº 9.985/2000: “O Parque Nacional tem como objetivo básico a preservação de ecossistemas naturais de grande relevância ecológica e beleza cênica, possibilitando a realização de pesquisas científicas e o desenvolvimento de atividades de educação e interpretação ambiental, de recreação em contato com a natureza e de turismo ecológico”.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

cênica, científica, cultural, educativa e recreativa, onde não é permitida qualquer interferência humana direta¹⁰³.

Outrossim, no turismo de aventura, o turista protagoniza atividades entendidas como “experiências físicas e sensoriais recreativas que envolvem desafios e que podem proporcionar sensações diversas como liberdade, prazer e superação” (MACHADO, 2005, p. 182-184), tais como canoagem, ciclismo, arvorismo, mergulho, e cuja prática, em regra, se dá em espaços naturais. Vale destacar que, tanto para o turismo de aventura como para o ecoturismo e, por que não, para todos os tipos de turismo, o conceito de sustentabilidade é uma premissa obrigatória. Por esse ângulo, um turismo que se desenvolve de forma sustentável deve envolver questões como a gestão dos recursos econômicos, sociais e estéticos, e manter a diversidade biológica e particularidades culturais.

Entre as áreas ambientalmente protegidas, os parques nacionais são a categoria mais conhecida do público porque possibilitam a recreação e a prática do turismo de natureza¹⁰⁴. O turismo gerado pela oportunidade de visitação e pela prática de esportes nessas áreas pode, quando bem planejado, gerido e executado, trazer incontáveis benefícios econômicos para a própria unidade, para as comunidades do seu entorno, para todos os envolvidos na cadeia turística, sem contar com a preservação ambiental e sustentável. Nesse contexto, faz sentido ressaltar a importância dos parques nacionais, em termos de preservação e de disseminação de conhecimento, inclusive quando se trata, na medida do possível, de viabilizar o acesso às pessoas para visitação. E, assim, nas áreas em que a visitação pública se torna possível, há que se considerar todo o tipo de público, incluindo as pessoas com deficiência.

Na prática, todavia, a biodiversidade brasileira assume ares de ‘ficção’ para quem deseja conhecer as riquezas naturais do País. Como bem destaca Grandele (2014, não paginado), considerando o fato de que os parques nacionais respondem por cerca de 15% do território nacional, ou o equivalente à área global da Alemanha, a discrepância entre os

¹⁰³ De notar que os parques nacionais são de posse e domínio públicos, e eventuais áreas particulares incluídas em seus limites devem ser desapropriadas (Lei nº 9.985/2000, artigo 11, § 1º).

¹⁰⁴ De acordo com o parágrafo 2º do artigo 11, da Lei nº 9.985/2000: “A visitação pública está sujeita às normas e restrições estabelecidas no Plano de Manejo da unidade, às normas estabelecidas pelo órgão responsável por sua administração, e àquelas previstas em regulamento”.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

recursos destinados às unidades da Federação torna-se cada vez maior, já que o Brasil é um dos países que mais criam áreas protegidas no mundo. E mais: enquanto se aumentou em 83,5% a área total protegida, entre 2001 e 2010, não houve aumento nos investimentos governamentais e, por conseguinte, o investimento por hectare conservado sofreu uma significativa redução de 40% desde então.

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), em 2010, o Brasil revertia R\$ 4 por hectare protegido contra R\$ 67,09, na África do Sul e R\$ 156,12, nos Estados Unidos (GRANDELE, 2014, não paginado). Em 2000, o Brasil tinha um funcionário para cada 18,6 mil hectares protegidos, enquanto na África do Sul, a proporção era de um para 1,1 mil hectares; nos EUA, um para cada 2,1 hectares (GRANDELE, 2014, não paginado). Incentivar a visita aos parques nacionais pressupõe a criação e desenvolvimento de uma cultura aos parques nacionais, a começar dentro do próprio território brasileiro.

Conscientização, acessibilidade, inclusão e não discriminação no Turismo

Todas as pessoas têm o direito ao lazer, à cultura, ao turismo, inclusive aquelas com deficiência¹⁰⁵. Ter produtos e serviços turísticos, acessíveis e inclusivos, livres de qualquer discriminação, é mandatório. Há mais de um bilhão de pessoas com deficiência no mundo¹⁰⁶, dentre as quais, cerca de 46 milhões¹⁰⁷ estão no Brasil, o que faz com que os produtos e serviços turísticos tenham que estar preparados para bem receber esse enorme grupo de

¹⁰⁵ Não há uma única definição de pessoa com deficiência e, por isso, utiliza-se, neste trabalho, aquela dada pela Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (Convenção da ONU): “[...] Pessoas com deficiência são aquelas que têm impedimentos de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdades de condições com as demais pessoas”.

¹⁰⁶ Conforme dados do Relatório Mundial Sobre a Deficiência (2011, p. xi e 46).

¹⁰⁷ Nos termos do Censo de 2010, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Outras informações, v. “Censo Demográfico 2010: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência”.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

consumidores em potencial. E, de acordo com os termos da Convenção da ONU¹⁰⁸, as pessoas com deficiência têm o direito de participar de atividades de lazer, com acesso a locais de eventos turísticos e aos serviços prestados por pessoas ou entidades envolvidas na organização de atividades de lazer¹⁰⁹. Para tanto, Estado e iniciativa privada devem visar a eliminação da discriminação e da exclusão ao proporcionar condições para que a diversidade e a inclusão de todos seja realidade¹¹⁰.

Por sua vez, o Ministério do Turismo lançou em junho de 2014, o sítio “Guia Turismo Acessível”, que permite o cadastro e a avaliação de restaurantes, estabelecimentos e atrações turísticas em termos de acessibilidade. De notar que o sítio é acessível, permitindo a navegação por pessoas com deficiência visual, auditiva, física e mobilidade reduzida. De outra banda, dignos de nota são os (ainda poucos) destinos turísticos acessíveis e inclusivos¹¹¹ do país, que deve continuar ampliando tais iniciativas.

Parques nacionais, acessibilidade e inclusão

Transformar os parques em motivo de orgulho dos brasileiros não é tarefa fácil, nem de curto prazo, pelos enormes desafios a serem superados. Para atingir esse objetivo, é preciso disseminar o conhecimento sobre as unidades de conservação no país, que devem ser geridas com eficiência e inovação. Mesmo no Rio de Janeiro, que reúne uma cultura de práticas de atividades *outdoor* (externas), a grande maioria das pessoas, ao visitar o Pão de Açúcar ou a

¹⁰⁸ A legislação infraconstitucional também contempla a garantia dos direitos ao lazer, à cultura e ao turismo às pessoas com deficiência, como, por exemplo, a Lei nº 7.853/89 e o Decreto nº 3.298/99 que a regulamenta.

¹⁰⁹ Artigo 30, 5, “c” e “e” da mesma Convenção.

¹¹⁰ A Constituição de 1988 prevê o dever do Estado de promover políticas que minimizem a desigualdade social e, sob esse enfoque tratou das pessoas com deficiência em sete artigos (Artigos 7º, XXXI; 23, II; 24, XIV; 37, VII; 203, IV e V; 227, § 1º, II e § 2º; e 244), os quais “devem ser aplicados de modo a consagrar os princípios da dignidade humana, da igualdade, da cidadania e da democracia” (PIOVESAN; SILVA; CAMPOLI, 2013, p. 429).

¹¹¹ A exemplo, v. a atividade turística da Estância Hidromineral de Socorro, localizada no interior do Estado de São Paulo e escolhida como um dos dez destinos de referência em turismo no Brasil (segmento Aventura Especial) pelo Ministério do Turismo.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Floresta da Tijuca – parque nacional onde fica o Cristo Redentor –, desconhece estar numa área natural protegida.

Há diversificadas ilustrações ao redor do mundo de como essas atrações são dinamizadoras das economias nos territórios em que se encontram. Na África do Sul, 75% das despesas dos parques nacionais são custeadas por atividades relacionadas ao turismo (LOBO, 2013, não paginado). Em comparação aos Estados Unidos da América, país que mais desponta no mundo em se tratando de parques nacionais, e onde o número de visitantes atinge a marca de 280 milhões ao ano (LOBO, 2013, não paginado), o Brasil não registra nem 2% desse volume e, conseqüentemente, das riquezas resultantes. Lá, muito aquém da realidade brasileira, a gestão de áreas protegidas é centenária, e a cultura de visitação encontra-se consolidada¹¹².

No continente europeu, vale a pena conhecer o caso do Parque de Sierra y Cañones de Guara (na região de Aragão, Espanha)¹¹³. Shimosakai noticia que, em 2012, a União Europeia concedeu ao parque o prêmio “Destinos Europeus de Excelência (EDEN)” em acessibilidade. Desde sua criação, um programa custeado por recursos públicos e privados consumiu € 600 mil, e, entre outras medidas, permitiu a adaptação e fornecimento de infraestrutura acessível a vários pontos de visitação pública como mirantes, centros de interpretação de trilhas e observatórios de aves (SHIMOSAKAI, 2013a, não paginado).

Em uma matéria voltada ao turismo adaptado, Shimosakai lembra que, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), existem mais de 1 milhão e 100 mil cadeirantes no Brasil, público pequeno comparado a 1 milhão e 500 mil visitantes não cadeirantes em 2011 no Parque Nacional do Iguaçu (PNI), (2013b, não paginado). Evidentemente, nesse caso, o direito constitucional de ir e vir não está sendo atendido na íntegra, visto que, a começar pelo próprio material informativo e publicitário do parque, não há menção à acessibilidade. Além disso, na prática, degraus escorregadios, rampas íngremes, trilhas sem a devida sinalização, são alguns exemplos de facilidades que estão fora dos

¹¹² Nesse sentido, as informações contidas no sítio do **Instituto Semeia**.

¹¹³ Sobre o Parque Natural de la Sierra y Cañones de Guara, v. sítio “Aragón Turismo”.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

padrões da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e que tornam a experiência mais do que uma simples ‘aventura’.

O prazer da experiência e do aprendizado se converte em risco à integridade física e em dissabores e contratempos. Até mesmo entre os cadeirantes há um paradoxo – os que usam cadeiras elétricas estão em vantagem sobre os que usam o modelo não elétrico, já que as primeiras dispensam grandes esforços na movimentação e permitem maior mobilidade aos seus usuários. Outro contratempo diz respeito ao fato de que pessoas com deficiência tendem a viajar/passear em grupos (amigos e/ou família). Muitas vezes, no lado brasileiro do parque, é preciso que esses grupos se separem; em pleno momento de férias juntos, os cadeirantes, por exemplo, se veem diante do dilema de conhecer ou não o local em função da inexistência ou inadequação dos acessos durante todo o percurso.

Muitos deixam de desfrutar o passeio com o grupo ou atrasam sua duração, demandando um esforço adicional dos guias. Sem contar que, em alguns trechos, empurrar as cadeiras é problemático: nos níveis de subidas mais íngremes, por exemplo, o acompanhante está sujeito a dores e comprometimentos físicos decorrentes do esforço de empurrar as cadeiras. Causa perplexidade a constatação de que o lado argentino do parque esteja mais bem preparado para receber o visitante com deficiência e também que, do outro lado das cachoeiras, a visita seja mais agradável e prazerosa. Os fatos e argumentos ora tratados consubstanciam a importância de dotar o parque com um plano de acessibilidade que contemple todas as pessoas com deficiência, sejam elas quais forem, e o quanto antes. Não é preciso esperar ou contar com grandes eventos esportivos para se almejar esta providência (SHIMOSAKAI, 2013b, não paginado)¹¹⁴.

Melhor sorte assiste ao Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, que, em fevereiro de 2013, tornou-se a primeira unidade de conservação federal a ter acessibilidade no mar, graças ao Programa Turismo Acessível – Praia sem Barreiras, uma parceria entre o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), a Empresa de Turismo de Pernambuco (Empetur) e a Econoronha, concessionária do parque (ALVES, 2013, não paginado). A infraestrutura possibilita a cadeirantes e demais pessoas com necessidades

¹¹⁴ Em tempo, noticiou-se, em março de 2013, um projeto de acessibilidade para aquele ano, a cargo do Instituto Chico Mendes (ICMBio), sob cuja competência está a administração dos parques federais.



especiais ou com mobilidade reduzida acesso à praia da Baía do Sueste, situada no interior do parque, notícia Alves (2013, não paginado).

Em outro parque emblemático, o Parque Nacional da Tijuca, as muitas e decantadas atrações tais como a Estátua do Cristo Redentor, o Caminho do Corcovado, a Estrada das Paineiras, a Mesa do Imperador, a Pedra Bonita, a Vista Chinesa, entre tantas outras, estão à disposição de todos os tipos de público, sem maiores dificuldades de acesso, pelo simples fato de que o parque está localizado em pleno centro da cidade do Rio de Janeiro. Contudo, essa facilidade está em descompasso com as condições de acessibilidade que o parque deveria disponibilizar a seus frequentadores com deficiência. A começar pelo próprio portal do parque¹¹⁵, que é indevidamente sucinto e econômico no que tange a esse tipo de informação. Não se pode admitir que um parque nacional, da importância desse, especialmente por se localizar na cidade do Rio de Janeiro, porta de entrada de visitantes nacionais e estrangeiros e ponto turístico dos próprios habitantes, não tenha um sítio acessível, não divulgue as mínimas informações necessárias e não tenha meios eficazes para se comunicar com todas as pessoas, respeitando as mais diversas necessidades das pessoas com deficiência. Não há como escamotear a realidade e excluir dos planos de manejo providências dessa natureza para que o planejamento seja eficiente, os recursos bem aplicados, as necessidades atendidas. Em outras palavras:

A despeito do grau crescente de conscientização acerca da importância e inevitabilidade que cercam o tema da inclusão e acessibilidade no turismo, ainda há uma longa ‘trilha’ a ser percorrida em um país de dimensões gigantescas como o Brasil. Não basta apenas construir e criar os atrativos. Há que se cuidar deles, fazer melhorias e adaptações em função dos tipos, usos e destinatários. O planejamento turístico pressupõe ordenação das ações humanas, direcionamento para construção de equipamentos e facilidades, como profilaxia dos efeitos negativos nos recursos ligados à atratividade dos destinos e como instrumento de controle de desvios, desperdícios, sub ou superdimensionamento de verbas públicas e/ou privadas. (HOMEM DE CARVALHO; KIEFER, 2013, p. 220)

Conclusão

¹¹⁵ Parque Nacional da Tijuca, no sítio do ICMBio.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Por tudo o que foi exposto, fica constatada a existência de dois desafios hercúleos e concomitantes: a necessidade de promover o desenvolvimento socioeconômico e sustentável pelo turismo de natureza nos parques nacionais e a garantia da plena inserção das pessoas com deficiência no rol dos praticantes desse segmento do turismo. Desafios factíveis porquanto perfeitamente sincronizáveis, com base na convergência dos seus pressupostos mais relevantes, tais como o alcance de direitos fundamentais como o direito de ir e vir, o direito à igualdade, à felicidade, ao lazer, ao turismo, à inclusão e não discriminação, o direito ao meio ambiente sadio e equilibrado, sem que se perca de vista o lastro princípio lógico que os justifica e que engloba a dignidade da pessoa humana, o respeito à vida (em todas as suas manifestações), a livre iniciativa, a autonomia da vontade. Nesse contexto, repisa-se a necessidade e importância da existência de políticas públicas voltadas para esse fim, com imprescindível acompanhamento de sua implementação e aplicação de recursos por elas destinados.

As atividades de aventura e de apreciação da natureza têm hoje cada vez mais adeptos em todo o mundo, a começar pelo Brasil. Isso se deve à sua potencialidade geográfica e seus extensos recursos naturais. Por sua vez, o país detém uma das maiores biodiversidades do planeta e está entre as nações que mais criam áreas protegidas, como é o caso dos parques nacionais. Neles, onde a prática do turismo é permitida, é possível aliar a exploração da atividade, de maneira sustentável, ordenada e regulamentada, graças à promoção de uma cultura de valorização dos parques, ao incentivo à visitação e à facilitação dos acessos para todos. É o que mostra a experiência internacional, em países como Estados Unidos, África do Sul, entre outros. No Brasil, há uma longa “trilha” a percorrer em se tratando de adequar o uso dessas áreas por meio do turismo sustentável ao desenvolvimento socioeconômico. Maior ainda é o desafio quando se trata de capacitar esses espaços para o acesso e às necessidades das pessoas com deficiência. Sendo assim, não há como negar que, se o que pretende é o desenvolvimento socioeconômico e sustentável pelo turismo em parques nacionais, não há como prescindir da promoção de um turismo acessível e inclusivo. Pessoas com deficiência têm direitos de cidadania e podem contribuir para a preservação ambiental, para a promoção da cultura dos parques, entre outras conquistas, contanto que esses espaços estejam tão adequados para bem recebê-los como a outros tipos de públicos.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

**UCS**
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Referências

ALVES, Thais. Noronha torna a praia acessível a cadeirantes. 07 fev. 2013. Portal ICMBio. (não paginado). Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/portal/comunicacao/noticias/20-geral/3676-noronha-torna-praia-acessivel-a-cadeirantes.html?highlight=WyJhY2Vzc2liaWxpZGFkZSJd>>. Acesso em: 23 jul.2014.

ANDREONI, Manuela. Por uma vida mais verde. O Globo. Revista Amanhã. 13.8.2013 (p. 10-13). Rio de Janeiro, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). Disponível em: <<http://www.abnt.org.br>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 10 jul. 2014.

BRASIL. Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999. Regulamenta a Lei no 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm>. Acesso em: 13 jul. 2014.

BRASIL. Lei nº 7.853, de 24 de outubro de 1989. Dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência, sua integração social, sobre a Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência - Corde, institui a tutela jurisdicional de interesses coletivos ou difusos dessas pessoas, disciplina a atuação do Ministério Público, define crimes, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7853.htm>. Acesso em: 13 jul. 2014.

BRASIL. Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000. Regulamenta o art. 225, § 1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19985.htm>. Acesso em: 14 jul. 2014.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

GRANDELE, Renato. Brasil tem perda bilionária em setor turístico. O Globo. 15 jul. 2014. (não paginado). Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/ciencia/brasil-tem-perda-bilionaria-em-setor-turistico-9021526>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

ICMBio. Parques e florestas nacionais. PARQUE NACIONAL DA TIJUCA. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/parnatijuca/guia-do-visitante.html>>. Acesso em: 15 jul. 2014.

KIEFER, Sandra Filomena Wagner; HOMEM DE CARVALHO, Maria Constança Madureira. A Acessibilidade no Turismo: providências para o desenvolvimento econômico e garantia do direito fundamental das pessoas com deficiência. XXII Encontro Nacional do CONPEDI. São Paulo. Direitos sociais e políticas públicas I. (p. 212-230). Florianópolis: FUNJAB, 2013. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=530e685ac1c17f4c>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

KINKER, Sônia. Ecoturismo e conservação da natureza em parques nacionais. Coleção Turismo. (p. 8-9). São Paulo: Papirus, 2002.

LOBO, Anna Carolina. Parcerias público-privadas pela conservação. 03 set. 2013. Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Notícias. Não paginado. Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/noticias/parcerias-publico-privadas-pela-conservacao>>. Acesso em: 24 jul. 2014.

MACHADO, Álvaro. Ecoturismo: um produto viável. A experiência do Rio Grande do Sul. Rio de Janeiro: SENAC, 2005.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Guia Turismo Acessível. Disponível em: <<http://turismoacessivel.gov.br/ta/index.mtur>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

NATIONAL PARK SERVICE. Yosemite National Park California. *Accessibility*. Disponível em: <<http://www.nps.gov/yose/planyourvisit/accessibility.htm>>. Acesso em: 24 jul. 2014.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). BANCO MUNDIAL. Relatório mundial sobre a deficiência 2011. Trad. Lexicus Serviços Linguísticos, São Paulo. Disponível em:

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

<http://whqlibdoc.who.int/publications/2011/9788564047020_por.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2014.

SHIMOSAKAI, Ricardo. Fechando os olhos para enxergar a floresta: observação de pássaros para deficientes visuais. 26 dez. 2012. Turismo Adaptado. (não paginado). Disponível em: <<http://turismoadaptado.wordpress.com/2012/12/26/fechando-os-olhos-para-enxergar-a-floresta-observacao-de-passaros-para-deficientes-visuais/>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

SHIMOSAKAI, Ricardo. Parque Nacional do Iguaçu ainda possui falhas em acessibilidade. 12. Mar. 2013. Turismo Adaptado. (não paginado). 2013 b. Disponível em: <<http://turismoadaptado.wordpress.com/2013/03/12/parque-nacional-do-iguacu-ainda-possui-falhas-em-acessibilidade/>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

WESTCOTTAND, Jacqueline. *Improving information on accessible tourism for disabled people. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2004.*

YOSEMITE NATIONAL PARK. *Yosemite National Park Cultural History*. Disponível em: <<http://www.yosemitepark.com/default.aspx>>. Acesso em 24 jul. 2014.

Niterói para Bicicleta

Matheus Lima da Costa, Fátima Priscila Morela Edra
Universidade Federal Fluminense

Resumo: Atualmente o município de Niterói passa por processo de requalificação urbana que inclui mudanças no sistema de transporte e contempla a bicicleta como principal agente para melhorar a mobilidade. No que se refere ao turismo, Niterói se apresenta como receptivo de excursionistas provenientes da demanda turística da cidade do Rio de Janeiro que busca percorrer um dos cinco roteiros que são divulgados pela Empresa de Lazer e Turismo na localidade. O objetivo deste artigo é apresentar quatro roteiros para a realização do cicloturismo urbano em Niterói desenvolvidos a partir da análise do material disponibilizado pela organização responsável pelo turismo na cidade, assim como estudos de campo para observação do comportamento da demanda turística em visita à cidade. Observou-se que a cidade possui condições favoráveis para a prática do segmento, entretanto, as bicicletas ainda estão sendo pensadas somente do ponto de vista de transporte para deslocamentos diários juntamente com os veículos automotores, sem a apropriação para o fomento do turismo.
Palavras-chave: Cicloturismo; Roteiros Turísticos; Niterói, RJ.

Introdução

O presente artigo está dividido em cinco tópicos. A primeira, que se lê, introdução, apresenta a estrutura adotada com respectivo processo de construção metodológico de cada tópico. No segundo tópico, 'O que é um Roteiro Turístico', buscou-se não apenas responder à pergunta, mas entender os elementos necessários para a construção de um roteiro turístico. Para tanto, utilizou-se de pesquisa bibliográfica que tratam do tema. Dando prosseguimento, em 'Niterói, a cidade e o turismo', terceiro tópico, faz-se um panorama da cidade relacionando-a ao turismo. Expõem-se dados sobre a localização da cidade e sua posição em relação ao turismo no Brasil comparando-a as demais cidades não capitais por meio de documentos e relatórios que tratam destas questões. Em seguida, faz-se uma análise dos atrativos apresentados e/ou divulgados pela empresa responsável pelo turismo no município. Para tanto, tomou-se por base o site institucional, folheteria/informativos expostos e distribuídos pela empresa em seus pontos de informações turísticas e observações diretas por meio de visitas em campo.

A proposta do quarto tópico, 'Niterói para Bicicleta', foi apresentar roteiro para a realização de cicloturismo urbano na cidade. O texto é resultado da análise das políticas públicas implantadas pelo poder executivo municipal com foco na mobilidade urbana que inclui a bicicleta como principal agente de mudança somada às pesquisas documentais e de campo sobre o cicloturismo que incluíram:

- pesquisa de demanda na cidade do Rio de Janeiro para identificar motivações e tempo disponível para a realização do cicloturismo. Ressalta-se que a pesquisa se restringiu à cidade do Rio de Janeiro por se tratar da localidade que emite maior quantitativo de excursionistas para Niterói e ser possível o deslocamento entre as duas cidades por meio da travessia de barcas que possibilita, inclusive, o transporte de bicicletas gratuitamente;

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

[...] segmentos de mercado do ciclismo [...] excursionistas de um dia, que são ciclistas ocasionais. Fazem trajetos circulares de lazer [...] e não se dispõem a longas viagens para visitar atrações ou locais turísticos [...] (PAGE, 2001, p. 283).

- definição do grau de severidade dos percursos ciclovitários da cidade de Niterói de acordo com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT);

- estudo de campo para verificar a infraestrutura urbana voltada para a mobilidade por bicicleta.

E, por fim, o último tópico traz as 'Considerações finais'.

O que é um Roteiro Turístico?

A rapidez no avanço da comunicação, possibilitada pelo desenvolvimento tecnológico, tem alterado o processo de construção e/ou definição de um roteiro turístico. Se antes os roteiros eram elaborados e comercializados por agências de viagens em forma de pacotes fechados e restritos, nos dias atuais, a demanda pode buscar informações na internet e formar seu próprio roteiro. Entretanto, não se devem ignorar algumas etapas que antecedem a possibilidade de construção dos roteiros, considerados como o resultado da convergência entre atrativos turísticos, potenciais ou não, equipamentos/serviços e informação (quadro 1).

Quadro 1: Itens que devem ser contemplados na elaboração de um roteiro turístico.

Conhecimento dos locais	Definição dos atrativos a serem visitados e da respectiva demanda.
Durabilidade	Tempo necessário para a realização do roteiro contemplando período de visitação.
Interpretação dos atrativos	Forma de interação entre atrativos e turistas.
Público alvo	Aproveitamento dos atrativos de acordo com o público atendido.
Preço	Composição do preço do roteiro a partir dos custos totais, além de verificação das possibilidades e facilidades nas formas de pagamento.
Qualidade	Escolha e combinação de atrativos, serviços e infraestrutura visando proporcionar interesse, prazer e conforto ao visitante.
Sustentabilidade	Desenvolvimento de roteiro que respeite as características naturais e culturais locais visando a proteção turística em acordo com a legislação e concomitante ao desenvolvimento de campanhas para a população local.
Lucratividade	Aquisição de receitas por meio da excelência no serviço.

Fonte: Adaptado a partir de Educação, 2013.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O quadro 1 apresenta o conhecimento dos locais (definição dos atrativos a serem visitados e da respectiva demanda), como o primeiro elemento que deve ser contemplado na elaboração de um roteiro. Sobre o item, interessante citar a definição de espaço turístico elaborada por Boullón (2001, p. 65), “espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos [...]”. Ademais, vale destacar, também, o modelo de sistema turístico proposto por Leiper (1990) que inclui três elementos geográficos: região de origem dos viajantes, região de trânsito (ligação entre origem e destino) e a região do destino turístico.

Como resultado das duas reflexões, observa-se a importância de se observar o quantitativo de atrativos, suas localizações territoriais e tempo necessário de visitação (segundo item do quadro 1, durabilidade) para que se possa verificar a possibilidade de agregá-los ou não em um ou mais roteiros. No que se refere à região de origem da demanda, tal dado poderá influenciar na formação do roteiro, tanto no que se refere à adequação do próprio roteiro para atendimento das motivações dos viajantes como também nos recursos que deverão ser utilizados visando a interação entre atrativos e visitantes (terceiro e quarto itens do quadro 1: interpretação dos atrativos e público alvo).

Além disso, também não se deve deixar de considerar a participação e/ou incentivo do poder público à atividade turística por meio das políticas de turismo, acredita-se que, ainda de forma indireta, irão influenciar o preço, qualidade sustentabilidade e lucratividade do roteiro como definidos no quadro 1. Para Lohmann e Netto (2001, p. 121):

a política pública de turismo deve ser usada para provocar um desenvolvimento turístico baseado em ações programadas do setor[...] políticas governamentais, junto com as ações dos governos, podem estimular ou retardar o desenvolvimento do turismo [...].

Assim, entende-se a necessidade de levantar dados sobre a localidade que contemplem infraestrutura e serviços de apoio à atividade turística, por exemplo: vias de acesso; transportes; atividades econômicas desenvolvidas; patrimônios históricos e culturais, considerando localização, tempo de visitação, recepção, existência ou não de sinalização turística e/ou guias de turismo; restaurantes; meios de hospedagens; entretenimentos, entre outros.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CASIÁS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O roteiro turístico deve ser compatível com as características da oferta turística, respeitando seus atributos, considerando a capacidade de suporte dos visitantes tanto nos atrativos, quanto nos equipamentos turísticos (EDUCAÇÃO, 2013).

Niterói, a cidade e o turismo

Niterói é um município do Estado do Rio de Janeiro. A distância entre Niterói e a cidade do Rio de Janeiro (capital do Estado), é medida em função da extensão da ponte Presidente Costa e Silva (também chamada de Ponte Rio-Niterói), 13 quilômetros. A região central e sul de Niterói ficam localizadas à margem da baía de Guanabara e, por isso, de frente para a cidade do Rio de Janeiro. Este fato possibilita aos transeuntes de Niterói a visualização e contemplação não somente da baía de Guanabara, o que inclui as praias do Flamengo e Botafogo e toda a paisagem que as cercam, mas também pontos turísticos bastante conhecidos da cidade do Rio de Janeiro, tais como: Cristo Redentor, Pão de Açúcar e pedra da Gávea (figura 1).

Figura 1: Imagem da cidade do Rio de Janeiro a partir da orla de Niterói.

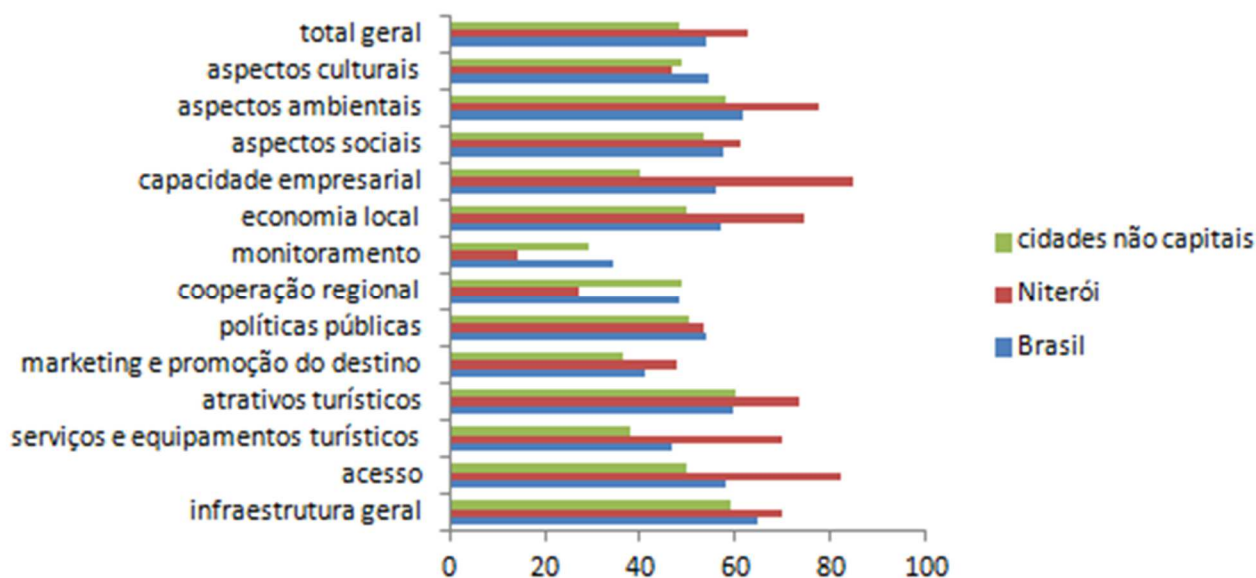


Fonte: Pontual, 2015.

Apenas 13 quilômetros separam as belezas de Niterói da Cidade Maravilhosa. Uma visita já se justificaria pela bela vista que se tem dos maiores pontos turísticos do Rio de Janeiro. Entretanto, Niterói é muito mais. O Museu de Arte Contemporânea (MAC), o Complexo dos Fortes, o conhecido Mercado de Peixe, o Polo de Moda, o comércio diversificado e a gastronomia de excelência apontam Niterói como destino turístico de relevância no cenário nacional (NELTUR, 2015b).

Dado relevante da cidade de Niterói em relação ao turismo diz respeito ao resultado do estudo de competitividade de destinos indutores do desenvolvimento turístico regional apresentado pelo Ministério do Turismo (MTur) no ano de 2010 onde Niterói apresentou média total superior às cidades não capitais e à média Brasil (gráfico 1).

Gráfico 1: Resultados do estudo de competitividade de destinos indutores do desenvolvimento turístico regional.



Fonte: Elaborado a partir de Barbosa, 2010.

Como pode ser observado no gráfico 1, do total das 13 dimensões avaliadas, a cidade de Niterói apresentou baixo desempenho em apenas quatro. Destas, Edra, Costa e Fernandes (2015) destacaram a cooperação regional, pois se trata de item que contempla a análise de planejamento turístico regional, roteirização, promoção e apoio à comercialização de forma integrada. Logo, observa-se que, embora Niterói seja beneficiada pela proximidade com a cidade do Rio de Janeiro, não se apropria de tal situação para o fomento do turismo. A promoção, coordenação e execução de ações que visem o estímulo e desenvolvimento do lazer e do turismo na cidade de Niterói são de responsabilidade da Empresa Lazer e Turismo S.A. - Neltur (NELTUR, 2015a). Esta, embora apresente os atrativos que a cidade possui em seu site (quadro 2), sugere a realização de cinco passeios turísticos (quadro 3).

Quadro 2: Atrativos de Niterói apresentados no site da Neltur.

Museus	Museu de Arte Contemporânea (MAC); Museu de Arte Popular Janete Costa; Museu Antônio Parreiras; Museu de Arte Sacra;	Museu do Ingá; Museu de Arqueologia de Itaipu; Solar do Jambeiro; Casa de Oliveira Vianna
Praias	Gragoatá; Boa Viagem; Flexas; Icaraí; São Francisco;	Adão e Eva; Piratininga; Sossego; Camboinhas; Itaipu;

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

	Charitas; Jurujuba;	Itacoatiara.
Fortalezas e Fortes	Forte da Boa Viagem; Forte do Gragoatá; Fortes do Imbuí e Barão do Rio Branco;	Forte do Pico ou de São Luiz; Fortaleza de Santa Cruz.
Parques	Campo de São Bento; Parque da Cidade; Parque Municipal Eduardo Travassos;	Parque Ecológico Darcy Ribeiro; Serra da Tiririca.
Igrejas Históricas	Basílica de N. S. Auxiliadora; Capela de Santa Bárbara; Capela de São Pedro do Maruí; Catedral de São João Batista; Igreja de N. S. da Boa Viagem; Igreja de N. S. da Conceição da Cidade; Igreja de N. S. da Conceição de Jurujuba;	Igreja de N. S. do Bonsucesso; Igreja de Santa Rosa do Viterbo; Igreja de São Domingos; Igreja de São Francisco Xavier; Igreja de São Lourenço dos Índios; Igreja de São Sebastião de Itaipú; Igreja de São Lourenço.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de NELTUR (2015c, 2015d, 2015e, 2015f e 2015h).

Quadro 3: Passeios turísticos sugeridos pela Neltur.

Roteiros	Características
Van Turística	A linha funciona somente na alta temporada (novembro a março) e percorre a zona central e sul da cidade.
Caminhos	Apresentam-se três caminhos: (1) de Darwin - percorre-se 2,2 km dentro do Parque da Serra da Tiririca, ficou conhecido após matéria da National Geographic em 2009; (2) dos Museus - restrito a quatro museus, todo na área central e sul; (3) Niemeyer - contempla as obras do arquiteto Oscar Niemeyer que deram nome ao espaço, localizadas, também, na área central e sul da cidade.
Complexo dos Fortes	Localizados na orla, possuem vista privilegiada para a baía de Guanabara. O passeio tem duração média de duas horas e ocorre aos sábados, domingos e feriados.
Eco Turismo	Não há informação do roteiro em si, apenas o contato de uma agência de turismo.
Passeios Náuticos	São passeios que saem da Marina da Glória (cidade do Rio de Janeiro) e percorrem a baía de Guanabara.

Fonte: Elaborado a partir de NELTUR (2015g).

Ao observar os quadros 2 e 3, verifica-se que, dois dos cinco roteiros (Eco Turismo e Passeios Náuticos) não estão diretamente relacionados à cidade de Niterói e os outros três se restringem à área da região central e sul do município, ainda que o site da Neltur coloque em destaque atrativos distribuídos pela cidade como um todo (quadro 2). Tal cenário pode ser justificado exatamente pelo fato do grande quantitativo da demanda que visita a cidade ser excursionista proveniente da cidade do Rio de Janeiro, o que acaba por inviabilizar deslocamentos para regiões mais afastadas. Também não se deve desconsiderar que a história da cidade e grande parte dos fluxos esteve concentrado nas regiões central e sul, se espalhando para as demais áreas recentemente, principalmente nas duas últimas décadas.

Inclusive, atualmente (2015), Niterói se apresenta como a cidade com um dos maiores Índices de Desenvolvimento Habitacional do Estado (IDH) e o maior do Estado, com um índice de verticalização de 42%, quantitativo maior que das grandes cidades como São Paulo e Rio de Janeiro que apresentam, respectivamente, 28 e 38% (O FLUMINENSE, 2015).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Niterói para Bicicleta

O crescimento demográfico da cidade tem gerado a ampliação do uso do solo e, conseqüentemente, maior quantitativo de fluxos. Tal fato tem levado o governo municipal a investir na infraestrutura urbana, principalmente no que se refere à mobilidade. Ações que promovam o uso de transportes coletivos, assim como transferências entre modais e principalmente a adoção da bicicleta como meio de transporte fazem parte de um projeto denominado “Requalificação do Centro de Niterói” que, embora o nome destaque o centro, contempla as áreas circunvizinhas, o que inclui a zona sul, principalmente orla.

Entre outras ações previstas no projeto está a implementação de 16 km de ciclovias (mapa 1), ligando o centro aos bairros ao entorno. “A ideia de uma ciclovia... com o objetivo de valorizar a bicicleta como meio de transporte” (Prefeitura de Niterói, 2015).

Embora 16 km pareçam um quantitativo muito pequeno para uma cidade, ressalta-se que essa grandeza contempla toda a região central e sul da cidade, onde se encontram residências, escolas, hospitais, comércios e serviços, além da maioria dos atrativos turísticos da cidade. E, somado a isso, ainda cita-se a característica da cidade ser plana em quase sua totalidade, o que facilita o uso de bicicletas. Assim, verifica-se a potencialidade de Niterói inserir o cicloturismo urbano, segmento do turismo em que a demanda utiliza a bicicleta para realizar percursos de pequenas e médias distâncias em espaços urbanos com o objetivo de lazer e visitação.

[...] o ciclismo de lazer tem grande potencial de crescimento, pode ser um estímulo ao turismo... uma boa maneira de introduzir as pessoas no ciclismo para suas necessidades cotidianas. Para estimular o ciclismo de lazer, deve haver pequenas melhorias, especialmente próximas de onde as pessoas moram... Rotas de lazer...” (LUMSDON, 1997: 115).

Mapa 1: Projeção dos 16 km de ciclovias ou ciclofaixas e de bicicletários.



Fonte: Prefeitura de Niterói, 2015.

Entendendo que o sistema e os modos de transportes disponíveis nas localidades para os cidadãos podem ser apropriados pela atividade turística, segundo Page (2001, p. 283), “o turismo (...) pode dispor de qualquer infraestrutura instalada para residentes e usuários de lazer em áreas locais”, desenvolveram-se quatro roteiros que contemplam a área central e sul do município (quadro 4).

Quadro 4: Roteiros para a realização do cicloturismo urbano em Niterói.

Roteiro	Característica
Orla	Iniciando na Ilha da Boa Viagem e terminando na Fortaleza de Santa Cruz da Barra, seria o maior roteiro (13 km) e com maior nível de dificuldade (dois, de acordo com EDRA et al., 2015, devido à existência de duas ladeiras ao longo do deslocamento). Todo o percurso é realizado na zona sul.
Caminho Niemeyer	Com início na Praça Popular e término no MAC, é menor roteiro (4Km). Se houve visitação os atrativos, 1h30 são suficientes para completá-lo. O percurso contempla o centro e a zona sul da cidade.
Circuito dos Museus	Quatro museus são contemplados: MAC, Museu do Ingá, Solar do Jambuí e Museu Janete Costa de Arte Popular. São 2 km de percurso, mas para que todos os museus possam ser visitados torna-se necessário separar cerca de cinco horas. Total de horas de visitação: 3h: 40 min. Cargo horária prevista para o roteiro: Aproximadamente 5h (pedalada com visitação).
Centro histórico	O objetivo deste roteiro é a apreciação da arquitetura dos edifícios que fazem parte da história da cidade. O percurso completo possui 2 km. Está restrito ao centro da cidade e seria o de menor nível de dificuldade visto que é todo realizado em área plana, mas a inexistência de ciclofaixas

também o pontual em nível dois, de acordo com EDRA et al. (2015).

Fonte: Elaboração própria.

No quadro 5 é possível visualizar todos os roteiros. Observa-se que em alguns locais há intercessão ou o paralelismo entre os percursos, o que significa que o ciclista poderá optar por fazer apenas um roteiro ou dar continuidade a mais de um.

Quadro 5: Mapa dos roteiros de cicloturismo urbano.



Fonte: Elaboração própria.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Considerações Finais

Acredita-se que a cidade de Niterói se apresenta, geograficamente, muito bem situada devido sua proximidade da cidade do Rio de Janeiro, um dos mais importantes portões de entrada do turismo no Brasil. Apesar disso, ainda apresenta restrições no que se refere ao desenvolvimento do turismo em seu espaço, principalmente em relação à retenção da demanda turística por mais de um dia, visto que tem se destacado como destino para excursionistas com estada no município do Rio de Janeiro. Vislumbra-se que a elaboração de um roteiro(s) que fomentem o fluxo turístico, ainda que num primeiro momento com o objetivo de lazer em curto espaço de tempo, destaca-se como estratégia para a ampliação da atividade turística.

O estudo desenvolvido observou que Niterói tem características que possibilitam a implantação do cicloturismo urbano: infraestrutura urbana que privilegia a mobilidade por bicicleta, território quase que em sua totalidade plano e proximidade entre os atrativos turísticos. Entretanto, ressalta-se que, embora já tenha sido traçado quatro roteiros para o desenvolvimento da atividade, ao longo da pesquisa de campo não se observou a existência de infraestrutura de apoio, tais como: aluguel de bicicletas, bicicletarias para manutenções etc.

Assim, acredita-se que o presente trabalho merece complementação visando identificar as variáveis necessárias para a elaboração e implantação de uma política de turismo para o fomento e desenvolvimento do cicloturismo urbano na cidade.

Referências

BARBOSA, L. (Org.). Índice de competitividade do turismo nacional – 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional – relatório Brasil 2010. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BOULLÓN, R.C. *Planificación del espacio turístico*. 3. Ed. México: Trillas, 2001.

EDRA, Fátima Priscila Morela; COSTA, Matheus Lima da; FERNANDES, Tuiza Teofilo. Cicloturismo em Niterói: Potencialidade a partir do Rio de Janeiro. In: COLÓQUIO TURISMO & CIDADES, 2015, Rio de Janeiro.

EDUCAÇÃO, Portal. *Planejamento e organização de roteiros turísticos*. 2013. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/turismo-e-hotelaria/artigos/34149/planejamento-e-organizacao-de-roteiros-turisticos#11>>. Acesso em: 17 set. 2015.

EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A [NELTUR]. (2015a) *A empresa*: Missão. Disponível em: <http://neltur.com.br/pt_quem_historico.htm>. Acesso em: 24 set. 2015.

EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A [NELTUR]. (2015b). *Apresentação*. Disponível em: <http://neltur.com.br/pt_cidade_apresenta.htm>. Acesso em: 17 set. 2015.

EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A [NELTUR]. (2015c). *Fortalezas e Fortes*. Disponível em: <http://www.neltur.com.br/pt_atrat_fortes.htm>. Acesso em: 26 set. 2015.

EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A [NELTUR]. (2015d). *Igrejas históricas*. Disponível em: <http://www.neltur.com.br/pt_atrat_igrejas.htm>. Acesso em 26 set. 2015.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A [NELTUR]. (2015e). *Museus*. Disponível em http://www.neltur.com.br/pt_atrat_museus.htm. Acesso em: 26 set. 2015.

EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A [NELTUR]. (2015f). *Parques*. Disponível em http://www.neltur.com.br/pt_atrat_parques.htm. Acesso em: 26 set. 2015.

EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A [NELTUR]. (2015g). *Passeios turísticos*. Disponível em http://www.neltur.com.br/pt_atrat_passeio.htm. Acesso em 26 set. 2015.

EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A [NELTUR]. (2015h). *Praias*. Disponível em http://www.neltur.com.br/pt_atrat_praias.htm. Acesso em: 26 set. 2015.

LEIPER, N. *Tourism systems: an interdisciplinary perspective*. Palmerston North: Department of Management Systems, Massey University, Nova Zelândia, 1990.

LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre Panosso. *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph, 2008. 486 p.

LUMSDON, L. 'Recreational cycling: is this the way to stimulate interest in everyday urban cycling?' in R. Tolley (ed) *The Greening of Urban Transport Planning for Walking and Cycling in Western Cities*, Chichester: Wiley, 113-27. 1997.

O FLUMINENSE (Niterói). *Habitação: Conheça o mercado imobiliário de Niterói*. 2015. Disponível em: <<http://www.ofluminense.com.br/pt-br/habitacao/conheca-o-mercado-imobiliario-de-niteroi>>. Acesso em: 25 set. 2015.

PAGE, Stephen. *Transporte e turismo*. Porto Alegre: Bookman, 2001. 349 p. Tradução de: Roberto Cataldo Costa.

PONTUAL, Leticia. *O outro lado do Rio: a cidade maravilhosa em ângulos pouco explorados*. Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/fotos/imagens-do-dia/2015/02/27/outra-visao-do-rio-de-janeiro.htm#fotoNav=6>>. Acesso em: 24 set. 2015.

PREFEITURA DE NITERÓI. *Mobilidade urbana sustentável*. 2015b. Disponível em <http://centro.niteroi.rj.gov.br/oprojeto/oquevaimudar.php#!mobilidade>. Acesso em: 10 jun. 2015.



O Frequentador do Jardim Botânico de Caxias do Sul¹¹⁶

Viviane Rocha¹¹⁷, Susana Gastal¹¹⁸
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: Os números que apresentam a cidade de Caxias do Sul são sedutores para quem busca oportunidade de emprego e melhor renda, gerando um crescimento urbano acelerado e uma série de demandas econômicas, estruturais e ambientais. Este perfil urbano faz dos espaços verdes, cada vez mais, alvos de disputa. O Jardim Botânico de Caxias do Sul é uma área piloto, com 50 hectares, para a preservação e recuperação de espaços verdes urbanos e bacias hidrográficas. Sua visitação está em ascensão, tornando-o uma aposta do poder público no incentivo ao lazer em meio à natureza. Para colaborar com a qualificação da infraestrutura e a mitigação de impactos ambientais, o presente artigo mostra resultados de pesquisa de nível exploratório, realizada em 2015, para analisar perfil e expectativas em relação à área pelos frequentadores. A pesquisa em andamento propõe elaborar um plano de intervenção que encaminhe um maior e melhor relacionamento com a comunidade do entorno e visitantes, orientando o seu olhar para o patrimônio natural e cultural presente nesse espaço.

Palavras-chave: Lazer; Educação; Perfil de Público; Jardim Botânico; Caxias do Sul, RS.

Introdução

¹¹⁶ Pesquisa com apoio CNPq.

¹¹⁷ Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Catarinense Facvest. Aluna da graduação em Turismo e Bolsista de Iniciação Científica pela Universidade de Caxias do Sul.

¹¹⁸ Doutorado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Estágio Pós-Doutoral na Universidade Católica Portuguesa. Professora Doutora Titular, na Universidade de Caxias do Sul.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Caxias do Sul é uma cidade de quase meio milhão de habitantes¹¹⁹, sendo que 96,29% vivem na área urbana e, apenas, 3,71% na área rural. Depois da capital, Porto Alegre, é a segunda maior cidade no Rio Grande do Sul, em número de habitantes, e a terceira maior economia com um PIB de 15,69 bilhões de reais. A cidade é o segundo maior polo metal-mecânico do Brasil, porém, atualmente o setor terciário (serviços e comércio) é o mais representativo da economia, sendo responsável por 52,96% da riqueza produzida. Caxias do Sul é a principal cidade do interior do Estado, sendo referência regional em serviços, saúde, educação técnica e de nível superior¹²⁰. Os números que apresentam a cidade são sedutores para quem busca oportunidade de emprego e melhor renda familiar, gerando um crescimento urbano acelerado, característico da região serrana do Rio Grande do Sul, e, que traz consigo uma série de demandas econômicas, sociais, estruturais e ambientais.

Um destes desafios está explícito na construção civil. A cada dia vemos mais prédios construídos e imóveis cada vez menores. Uma forma de acomodar muita gente em pouco espaço. Outro exemplo cotidiano está na mobilidade urbana. Caxias do Sul possui uma frota de aproximadamente 270 mil veículos. Uma média de 1,71 habitantes por veículo, facilmente comprovada, ao se dirigir em determinadas áreas da cidade. Este perfil urbano do município faz, cada vez mais, dos espaços verdes e do ar puro alvos de disputa.

Ao mesmo tempo em que vivenciamos uma época de muito ouvir falar sobre sustentabilidade, percebemos o risco iminente do esgotamento dos recursos naturais. Uma consequência, muitas vezes, ocasionada pelo crescimento populacional desordenado, práticas ambientais inadequadas dos cidadãos e a falta de gestão e planejamento urbano do poder público. A especulação imobiliária em Caxias do Sul evidencia o valor agregado nos empreendimentos construídos junto a espaços arborizados, parques e praças. Caminhar, fazer exercício ao ar livre, pedalar, tomar um chimarrão ou até mesmo descansar os olhos da agitação dos centros urbanos, tornam-se objeto de desejo do turista cidadão. Aquele que não

¹¹⁹ Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=430510&search=rio-grande-do-sul|caxias-do-sul>. Acesso em: 11 de junho 2015.

¹²⁰ Perfil Socioeconômico de Caxias do Sul. 2014. Disponível em: https://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/desenv_economico/perfil_caxias.pdf. Acesso em: 23 de maio 2015.



vem de longe, mas que se desloca de um bairro ao outro em busca do recurso natural para experimentar situações novas, diferentes do seu cotidiano.

[...] o turismo envolveria processos de estranhamento, ou seja, o turista, em seus deslocamentos, ao se defrontar com o novo e com o inesperado, vivenciaria processos de mobilização subjetiva que o levariam a parar e a re-olhar, a repensar, a reavaliar, a ressignificar não só a situação, o ambiente, as práticas vivenciadas naquele momento e lugar, mas muitas de suas experiências passadas. (GASTAL e MOESCH 2007, p. 11).

Esse novo entendimento sobre o conceito de turismo permite classificar o morador do destino como visitante, pois supõe a experiência do estranhamento e, nesses termos, seria esta categoria, e não a distância percorrida, o que demarcaria alguém como turista. Posto isto, devemos refletir sobre o fato de que a população de uma região, pode vir a ser, o principal usuário de alguns serviços e equipamentos turísticos que estão à sua disposição. Se levarmos em consideração os apontamentos de Beni (1998), sobre a forma como o turista se beneficia com os serviços urbanos e a infraestrutura básica, essenciais a qualidade de vida das comunidades que residem no destino visitado, podemos dizer que é uma troca justa. É essa ressignificação do conceito de turismo que encontramos no perfil do visitante do Jardim Botânico em Caxias do Sul, e, portanto, se faz necessária nesta área a proposição de estruturas que atendam suas demandas e a conciliação do uso deste espaço com atividades pertinentes a uma área de preservação e conservação de espécie.

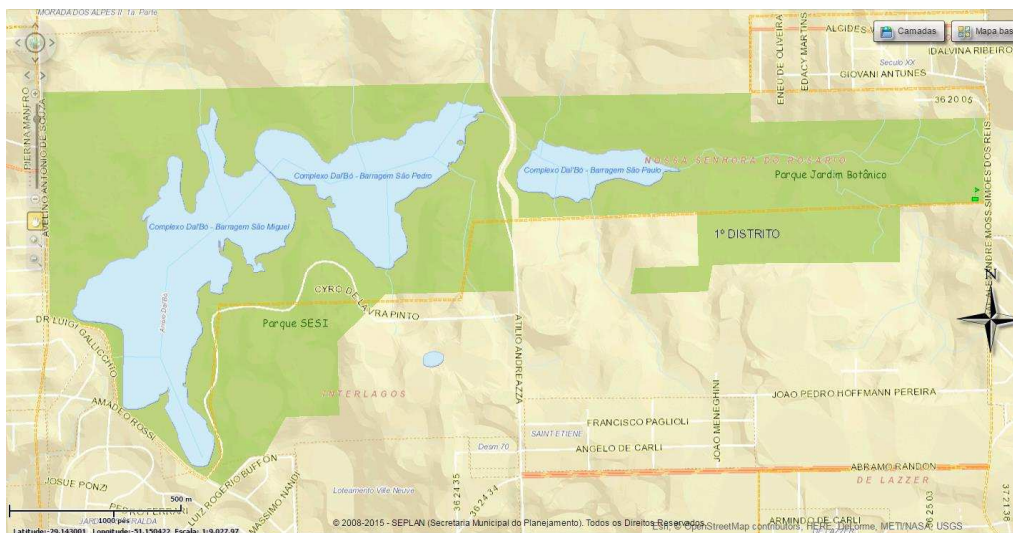
Feitas as considerações iniciais, o presente artigo propõe apresentar resultados de pesquisa de nível exploratório, realizada entre os dias 17 e 23 de maio de 2015, que buscou analisar perfil e expectativas em relação à área, pelos frequentadores do Jardim Botânico de Caxias do Sul (RS, Brasil). Foi utilizado um questionário com perguntas abertas e fechadas, amostra aleatória e por exaustão. Uma metodologia onde os entrevistados são abordados aleatoriamente, aplicando-se o número de entrevistas possíveis em períodos determinados de tempo. Para tanto, quatro pesquisadores trabalharam em duplas, diariamente, divididos entre os turnos manhã e tarde (entre 10h - 11h e 16h - 17h). No total foram entrevistadas 89 pessoas com uma tendência maior de público nos períodos da tarde. A metodologia contemplou,

ainda, entrevistas com os responsáveis pelas três entidades gestoras do Jardim Botânico, afim de conhecer as ações já desenvolvidas e compreender o planejamento futuro para a área.

O Jardim Botânico de Caxias do Sul

Criado pela Lei 3.926 de 07 de dezembro de 1992, o Jardim Botânico de Caxias do Sul (JBCS) está localizado junto à represa São Paulo, na Bacia Hidrográfica do Arroio Dal Bó. É mantido pela Prefeitura Municipal de Caxias do Sul, por meio da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Universidade de Caxias do Sul e Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto. Cada entidade é responsável por determinadas atividades relacionadas a área e disponibiliza recursos materiais, financeiros e humanos para funcionamento e manutenção do espaço.

Figura 1: Complexo Dal Bó e a divisão física de suas três barragens com a indicação do Jardim Botânico - JBCS



Fonte: Geocaxias – Prefeitura Municipal de Caxias do Sul

Desde dezembro de 2014, época em que a área destinada ao depósito de galhos provenientes das podas foi atingida por um incêndio, o Jardim Botânico passa por uma revitalização. Um investimento de R\$ 210 mil para construção de banheiros, recuperação do deck e do cercamento de segurança no entorno da represa. Melhorias ainda insuficientes para

recuperação da área, que tinha sinais de abandono conforme levantamento fotográfico de 2014.

Figura 2: Degradação no JBCS. 2014



Fonte: Viviane Rocha e Felipe Zaltron

No entanto, a visitação ao Jardim Botânico está em crescente ascensão. O potencial de visitação do espaço pode ser visivelmente comprovado nos finais de semana quando, em alguns períodos, existe dificuldade para encontrar espaço ao estacionar ou mesmo andar. A secretaria municipal de meio ambiente estima que 1000 pessoas frequentem a área nos finais de semana, porém, não há instrumentalização de pesquisa para esse dado. O fluxo intenso de visitantes fez do JBCS uma aposta do poder público para incentivar o lazer em meio à natureza através do projeto, por ora, denominado de Ecoparque. Este projeto prevê a integração dos 50 hectares de área, destinados ao Jardim Botânico, ao restante do complexo Dal Bó, formando um parque de 153 hectares com ciclovias, pista de caminhada e outras melhorias. Não há previsão para o início das obras do Ecoparque, porém, o projeto já está concluído e a licitação para a construção da passarela que deve ligar o Jardim Botânico ao restante da área, já está em andamento.

O Secretário Municipal de Meio Ambiente de Caxias do Sul adianta que o objetivo do Ecoparque está relacionado a um centro de lazer diferenciado, ligado à educação ambiental, e que o espaço vai estar entre os cinco maiores parques da América Latina. Afirma, ainda, que o



projeto inclui um estacionamento com 600 vagas e que o investimento vai ser pago com recursos do próprio município, porém, não revela o montante a ser desembolsado. Preocupa, no entanto, a ausência de dados ou fiscalização sobre o tipo de atividades que atualmente estão sendo desenvolvidas e os impactos graduais que causados em uma área que, segundo o CONAMA¹²¹, deve ser protegida.

Jardins Botânicos são áreas protegidas, constituídas no seu todo ou em parte, por coleções de plantas vivas cientificamente reconhecidas, organizadas, documentadas e identificadas, com a finalidade de estudo, pesquisa e documentação do patrimônio florístico do País, acessível ao público, no todo ou em parte, servindo à educação, à cultura, ao lazer e à conservação do meio ambiente. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. CONAMA, Resolução 339. 2003)¹²².

Cada jardim botânico pode ser considerado um museu vivo, repleto de histórias e simbologias naturais e culturais. Possuem grande cunho educacional para a comunidade onde estão inseridos e, se constituem em atrativos importantes enquanto parques para atividades ao ar livre. De acordo com a Rede Brasileira de Jardins Botânicos, no Rio Grande do Sul, existem quatro jardins botânicos registrados: Porto Alegre, Caxias do Sul, Santa Maria e Lajeado. Se levarmos em conta a extensão territorial do Estado, chegaremos à conclusão de que o número de jardins botânicos é inexpressivo.

A exemplo de outros jardins botânicos brasileiros, o de Caxias do Sul é uma área piloto de preservação e recuperação de espaços verdes urbanos e pequenas bacias hidrográficas. Em plena mutação e crescimento qualitativo e quantitativo, ele cumpre suas funções científicas e educacionais e contribui com um legado de biodiversidade às gerações atuais e futuras da comunidade local e regional. Cerca de 45% da área é constituída por vegetação nativa, isto é, matas com *Araucaria angustifolia*, também conhecida por Floresta

¹²¹ O CONAMA é o Conselho Nacional do Meio Ambiente, órgão consultivo e deliberativo pertencente ao Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/>>. Acesso em 07 de junho 2015.

¹²² Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=377>>. Acesso em: 27 de setembro 2015.



Ombrófila Mista, que no Sul do Brasil ocupa o chamado Planalto das Araucárias. Desde 2006, o JBCS vem atuando com o programa internacional “Investing in Nature”. Este programa tem a parceria do BGCI – Botanic Gardens Conservation Internacional, Instituto de Pesquisas – Jardim Botânico do Rio de Janeiro e Rede Brasileira de Jardins Botânicos. O projeto “Salvando os Cactos”, inicialmente com os gêneros *Parodia* e *Frailea*, originou a coleção de Cactaceae. O gênero *Parodia* possui no Rio Grande do Sul, 26 espécies em três centros de dispersão onde é possível encontrar: *Parodia leninghausii*, *Parodia graessneri*, *Parodia ottonis*, e a espécie em situação mais crítica, a *Parodia rechensis*, endêmica da região do Faxinal em Ana Rech, no Município de Caxias do Sul¹²³.

Visando colaborar com a qualificação da infraestrutura proposta pelo poder público municipal e a mitigação de impactos decorrentes das atividades praticadas em uma área de preservação de espécies, a pesquisa ora em andamento propõe elaborar um plano de intervenção que encaminhe um maior e melhor relacionamento com a comunidade do entorno, com os frequentadores e visitantes orientando o seu olhar para o patrimônio natural e cultural presente nesse espaço.

Perfil do visitante no Jardim Botânico de Caxias do Sul

O Botanic Gardens Conservation Internacional (BGCI) recomenda, através de seus articulistas, a realização de pesquisas (*audience research*). As pesquisas de audiência são um meio importante para conhecer como as pessoas desejam usufruir e participar. Tais pesquisas também podem alimentar processos de interpretação patrimonial e outras ações educativas, que contribuam para maior consciência em relação aos botânicos e aos trabalhos ali realizados, mas também e de forma mais ampla, criando uma rede de apoio aos professores tanto do ensino formal como do informal. (MOUSSOURI, 2013; Valkenhoef, 2013; WANG e HE, 2013; BATISTA, 2014). Seguindo as orientações do BGCI, o presente artigo propõe apresentar resultados de pesquisa de nível exploratório que buscou analisar perfil e expectativas em relação à área, pelos frequentadores do Jardim Botânico de Caxias do Sul.

¹²³ WASSUN, Ronaldo. Anais da XVIII Reunião de Jardins Botânicos ocorrida entre os dias 6 a 10 de julho de 2009 na cidade de Salvador/BA. p. 60 a 62.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Do total de entrevistados a predominância é do sexo masculino – 62%. Esse indicativo pode ser explicado pela atividade de pesca que é autorizada na represa São Paulo, e, percebida com maior frequência em dias de semana. Nos finais de semana ocorre uma mudança no perfil de atividades desenvolvidas na área, e da mesma forma, uma alteração no perfil de frequentadores que inclui as famílias. Com relação a classificação etária, 75% dos frequentadores possui entre 21 e 42 anos de idade. A pesquisa revela, ainda, uma maior incidência de pessoas com escolaridade superior ao nível médio (71%), um indicativo de que o frequentador do Jardim Botânico possui instrução.

A pesquisa aponta maior incidência de pessoas empregadas, no total 48% dos participantes. A segunda opção mais referendada é de pessoas desempregadas, atingindo 16% da amostra. Os demais, 36%, estão distribuídos entre empregador, funcionário público, aposentado do INSS e estudantes. No total, 53% dos entrevistados afirmou receber entre 1 a 3 salários mínimos, ou seja, até R\$ 2.364,00 mensais.

Ao todo, 88% dos pesquisados procedem de Caxias do Sul. A amostra aponta, ainda, 9% de visitantes de outras cidades do RS, além de 3% vindos de outro Estado. Não houve menção de visitantes do exterior entre os entrevistados. Uma grande diversidade de bairros foi indicada (42), demonstrando que o Jardim Botânico é eleito como destino, independente da distância do local de residência dos visitantes. No entanto, observa-se maior incidência de público procedente dos bairros Centro e Fátima, este último localizado próximo ao Jardim Botânico. Quando questionados sobre sua naturalidade, 53 pessoas afirmaram ser naturais de Caxias do Sul. A pesquisa indica, ainda, outras 18 cidades gaúchas e 5 estados brasileiros como distribuição por naturalidade entre os entrevistados.

As pessoas que responderam ao questionário, indicaram como mensal a frequência de suas visitas – 35%. Porém, a pesquisa revelou um grande número de pessoas visitando a área pela primeira vez – 22%. O fator apontado como motivador para a primeira visita foi a mídia. O Jardim Botânico de Caxias do Sul, recentemente inaugurou algumas reformas e melhorias, já mencionadas anteriormente, que foram objeto de matérias veiculadas nos veículos de comunicação do município.

Para avaliar o motivo da visita uma questão fechada elencava cinco alternativas, além de uma sexta opção descrita como “outro motivo” onde o entrevistado poderia mencionar sua

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

motivação. O “lazer” foi apontado por 64% dos entrevistados e 17% das pessoas optaram pelo “contato com a natureza”. Curiosamente, nenhum dos entrevistados apontou o “interesse botânico” ou a “educação” como fatores decisivos pela escolha do Jardim Botânico como destino. Observa-se, também, que a área é bastante utilizada como “cenário” por profissionais da fotografia e produção audiovisual, figurando como fator mais indicado através da alternativa “outro motivo”.

Questionados sobre sua percepção em relação ao que seria um jardim botânico, as respostas registram que o frequentador não tem consciência do perfil científico, de pesquisa e preservação da área. Entre algumas respostas, os visitantes relacionam o Jardim Botânico com as palavras “natureza” e “flores”, descrevendo a área como um “local tranquilo” para “atividades de lazer”. Apenas 18% da amostra menciona a “diversidade de espécies” para “estudo” e “preservação da natureza”. Esse “jardim de estudos” é apontado por esta minoria como um “local para refletir” e “descansar o olhar” da agitação da cidade.

Duas perguntas fechadas buscaram avaliar o engajamento dos participantes com questões ambientais mais amplas. A amostra revela que os entrevistados possuem algum tipo de preocupação ambiental, porém, a grande maioria, 85%, declarou não ter participado de nenhuma iniciativa ou ação de conscientização sobre os cuidados com o meio ambiente. Os 15% que disseram já ter participado destas iniciativas, em geral, o fizeram através da promoção das empresas onde trabalham. A pesquisa revela que 93% dos entrevistados estão abertos a iniciativas de educação ambiental e preservação do meio ambiente.

Para sintetizar o tipo de atividade que as pessoas costumam realizar como contribuição para a preservação do meio ambiente, o questionário disponibilizou as alternativas: água, lixo, extinção de espécies, camada de ozônio, desmatamento, mudanças climáticas, outra atividade ou nenhuma atividade. Cada entrevistado pode escolher mais de uma opção, de acordo com suas práticas cotidianas. Ao todo, 96% dos entrevistados diz realizar “alguma atividade relacionada ao lixo”, mais precisamente, “separação seletiva dos resíduos”. Podemos atribuir o grande número de pessoas adeptas dessa prática, à implantação da coleta seletiva automatizada, a partir de 2007, no município.

Desde então, a CODECA - Companhia de Desenvolvimento de Caxias, já disponibilizou 1400 contêineres para coleta de lixo orgânico e 1400 contêineres para coleta de

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

lixo seletivo, atingindo 165 mil pessoas. Os recipientes, de grande porte, são colocados lado a lado e possuem as cores amarelo para o resíduo seletivo e verde para o lixo orgânico. Esse impacto visual e a facilidade com que a população encontra os contêineres ajuda a disseminar a prática de separação de resíduos. Já 49% dos participantes afirmam ter algum tipo de ação “relacionada a água”. Na maioria das respostas temos como complemento: “uso consciente”, “acionamento” ou “reaproveitamento da água da chuva”. Quando questionados sobre o que seria o uso consciente, algumas ações como “lavar a louça com a torneira fechada”, “banhos mais curtos”, “chuveiros com redutores de pressão” e “acúmulo de roupas para utilização da máquina de lavar” aparecem como respostas.

Uma parcela muito pequena da amostra relata envolvimento com ações relacionadas a extinção de espécies, desmatamento, mudanças climáticas ou preocupação com a camada de ozônio. É fato que a falta de acesso a informação sobre como as pessoas podem contribuir com a preservação de áreas como essas, contribui para a pouca adesão. É mais comum a mídia reportar sobre água e lixo do que outros aspectos do meio ambiente, e isso, influencia o comportamento da população. Como exemplos, temos o racionamento de água e o transtorno enfrentado pela cidade de São Paulo ou o acúmulo de lixo na cidade do Rio de Janeiro, durante a greve da companhia de limpeza urbana no Carnaval de 2014. O próprio case de Caxias do Sul, quando da implantação da coleta automatizada, inédita no país até aquele momento, foi notícia no programa "fantástico" exibido, nacionalmente, pela rede globo.

Uma questão fechada, de múltipla escolha, verificou a percepção dos entrevistados sobre os quesitos: infraestrutura, sinalização, limpeza, atendimento, paisagismo, material e segurança. A avaliação foi descrita através dos indicadores: ruim, regular, bom e ótimo. As respostas revelam claramente o descontentamento com os itens relacionados a prestação de serviços. Sobre o atendimento, 65% dos participantes o avaliam com ruim. Já 68%, apontam, como ruim, a inexistência de algum material explicativo e 52% relatam a segurança como um serviço ruim no Jardim Botânico. A infraestrutura e a limpeza figuram como boas, com respectivamente, 53% e 61% de aprovação. A percepção sobre o paisagismo é ótima, indicando 43%, enquanto, 36% das pessoas avaliam como regular a sinalização encontrada no Jardim Botânico. Quando questionados sobre algum evento realizado no Jardim Botânico,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

94% do público relatou nunca ter ouvido nenhum tipo de divulgação sobre atividades desenvolvidas.

Entre os equipamentos a acrescentar, as sugestões foram diversificadas, mas, se pode agrupá-las em pedidos por mais equipamentos como praças infantis (40%), presença de serviços de monitoria (23%), melhor infraestrutura de placas de identificação nas plantas (12%) e a implantação de estufas para exposições de espécimes (12%). Sobre o espaço indicado como “o que não gostou durante a visita”, embora, a pergunta aberta, direcione a um local físico, observamos a presença respostas subjetivas. No total, 58% dizem “não ter um local para indicar”, porém, 21% dos pesquisados apontam os espaços onde há “deficiência na infraestrutura” como, por exemplo, a “falta de assentos”, “sinalização”, “a deterioração das trilhas e da ponte do banhado” e a “poluição da barragem”. Os outros 22% indicam atitudes do próprio público visitante como “o que não gostou no JBCS”. Aparecem como respostas “atitudes inadequadas dos visitantes”, como o “consumo de drogas” e o “consumo de álcool” que além de serem substâncias que alteram o comportamento do indivíduo, ainda contribuem para a poluição do meio ambiente através do descarte inadequado de resíduos como garrafas, latas e embalagens de papel. Incomoda ainda o “som alto” nos veículos estacionados, principalmente aos domingos e a quantidade de “cães soltos” e a “falta de educação” dos proprietários que “não recolhem os dejetos” deixados pelos animais. Além das “atividades inadequadas”, a “sensação de insegurança” completa a lista.

Quando o foco da pergunta, novamente aberta, é “o que mais gostou durante a visita”, temos, da mesma forma, percepções objetivas e subjetivas, divididas entre espaços físicos e instalações (59%), atividades possíveis de se praticar na área (12%) e ainda sentimentos ou sensações (28%) como “calma”, “tranquilidade”, “divertimento” e “observação” da natureza. Dentre as atividades citadas temos “passear nas trilhas”, “pescar”, relaxar e sair da rotina”, “passear com animais” “respirar ar puro” e fazer exercício ao ar livre”. Sobre esse item, temos ainda 1% que não soube opinar.

Quando questionados sobre “espaço favorito”, todos os entrevistados citaram, espontaneamente, itens físicos. Embora as respostas sejam bastante diversificadas, aparece em primeiro lugar (35%), as “áreas verdes” como a “vegetação”, o “cactário”, a “grama”, as “trilhas” e a “araucária” símbolo do JBCS. A represa, que muitas pessoas chamam de “lago”,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

também aparece na preferência do público (25%). As instalações citadas como “espaços de convivência”, “deck” e “quiosques” também foram lembradas (18%). Outra instalação do JBCS referendada como principal atrativo é o Jardim de Linneus (17%). Ainda temos 3% do público que afirma “não ter local preferido” e 2% que citam “todos” os locais como favoritos durante a visitação.

Quanto a críticas e sugestões, as respostas foram espontâneas e, podemos identificar quatro grupos de acordo com o tipo de citação. A maior parte dos entrevistados diz “não ter nenhuma sugestão ou crítica quanto ao JBCS” (38%). Já 30% do público anseia por “melhoria na infraestrutura”. Nas respostas aparecem sugestões quanto a “instalação de bebedouros”, “lixeiras”, “guarda-corpo junto a represa”, “placas de identificação nas coleções de plantas”, “banheiros”, “bancos”, “pista para caminhada e/ou ciclovia”, “estacionamento” e até uma “horta comunitária” e a “ampliação do conjunto de plantas para visitação”. Temos ainda sugestão por implementação de atividades (9%) como “incentivo à cultura”, “divulgação do Jardim Botânico”, atividades voltadas ao “público infantil” e “melhor idade” e, também, “competição de esportes aquáticos”. As críticas em sua totalidade estão relacionadas à segurança (23%). As respostas apontam como melhoria, o “controle de acesso de público” e a “instalação de uma portaria” com “guarita de vigilância”, “monitores para as trilhas” e a “fixação de placas que explicitem as atividades permitidas e proibidas” nas dependências do Jardim Botânico.

Do total de entrevistados, 30% afirmam “visitar parques” em seu tempo livre. “Caminhar” aparece logo em seguida (25%). Houve referência ainda a “assistir televisão” (11%), “navegar na internet” (9%), “ler” (5%), “ir ao shopping” (8%) e ao “cinema” (2%). Como resposta aberta para a opção descrita como “outro” (10%), atividades como “viajar”, “sair com amigos”, “praticar esportes”, “meditação” e “passear em família” foram citadas.

A grande maioria (98%) utilizou carro ou moto para chegar ao JBCS. Cabe ressaltar, que apenas 1 linha de transporte coletivo realiza o trajeto com desembarque em frente ao Jardim Botânico, e, provavelmente, este seja um fator determinante para o tipo de mobilidade referenciada na pesquisa.

Encaminhamentos Provisórios

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A partir dos resultados obtidos na pesquisa de audiência, realizada no Jardim Botânico de Caxias do Sul, três inquietações podem ser encaminhadas.

- a) A preservação do recurso natural e a mitigação de impactos decorrentes do uso inadequado da área: O resultado do perfil socioeconômico do público frequentador do JBCS, reforça a percepção do poder público municipal quanto ao potencial da área como opção de lazer ao ar livre e, justifica o investimento para ampliação de um parque com infraestrutura para caminhada, ciclovias e estacionamento. Porém, a ausência de respostas relacionadas com o interesse botânico, a educação ambiental e a preservação de espécies, ressalta a preocupação sobre o cuidado ambiental, o planejamento e a fiscalização do tipo de atividade que vem sendo praticada na área.

Por suas características preservacionistas, o Jardim Botânico tem suas atividades compatíveis com a preservação da bacia hidrográfica na qual se situa e contribui diretamente na recuperação da vegetação da região. No entanto, o aumento do número de visitantes ao JBCS, com tendência a continuar em um futuro próximo, enfatiza a importância de serem tomadas atitudes para se evitar, ou ao menos minimizar, os efeitos negativos e danos ao meio ambiente. Nisso se englobam as preocupações com o acompanhamento contínuo de indicadores e a tomada de ações para o gerenciamento da visitação.

Planejar é um ato político que envolve forças, muitas vezes antagônicas, tanto do local a ser planejado, quanto do ambiente externo. Ao longo do processo, faz-se necessário considerar questões políticas, econômicas, territoriais, jurídicas, etc. Trata-se de um conjunto de decisões imbuídas de valores que, de acordo com o ponto de vista das forças sociais preponderantes, em um determinado contexto temporal e espacial, dão o tom das propostas a serem implantadas: voltadas à busca de geração de renda e ocupação, a um ordenamento do espaço com novas vocações, a uma maior participação da comunidade local, tão em voga nos cânones atuais do planejamento, entre outras possibilidades. (STIGLIANO. 2011. p.11).

É fato, evidenciado na pesquisa, que o elemento primordial como atrativo do Jardim Botânico de Caxias do Sul é o recurso natural. De acordo com Plog (2002) os

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

impactos ambientais decorrentes do turismo são lentos e gradativos, portanto, medidas devem ser dispostas com a máxima urgência no planejamento sustentável.

- b) A ausência de demanda pela experiência educativa: Jardins Botânicos tem por missão realizar atividades educacionais que visem conscientizar a comunidade sobre a importância de conservar a biodiversidade e proteger o meio ambiente. O JBCS, é, portanto, uma área de grande potencial educacional e turístico para o município, atuando como uma área de preservação de espécies nativas e de recuperação de áreas verdes urbana, contribuindo para que as atuais e futuras gerações da comunidade desfrutem de condições ambientais adequadas. O JBCS possui espaços que auxiliam no processo educacional, como a Escola Botânica - destinado a palestras, o Jardim de Linnaeus - espaço com exemplares de espécies que foram descritas pelo naturalista Carolus Linnaeus, e um Cactário com espécies exóticas e nativas de cactos, onde se destaca o gênero Parodia, e plantas suculentas. Em 2006 foi o criado o programa “O Jardim Botânico vai à Escola” que contemplou dezenas de escolas municipais com a visita guiada ao JBCS. A partir de 2012, no entanto, houve um declínio em sua atuação junto à comunidade, tendo apenas duas escolas em 2013 e uma em 2014 atendidas
- c) Como construir o diálogo entre este (e outro) jardins botânicos com seus públicos: É preciso preparar as gerações contemporâneas, não só para conviver com espaços verdes especializados na sua vocação para acervo e pesquisa de espécies, mas também que este aprendizado encaminhe ao como (con)viver em sociedade, em harmonia com o meio ambiente.

O turismo possui como recurso, ou seja, como elemento primordial na formação do destino turístico, a paisagem do local em que é realizada a atividade. Essa situação cria um panorama que, por necessidades diversas, faz com que o visitante sinta a necessidade de pertencer,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

envolver-se, ou inserir-se neste ambiente. (YAZIGY apud CÉSAR, 2011. p.13).

Assim, por exemplo, a interpretação patrimonial se coloca como uma forte aliada para se atingir objetivos de preservação do patrimônio e de satisfação do visitante. Além de proporcionar um maior e melhor relacionamento com a comunidade do entorno, com os frequentadores e visitantes, orientando o seu olhar para o patrimônio natural e cultural crescente nesse espaço. É preciso também, atender o princípio de sustentabilidade que leva em consideração a gestão de visitantes.

Turismo sustentável não é resultante apenas da aplicação do conceito de desenvolvimento sustentável à atividade turística, mas também, resultado do aparecimento do conceito de gestão de turistas, o qual surgiu após a identificação de problemas ocasionados pela visitação turística (SWARBROOKE, 2000. p.11)

Para Ludwig (2003) a interpretação da paisagem pode ser estudada a partir do patrimônio e do meio-ambiente. Na visão do autor, quando há a intervenção humana na natureza, como é o caso dos jardins, esse se torna um fenômeno cultural. Os jardins botânicos apresentam um grande número de espécimes expostas em um ambiente adaptado pela mão humana, com o objetivo de transmitir a sua mensagem fazendo com que o visitante tenha noção e abrace os ideais de proteção, conservação e sustentabilidade da flora exposta.

A interpretação não dá garantias de que o visitante verá uma planta florescer no momento da visita, mas certamente informará que ela floresce em determinadas épocas do ano. Ryland (2010) considera que os jardins são áreas informais de aprendizagem e espaço de lazer, assim, segundo o autor, o papel da interpretação em um jardim botânico é orquestrar o que será apresentado ao visitante e de que maneira isso será feito, utilizando como protagonistas as plantas, em sua diversidade, e de que forma suas características são relevantes para esse público.

Murta e Albano (2002) colocam que a interpretação patrimonial contribui para o desenvolvimento local sustentável, ao demonstrarem que a comunidade que conhece a si mesma tem mais facilidade e entendimento em comunicar o seu patrimônio. Interpretar conduz novos olhares e novos modos de apreciação por parte dos moradores perante a suas

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

comunidades. Com isso, atitudes preservacionistas são desenvolvidas em diálogo com o turismo, os visitantes e os demais segmentos sociais.

REFERÊNCIAS

BENI, M. **Análise Estrutural do Turismo** 1ª. ed. São Paulo: SENAC,1998. BRASIL.

BGCI – **Botanic Garden Conservation International**, 2010. Disponível em <<http://www.bgci.org>>. Acesso: em 20 set. 2015.

CESAR, Pedro Alcântara Bittencourt. **Turismo e desenvolvimento sustentável: análise dos modelos de planejamento turístico**. Educs, 2011. p.13.

GASTAL, S. e MOESCH, M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

LUDWIG, Thorsten. **Basic Interpretive Skills**. The Course Manual. Werleshausen: Interp.de, 2008. Disponível em: <http://www.interp.de/dokumente/topas_course_manual.pdf>. Acesso em 13 de junho de 2015.

MOUSSOURI, T. Good connections making audience research a collaborative process. **BGCI-Roots**, V.10 (2), 2013, pp. 6-9. <http://www.bgci.org/files/Worldwide/Education/Roots_PDFs/Roots%2010:2%20.pdf> Acesso em: 20 set. 2015.

MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (Org.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

PLOG, S. C. Por que a preservação do destino tem sentido econômico. In: **THEOBALD, W. F. (org.) Turismo Global**. 2ª ed. São Paulo: Editora SENAC, 2002. p.267.

STIGLIANO, Beatriz Veroneze. **Turismo e desenvolvimento sustentável: análise dos modelos de planejamento turístico**. Educs, 2011. p.11.



SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética**. São Paulo: Aleph, 2000. vol. 5.

Resolução 339. CONAMA. Ministério Do Meio Ambiente. Brasília, 2003.

RYLAND, Philip. **Who Goes There?** Association for Heritage Interpretation Journal. Kent, Reino Unido. Vol. 12, n. 2, outono de 2010.

WASSUN, Ronaldo. **Anais da XVIII Reunião de Jardins Botânicos**. Salvador, 2009. p.60-62.

A Apropriação do Jornalismo Literário Avançado pelo Jornalismo de Turismo: Análise dos Jornais Zero Hora e Pioneiro

Ricardo Augusto de Souza, Rodrigo de Oliveira Moraes, Maria Luiza Cardinale Baptista
Universidade de Caxias do Sul (UCS)

Resumo: O presente texto é sobre a utilização do Jornalismo Literário Avançado pelo Jornalismo Turístico. O trabalho tem como objetivo geral analisar a cobertura jornalística no segmento do Turismo, relacionando-a com os elementos propostos pelo Jornalismo Literário, do campo das teorias da comunicação. Para a realização da pesquisa, a metodologia utilizada foi de caráter quanti-qualitativo, além do levantamento bibliográfico. Os Jornais escolhidos para a análise foram Zero Hora e Pioneiro. Primeiramente, foram analisadas 10 edições dos jornais em distintos momentos do ano, a fim de ver a recorrência de notícias relacionadas ao turismo. Após, duas reportagens pontuais foram escolhidas para relacionar com os elementos propostos pelo Jornalismo Literário Avançado. Pode-se perceber, a partir do cruzamento das reportagens com os do JLA, que o Jornalismo de Turismo está preso às narrativas tradicionais, não explorando elementos básicos do JLA, como a descrição. A pesquisa está vinculada ao projeto Desterritorialização Desejante em Turismo e Comunicação: Narrativas Especulares e de Autoipse Inscricional, do Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade, da Universidade de Caxias do Sul.

Palavras-chave: Turismo; Narrativas; Jornalismo Literário; Zero Hora; Pioneiro.

Introdução

O texto a seguir é uma espécie de viagem ao mundo acadêmico. Como não é possível delimitar exatamente quando uma viagem inicia e quando ela acaba de fato, trazemos, aqui, um fato para contar como a passagem para a escrita deste artigo foi comprada. Era sexta-feira de inverno, típica da serra gaúcha, com neblina e bastante frio. Estávamos no Encontro Caótico da Comunicação e do Turismo, quando fomos convidados a falar sobre nossas

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

experiências de pesquisa ao longo dos últimos meses. Ao falarmos das pesquisas, percebemos que nossas viagens de pesquisador tomavam estradas muito próximas, relacionando turismo e comunicação, mais precisamente jornalismo. Nesse mesmo momento, percebemos que o combustível da nossa viagem era o mesmo: a busca por narrativas que vão além daquelas propostas pelo jornalismo tradicional. A partir daí, resolvemos unir nossas trilhas e viajar rumo à relação entre o jornalismo de turismo e o jornalismo literário avançado. Apesar de diversos percalços no caminho, acreditamos que o texto a seguir demonstra que, uma vez embarcando rumo ao conhecimento, acabamos sendo transformados, e no retorno já não faz sentido apenas desfazer as malas e seguir a rotina. É preciso seguir viagem de novo.

Aspectos Metodológicos

O presente texto busca analisar a cobertura realizada no segmento de Turismo pelos jornais Zero Hora e Pioneiro. O primeiro deles é o veículo de comunicação impressa do Estado do Rio Grande do Sul com maior tiragem. O segundo, o veículo de comunicação impressa de maior tiragem na região turística da Serra Gaúcha. A análise está ancorada na teoria do Jornalismo Literário Avançado, que é defendida, principalmente, por Edvaldo Pereira Lima (1995), importante autor no campo da comunicação.

Com a crescente popularização da emissão e do consumo de notícias, a narrativa jornalística passou a assumir um papel cada vez mais central na produção do jornalismo. A metodologia utilizada nessa pesquisa foi de caráter quanti-qualitativo, além de levantamento bibliográfico. Numa primeira fase, a pesquisa quantifica os dados obtidos por meio da observação dos jornais Zero Hora e Pioneiro em distintos momentos do ano. Na quantificação, optou-se por criar categorias para classificar os indícios de notícias relacionadas ao turismo encontradas em 5 edições de cada jornal. Os indícios foram classificados em Turismo Jornalismo e Turismo Publicitário. Cada uma dessas categorias foi subdividida a fim de descobrir a qual contexto demográfico pertenciam os indícios. As subcategorias são Jornalismo Turismo Serra, Jornalismo Turismo Estadual, Jornalismo Turismo Nacional e Jornalismo Turismo Internacional. A mesma classificação é utilizada para os indícios publicitários.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

O método quantitativo, apesar de apresentar diversas limitações, é interessante como substrato para a análise qualitativa. Questões como a objetividade e a concretude são as grandes vantagens desse tipo de abordagem. No cerne da defesa do método quantitativo enquanto suficiente para explicarmos a realidade social está a questão da objetividade. Para os positivistas, a análise social seria objetiva se fosse realizada por instrumentos padronizados, pretensamente neutros (MINAYO, 2004, p.23).

Como esse trabalho não crê na utilização do método quantitativo como objeto suficiente para a análise proposta, em todos os momentos de quantificação, a pesquisa é realizada também em caráter qualitativo. A pesquisa qualitativa é utilizada justamente para explicar aquilo que não pode ser observado por meio de números ou estatísticas. A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 2004, p. 22).

Segundo a autora, é possível integrar a utilização dos métodos quantitativo e qualitativo, na medida em que a união deles pode suprir necessidades científicas diferentes e complementares dentro da mesma pesquisa. “O conjunto de dados quantitativos e qualitativos, porém, não se opõem. Ao contrário, se complementam, pois a realidade abrangida por eles interage dinamicamente, excluindo qualquer dicotomia” (MINAYO, 2004, p.22).

Os dados analisados foram coletados cinco edições do Jornal Zero Hora e cinco edições do Jornal Pioneiro em distintos momentos do ano. Na pré-análise e na exploração do material coletado, foi possível compreender que haveria muitos elementos para análise caso essa fosse realizada em todas os indícios coletados. Optou-se, portanto, por direcionar a análise para uma reportagem de cada jornal, a fim de aprofundar a discussão acerca dos métodos e técnicas utilizadas na construção das notícias. Para a análise das reportagens, a metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, com base em Bardin (1977), que define a análise de conteúdo como:

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42).

Primeiro, cumpriu-se o roteiro proposto por Bardin (1977) para a utilização do método de análise de conteúdo. Para a autora, as três fases são: “1) pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação” (BARDIN, 1977, p.95). Na fase de pré-análise, os jornais foram observados na busca de indícios relacionados ao turismo, com foco na busca pela reportagem a ser escolhida. Além da observação das edições esmiuçadas, os pesquisadores também observaram os jornais esporadicamente, procurando identificar as técnicas e as narrativas utilizadas nos jornais no cotidiano. Por isso, a exploração quantitativa contribuiu para que a observação qualitativa ocorresse de uma melhor forma, pois em cada momento que era preciso voltar para conferir os dados de cada indício, o material assumia outro significado diante do autor. A apresentação do material explorado e dos dados coletados se dá na forma de texto.

Após a quantificação, a ideia da pesquisa foi utilizar a metodologia qualitativa para análise dos dados coletados e, nesse sentido, ampliar o olhar da pesquisa sobre o objeto e aprofundar a discussão acerca da narrativa jornalística na contemporaneidade. As variáveis definidoras qualitativamente tratam basicamente três aspectos. Primeiramente, questiona-se se há especularidade na narrativa analisada. A análise especular busca, ainda, saber se a narrativa provoca o espelhamento em ambas as partes. No momento em que se lê a notícia, ela provoca o espelhamento no leitor? Aquele que lê a notícia tem a possibilidade, mesmo que minimamente, de viver experiência da viagem por meio do texto? O leitor consegue se colocar no lugar do repórter ou isso não é possível? Por outro lado, a análise pretende descobrir se há espelhamento também por parte do repórter que escreveu a reportagem. O texto reflete a experiência do repórter? Há um espelhamento, por parte deste, para dentro de si mesmo? É possível identificar elementos no texto que vão além de informações exclusivamente objetivas?

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A segunda variável de análise se dá no campo da autopoiese. O termo, aqui, é utilizado com base em Baptista, que define autopoiese. A análise autopoietica, na reportagem escolhida, tem como objetivo descobrir se a narrativa da viagem possui elementos que provocam no leitor a reinvenção de si mesmo ou, por outro lado, a afirmação de si mesmo. Com base nos elementos textuais, a ideia é descobrir, portanto, se o texto-viagem propõe a reinvenção ou a afirmação daquilo que o leitor já é.

A identificação dessas duas primeiras variáveis está ancorada na terceira, que é a análise técnica. Nesse momento, pretende-se descobrir se os elementos utilizados no texto estão de acordo com aqueles propostos pelo Jornalismo Literário Avançado. Nesse momento, os elementos utilizados na narrativa serão listados e comparados aos que o Jornalismo Literário Avançado propõe como, por exemplo, a utilização da fonte como personagem, a descrição do espaço e dos sentidos, o destaque das cores, etc.

Em seu livro - A arte de pesquisa -, Goldenberg expõe argumentos para a utilização de uma integração entre os métodos, com a finalidade de produzir o conhecimento sob diferentes perspectivas. Como nenhum pesquisador tem condições para produzir um conhecimento completo da realidade, diferentes abordagens de pesquisa podem projetar luz sobre diferentes questões. É o conjunto de diferentes pontos de vista, e diferentes maneiras de coletar e analisar os dados (qualitativa e quantitativamente) que permite uma ideia mais ampla e inteligível da complexidade de um problema. A integração da pesquisa quantitativa e qualitativa permite que o pesquisador faça um cruzamento de suas conclusões de modo a ter maior confiança que seus dados não são produto de um procedimento específico ou de alguma situação particular. (GOLDENBERG, 2004, p. 58).

Na sua parte final, o trabalho propõe, como já exposto, a realizar um cruzamento entre o Jornalismo Literário Avançado e os dados coletados e analisados. Como subsídio para tal, utiliza-se, além da análise de conteúdo, o levantamento bibliográfico como metodologia. Conforme Severino (1986) o levantamento da bibliografia é parte essencial na elaboração de um artigo acadêmico, uma vez que, por meio desse método, é possível coletar e hierarquizar os textos e autores que serão utilizados como referencial teórico. A bibliografia como técnica tem por objetivo a descrição e a classificação dos livros e documentos similares, segundo critérios, tais como autor, gênero literário, conteúdo temático, data, etc. Dessa técnica



resultam repertórios, boletins, catálogos bibliográficos. E é a eles que se deve recorrer quando se visa elaborar a bibliografia especial referente ao tema do trabalho. Bibliografia especial porque a escolha das obras deve ser criteriosa, retendo apenas aquelas que interessam, especificamente, ao assunto citado. (SEVERINO, 1986, p. 151.).

Como bibliografia especial, serão utilizados autores como Lima (1995) e Baptista (2014), entre outros teóricos como Gastal (2010), que possuem histórico em pesquisas que relacionam os campos do Turismo e da Comunicação. Esse trabalho está alinhado, ainda, à noção de pesquisa desenvolvida pela ciência contemporânea, na perspectiva de autores como Morin (2011) e Capra (1982). O estudo também se aproxima metodologicamente dos estudos relacionados à Nova Teoria da Comunicação, proposta por Marcondes Filho (2008).

Já que a comunicação é um processo dinâmico, instantâneo, pulsante, já que as tecnologias se superam a cada momento, já que se trata de operar com uma 'coisa viva', cujos efeitos se sentem na vibração da vida a cada momento, é preciso que o próprio procedimento de pesquisa se flexibilize, se adapte, se corrija e esta é uma das atribuições do pesquisador, a de atuar também desbravando, abrindo caminhos, renovando as mentes para acompanhar a renovação das técnicas. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 10).

A reportagem do Jornal Pioneiro

A análise do jornal Pioneiro se iniciou com um levantamento quantitativo de 32 edições, nas mesmas foram feitos o levantamento de Turismo Serra, Estadual, Nacional e Internacional. Os resultados obtidos foram de 1071 páginas, com 164 matérias com foco na Serra Gaúcha, 132 delas com destinos internacionais, 64 estaduais e 39 nacionais. Dado os números se inicia um segundo processo qualitativo de discernir as pautas elaboradas que venham trazer um caráter narrativo relevante sobre o turismo, de notas informativas sobre eventos.

A terceira etapa é produzida de forma transversal nos Encontros Caóticos da Comunicação e do Turismo, em rodas de conversa, e em seminários teórico-metodológicos com a Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista. Na sequência se inicia a desestruturação das reportagens selecionadas para identificar os vieses de autoipoiese e especulares.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A reportagem escolhida é sobre a Expointer, cujo nome da matéria é, “Tempo ruim não intimidou” traz um balanço comparando a edição do ano anterior de um dos maiores eventos anuais do estado do Rio Grande do Sul em turismo e hospitalidade, com um espaço de 134,09 hectares contando com 45,3 mil metros quadrados de pavilhões cobertos e 70 mil metros quadrados de área para exposição. A edição é de número 11.761 do dia 2 de setembro de 2013.

Para Maturana (1980), autopoiese, é uma forma de reinventar a si mesmo. O autor é estudado no AmorcomTur!, Grupo de Estudos em Comunicação Turismo e Autopoiese, da Universidade de Caxias do Sul. Durante as rodas de conversa no grupo, aprendi que o autor defende que os seres vivos são constituídos por uma estrutura, mas que esse sistema não segue uma ordem linear, e, portanto, existe uma circulação, e a partir de o rompimento dessa ordem, surge a autopoiese.

A reportagem escrita por Vagner Benites, traz consigo o sentido de se reinventar. Um dos destaques no texto de Benites, é o apelo à desterritorialização do visitante que mora na metrópole para a sensação de estar inserido em uma vida no campo. Isso, dentro do contexto urbano-rural, pode ser visto como uma possibilidade de reinvenção daquele que visita o evento. O texto ainda fala sobre a vivência de um tradicionalismo que já não existe na metrópole, propondo ao leitor o espelhamento para as origens do povo gaúcho. Essa proposição é manifestada por meio da viagem da metrópole, ou de uma cidade essencialmente industrial, como Caxias do Sul, para o evento, que mesmo localizada em Esteio, foge do contexto urbano.

O texto ainda traz o depoimento do músico Adão Silveira, que vê no evento, novamente, a dimensão especular do povo gaúcho. “Isso aqui é um retrato do Rio Grande do Sul, venho aqui por prazer, porque quando a gente está aqui, parece que estou no campo”. O leitor, nesse sentido, tende a perceber que ir para a Expointer pode ser uma experiência tanto de desterritorialização e, nesse sentido, de reinvenção de si mesmo, quanto de contato com as origens de si mesmo, e, portanto, de espelhamento para com a sua história.

A estruturação da matéria é de forma tradicional, se inicia com um *lead*, parte para a comparação meteorológica e de público, traz citações de pessoas que já estiveram em outras edições do evento, de quem estava ali pela primeira vez, e finaliza com a fala de um

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

especialista sobre vida no campo, que fala com convicção sobre como a Expointer é um evento familiar de uma organização que busca trazer para as suas exposições o máximo de características da vida tradicional, assim procurando reafirmar algumas das informações que procura trazer no texto de forma factual.

Com base em alguns elementos do Jornalismo Literário Avançado, de Lima (1995), a reportagem poderia ter sido abordada com uma narrativa de um viés cultural e humanitário, fugindo de dados e comparações com a edição de sucesso do ano anterior. O texto poderia, assim, valorizar o visitante que mesmo com muitas chuvas se dispôs a visitar a Expointer. Como consequência, a narrativa levaria uma ótica ao leitor de que estar no evento vai muito além de consumir ou fazer parte de um grande número de visitantes, mas, sim, preservar costumes e tradições.

O repórter, nesse sentido, ainda poderia trazer experiências de caráter mais subjetivo, tanto de sua relação com o tradicionalismo, quanto da relação daqueles que fazem o evento acontecer com a cultura gaúcha. Com isso, o leitor, mesmo sem ainda ter visitado o local, poderia sentir o acontecimento que é o evento, e se sentir conhecedor da Expointer a partir de uma narrativa atemporal, sem prazo de validade.

A reportagem do Jornal Zero Hora

No que se refere ao Jornal Zero Hora, pode-se, primeiramente, afirmar que durante a análise quantitativa foram encontradas poucas reportagens que vão além de pequenas notas informativas. Nas edições analisadas, o número de indícios variou entre oito e 50, somando turismo jornalismo e turismo publicitário. Essa variação pode ser percebida, principalmente, em edições que possuíam algum caderno especial, como Caderno Viagem, ou até mesmo algum informe comercial de festas temáticas pelo interior do estado, como no caso da Fenadoce, em Pelotas. Mesmo em edições com mais indícios, é possível observar uma ausência de “reportagens de fôlego”. A edição de 17 de agosto de 2010, por exemplo, conta com 12 páginas de caderno viagem. Nessas 12 páginas, estão espalhados diversos indícios de Turismo Jornalismo e Turismo Publicitário. Além das 12 páginas do caderno viagem, a edição tem outros oito indícios espalhados num total de 55 páginas.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A reportagem escolhida para a análise e a relação com o Jornalismo Literário Avançado também é da edição de 17 de agosto de 2010. Localizada na quinta página do caderno viagem, a reportagem trata de um novo serviço para aqueles que querem viajar com rotas alternativas: “os amigos locais”. A escolha dessa reportagem deve-se ao fato de ser um dos únicos textos relacionados ao turismo em que há presença de fontes. Nas outras reportagens, o que é apresentado ao leitor é muito mais um relato distante de algum local para viagem do que propriamente uma experiência de pessoas que visitaram ou estão visitando determinado local, ou seja, estão em viagem.

A reportagem escolhida para análise tem como título “Com o olhar de nativo”, e trata de um fenômeno conhecido como “amigos locais”, que são pessoas que atuam junto à turistas propondo rotas de turismo alternativas. A reportagem se desdobra com uma fonte principal, a criadora do movimento “amigos locais” e outra fonte secundária, que utilizou o serviço em determinada ocasião. É possível perceber uma breve introdução, na qual o repórter lembra de grandes destinos e seus principais pontos turísticos – França (Torre Eiffel, Rio de Janeiro (Cristo Redentor,)), etc – e provoca o leitor a repensar o modelo de viagem tradicional. Percebe-se, nesse momento, um pequeno indício de autopoiese no texto quando esse se refere a turistas que saem do habitual. “Alguns turistas, no entanto, desejam mais do que o convencional”. Com base em Baptista (2010) é possível, aqui, traçar uma relação entre a viagem com o “amigo local” e a reinvenção de si mesmo, tendo em vista que o roteiro turístico pode ser surpreendente e, nesse sentido, levar o viajante a situações que provoquem emoções e sentimentos que podem transformá-lo a partir dali.

No que se refere ao espelhamento, é possível perceber alguns elementos que provocam no leitor a sensação de estar no lugar das fontes, mas em nenhum momento no lugar do repórter. A fonte secundária, por exemplo, em uma das suas falas diz que “queria conhecer pontos tradicionais do povo romano e não somente os lugares turísticos”. Muitas pessoas, quando viajam, também querem conhecer “o povo” do local no qual estarão, mas não o fazem, principalmente pela insegurança e pela falta de alternativa. Com a reportagem, o espelhamento – colocar-se no lugar da fonte - pode-se transformar em uma brotação de viagem, e, além de especularidade, transformar-se em autopoiese.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Os recursos técnicos utilizados pelo repórter na reportagem vão além de elementos textuais. Como não apresenta fotos, a reportagem traz uma ilustração e uma espécie de infográfico, situando o leitor onde estão os “amigos locais” por todo o mundo. O discurso gráfico da ilustração, numa breve análise, pode ser percebido como elemento de autopoiese e especularidade, pois traz a figura de um turista com uma mochila nas costas acompanhado de uma pessoa que pode ser significada como um “nativo”, pois está apontando para determinada direção, como uma espécie de guia. O infográfico, apesar de bem construído, possui unicamente a função de informar. Traz dados concretos como custos da viagem e como funciona para contratar o serviço de “amigo local”. Além desses elementos, destaca-se a tentativa do uso de algumas referências que estão no imaginário coletivo, como Cristo Redentor e Torre Eiffel.

Apesar da tentativa em unir os elementos gráficos ao texto, como enriquecimento da narrativa, o texto apresenta vocabulário e estruturas tradicionais, não despertando no leitor uma reação de satisfação na leitura. O texto, em suma, está preso às informações básicas da pauta proposta. Um dos principais teóricos do jornalismo no Brasil e criador do Jornalismo Literário Avançado, Edvaldo Pereira Lima, em seu livro *Páginas Ampliadas*, traz um dos motivos dessa limitação encontrada não somente nesse texto, mas na maior parte da produção do jornalismo impresso contemporâneo.

O jornalismo impresso cotidiano padece de outro mal, além das limitações na pauta e na captação: o anacronismo de sua linguagem verbal, nas reportagens de profundidade. Imbricado a isso está a excessiva prisão do texto à informação, perdendo-se o alcance possível de um tratamento mais enriquecedor, de uma exploração que traga, ao leitor, gratificação superior. (LIMA, 1995. p. 104).

Como alternativa de abordagem à reportagem analisada, pensando um contexto de aplicação de elementos do Jornalismo Literário Avançado, o repórter poderia ter utilizado o recurso de viajar acompanhado de um “amigo local” e relatar a experiência, trazendo elementos subjetivos e imagéticos – por meio da descrição – da viagem. O texto, escrito com emoção e riqueza de descrição, pode despertar no leitor um maior interesse por viagens, pois tende a provocar mais sentimentos de especularidade e autopoiese.

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Considerações finais

Pode-se perceber, com o cruzamento das reportagens com alguns elementos propostos pelo Jornalismo Literário Avançado, que o jornalismo impresso dos jornais Zero Hora e Pioneiro segue os padrões de texto do jornalismo tradicional. Em ambas as reportagens, é possível perceber a presença de uma espécie de *lead*. Além disso, as inserções das fontes obedecem uma ordem tradicional. O vocabulário reduzido e a ausência de subjetividade também foram marcas encontradas nos dois textos, que demonstram o quanto a rotina jornalística faz com que os profissionais da área se sintam limitados mesmo quando o assunto propicia um texto mais solto e de narrativa.

Além disso, o desafio de compreender e relacionar alguns conceitos do Jornalismo Literário Avançado com as reportagens propiciou uma experiência de grande amadurecimento no que se refere ao mundo acadêmico. Conceitos como autopoiese, especularidade e desterritorialização, discutidos durante as rodas de conversa do AmorcomTur!, puderam ser, mesmo que de forma embrionária, aplicados na análise das notícias. A análise das reportagens, apesar de apresentar alguns elementos, ainda precisa amadurecer no sentido de propor mais variáveis que relacionem a narrativa jornalística apresentada na reportagem com as narrativas propostas pelo Jornalismo Literário Avançado, de Edvaldo Pereira Lima.

Referências

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Comunicação: trama de desejos e espelhos.** Os metalúrgicos, a telenovela e a comunicação do sindicato. Canoas: Ed. ULBRA, 1996.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Espelho, Espelho Meu: 'Inscripcionices' de Jornalistas e a Imagem de Si. SEMINÁRIO

NACIONAL DE ENSINO DE JORNALISMO, 2. Curitiba, 8 e 9 de dezembro de 2011.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.

GASTAL, Susana. Turismo, Imagens e Imaginários. São Paulo: Aleph, 2005.



GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar:** como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. 8ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004

LIMA, Edvaldo Pereira. Páginas Ampliadas. São Paulo, 1995.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação:** contatos antecipados com a nova teoria. São Paulo: Paulus, 2008

MATURANA R., Humberto; VARELA G., Francisco J. **De máquinas e seres vivos:** autopoiese – a organização do vivo. 3. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. 23ª ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

Turismo de Eventos Esportivos: As Competições de Patinação Artística e as Experiências Turísticas

Mayara Senna dos Reis¹²⁴ Alexandra Marcella Zottis¹²⁵

Universidade Feevale

Resumo: O Turismo de Eventos Esportivos compreende o turista que tem como objetivo, em seu deslocamento, a participação e apresentação em algum espetáculo ou a competição em provas, jogos ou campeonatos com um período de tempo determinado. O mercado deste segmento é amplo e engloba não somente o praticante do esporte, mas também as pessoas que acompanham os atletas e se deslocam para assistir à modalidade. A patinação artística, por sua vez, vem conquistando seu espaço no Brasil e no mundo como atividade de lazer tanto quanto modalidade de competição em diversos campeonatos. Assim, o objetivo geral do presente estudo é investigar as oportunidades de experiências turísticas proporcionadas aos atletas nas viagens para competições de patinação artística. Quanto à metodologia, caracteriza-se como pesquisa exploratória e descritiva, de abordagem qualitativa, utilizando pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo, aplicada com 56 atletas de patinação que viajam para competir.

Palavras-chave: Turismo de Esporte; Turismo de Eventos Esportivos; Patinação Artística; Experiências Turísticas.

Introdução

As viagens originadas por lazer, eventos ou, até mesmo, competições esportivas movimentam o mercado turístico. O Turismo já é considerado uma das principais atividades

¹²⁴ Acadêmica do Curso de Turismo da Universidade Feevale. E-mail: mayasreis@hotmail.com

¹²⁵ Mestre em Turismo. Professora do Curso de Turismo da Universidade Feevale. E-mail: alexandraz@feevale.br

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

econômicas se levado em conta o número crescente de viajantes internacionais no mundo. O esporte e os eventos esportivos ganham espaço e importância na sociedade e estão ligados a diversas áreas, como saúde, educação, economia e Turismo. Atualmente, grandes eventos esportivos são organizados, por exemplo: os Jogos Pan-Americanos e os Jogos Olímpicos. Segundo o Ministério do Turismo (MTur), o Turismo de Esportes compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas.

A patinação artística não é um esporte recente. Os primeiros relatos dessa atividade datam no início do século XVII. Originalmente, patinar era um meio de locomover-se entre rios e lagos congelados e, pela prática, tornou-se um esporte. Com o tempo, a patinação e os equipamentos utilizados para a sua realização foram desenvolvidos e aprimorados. Também surgiram eventos específicos para essa modalidade em destinos nacionais e internacionais, da mesma forma que a organização de viagens para a participação dos atletas em campeonatos.

Acredita-se que o estudo contribuirá com informações e dados importantes sobre essa modalidade esportiva, possibilitando o incentivo de empresas e agências a investir no segmento. Assim, a pesquisa tem como objetivo geral investigar as oportunidades de experiências turísticas proporcionadas aos atletas nas viagens para competições de patinação artística. Quanto aos objetivos específicos, busca-se conceituar Turismo de Esporte e Turismo de Eventos Esportivos, conceituar oferta turística, caracterizar a modalidade de patinação artística e seus principais eventos de competição e, por fim, verificar junto aos patinadores de competições se eles tiveram a oportunidade de vivenciar experiências turísticas.

Referente à metodologia utilizada, caracteriza-se como pesquisa exploratória e descritiva, apresentando uma abordagem qualitativa. Quanto aos procedimentos técnicos, são utilizadas pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo, aplicada por meio de questionário realizado com os atletas que viajam para competir. A fim de complementar o estudo, realizou-se uma entrevista com o Presidente da Federação Gaúcha de Patinação (FGP).

Turismo de Eventos Esportivos

A relação entre as viagens e as práticas esportivas é antiga. Tem-se conhecimento do começo das viagens pela necessidade de se locomover por motivos comerciais, exploratórios,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

religiosos e de saúde. Importante destacar os registros dos primeiros Jogos Olímpicos, que deslocavam cidadãos de toda Grécia para participar e assistir às disputas que aconteciam. Dias e Aguiar (2002) apontam que na antiga Grécia aconteciam os Jogos Olímpicos, por volta de 800 a.C., a cada quatro anos, e tinham um objetivo religioso, já que eram dedicados ao deus grego Zeus.

De acordo com Dias e Aguiar (2002, p.13), “o turismo é considerado hoje a principal atividade econômica, a maior ‘indústria’ existente, superando setores tradicionais, tais como a indústria automobilística, a eletrônica e a petrolífera”. Por conseguinte, não existe apenas uma definição para o Turismo. Dias (2005) completa dizendo que o agente principal do Turismo é o turista, pois ele causa mudanças no cenário cultural, social e econômico do local escolhido para ficar um período determinado de tempo.

A segmentação turística é uma forma de organizar o Turismo e as atividades relacionadas com finalidade de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos são os grupos que possuem a mesma característica, necessidades, padrões de compra e consumo (BRASIL 2010). O segmento de Turismo de Negócios e Eventos envolve muitos setores que são importantes para a realização e o desenvolvimento do evento, os principais são as agências, os hotéis e o transporte. Para Goidanich e Moletta (2000, p. 9) eventos são “acontecimentos criados e planejados para ocorrer em um lugar determinado e com espaço de tempo pré-definido. Tem finalidades específicas, visando a apresentação, a conquista ou a recuperação do público-alvo”.

O Turismo Esportivo e o Turismo de Eventos Esportivos, apesar de próximos, têm definições diferentes. Para Goidanich e Moletta (2000), nos dois segmentos há o deslocamento de turistas para um local com estrutura e preparação para a realização e prática de um esporte específico, porém, cada um possui um determinado objetivo. No Turismo Esportivo, “o turista vem com o desejo de praticar o esporte por lazer ou treinamento, sem o intuito de competir, num local onde a disponibilidade física se caracteriza como permanente” e no caso do Turismo de Eventos Esportivos, o objetivo do turista, ao se deslocar, é a participação e apresentação em algum espetáculo ou competição em provas, jogos ou campeonatos com um período de tempo determinado (GOIDANICH e MOLETTA, 2000, p. 9).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A respeito de algumas características que o Turismo de Esporte abrange, o MTur destaca o estímulo de outros segmentos e produtos turísticos, o incentivo de eventos nos calendários esportivos, a utilização de recursos naturais para as práticas dos esportes, a implantação de estruturas para a comunidade, permanecendo como legado o incentivo à comercialização de produtos e serviços específicos de esportes e também ao desenvolvimento da prática do esporte e competição como questões sociais. (BRASIL, 2006a). Na atualidade, os eventos esportivos têm como objetivo integrar os povos, motivando a paz entre eles. Grandes campeonatos como os Jogos Olímpicos Modernos e a Copa do Mundo trabalham esta ideia de troca e integração das culturas e proporcionam gradativamente prestígio e retorno de investimentos às associações ligadas a essa atividade, fazendo crescer também o *marketing* esportivo (TENAN, 2002).

Nas competições da patinação, por exemplo, segundo a Confederação Brasileira de Hóquei e Patinação (CBHP), os campeonatos são realizados com o objetivo de divulgar e incentivar a prática do esporte, além do aperfeiçoamento dos atletas e a seleção dos representantes do Brasil em campeonatos internacionais. O esporte em destaque para este estudo é a Patinação Artística, presente nos Jogos Olímpicos de Inverno disputada no gelo e também em algumas edições dos Jogos Pan-Americano, competindo sobre rodas.

Patinação Artística

A patinação teria iniciado com a prática no gelo, aproximadamente no século XVIII, na Europa. Inicialmente, servia como forma de travessia nos lagos e rios congelados e, com o tempo, tornou-se recreação para as pessoas que brincavam de criar desenhos no gelo. Segundo a Confederação Brasileira de Desportos no Gelo (CBDG), a patinação artística, no formato que se conhece atualmente, com coreografias e músicas, desenvolveu-se pela contribuição do norte-americano Jackson Haines. Mestre em *ballet*, Haines observou a patinação da época, introduzindo música, coreografia e dança. Com o desenvolvimento e o aperfeiçoamento dos patins de rodas, a patinação artística tornou-se mais popular no início do século XX e hoje em dia, é praticada como esporte e como lazer.

No Brasil, a prática da patinação sobre rodas iniciou por volta de 1900, em São Paulo. Foi introduzida no país como uma atividade recreativa trazida da Europa por estudantes

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

brasileiros. Tornou-se um modismo praticar a patinação em riques e parques, que na época eram locais de encontro da alta sociedade. As pistas de patinação da época passaram a promover concursos de patinação, onde o patinador se apresentava ao público presente, que, ao término das apresentações, colocava seu voto em uma urna. Era levado em consideração o patinador que apresentasse melhor destreza ao patinar, naturalidade e elegância.

Em meados de 1916, surgiu nos riques o primeiro brasileiro a participar de um concurso de patinação artística no exterior, mais precisamente na França. Entre 1936 e 1943, a patinação artística passou por período de estagnação no Brasil e só em 1944, com a inauguração de algumas pistas de patinação que a modalidade voltou a ser praticada com regularidade (FGP, s./d.). As competições de patinação artística têm o objetivo de divulgar e incentivar a prática do esporte, aperfeiçoamento de atletas e técnicos para divulgar o esporte em âmbito mundial. Esses campeonatos são de responsabilidade da CBHP, que é a entidade oficial que supervisiona, regulamenta e fiscaliza as competições.

Análises dos Resultados

A fim de investigar se há oportunidades de experiências turísticas aos atletas de patinação artística, realizou-se uma pesquisa de campo estruturada em dois momentos. No primeiro, foi realizada uma entrevista, com roteiro semiestruturado junto ao Presidente da Federação Gaúcha de Patinagem, em 17 de abril de 2015. No segundo momento, aplicou-se um questionário com perguntas simples e respostas fechadas em atletas praticantes da patinação artística de escolas especializadas cadastradas às federações de patinagem e que viajam para participar de campeonatos. A amostra abrange também menores de 18 anos, pois quando viajam ou estão acompanhados de maiores responsáveis ou com autorização dos pais. Utilizou-se um questionário *online* com 13 questões, entre perfil e perguntas específicas, criado utilizando o *Google Docs*. A distribuição foi feita e aplicada pela rede social *Facebook* e por *e-mail*, entre os dias 4 e 22 de maio de 2015, contando com a participação de 56 respondentes

Na pesquisa, percebe-se que 87% são do sexo feminino e 13%, do sexo masculino. Quanto ao estado civil, 78% são solteiros; 18%, casados; 2%, divorciados; e 2%, viúvos. Referente à faixa etária, menores de 18 anos representam 36% dos respondentes, 27% têm de

18 a 25 anos, 12% têm idade de 26 a 30 anos, 14% estão entre os 31 e 36 anos e 11% tem mais de 36 anos. Sobre a escolaridade, 9% possuem Ensino Fundamental; 37%, Ensino Médio; 41%, Ensino Superior; e 13%, Pós-Graduação. Com esses dados, nota-se que o perfil dos respondentes aponta para a maioria representada por jovens solteiros e com um nível de escolaridade relevante, sendo que a maioria reside no Rio Grande do Sul. Para evidenciar as questões específicas abordadas na pesquisa, apresentam-se os resultados nos gráficos a seguir. Percebe-se que a maioria dos respondentes já viajou mais de três vezes devido às competições. Referente essas viagens, questionou-se também sobre a abrangência delas, conforme demonstra o gráfico 1.

Gráfico 1 – Quantas vezes viajou?



Fonte: Pesquisa acadêmica - Base 56 respondentes

Nota-se que 39% dos atletas participaram de campeonatos estaduais, 33% com abrangência nacional e 28% em nível internacional, sendo que 22 pessoas responderam mais de uma opção. O que pode ser observado no gráfico 2.

Gráfico 2 – Abrangência das viagens



Fonte: Pesquisa acadêmica - Base 56 respondentes

Percebe-se que 100% dos atletas acreditam que as viagens para competições de patinação artística proporcionam oportunidades de experiências turísticas. Adjunto a essa questão, verificou-se também a importância do tempo programado nas viagens para visitar os atrativos turísticos, demonstrado no gráfico a seguir (GRAFICO 3).

Gráfico 3 – Acredita que as viagens proporcionam experiências turísticas?



Fonte: Pesquisa acadêmica - Base 56 respondentes

Com base no Gráfico 4, referente ao tempo programado em uma viagem de competição para visitar os atrativos turísticos, 63% dos respondentes consideram muito importante, 21% disseram ser importante e 16% dos atletas consideram pouco importante.

Gráfico 4 – Como considera o tempo programado para visitar os atrativos turísticos?



Fonte: Pesquisa acadêmica - Base 56 respondentes

Já no Gráfico 5, pode ser observado o aproveitamento da viagem para conhecer os atrativos turísticos do local, 84% dos respondentes disseram que sim, enquanto que 16% responderam que não aproveitam.

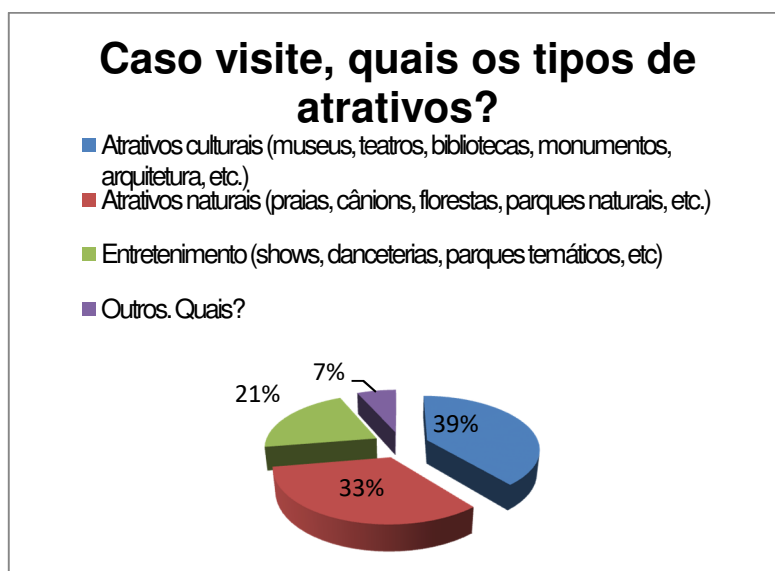
Gráfico 5 – Aproveita as viagens para conhecer os atrativos turísticos do local?



Fonte: Pesquisa acadêmica - Base 56 respondentes

Pelos dados obtidos no Gráfico 6, dos 50 atletas que disseram aproveitar as viagens de competição para conhecer os atrativos do local, 39% visitam atrativos culturais; 33%, atrativos naturais; 21%, entretenimento; e 7%, assinalaram outras opções, entre elas lojas, *shoppings*, restaurantes e pistas de patinação. Observando que 34 respondentes assinalaram mais de uma opção.

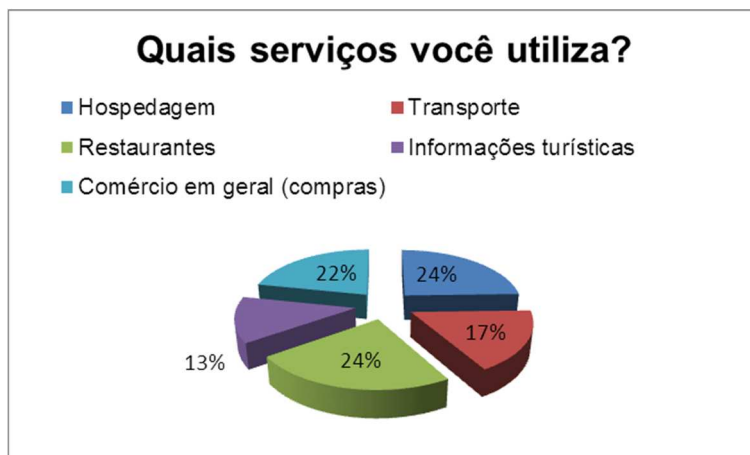
Gráfico 6 – Caso visite, quais os tipos de atrativos?



Fonte: Pesquisa acadêmica - Base 50 respondentes

Quando questionado sobre os serviços utilizados nas viagens, 24% responderam hospedagem; 24%, restaurantes; 22%, comércio em geral; 17% utilizam transporte; e 13%, informações turísticas, sendo que a questão era de múltipla escolha, e 53 pessoas assinalaram mais de um serviço (GRAFICO 7).

Gráfico 7 – Quais serviços você utiliza?



Fonte: Pesquisa acadêmica - Base 56 respondentes

Observa-se no gráfico 8 que 75% dos atletas retornariam como turista ao local conhecido pela competição, 7% não voltariam e 18% responderam que talvez retornassem.

Gráfico 8 – Retornaria como turista para visitar o destino conhecido devido à competição?



Fonte: Pesquisa acadêmica - Base 56 respondentes

Considerações finais

No processo de elaboração do estudo, abordaram-se assuntos como o Turismo, Turismo Esportivo e de Eventos Esportivos, a modalidade patinação artística e as experiências

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

dos atletas em viagens para competições. Por meio deste trabalho e da pesquisa realizada, procurou-se a resposta ao seguinte problema: as viagens aos campeonatos de patinação artística proporcionam experiências turísticas aos atletas?

O tema foi definido devido às experiências vividas pela pesquisadora, além da prática e paixão pelo esporte. Devido à prática do esporte, a pesquisadora teve a oportunidade de conhecer destinos diferentes como Sobradinho/RS, Santa Cruz do Sul/RS e Curitiba/PR. Em todos os destinos visitados por motivo das competições utilizou-se hospedagem, transporte local e, em Curitiba, ainda pode-se conhecer o Jardim Botânico, um dos atrativos mais visitados da cidade. Outra experiência obtida por causa do esporte foi a de ser monitora em uma pista de patinação de gelo em um evento realizado em Gramado no período de férias escolares de inverno.

Por ser um esporte pouco divulgado e reconhecido, encontrou-se grande dificuldade na pesquisa de referenciais teóricos, artigos e outros materiais sobre a patinação artística. Por essa razão, foi necessária a realização de uma entrevista com o Presidente da FGP para obter informações relevantes à pesquisa e que não foram encontradas nos *sites* das federações nem em outros materiais publicados.

Analisando os resultados da pesquisa, chega-se à conclusão de que o objetivo geral, que tinha como proposta investigar as oportunidades de experiências turísticas proporcionadas aos atletas nas viagens para competições de patinação artística foi atingido. Dessa forma, pode-se responder ao problema, pois os atletas de patinação artística têm a oportunidade de visitar atrativos e utilizar serviços turísticos nas viagens realizadas para competições, já que, na maioria das vezes, é proporcionado ao atleta tempo para essas visitas, e que eles consideram muito importante ter essa oportunidade.

Pelo estudo realizado, foi possível agregar mais conhecimento sobre o tema e aprender a importância das pesquisas para as colaborações em trabalhos e consultas. Com essas considerações, espera-se incentivar outras pesquisas sobre o segmento abordado e sobre a patinação artística, assim como, incentivar empresas e agências a investir no segmento.

Referências



BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo**. Marcos Conceituais. A Turismo de Esporte. Brasília, DF, 2006a.

BRASIL. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília, DF, 2010.

CBDG. Confederação Brasileira de Desportos no Gelo. **Patinação Artística**. Disponível em <<http://www.cbdg.org.br/patinacao-artistica>>, acesso em 26 de mar. 2015.

CBHP. Confederação Brasileira de Hóquei e Patinação. **Regulamentos**. Disponível em <<http://www.cbhp.com.br/site/wp-content/uploads/2013/03/CBHP-PAT-ART-REGULAMENTO-BASICO-2014-2015.pdf>>, acesso em 7 de abr. 2015.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo, SP: Atlas, 2005.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues. **Fundamentos do Turismo: conceitos, normas e definições**. Campinas, SP: Alínea, 2002.

FEDERAÇÃO GAÚCHA DE PATINAGEM. Disponível em <<http://www.fgp.org.br/>>, acesso em 25 de mar. 2015.

GOIDANICH, Karin Leyser; MOLETTA, Vania Florentino. **Turismo Esportivo**. 2. ed. Porto Alegre, RS: SEBRAE/RS, 2000.

GOIDANICH, Karin Leyser; MOLETTA, Vania Florentino. **Turismo de eventos**. 3. ed. Porto Alegre, RS: SEBRAE/RS, 2000.

PRESIDENTE DA FGP. **Entrevista concedida via e-mail**. 17 de abril de 2015.

TENAN, Ilka Paulete Svissero. **Eventos**. São Paulo, SP: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo).

Praça Pública e de Lazer na Terra do Trabalho: Estudo das Áreas Verdes em Caxias Do Sul, RS, e suas Apropriações Urbanas e Turísticas.

Marceli Costa Marcolim¹²⁶; Thaise Marchesini¹²⁷ Pedro de Alcântara Bittencourt César¹²⁸
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: O indivíduo, compreendido como um ser social, apresenta diferentes papéis e necessidades relacionados a sua existência. Entre elas destacam-se o labor e o ócio. O presente trabalho tem como objetivo propor uma reflexão sobre a relevância para a sociedade local da existência de equipamentos urbanos e espaços públicos de lazer no município de Caxias do sul. Sabe-se, entretanto, que o município agrega valores étnicos-culturais pré-concebidos desde a época da imigração, em que privilegia-se o trabalho em detrimento do lazer. Por outro lado, a questão espacial do lazer, dentro da sociedade contemporânea, possui uma complexidade que tem origem na concentração urbana e na necessidade de políticas públicas que possibilitam o funcionamento dos espaços públicos adequados e disponíveis em alguns pontos de convivência. Assim, o lazer possui valor essencial na vida social pública, na medida em que as relações se permeiam e convergem para diversas acepções.

Palavras-chave: Recurso turístico; Equipamento urbano; Espaço de lazer; Praça pública; Caxias do Sul, RS.

Apresentação

A relação da formação do espaço urbano apresenta duas forças que, em momentos distintos, criam tensões que retratam em territorialidades, justificando o seu sujeito com o seu papel na sociedade e como indivíduo. Nela, se compõem o espaço social produtivo (Lefebvre,

¹²⁶ Acadêmica de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Caxias do Sul.

¹²⁷ Bolsista PIC-CNPq e Acadêmica de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Caxias do Sul

¹²⁸ Prof. Dr. Centro de Artes e Arquitetura da Universidade de Caxias do Sul

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

2008) e aquele destinado ao familiar íntimo (LEMOS, 1976). Estas características definem um modelo ideal produtivo da relação de produção atual existente. Entretanto, este *homo faber* também tem suas necessidades como *luden* reforçando a necessidade de espaços de lazer público e privado (CAMARGO, 1998).

Embora exista há mais tempo, na cidade livre da Antiguidade grega, consagram-se como referência ocidental os espaços livres, comumente chamadas de praças (BENEVOLO, 1983). Ainda sem tal definição e nem com as configurações atuais, estas áreas verdes, como são denominadas legalmente nos projetos urbanos, ou mesmo por uma caracterização urbanística tipológica por praça, jardim, adro, *boulevard*, entre outras maneiras, sempre estiveram presentes como ponto nodal (LYNCH, 1999) de referência, de vivência e de composições paisagísticas marcantes em todas as formações urbanas conhecidas.

Nesta pesquisa apresentada, recorte de outra mais ampla, adota-se um caráter inicial exploratório, apresentando-a com a intenção de compreendê-las como espaço de lazer, para o morador e o visitante. Desta maneira, inicialmente, realiza-se um estudo das práticas e conceitos referentes a lazer. Nesta elaboração, espera-se o confronto com teorias urbanas e suas sínteses na formação da cidade de Caxias do Sul (RS).

Observam-se valores marcantes, constituintes da representação social da migração, predominantemente de pessoas de origem cristã e itálica. Este se associa, ou se formula tendo seus princípios definidos no trabalho, social e produtivo, e sua caracterização definem-se como de um sujeito trabalhador, dissonando com valores recreativos, de liberação social, de contemplação, entre outros, eminentes nas praças. Esta afirmação pode ser claramente notada por diversas manifestações, como por exemplo, o slogan da administração pública municipal deste município: **Caxias do Sul, da fé e do trabalho** (CAXIAS DO SUL, 2015).

Converge a pesquisa, por um recorte espacial analisando os equipamentos urbanos públicos denominados de praças ou parques e localizados na área central (cidade primitiva) deste município. Assim, se faz um panorama geral da constituição destas áreas verdes, esperando estudá-los como espaço de lazer. Busca-se compreendê-los, na sua formação, por discursos históricos incorporados em sua relação material e urbana (Robba, Macedo, 2005). Pensa-se: será a praça, tão somente uma área necessária para uma composição representacional paisagística do município de Caxias do Sul? Existem outros valores sociais e

intrínsecos identificados? Desta maneira, estudam-se primeiro referências bibliográficas acerca do processo de formação da cidade (GIRON, NASCIMENTO, 2010; MACHADO, 2001), além de acervo mapográfico e fotográfico histórico.

Retratam-se os equipamentos estudados e suas formas de apropriação: levanta-se, neste momento, ainda de uma forma incipiente, os grupos sociais e de indivíduos que os ocupam/apropriam (LEFEBVRE, 2008). Será possível definir as praças urbanas de Caxias do Sul como equipamento de lazer turístico? Tem se assim como objetivo, apresentar proposições acerca de sua ocupação pretérita e futura.

Conceito de praça e lazer

Os espaços públicos são equipamentos urbanos essenciais para a preservação da qualidade ambiental da cidade, pois estão ligados às melhorias da qualidade do ar, drenagem das águas da chuva, isolamento e preservação da garantia de lazer na cidade.

A revolução industrial traz consigo o aumento da produção, que gera uma intensificação na quantidade de horas de trabalho que está ligada à necessidade do tempo de descanso e de lazer. A chegada da revolução industrial associa-se ao crescimento repentino das cidades que são cada vez mais povoadas, sem serem acompanhadas por medidas de qualidade urbana que permitam locais adequados para o desenvolvimento dessas funções, desenvolvimento das moradias e por consequência a escassez de projetos que atendam a todas as demandas de lazer, deixando os espaços públicos apenas como áreas residuais não construídas (MARCELLINO, 1995).

Também é historicamente diagnosticada a ocupação de áreas verdes compostas por ocupações irregulares concebidas por trabalhadores que vinham de outras localidades em busca de emprego, e que devido à alta procura, não encontravam lugar para morar, ocupando áreas de risco ou que eram destinadas ao lazer, por consequência, deixando cada vez mais escassas as opções de lazer do público. Questões como estas nos mostram que lazer e trabalho não podem ser resolvidos de maneira isolada, pois estão estritamente ligados. (MARCELLINO, 1995).

O conceito de praça no contexto brasileiro não possui uma definição característica, está associado a qualquer local ajardinado que possa ser acessível pelo indivíduo. Entretanto,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

a definição inicial do termo jardim está ligado a um espaço equilibrado, destinado a meditação e relaxamento que retrata a metáfora do Éden (ROBBA e MACEDO, 2003). Estes jardins no período colonial, estavam sobre o controle da igreja que os destinava para locais de pesquisa e plantio. No século XVIII, as classes nobres os destinavam para uso público.

A configuração atual de jardim, que surgiu por volta do século XIX, tinha uma influência predominantemente eclética, e trouxe uma mudança drástica na paisagem urbana, pois a praça que antes era apenas um espaço livre agora tinha um modelo que delimitava passeios com traçados rígidos e cenários que buscavam retratar as paisagens europeias, modelo presente ainda nos dias de hoje que por conseguinte, começam propagar as arborizações em vias e jardins botânicos mas ainda apenas como um lazer contemplativo (REIS FILHO, 1978). As mudanças na percepção do espaço urbano livre começam com campanhas de modernização e salubridade fazendo algumas alterações no espaço urbano com a presença de *boulevares* e bairros jardins (ROBBA; MACEDO, 2003), porém apenas no século seguinte onde as praças começam a abrigar funções de lazer esportivo e surgimento de parques públicos dando início a uma nova tipologia: a praça moderna.

Nota-se na praça moderna, do século XX, seu uso para lazer e recreação, agregando nestas áreas ajardinadas de manifestações políticas, militares ou religiosas e que transmitia ao indivíduo o caráter de contemplação e convivência social. Este novo programa permite que o espaço de lazer incorpore ao uso atividades recreativas e esportivas (ROBBA; MACEDO, 2003).

A vinda de novas tecnologias construtivas e a intensa pluralidade formal principalmente constatada na década de 1980 despontam ideologias contemporâneas que propõe para as praças como lugares multifuncionais que valorizam os usos mais perceptíveis da cidade.

Caxias do Sul e suas praças centrais

A Cidade de Caxias do Sul (RS), situada na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul, surgiu a partir de práticas de povoamento migratório europeu em regiões de processo de assentamento, no século XIX realizado pelo governo imperial e provincial. Comumente, marca-se o início do fluxo migratório da região no ano de 1875. Nesta data, estabelece a vinda

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

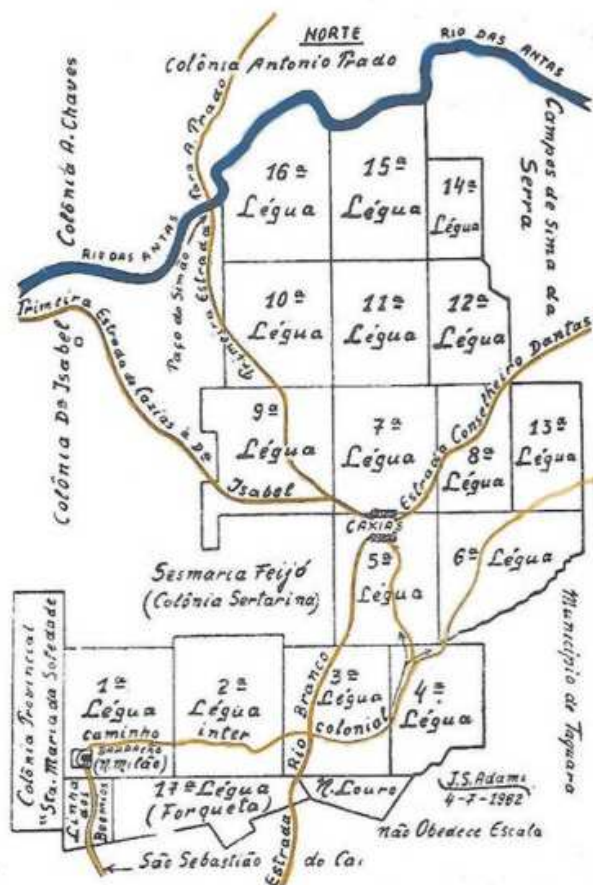
UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

dos primeiros imigrantes, com a chegada de aproximadamente 3.800 italianos (DARTORA, 2005, p.54), que inicia a ocupação das léguas predefinidas pela Comissão de Terras do Governo Imperial. O processo de ocupação tem a administração e gerenciamento com a indicação dos lotes agrários a serem ocupados pelos funcionários do Governo sediado inicialmente na 1ª Léguas. Neste local, torna-se conhecido como Nova Milano (BETTEGA, 2006, p.21), nome dado em referência a localidade de origem de parte deles. Posteriormente, no ano de 1877 a área ocupada recebe o nome de Colônia Caxias, tornando-se sede administrativa do projeto de colonização da região (MACHADO, 2001; GIRON e NASCIMENTO, 2010).

Caracteriza-se o processo de assentamento no nordeste do Rio Grande do Sul, na ocasião província de São Pedro, por uma ordem espacial e hierárquica. Assim, o parcelamento destes territórios, ou seja, as Colônias, eram constituídas por léguas, e dentro delas por travessões ou linhas, que dividiam os lotes rurais. No centro, denominado de Sede da Colônia, nota-se quadras, lotes e arruamento (Figura 01).

Figura 1 – Demarcação do território da colônia em léguas



Fonte: Acervo Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami.

Desta maneira, a localidade se desenvolveu a partir de uma formação urbana planejada. Assim, na década de 1860, foi projetada a cidade tendo como referência uma praça pouco deslocada do eixo central. Em estudo mais detalhado desta implantação de arruamento nota-se que fora projetado mais duas praças por substituição de lotes urbanos, que não tiveram os projetos executados, além de uma grande área verde no extremo leste. Soma-se a isso a necessidade da criação de uma área com recursos hídricos para suprir a ausência de alguma fonte de abastecimento permanente (como por exemplo, um rio ou arroio). Nesta condição compõe como área verde da cidade uma reserva a extremo sul desta (MACHADO, 2001).

Localizada próximo ao eixo central, a Praça Dante Alighieri foi projetada desde a planta inicial passando por várias alterações até encontrar-se como é conhecida atualmente.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Em 1914 foi entregue à população a praça Dante Alighieri denominada assim, em homenagem ao poeta italiano. A praça era o local de festas encontros políticos e solenidades. Inicialmente tinha seu perímetro cercado por balaústres que acompanhavam a inclinação do terreno, e no interior da praça havia quiosques comerciais que vendiam itens comuns da época, além de sediar aos fins de semana feiras de produtores rurais. A praça servia de lugar exposição e negociação para o colono comercializar os seus produtos além de estar ligada intimamente com a obrigação religiosa, assistindo a missa na igreja matriz (MACHADO, 2001).

No final da década de 1920, devido a interferência em virtude do automóvel, foi iniciado um projeto de remodelação aliando a estas obras projetos de infraestrutura para a cidade, nivelando ruas e canalizando águas. A praça continuou sendo o ponto central da cidade, de encontros políticos e culturais e para facilitar o acesso da população o rebaixamento e nivelamento da praça garantiria a retirada dos elementos que a cercavam facilitando a circulação. Após inúmeros impasses no âmbito político e estratégico na reforma da praça, no ano de 1937 foi entregue a população. Este foi o primeiro espaço urbano entregue a população modificado e adaptado atendendo as necessidades urbanas (MACHADO, 2001).

Ao longo do século XX, Caxias do Sul reforçou-se como destino receptor de turistas regional e nacional. A esta afirmação pode-se ter como argumento a afirmação de seu papel de destaque na realização da Festa Nacional da Uva recebendo milhares de visitantes (GASTAL, MACHIATELLI, 2013, p. 244). Comumente na praça central eram realizadas feiras com cunho expositivo que visavam demonstrar a qualidade econômica da cidade almejando a comercialização dos produtos.

Posteriormente, este evento transfere-se para o Parque Getúlio Vargas, que foi idealizado como iniciativa de ocupação da região sul da cidade, que era predominantemente rural, entre os anos de 1951 a 1954 na gestão do prefeito Euclides Triches. O projeto foi elaborado por Teodoro Luís que estabeleceu um conjunto entre ambiente, vegetação e amplidão. O nome do parque foi escolhido em homenagem ao ex-presidente falecido alguns meses antes da conclusão do projeto e mesmo com urbanizações recentes da área esta continua sendo chamada popularmente de Parque dos Macaquinhos. Inicialmente voltado para

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

atividades contemplativas no ano de 1970 inicia a transição para obter um caráter esportivo com edificações destinadas a esporte coletivo. No ano de 1975 foi inaugurado o ginásio Pedro Carneiro Pereiro, em homenagem ao reconhecido radialista e automobilista da cidade de Porto Alegre, que sediava inúmeros eventos da cidade, porém, encerrou suas atividades 24 anos após o desabamento do telhado. Atualmente o parque abriga o centro administrativo municipal, elemento de destaque do parque, que tinha em sua configuração inicial objetivo de sediar a Festa da Uva, além de acomodar atividades esportivas como ciclovias, quadras de esporte e brinquedo infantis (BALDISSERA, 2011).

Incentivadas pelo crescimento da Festa, as áreas da cidade que a sediaram receberam maior investimento, e atualmente contam com uma maior estrutura de lazer, equipamentos urbanos que as caracterizam como pontos referenciais da cidade para práticas esportivas, atos cívicos e demais atividades de lazer.

Considerações finais

Muitas das cidades devem a origem de suas praças aos adros das igrejas. Inicialmente estes são espaços abertos em terrenos pertencentes aos edifícios religiosos. Atualmente as praças públicas que encontramos nas cidades são espaços residuais de bairros e loteamentos que não propiciam ao indivíduo uma opção segura e satisfatória de lazer (MARX 1980). Em Caxias do Sul embora a sua praça tenha uma relação com a Igreja Matriz, esta tem uso destacando uma associação de práticas não religiosas.

No contexto encontrado na cidade de Caxias do Sul, percebemos que atualmente permanecem como opções de lazer, mesmo que adotadas por grupos sociais distintos e plurais, a praça Dante Alighieri e o Parque Getúlio Vargas, localizados na região central da cidade. Analisando sua história pode-se notar a presença da Festa da Uva como um elo entre as áreas de lazer que propicia o crescimento e desenvolvimento, não só da cidade, mas também nestas áreas de lazer cidade.

Caxias do Sul, reconhecida nacionalmente como cidade com predominância industrial, tem sua história pautada pela uva e o vinho como atividade econômica da localidade durante décadas. Sua predominância de imigração italiana trouxe como bagagem cultural a ideia de festa e feira, sempre associado a questões religiosas, como agradecimento aos santos pelo

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

plantio e pedindo proteção. Sendo assim, foi encontrado na uva uma maneira de dedicar-se ao mercado de vinhos, concorrendo com produtos estrangeiros. Porém, mesmo vinculando a festa ao divino, os festivais também abrigavam atividades ditas profanas, que associavam jogos de cartas, roletas e outras atividades aos rituais festivos, gerando atividades de lazer tradicionais nas festas realizadas até hoje (MACHADO, 2001).

O município, que tem uma cultura religiosa forte, considera muitas vezes a prática de atividades prazerosas no seu tempo livre como algo secundário, dando maior ênfase ao trabalho e aumento da produção sem perder seu caráter religioso, como pode ser verificado no slogan da administração pública do município, Caxias do Sul, da fé e do trabalho. A praça Dante Alighieri e o Parque Getúlio Vargas são referência de lazer para a população local e visitantes e mesmo que atualmente contenham problemas de infraestrutura, manutenção ou insegurança seguramente devem parte de sua idealização e desenvolvimento a Festa mais tradicional da cidade, como principal incentivador de melhorias.

Referências

- BALDISSERA, Doris. **Apropriação de espaços públicos em centros urbanos: Caxias do Sul 1910 - 2010**. 2011 Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre 2011. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/propur/teses_dissertacoes/Doris_Baldissera.pdf>. Acesso em: 17 set. 2015.
- BENEVOLO, Leonardo. **A história da cidade**. São Paulo: Perspectiva, 1983.
- CAMARGO, Luiz Octávio de L. **Educação para o lazer**. São Paulo: Moderna, 1998.
- GIRON, Loraine Slomp; Nascimento, Roberto R. F. do (orgs.). **Caxias Centenária**. Caxias do Sul (RS), EdUCS, 2010
- LEMOS, Carlos A. C. **Cozinha, etc**. Um estudo sobre as zonas de serviço da casa paulista. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- LEFEBVRE, Henri. **Espaço e política**. Belo Horizonte: EdUFMG, 2008.
- LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- MACHADO, Maria Abel. **Construindo uma cidade: história de Caxias do Sul – 1875-1950**. Caxias do Sul (RS), Maneco, 2001.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e humanização**. 2.ed. Campinas: Papyrus, 1995.

MARX, Murillo. **Cidade Brasileira**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1980.

REIS FILHO, Nestor Goulart. **Quadro da arquitetura no Brasil**. 4.ed. São Paulo: Perspectiva, 1978. 211 p. (Debates Perspectiva)

ROBBA, Fabio; Macedo, Silvio Soares. **Praças brasileiras**. 2.ed

Estudo do Turismo Cinematográfico e o Legado Deixado pela Cidade Cenográfica Vila de Santa Fé em Bagé/RS.

Isabella Pereira Ferreira de Quadros¹²⁹ Sarah Marroni Minasi¹³⁰
Universidade Federal de Pelotas

Resumo: O presente artigo trata da análise da repercussão que a construção cinematográfica trouxe para a atividade turística do município de Bagé/RS e como a partir da sua criação surgiu um novo segmento de turismo no local. O objetivo deste trabalho é analisar a influência da construção da cidade cenográfica Vila de Santa Fé em Bagé/RS, e o seu legado deixado no município que reflete diretamente no turismo da localidade. A metodologia incluiu pesquisa documental em jornais e revistas locais, regionais e internacionais, blogs e entrevistas com principais responsáveis pelo turismo no município. Constatou-se que a mídia pode sim ser uma forte incentivadora do Turismo, porém teme-se pela perda dessa construção e seu legado.

Palavras-chave: Turismo cinematográfico; cinema; simulacro; Bagé, RS

Introdução

No ano de 2012, o município de Bagé recebeu as filmagens de uma produção cinematográfica, o longa-metragem O Tempo e o Vento. A produção foi também transformada e adaptada em uma microssérie de três capítulos, reproduzida pela Rede Globo

¹²⁹ Acadêmica do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Endereço eletrônico: bella_quadros@hotmail.com

¹³⁰ Mestre em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC); Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel); Professora junto ao departamento de Turismo da Faculdade de Administração e Turismo da UFPel. Endereço eletrônico: sarahminasi@gmail.com



em janeiro de 2014. Para a execução da produção foi viabilizada a alocação da cidade cenográfica chamada Vila de Santa Fé. A obra literária foi adaptada cinematograficamente pelo diretor Jayme Monjardim¹³¹. Após o término das filmagens, a cidade cenográfica foi deixada como legado para a cidade e desde então passou a ser o ponto turístico mais solicitado em Bagé (FOLHA DO SUL GAÚCHO, 2014).

A construção da cidade cenográfica se deu a partir de um acordo entre a Prefeitura Municipal de Bagé e o diretor Jayme Monjardim e as produtoras Nexus, Panda e Globo Filmes, em total regime de cooperação. Com o passar das filmagens, a construção cinematográfica manteve-se no município. A partir de então, surge em Bagé um novo segmento de turismo, o contemporâneo e inovador turismo cinematográfico. Esta modalidade de turismo pode ser entendida como, todas as atividades turísticas que se relacionam com a indústria do cinema, sendo suas principais atividades as viagens de turistas a um destino exibido em um filme ou em produções de teleficção e o uso do cinema como ferramenta promocional dos destinos (GÁRCIA, 2012 *apud* LARA, 2013).

No mesmo sentido, Dharma (2007) aborda que o turismo cinematográfico caracteriza-se pelos deslocamentos motivados para a visitação a locais ou atrações que tiveram aparição no cinema ou na TV, dentro do contexto da produção audiovisual em que está inserido, sendo considerado um tipo de turismo específico do segmento cultural. O cinema, portanto, funciona como reforço de símbolos que podem influenciar a escolha de destinos de turistas.

Levando em consideração tudo isso, o objetivo deste trabalho é analisar a influência da construção da cidade cenográfica Vila de Santa Fé em Bagé/RS, e o seu legado deixado no município que refletiu diretamente no turismo local.

Turismo e cinema: definições e relações

O turismo é uma atividade de deslocamentos, porém para que esses deslocamentos aconteçam, dentre outros fatores, se faz necessário à utilização de mecanismos que estimulem as viagens e, nesse sentido, a ‘sétima arte’ (o cinema) pode se configurar como um importante mecanismo de motivação no tocante ao turismo. Com base em algumas conceituações e por se

¹³¹ Diretor de cinema

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

tratar de um tema ainda muito recente as conotações acabam sendo diversas devido à abrangência que cada uma possui, incluindo somente filmes, ou filmes e seriados, ou filmes, televisão e DVD. A temática em questão recebe diferentes nomes, dentre eles, turismo cinematográfico, turismo fílmico, turismo induzido por filmes, turismo induzido pelo cinema, cineturismo e peregrinação pela mídia. Em comum a todas abordagens, observa-se que todos tratam do segmento como um tipo de turismo no qual o turista viaja para conhecer as locações e lugares relacionados a um filme (HORRIGAN, 2009 *apud* VAGIONIS e LOUMIOTI, 2011).

Macionis (2004 *apud* VAGIONIS e LOUMIOTI, 2011, p. 354) definiu o turismo fílmico como “uma experiência pós-moderna de turismo em um lugar o qual foi retratado em alguma forma de meio de comunicação”, ligando o segmento à modernidade, propondo sua relação com as artes modernas e pós-modernas e sua disseminação através do aperfeiçoamento dos meios de comunicação e inovação tecnológica. O segmento também é definido como um tipo diretamente relacionado ao turismo cultural, como é abordado pelo Ministério do Turismo.

O MTur entende o Turismo Cinematográfico como um tipo de turismo relacionado ao segmento de Turismo Cultural, por considerar em sua essência recursos audiovisuais intrínsecos à área da cultura. No entanto, percebe-se que o mesmo é transversal a todos os outros segmentos turísticos, já que as produções cinematográficas podem se utilizar de diversas imagens e cenários relacionados ao ecoturismo, turismo de aventura e/ou turismo de sol e praia, por exemplo (MTUR, 2010, p. 22).

De acordo com a Cartilha do Turismo Cinematográfico Brasileiro (2008), cada vez que um destino é retratado na tela, as regiões ganham visibilidade, atraem divisas e alavancam o desenvolvimento sustentável do turismo, do audiovisual e de segmentos econômicos derivados, como transporte, alimentação, mão-de-obra de construção civil, entre outros. Segundo Nascimento (2009, p.15), “cada vez mais turistas afirmam se inspirarem em sucessos do cinema e da televisão para eleger seus próximos destinos”.

Essa é a principal intenção desse segmento de turistas, procurar novas sensações e viver aventuras semelhantes às dos personagens fictícios ao visitar um local onde foram

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

gravados os filmes. Atualmente, já existe uma definição para os turistas que viajam para os locais planos de fundo de filmes, são os chamados *Set-Jettors*¹³²(DHARMA, 2007; MTUR, 2007).

Há ainda, uma subdivisão do segmento de turismo embasada no objetivo de viagem e lugares a serem visitados: Turismo na Locação (*On Location*), quando há visitação no lugar que serviu de filmagem para um filme ou em casas de celebridades; Comercial, quando é criada uma atração para o lugar depois da estreia do filme, tais como museus e parques temáticos; Identidades Confundidas, quando se é visitado um lugar onde a trama do filme ficticiamente se passa, e não onde foi realmente filmada, ou quando o filme desperta interesse no local onde é filmado, e não onde a trama fictícia se passa; Fora de Locação (*Off Location*), que se trata de visitações a estúdios onde acontecem os processos de edição e demais técnicas e visitações a sets de filmagens feitos para determinado filme; Eventos Únicos, como visitação e apreciação a estreias e festivais de filmes; e "Viagens de Poltronas", quando o turismo é praticado por apresentadores, atores e equipes, através de viagens em programas de TV, gravação de filmes e séries, entre outros (BEETON, 2005).

Na atualidade, os meios audiovisuais, termo que abrange a televisão e o cinema, tornaram-se uma ferramenta importante para a divulgação e conseqüente desenvolvimento das atividades turísticas em diversas regiões (BEVORT e BELLONI, 2005). Um exemplo desta interação são os parques da Disney, onde as pessoas podem usufruir dos espaços e conhecer os personagens das animações.

É interessante analisar que a escolha de um local para as gravações seja de um filme, novela ou programa possui ligação direta com os legados que serão deixados para a localidade. Isso tudo se dá pois, no momento em que o local se torna conhecido por todos ou se torna cenário de algum acontecimento importante, logo desperta o interesse de conhecimento da grande massa (NASCIMENTO, 2009). Por esses fatores é que este deslocamento está intimamente ligado ao setor turístico, considerando o grande fluxo de pessoas que se tornam potenciais visitantes e que poderão vir a desfrutar os empreendimentos locais.

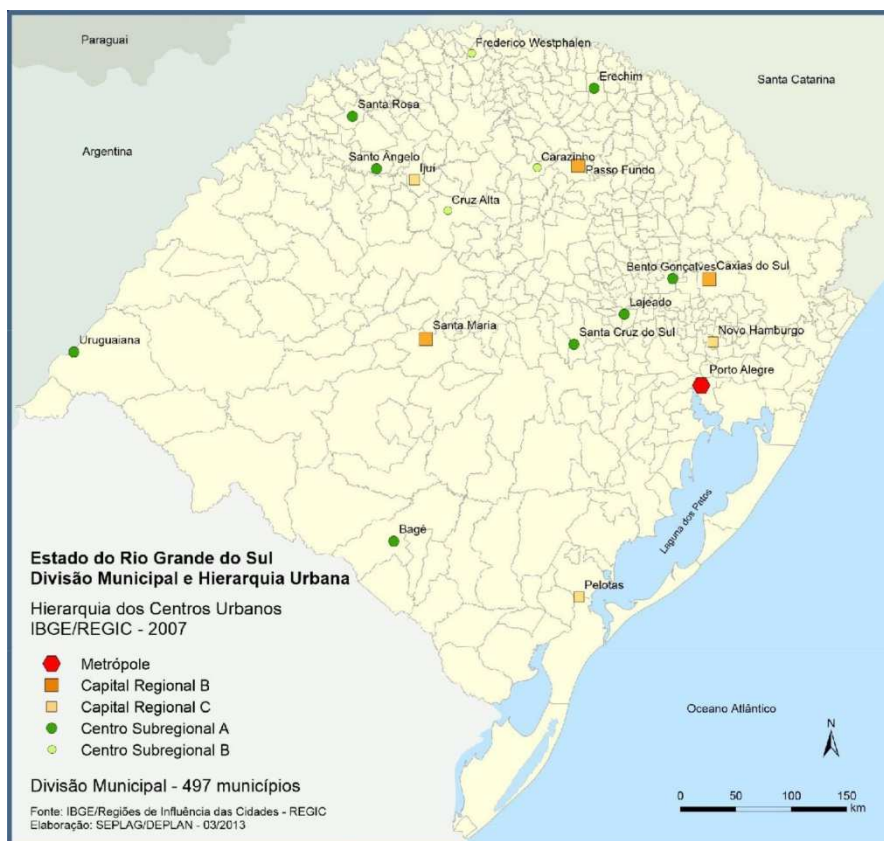
¹³² Em tradução livre, visitantes de *sets* de filmagens.

Vale ressaltar que, para fins de elaboração e implementação de políticas públicas, o MTur entende o turismo cinematográfico como um tipo de turismo relacionado ao segmento de turismo cultural, por considerar em sua essência recursos audiovisuais intrínsecos à área da cultura. No entanto, percebe-se que o mesmo é transversal a todos os outros segmentos turísticos, já que as produções cinematográficas podem utilizar de diversas imagens e cenários relacionados ao ecoturismo, turismo de aventura e/ou turismo de sol e praia, por exemplo (DHARMA,2007; MTUR, 2007).

Turismo cinematográfico e o município de Bagé

O município de Bagé atualmente conta com 121 mil habitantes (IBGE, 2010) e está localizada na região da Campanha do Estado do Rio Grande do Sul, fronteira com o Uruguai e distante cerca de 360 km da Capital do estado, Porto Alegre, conforme pode ser observado na Figura 1.

Figura 1: Localização do município de Bagé no mapa do Brasil e do Rio Grande do Sul.



Fonte: IBGE (2015)

Os principais segmentos de turismo realizados no município de Bagé, antes da vinda das gravações do longa-metragem, era principalmente o Turismo Rural, Turismo Ecológico ou Ecoturismo e o Turismo Cultural. Existem vários picos e montanhas na zona rural onde se pode praticar a escalada e outros esportes, também várias fazendas, sítios, campings e etc. onde se conhece melhor da vida no âmbito rural e fica-se mais perto da natureza, isso chama muito a atenção dos turistas.

No município de Bagé aconteceram 70% das filmagens da produção, segundo fonte do Jornal Minuano (2013), a cidade foi escolhida para a alocação da produção por cultivar drasticamente a cultura gaúcha e pela paisagem de seus campos, favoráveis às gravações. Após os seus representantes entrarem em acordo com a produtora, a cidade cenográfica foi alocada em terreno cedido pela Prefeitura, no Parque do Gaúcho, local sede da Tradicional Festa Internacional do Churrasco (Figura 2).

Figura 2: Cidade cenográfica Vila de Santa Fé vista de cima



Fonte: Jornal Folha do Sul Gaúcho

Tais construções ocupam uma área de 10 mil metros quadrados dentro do Parque do Gaúcho, onde foram erguidos 18 prédios que fazem referência à época em que se situa a história da vila de Santa Fé, local onde se passa uma das tramas da história do livro “O

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

continente”, de Érico Veríssimo, e que integra a sua trilogia homônima. Considerada uma obra épica a qual narra o processo de formação do Estado do Rio Grande do Sul, misturando ao elemento ficcional, preponderante em toda a obra, dados e personalidades históricas. Os romances acabam por recriar 200 anos da história gaúcha, de 1745 a 1945, tempos estes que foram marcados pelo poder das oligarquias, por guerras internas e guerras de fronteira (O NACIONAL, 2013).

Erico Veríssimo, entre os escritores desse período, destaca-se por ser um dos poucos que retrataram a Região Sul, tem o diferencial de tratar de temas que acabam divulgando costumes e tradições do sul do país em sua obra. Quando se fala em regionalismo, normalmente se associam nomes como Jorge Amado, Graciliano Ramos e José Lins do Rego, escritores que criaram suas narrativas com base no modo de vida e no sofrimento dos nordestinos. A trilogia "O Tempo e o Vento" configura-se como a grande obra de Erico Veríssimo e uma das mais importantes da segunda fase modernista e do Rio Grande do Sul.

Assim, no caso de Bagé reconhece-se o turismo fora de locação (*off location*), por se tratar de visitas a uma cidade cenográfica, realidade criada somente para as filmagens e também identidades confundidas, pois o lugar visitado caracteriza-se por onde se passa a trama, mas foi criado pela produção, uma vez que a cidade é fictícia.

Metodologia

A presente pesquisa se caracteriza como qualitativa de caráter exploratório, na qual o método de abordagem utilizado foi o estudo de caso e entrevistas, pois permitem buscar as explicações para o fenômeno da realidade empírica. Assim, realizou-se uma pesquisa bibliográfica e documental, levando em conta a análise de matérias em jornais e revistas, páginas da internet, blogs e entrevista com os atuais secretário de Turismo e coordenador e responsável pela cidade cenográfica. O material selecionado e analisado teve como delimitação o início da construção da cidade cenográfica e das filmagens em janeiro de 2012 até os dias atuais, momento em que se projeta a conservação transformação da cidade em um complexo cultural.

Para a pesquisa foram selecionados os jornais locais com maior circulação no município de Bagé e do Rio Grande do Sul: Folha do Sul, Minuano, Diário Popular e Zero



Hora, respectivamente. Além destes, buscou-se dados no portal de notícias nacional da Globo, G1, e internacionais tais como a revista FORBES e outros documentos. Assim, a partir de dados coletados pode se verificar se o cinema é ou não um incentivador do turismo.

A Cidade Cenográfica Vila de Santa Fé como destino turístico

Os jornais locais e revistas utilizaram aproximadamente 25 de suas páginas e, muitas vezes, suas capas para relatar o andamento da construção da cidade cenográfica, das filmagens do longa-metragem, do aumento do fluxo de turistas em Bagé para visitar a Vila de Santa Fé e sobre o futuro processo de restauração do local e sua possível transformação em centro cultural.

Antes do início das gravações, a população do município de Bagé demonstrava ansiedade e curiosidade com o percurso da produção, assim como a presença de famosos do mundo da televisão e do cinema nacional no município por certo período. A prefeitura também estava comemorando a alocação da produção, pois visava colher frutos que a cidade cenográfica e as filmagens do longa-metragem deixariam como legado, principalmente no âmbito do turismo (MINUANO, 2012).

O prefeito do município relatou ao Jornal Minuano, em 2012, seu contentamento pelas alocações em Bagé,

[...] muito já se foi dito e ainda será sobre a importância deste filme para a nossa cidade, em diversos aspectos. Mas agora, só podemos agradecer ao diretor Jayme Monjardim por ter escolhido a nossa terra para realizar as gravações e reafirma a aliança entre eu, prefeito de Bagé com Jayme intendente de Santa Fé”.

Duas notícias sobre o interesse dos bajeenses pela estória da obra foram encontradas no jornal Minuano no ano de 2012: “Esgotaram as edições da trilogia “O tempo e o Vento” nas bancas e livrarias da cidade” e também “Longa-metragem estimula bajeenses a procura de obras de Érico Veríssimo”. Essas notícias nos viabilizam a importância e o envolvimento e aceitação por parte dos moradores do município pelas gravações e a chegada da cidade cenográfica, que ficará como o legado dos bajeenses.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Segundo o jornal Folha do Sul Gaúcho (2014), a cidade cenográfica de Santa Fé é o atrativo mais solicitado pelos turistas no centro de atendimento ao turista. Desde que foi construída, a Vila de Santa Fé, passou a ser o atrativo mais procurado pelos turistas, muitos deles nascidos em Bagé e retornam para visitar o novo atrativo, moradores de outras cidades do estado, até mesmo turistas vindos de outros estados e do país vizinho e fronteiro Uruguai, procuram pelo atrativo. Na obra “O tempo e o vento”, são expostos vários aspectos da cultura gaúcha, assim como toda a história de formação do Rio Grande do Sul, sente-se isso como forte motivador a turistas potenciais de outras cidades quererem conhecer a cidade cenográfica em Bagé.

No mesmo sentido, o secretário de Desenvolvimento Econômico e Turismo do município de Bagé salienta em fala transcrita pelo site da Prefeitura Municipal no jantar de apresentação do estudo de competitividade de Bagé para o turismo, que “Bagé mantém um fluxo atual anual de 18 mil turistas, sendo um dos quatro destinos/regiões mais visitados do Rio Grande do Sul”. As pesquisas apontam que a razão do aumento do fluxo gira em torno da cidade cenográfica e toda repercussão das gravações do filme O tempo e o Vento. Estima-se com base na entrevista com o secretário municipal de turismo que no primeiro ano da cidade cenográfica, 2012, mais de 10 mil pessoas visitaram o local.

De acordo com levantamento da revista Forbes, quando uma locação é usada em um filme de sucesso, o número de visitantes no local dobra nos quatro anos seguintes. E, cada vez mais, crescem as agências que oferecem pacotes voltados para esse tipo de público. Estima-se que Nova York, em 2007 recebeu 44 milhões de visitantes, talvez seja o principal destino dos *set-jettors*. Acredita-se que este legado causou grande impacto no município e ocasionou o aumento do seu fluxo turístico, mas teme-se pela perda da cidade cenográfica em razão das ações do tempo e falta de manutenções na mesma, segundo o Jornal Minuano (2015). Porém, ainda assim é possível afirmar a importância que as imagens e a cinematografia exercem sobre o turismo e servindo como mecanismo de promoção e divulgação de alguns destinos turísticos. É plausível perceber, então, que o turismo é desenvolvido e promovido através das mídias, constantemente.

Existem muitos casos de sucesso da parceria entre cinema e turismo em países estrangeiros, mas no Brasil, o tema ainda apresenta algumas lacunas e pouca pesquisa na área,

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

mas as iniciativas já consolidadas nesse sentido também apresentam resultados positivos para ambos. Para se desenvolver numa localidade, o turismo cinematográfico é necessário um grande planejamento em longo prazo que possa envolver vários setores e saber como aproveitar este potencial positivo. De acordo com reportagem do Jornal Minuano (2013),

[...] a intenção do poder público, após o término das filmagens/gravações era de criar um projeto que as empresas locais adotariam as estruturas, a fim de explorá-las como ponto de comércio em área turística, mas garantindo a manutenção. Porém, o projeto não obteve sucesso e agora estão buscando recursos para a preservação da cidade cenográfica junto aos ministérios em Brasília.

O jornal Minuano em 2013 apresentou o projeto da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SMDE) de Bagé, junto com os coordenadores do projeto da cidade cenográfica de Santa Fé, em audiência pública, o pré-projeto do Centro Cultural Turístico Internacional Vila de Santa Fé. No projeto estão incluídas as reformas dos prédios construídos para o cenário do filme, bem como uma sala em homenagem ao escritor Erico Veríssimo, praça de alimentação, sala de trocas de roupas da época, entre outros. Todo o investimento para a criação e reformulação do centro está orçado em R\$ 10 milhões.

Baudrillard (1991), importante autor sobre o simulacro, aponta que hoje em dia é a própria história que invade o cinema segundo o mesmo cenário, como o problema expulso da nossa vida por esta espécie de neutralização gigante que tem o nome de coexistência pacífica a escala mundial e monotonia pacificada a escala cotidiana. O autor inicia a sua obra referindo-se ao simulacro como a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade. Dessa forma, os modelos de simulações e simulacros não são apenas abstrações fictícias, mas sim a pura representação do real, coincidindo com os vestígios imaginários dessa mesma realidade. Na pós-modernidade, o produto turístico é promovido das mais diferentes formas.

Se tanto a literatura, como o cinema ou mesmo a pintura, entre tantas outras linguagens artísticas, sempre estimularam imaginários de viagens, como negócio, somente nos últimos dez anos essas formas de arte passaram a ser estrategicamente combinadas e/ou associadas a um mix maior de produtos e serviços. (NASCIMENTO, 2009, p. 11).

Morgan e Pichard, (1998 *apud* Barbosa 2015), defendem que no mundo em que vivemos hoje a ideia de realidade é totalmente relevante, tudo não passa de uma cópia. O falso acaba aparentando ser mais real do que o próprio verdadeiro. “Os turistas sabem que o lugar visitado é um simulacro, e é, talvez essa capacidade de poder ver o falso que se transforma na maior atração” (BARBOSA, 2015, p. 13). Além de promover as locações, o turismo cinematográfico é uma ferramenta poderosa de afirmação da imagem de uma nação. Os festivais de cinema também se inserem nesse contexto.

Considerações Finais

Existem muitos casos de sucesso da parceria entre cinema e turismo em países estrangeiros, mas no Brasil, o tema ainda apresenta certa dificuldade e poucas pesquisas na área. Iniciativas já consolidadas nesse sentido apresentam resultados positivos para ambos. Através das entrevistas e dos dados coletados foi possível observar que o cinema é uma importante ferramenta moderna de promoção de destinos turísticos. Até mesmo os cenários, construções cinematográficas, muitas vezes vistas com preconceito, pois foram criadas e não pertencem naturalmente aquele lugar, chamam a atenção dos turistas.

Existe um projeto, aprovado pelo Ministério da Cultura, o qual prevê a transformação da cidade cenográfica em um centro cultural (FOLHA DO SUL, 2013). Acredita-se que o legado deixado pelas gravações do longa-metragem “O tempo e o Vento”, trouxe grande visibilidade ao município de Bagé, principalmente dentro do estado do Rio Grande do sul, e ocasionou o aumento significativo do seu fluxo turístico. O filme traz a história do povo gaúcho e por isso chama muito a atenção principalmente de gaúchos.

Teme-se pela perda da cidade cenográfica em razão das ações do tempo e falta de manutenção. Para que se evite a degradação deste patrimônio é imprescindível que as obras de restauro e as reformas já propostas pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SMDE) sejam de fato postas em prática.

Vale ressaltar que os resultados obtidos nessa pesquisa não devem encerrar essa discussão e sim a partir dela, com distintas abordagens, analisar o futuro da cidade cenográfica Vila de Santa Fé em Bagé/RS e a imagem de outros destinos turísticos



promovidos através do cinema. Percebe-se que o cinema é considerado uma forte estratégia de *marketing* para atrativos turísticos e pode ser usado pelas empresas para incrementar a promoção de certos destinos, assim como torná-los conhecidos.

Referencias

BARBOSA, M. Y. **Turismo e os não-lugares**. 1ª Edição. Goiânia: London7 Editora, 2015. 125p.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BEETON, S. (2005). **Film-induced tourism**. Clevedon, UK: Channel View Publications. (Aspects of tourism, 25). Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=3z1i3VcYyGQC&printsec=frontcover&dq=FilmInduced+tourism&hl=ptBR&sa=X&ei=nglwUZuABoaG9QSg0IG4Ag&ved=0CDMQ6AEwAA#v=onepage&q=FilmInduced%20tourism&f=false>>. Acessado em: 10 set. 2015.

BEVORT, Evelyne and BELLONI, Maria Luiza. **Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas**. *Educ. Soc.* [online]. 2009, vol.30, n.109 disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302009000400008>>. Acessado em: 10 set. 2015.

DHARMA e MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo & Audiovisual Brasileiras**. Brasília: MTur, Instituto DHARMA, 2007.

FOLHA DO SUL GAÚCHO. **Prefeitura divulga horários de visitação a Santa Fé**. Disponível em: <<http://www.jornalfolhadosul.com.br/noticia/2013/04/03/prefeitura-divulga-horarios-de-visitacao-a-santa-fe>>. Acessado em: 10. Set. 2015.

FOLHA DO SUL GAÚCHO. **"O tempo e o vento"**: filme aguardado por Bagé. Acessado em 15 de jul. 2015. Online. Disponível em: <<http://www.jornalfolhadosul.com.br/noticia/>>

FORBES. Disponível em: <http://www.forbestraveler.com/celebrity/famous-movie-locations-story.html>. Acessado em: 10. Set. 2015

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

G1. **Perto do lançamento de 'O Tempo e o Vento'**, Bagé abre cidade cenográfica. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/riogrande-do-sul/semana-farroupilha/2013/noticia/2013;>> . Acessado em 15 de jul. 2015. Online.

HAYATA, K. MADRIL, M. **Turismo cinematográfico**: um novo segmento para o desenvolvimento turístico. 2009. Monografia (Bacharelado em Turismo) – Curso de Bacharelado em Turismo, Faculdade Cásper Líbero.

MAUAD, Amaury. **Turismo e Cinema**: interfaces no imaginário turístico do Brasil e suas possibilidades em Cataguases – MG. 2011. 80f. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal de Ouro Preto, Curso de Turismo, Ouro Preto.

MINUANO. **Consultores do SEBRAE avaliam potencial turístico do Parque do Gaúcho e Santa Fé**. Disponível em: <<http://www.jornalminuano.com.br/VisualizarNoticia/12956/consultores-do-sebrae-avaliam-potencial-turistico-do-parque-do-gaoucho-e-santa-fe.aspx>>. Acessado em 09 de jul. 2015.

MINUANO. **Aspectos turísticos de Bagé são debatidos em seminário**. Online. Disponível em: <<http://jornalminuano.com.br/VisualizarNoticia/7944/aspectos-turisticos-de-bage-sao-debatidos-em-seminario.aspx>>. Acessado em 15 de jul. 2015.

NASCIMENTO, F.M. **Cineturismo**. São Paulo: Aleph, 2009

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAGÉ. **Prefeito Dudu Colombo apresenta índices de Competitividade do Turismo à Imprensa e Entidades**. Acessado em 15 de jul. 2015. Online. Disponível em: <http://www.bage.rs.gov.br/noticias_visualiza.php?id=6522>

VAGIONIS, N. & LOUMIOTI, M. (2011). **Movies as a tool of modern tourist marketing. Tourismos**: Na international multidisciplinary journal of tourism. Disponível em: <http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_6_No2_art20.pdf>. Acesso em: 8 dez. 2012.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

 UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

ZERO HORA. **Cidade cenográfica de "O Tempo e o Vento" precisará ser reconstruída para virar atração turística em Bagé.** Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2013/09/cidade_cenografica-de-o-tempo-e-o-vento-precisara-ser-reconstruida-para-virar-atraca-o-turistica-em-bage-4277575.html>. Acessado em 15 de jul. 2015.

XIX Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS: Estudo do Nível de Satisfação dos Visitantes

Janaína Peixe Muller e Rosi Souza Fritz
Universidade Feevale

Resumo: Este estudo visa analisar o nível de satisfação dos visitantes quanto aos serviços oferecidos na XIX Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS. Tem como objetivos específicos conceituar Turismo de Eventos, identificar e descrever festas e eventos similares na região do Vale do Caí, descrever o município e a Festa Nacional da Bergamota, com ênfase na sua XIX edição e verificar junto aos visitantes da Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/2014, a percepção e o nível de satisfação quanto aos serviços oferecidos. A metodologia utilizada para o estudo consiste em pesquisa exploratória descritiva, com abordagem qualitativa, tendo como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, documental, participante e estudo de campo. A pesquisa de campo foi realizada com visitantes da festa, com o historiador local, com a comissão organizadora do evento e com gestores municipais. Os resultados apontam que a festa atingiu um bom nível de satisfação dos visitantes, porém há algumas melhorias a ser realizadas.

Palavras-chave: Turismo de Eventos; Festa da Bergamota; São Sebastião do Caí, RS.

Introdução

O presente artigo apresenta um estudo sobre a satisfação dos visitantes da XIX Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS, uma vez que, os eventos são importantes divulgadores dos municípios atraindo pessoas e investidores a estes locais. Os registros dos primeiros eventos datam de muito antes do surgimento do termo turismo e foram evoluindo em termos de organização e tecnologia com os passar dos anos, merecendo estudos contínuos.

A região do Vale do Caí é palco de muitos eventos municipais como Festa do Moranguinho, Hortênciofest, entre outros. São Sebastião do Caí conta com um calendário repleto de eventos, assim como a Festa de São Sebastião, Acampamento Farroupilha,

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Encontro de Carros Antigos, Rodeio e tantos outros. A Festa Nacional da Bergamota ocupa o lugar de maior evento do município, despertando o interesse da autora devido ao fato desta ser moradora da cidade e ter interesse no setor de eventos.

A festa que segundo Campani (2014) teve sua origem em 1964, contém diversos elementos que, segundo esta autora, podem o colocar como um produto turístico não apenas da cidade, mas inclusive, da região e do Estado. Devido à falta de estudos sobre este evento, optou-se por analisar o nível de satisfação dos visitantes quanto aos serviços oferecidos pela XIX Festa Nacional de São Sebastião do Caí/RS e se suas expectativas foram atendidas. A pesquisa realizada é de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa. Os procedimentos técnicos utilizados foram pesquisa documental, bibliográfica, pesquisa de campo e pesquisa participante.

Espera-se que este estudo contribua de forma a valorizar o evento, para que o mesmo possa atrair cada vez mais visitantes e investidores à cidade de São Sebastião do Caí, gerando satisfação e aumento da autoestima da população local. Inicia-se com uma breve história sobre o turismo de eventos seguindo para eventos na região do Vale do Caí, focando no município de São Sebastião do Caí e, por fim, analisa-se a satisfação dos visitantes na XIX Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS.

Turismo de eventos

Os primeiros eventos datados, conforme Matias (2010), são da Era Antiga, os Jogos Olímpicos de 776 a.C., durante a realização dos jogos pausavam-se as guerras, promovendo a hospitalidade. As feiras comerciais da Idade Média também serviam como justificativa para pausar as guerras já que estas sanavam as necessidades de comer e de vestir dos indivíduos. Ainda de acordo com Matias (2010) o primeiro evento de cunho não religioso foi o Congresso de Medicina Geral, em 1681 em Roma, mas os eventos só passaram a ser organizados e consolidados após a Revolução Industrial, a partir desses eventos começou-se a realizar negócios comerciais.

Entre as definições de eventos encontra-se a de autores como Watt (2004, p. 16), que define o evento como “algo que ‘acontece’ e não somente existe”. “[...] o evento amplia o espaço para vida social e pública e conduz as pessoas para a experimentação conjunta de

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

emoções” (MELO NETO, 2012 p.14). Paiva e Neves (2008, p. 7) afirmam que “evento é um produto singular de acordo com as variáveis que o caracterizam”. Com base nas definições desses autores conclui-se que eventos são acontecimentos únicos, geradores de riquezas e que podem, no caso do Turismo de Eventos, promover e divulgar o local onde ocorrem.

Britto e Fontes (2002) dizem que os eventos desempenham um importante papel na revitalização dos destinos turísticos. Os eventos ajudam a diminuir a sazonalidade turística, como ocorre no evento Natal Luz de Gramado. Conforme Tomazzoni (2012) a época natalina era considerada de baixa temporada, com a criação do Natal Luz, Gramado passou a receber milhares de visitantes nesta época do ano.

Os eventos podem ter diversos tipos e formatos, recebendo diferentes classificações conforme o autor que os classifica. Britto e Fontes (2002) dizem que as exposições são uma maneira de promover produtos e tendências. Neste contexto as feiras são apenas um dos possíveis formatos de exposições. Já Andrade (2007, p. 118) classifica a exposição como “apresentação de serviços e técnicas” e as feiras como “exposição pública de produtos e mercadorias com o objetivo de vendas”.

Tendo por base o Guia de Orientações Básicas do Ministério do Turismo os eventos podem ter os formatos de missões empresariais, visitas técnicas, viagens corporativas, reunião de negócios, rodadas de negócios, feiras, convenções, congressos, seminário, workshop, conferências, cursos, palestras, painel, mesa-redonda, simpósio, plenárias e debates.

Os eventos de categoria promocional ou mercadológico visam promover uma entidade, pessoa, uma empresa ou um local conforme Britto e Fontes (2002). Já conforme a área de interesse, apresenta-se neste artigo a cultural que visa ressaltar aspectos culturais, história e tendências. A área de interesse turístico, que objetiva divulgar produtos a fim de incrementar o turismo local conforme afirmam Britto e Fontes (2002). Matias (2010) diz que se tem a área de interesse lazer quando o evento proporciona lazer e entretenimento aos seus visitantes. Os eventos ainda podem ser classificados por área de localização, sendo considerado municipal quando sua área de ocorrência restringe-se aos limites do município (ANDRADE, 2007).

Referindo-se as características estruturais, a Festa Nacional da Bergamota seguindo a classificação de Brito e Fontes (2002) e Matias (2010) é evento de grande porte por reunir um

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

público superior a 500 pessoas. Segundo dados divulgados pela equipe organizadora a XIX edição da festa reuniu mais de 60 mil pessoas. Conforme Britto e Fontes (2002) pode-se dizer que a festa é um evento móvel, pois, não ocorre sempre na mesma data. As festas municipais requerem sempre estarem inovando para que se atraiam um público cada vez maior. Conforme Melo Neto (2012), a interação entre público e evento, uso de luzes e tecnologias contribuem para o desenvolvimento da criatividade, criando eventos cada vez mais performáticos.

Porém, para uma verdadeira análise sobre os efeitos de um evento em seu público se faz necessário uma avaliação constante após a realização de cada evento. Caso o evento não tenha obtido um resultado satisfatório em seus visitantes, o mesmo deve ser repensado e reformulado corrigindo-se os pontos críticos e voltando-o de modo a responder positivamente as expectativas do cliente. Watt (2004) diz que estão entre os itens que influenciam na satisfação dos visitantes em um evento: a estrutura física, segurança, atendimento e serviços. Estes itens devem atender a um alto padrão de qualidade para satisfazer os visitantes nos dias atuais. A Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí, vem buscando melhorar a cada edição para atingir a satisfação dos seus visitantes. A seguir apresenta-se como surgiu e se desenvolveu a festa até os dias atuais.

Festa Nacional da Bergamota

São Sebastião do Caí possui diversos eventos, que servem para atrair visitantes, oportunizando lazer e oportunidades de negócios as famílias e empreendedores locais. A cidade está localizada no Vale do Caí, região de vales, rios e que possui diversos parques municipais. A maioria dos municípios da região possuem festas municipais, tais como a Festa do Moranguinho na cidade de Bom Princípio e a Hortênciofest, em São José do Hortêncio. Estas festas em geral possuem um produto-chave e sempre contam com exposições da indústria e comércio que visam demonstrar o poder econômico de seus municípios.

Em São Sebastião do Caí o principal produto agrícola é a bergamota, sendo que esta dá nome a festa. Esta fruta cítrica é a fonte de renda de 220 famílias caienses, incluindo a produção de outros citros, como limão e laranja, de acordo com dados da EMATER municipal (2014). A produção destina-se quase em sua totalidade às CEASAS (Central de

VI ENCONTRO
SEMINTUR JR.
NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Abastecimento Atacadista Brasileira) e apenas 5 a 10% da produção destina-se a venda para o estado de São Paulo.

A Festa da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS teve início conforme relato do historiador local Campani (2014) em formato de “Feira da Laranja”. Um professor conhecido por “Juca” incentivou seus alunos a exporem as variedades de cítricos produzidos em suas propriedades em sala de aula, agradando os citricultores que levaram a iniciativa ao Centro de Treinamento de Citricultores de Capela de Santana¹³³. A ideia foi bem aceita pelo técnico responsável que juntamente com o padre do distrito formataram a festa da laranja em comemoração ao aniversário da paróquia, porém em Taquari já havia uma festa da laranja e seu nome teve que ser repensado e em 1970 ocorreu a primeira Festa da Bergamota. Esta atingiu as expectativas dos organizadores e chamou a atenção das autoridades da Sede São Sebastião do Caí e no ano seguinte a Festa foi transferida para a mesma. A festa nos anos que se seguiram teve momentos de altos e baixos, e dificilmente seguia a determinação de 1972 de ser bienal.

A XIX Festa Nacional de São Sebastião do Caí, objeto de análise neste artigo veio a ocorrer no ano de 2014, quatro anos após a XVIII edição que ocorreu no ano de 2010. A autora deste artigo assistiu a última reunião geral da festa e pode perceber que os organizadores trabalhavam para que os visitantes fossem bem recebidos. A segurança contou com a participação da Brigada Militar, Guarda Municipal, Corpo de Bombeiros, segurança particular e com o auxílio de câmeras de segurança com reconhecimento facial.

Quanto à ocupação dos espaços da festa, todos os espaços disponibilizados para locação foram locados sendo que 50% dos expositores eram de empreendimentos locais. Entre os espaços destaca-se a ExpoCaí com exposição da indústria e comércio, Mostra Cahy na História onde o público pode observar a réplica das primeiras construções da cidade e da embarcação que trazia os imigrantes italianos até o porto que existiu na cidade em seus primórdios. A festa contou com a exposição e comercialização de produtos à base de

¹³³ Capela de Sant’ana era distrito de São Sebastião do Caí. O professor Juca dava aulas em uma escola em Pareci Velho que na época era subdistrito de Capela de Sant’Ana. Atualmente São Sebastião do Caí, Capela de Santana são municípios independentes e Pareci Velho é distrito do município de Pareci Novo. (Campani 2014).

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

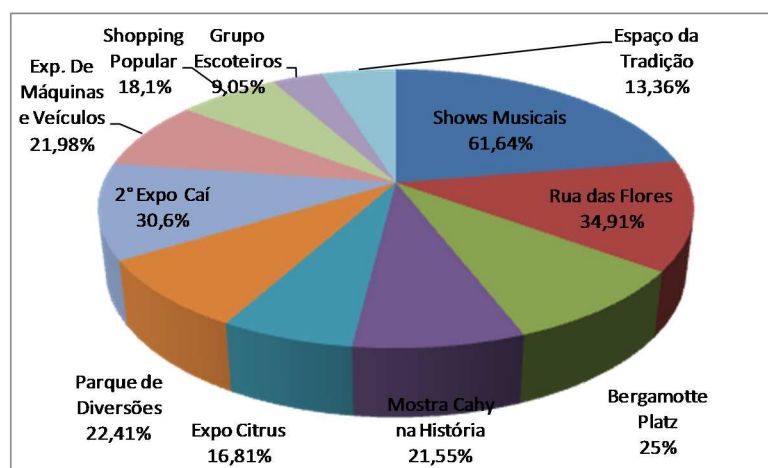
bergamota, produzidos por artesãos locais, denominado Bergamotte Platz. A Exposição de Máquinas e Veículos, Espaço da Tradição, Shopping Popular e exposição de flores na chamada Rua das Flores também fizeram parte da festa.

De um modo geral a festa obteve bons resultados de acordo com dados divulgados pela comissão organizadora, apesar de muitos dias chuvosos, a festa conseguiu atrair um público generoso devido principalmente ao fato de a entrada ser franca em diversos momentos da festa, e nos demais preço único de dez reais. A autora esteve presente em diversos dias da festa aplicando a pesquisa de satisfação dos visitantes no estande da SETUR, espaço cedido pela comissão organizadora do evento. Posteriormente a autora pode prestigiar a sessão Solene onde se homenageou o presidente da comissão organizadora da festa, além de entrevistar o próprio presidente da comissão organizadora, uma representante da gestão municipal e uma das soberanas da festa. No conjunto de entrevistas pode-se perceber o trabalho incansável de cada parte para que tudo ocorresse da melhor maneira possível. Para o presidente da comissão organizadora foi um desafio organizar o maior evento do município, que para ele serve para mostrar a força da indústria e comércio local. As soberanas chegavam a trabalhar de manhã até altas horas da noite divulgando a festa pelo estado e até pelo Brasil. A soberana destacou a importância do empenho dos voluntários e da doação e comprometimento que estes tiveram com a realização da festa. A representante da gestão municipal, a coordenadora de Turismo e Cultura do Município, mostrava-se positiva quanto a satisfação dos visitantes devido a mescla de atividades e atrações disponibilizadas aos mesmos.

Para a apuração científica do nível de satisfação dos visitantes da XIX Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS a autora realizou uma pesquisa de satisfação com 232 visitantes durante o período de ocorrência da festa. A autora foi a campo coletar os dados e realizou a tabulação dos resultados. Entre as perguntas no questionário estavam: os espaços ou atividades que se destacaram na festa na opinião dos visitantes, se a fruta chave se fez presente na festa, se as expectativas dos visitantes foram atendidas e o nível de satisfação quanto a estrutura em geral apresentada, entre outros itens. Seguem os principais resultados da pesquisa.

O gráfico 1 representa os espaços ou atividades eleitos pelo pesquisado como pontos fortes da festa. Cada pesquisado pode escolher até 03 opções. O gráfico demonstra que os Shows Musicais tiveram 61,64% dos votos, a Rua das Flores 34,91%, a 2º Expo Cai 30,6% dos votos enquanto o Bergamotte Platz teve 25%, Mostra Cahy na História 21,55%, Exposição de Máquinas e Veículos 21,98%, Parque de Diversões 22,41%, Shopping Popular 18,1%, Expo Citrus 16,81%, Espaço da Tradição 13,36% e Grupo Escoteiro tiveram 9,05% da preferência dos pesquisados.

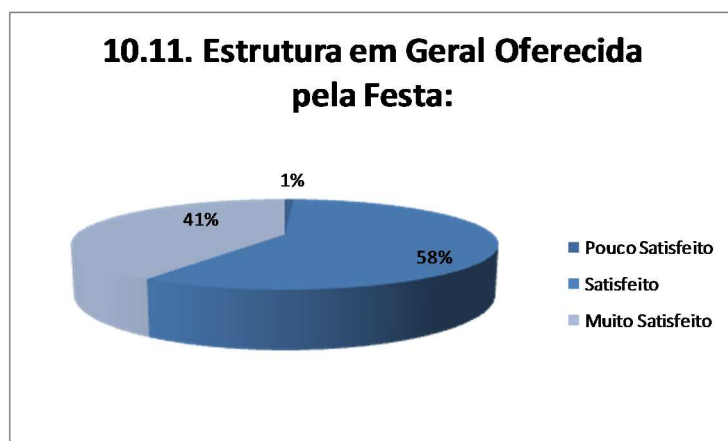
Gráfico 1 - Espaços ou atividades eleitos como pontos fortes da festa.



Fonte: Pesquisa acadêmica elaborada pelo autor. Base: 232.

O gráfico 2 representa a satisfação dos pesquisados em relação à estrutura geral oferecida pela festa demonstrando que 58% estavam satisfeitos, 41% estavam muito satisfeitos e 1% estava pouco satisfeito.

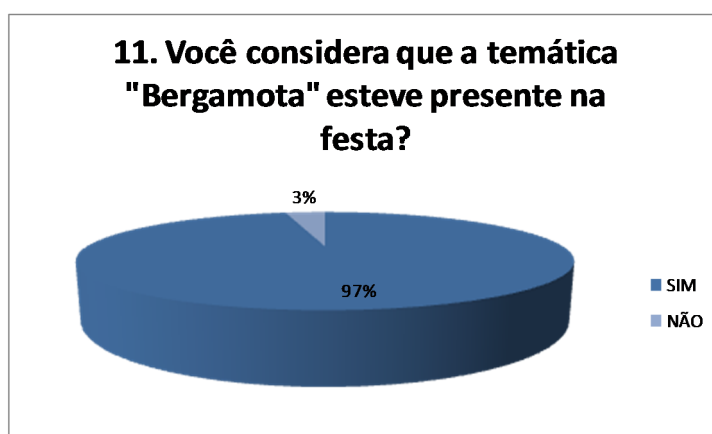
Gráfico 2 - Satisfação do visitante em relação à estrutura geral oferecida pela festa.



Fonte: Pesquisa acadêmica elaborada pelo autor. Base: 232.

O gráfico 03 representa a satisfação do pesquisado em relação à presença da temática “bergamota” na festa, demonstrando que 97% consideraram que a temática esteve presente, enquanto 3% considerou que a temática bergamota não esteve presente.

Gráfico 3 - A presença da temática “bergamota” na festa na visão dos pesquisados.



Fonte: Pesquisa acadêmica elaborada pelo autor. Base: 232.

O gráfico 4 representa o atendimento das expectativas do participante pela festa, demonstrando que 97% dos participantes tiveram suas expectativas atendidas enquanto 3% não tiveram suas expectativas atendidas.

Gráfico 4 - Quanto o atendimento das expectativas dos pesquisados, na festa.



Fonte: Pesquisa acadêmica elaborada pelo autor. Base: 232.

Conclusão

Com a presente pesquisa pode-se observar que a Festa Nacional da Bergamota de São Sebastião do Caí/RS é um evento que tem muita importância para a população local. O evento que surgiu com o engajamento popular no interior do município, até os dias atuais conta com a participação intensa de voluntários para a sua realização. Os eventos municipais tendem a promover um local tornando-o conhecido na região e no estado, e mostrando o potencial da sua indústria e comércio. Por este motivo muitos municípios do Vale do Caí possuem pelo menos uma grande festa, como é o caso da Hortênciofest, evento principal do município de São José do Hortêncio e a Festa do Moranguinho, que divulga o município de Bom Princípio.

A Festa Nacional da Bergamota, já está na sua XIX edição e ocorre no parque centenário do município. Apesar de cada uma das suas edições almejarem inovações, poucas vezes seguiu-se a pré determinação de a festa ser um evento bienal. Para que a festa continue ocorrendo a cada dois anos se faz necessário um acompanhamento constante para saber se os objetivos da comissão organizadora foram atingidos e os pontos a melhorar. A pesquisa de

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

satisfação do visitante é um instrumento importante de acompanhamento, uma vez que ela reflete a impressão da amostra, e mesmo que estes resultados não possam ser generalizados, servem como base para que se corrijam possíveis pontos fracos e se potencialize os pontos fortes nos eventos seguintes.

A pesquisa de satisfação da XIX Festa Nacional da Bergamota foi realizada pela autora deste artigo como trabalho da conclusão do curso de Bacharel em Turismo. Este artigo analisa três gráficos desta pesquisa demonstrando a visão que a amostra composta de 232 pessoas teve do evento. Entre os principais espaços/atividades do evento, destaque para os shows musicais, seguido pela rua das flores e a ExpoCaí. O resultado demonstra que o público que se dirige aos eventos municipais, vêm atraído principalmente por shows musicais e compras. O que deixa a reflexão sobre até que ponto se torna válido investir meses na organização e desenvolvimento de um grande evento, que valorize a história e as riquezas do município se o público em geral se interessa apenas pelos shows musicais. Talvez fosse menos exaustivo e mais lucrativo a organização apenas de shows? Por outro lado, se o próprio município não valorizar e não demonstrar sua cultura e sua história quem mais há de valorizá-la? Deixa-se estes pontos importantes a serem analisados e repensados.

A criatividade na produção dos eventos pode colaborar para inovação e maior valorização do público pelas riquezas do município e não atraí-los apenas com shows que muitas vezes são de artistas de nível nacional, e nada tem a ver com a identidade municipal e de sua população. Por outro lado, a comissão organizadora da edição 2014 da festa da Bergamota obteve 99% de aprovação da amostra no que se refere a estrutura geral oferecida e 97% da amostra teve suas expectativas atendidas. O produto-chave da festa, ou seja, a bergamota, foi considerada presente por 97% dos pesquisados demonstrando que a festa realmente fez valer o nome do produto que leva seu nome.

Os resultados apresentados neste artigo representam que a comissão organizadora do evento conseguiu atingir seus objetivos, deixando uma impressão positiva de forma, que as chances de o evento ser recomendado e de os visitantes retornarem ao evento são animadoras. Este fato contribui para direcionar os trabalhos de organização da próxima festa e aumentar a autoestima da população local e principalmente dos muitos voluntários que se dedicaram para o sucesso do evento.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

A autora deste artigo espera que este possa contribuir para a reflexão e melhora contínua dos eventos municipais, principalmente na questão dos grandes shows e da valorização da cultura dos municípios.

Referências

ANDRADE. Renato Brenol. **Manual de Eventos**. 3ªed. Caxias do Sul, RS: Educs, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **MARCOS CONCEITUAIS**. Turismo de Negócios e Eventos, 2010, p. 16

BRITTO. Janaina, FONTES. Nena. **Estratégias para Eventos**. Uma Ótica do Marketing e do Turismo. São Paulo. Ed. Aleph, 2002.

CAMPANI. Carlos Antônio. Presidente da Associação de Pesquisadores da História do Vale do Caí. Relato oral, dia 07/03/2014.

EMATER. Finkler. Luiz Maurício. Téc. Agrícola. Emater São Sebastião do Caí. Relato oral, realizada 10/03/2014.

MATIAS. Marlene. **Organização de Eventos Procedimentos e Técnicas**.5ª edição. São Paulo. Ed. Manole, 2010.

MELO NETO. Francisco Paulo de. **Criatividade em Eventos**. 5ª Ed. São Paulo: Contexto 2012.

PAIVA. Hélio Afonso Braga de. NEVES. Marcos Fava. **Planejamento Estratégico de Eventos**. São Paulo. Editora Atlas, 2008.

WATT. David C. **Gestão de Eventos em Lazer e Turismo**. Porto Alegre. Ed. Bookman, 2004.

TOMAZZONI. Edegar Luis. **Hospitalidade e Inovação do “Natal Luz” de Gramado (RS)**, pioneiro e único evento do gênero do Brasil. São Paulo, 2012.



Festival da Primavera - *Frühlingsfest*

Paola Schommer Benevenuto
Universidade de Caxias do Sul

Resumo: A cidade de Nova Petrópolis, situada na região turística Serra Gaúcha, sul do Brasil, é marcada por associar a germanidade em sua cultura, herança dos imigrantes que chegaram a região, na segunda metade do século XIX. A germanidade é percebida, entre outros, pela presença de jardins floridos durante o ano inteiro, tanto em espaços públicos como privados, e pelo culto ao folclore, que se expressa, entre outros momentos, no Festival da Primavera [*Frühlingsfest*], realizado anualmente na cidade. O presente artigo tem por objetivo resgatar o histórico deste evento e a sua contribuição ao presente. Como metodologia utiliza-se a História Oral, buscando-se os dados através de entrevista, pesquisa documental e bibliográfica. Os resultados indicam que Nova Petrópolis é a cidade ideal para investir em um evento como este, se tornando apta para receber visitantes durante o ano inteiro, principalmente pela boa infraestrutura de hotelaria e gastronomia já presentes na cidade.

Palavras-chave: Turismo; Festa; Germanidade; Festa da Primavera [*Frühlingsfest*]; Nova Petrópolis-RS

Introdução

É notável a presença de alguns jardins que são vistos como atrativos turísticos em importantes cidades brasileiras, tais como o de Curitiba, o do Rio de Janeiro e o da capital gaúcha, Porto Alegre. E verificando o aumento do fluxo de visitantes por ano nas cidades, percebe-se a criação de um novo segmento de turismo, o turismo de jardins [*garden tourism* ou *garden visiting*], cujo objetivo maior é de procurar paisagens ou eventos que tenham como tema o paisagismo, reunindo pessoas que, além de praticantes, são interessados nesta área da jardinagem ou apenas os apaixonados por uma bela paisagem. Sendo assim o Festival da Primavera [*Frühlingsfest*] um evento que acontece anualmente em Nova Petrópolis, incentiva, indiretamente, o turismo de jardins. O evento surgiu nos anos 1990, o que coincidentemente

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

ocorreu junto com o “nascimento” do segmento de turismo de jardins. E chegou para ficar nos corações dos habitantes da cidade e das pessoas apaixonadas por flores e paisagismo.

O interesse em trabalhar o tema proposto no presente artigo foi justamente analisar as edições que ocorreram no passado, para entender o fenômeno que provocou sua longa ausência no calendário de eventos do município, e o ressurgimento, agora, com o nome de Festival da Primavera [*Frühlingsfest*], que fará a sua quinta edição a acontecer no corrente ano. O presente trabalho tem como objetivo específico a influência que o evento tem no turismo da cidade e da região, o qual também é o foco principal da pesquisa.

Nova Petrópolis está situada na região turística da Serra Gaúcha, fazendo divisa com os municípios de Vale Real, Feliz, Linha Nova, Picada Café, Santa Maria do Herval, Gramado e Caxias do Sul. A cidade fica a 35 km de Caxias do Sul e Gramado, a 56 km de Novo Hamburgo e a 100 km de Porto Alegre. Sua população estimada é de 19.548 habitantes (IBGE, 2010), apresentando um índice de Desenvolvimento Socioeconômico (IDESE) de aproximadamente 0,800 e um Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) de 0,780. A taxa de analfabetismo de Nova Petrópolis é de 2,02% e a taxa de expectativa de vida é de 78,38 anos.

A cidade é conhecida como Jardim da Serra Gaúcha por conta de estar sempre florida durante o ano inteiro. Tanto nos meses frios, como outono e inverno, e nos meses quentes, como primavera e verão, as cores, o perfume e o encanto dos jardins e das praças floridas fazem a cidade literalmente honrar seu título de Jardim da Serra Gaúcha. É uma primeira marca cultural da importância da cultura germânica presente na cidade, pois todos os moradores sempre estão preocupados com a beleza não só de suas casas como também da região, sempre com os espaços floridos e bem cuidados, encantando os olhos de quem os veem.

Turismo de jardins e eventos

O turismo de jardins é um novo foco que pode ser dado dentro do turismo que está em pleno crescimento. O número de pessoas interessadas nesse segmento vem crescendo ano após ano, incluindo as visitas a jardins públicos e privados, além da realização de eventos associados à temática de flores e jardinagem. E isso tem levado a que a literatura comece a

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

registrar esse segmento. O mesmo tem a possibilidade de se incluir como uma tendência importante do *turismo de nicho*, sendo compreendido que, conforme Silva e Carvalho (p.633, 2013), “*nicho* não é mais do que um pequeno mercado constituído por um cliente individual ou um pequeno grupo de clientes com as mesmas características ou necessidades”. É no turismo de jardins que existe a procura por paisagens ou eventos que tenham como tema o paisagismo, buscando que a participação dos visitantes passe apenas do contemplativo e do desfrute de lazer, com o objetivo de reunir aficionados e praticantes da jardinagem e/ou paisagismo.

Sabemos a importância de um evento para o turismo, Tenan (2002) nos dá a certeza de que o evento em si gera turismo, se tornando também um atrativo turístico que gera e cria fluxo turístico, quem usufrui do turismo de eventos geralmente não tem tempo para conhecer o destino, e acaba voltando com a família ou amigos em outra oportunidade, além de uma propagação da imagem positiva do lugar, com segurança podemos dizer que o turismo de eventos é quem alavanca o turismo de lazer, e o mercado de eventos está totalmente e profundamente ligado à atividade turística. Zanella (2004) diz que o tempo médio de um turista de eventos no destino é superior ao de um turista convencional e de lazer, enquanto um turista de lazer fica em média três dias no local, o turista que vai até o destino com o objetivo de participar de um evento, fica, pelo menos, seis dias no local.

Hoje o evento é chamado como Festival da Primavera [*Frühlingsfest*], porém no início era chamado como Festa da Primavera. Passando por uma modificação no nome, havendo uma diferença nas definições encontradas e apresentadas em seguida. Assim Tenan (2002), traz a definição e quais são as diferenças entre festas e festivais. Um festival é um evento artístico-cultural com apresentações que são selecionadas anteriormente, e que possui um objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial, pode acontecer anualmente ou mensalmente, em ambientes abertos ou fechados. Uma festa é um evento cívico, religioso, folclórico ou de homenagem, com um objetivo de congregar ou comemorar um fato ou data, pode ser parte de um evento maior, onde música, bebida e comida prevalecem, tornando-se pública, política ou privada. Conforme o que foi buscado no livro da autora, o Festival da Primavera [*Frühlingsfest*] tem a nomenclatura correta, por ser um evento com objetivo de



divulgação e promoção comercial, com oportunidade de acontecer em um lugar aberto ou fechado.

Metodologia

Como técnicas de pesquisa, utilizou-se a técnica da história oral, porém foi realizada primeiramente uma pesquisa exploratória de revisão bibliográfica, objetivando demonstrar o estágio atual da contribuição acadêmica em torno dos temas turismo de jardins e eventos. Como fontes foram utilizadas Gastal, Machiavel e Guterres (2013); Tenan (2002); Amaral (2008); Bakhtin (2002); Macedo (1986) e Pesavento (1997), onde ambos descrevem as festas no respectivo decorrer da história. Ribeiro (2004) e Guimarães (2009) falam das mesmas e suas tradições nas cidades. Tenan (2002) trouxe a definição de festival e festa, também como esses eventos contribuem para o turismo. Utilizou-se Allen *et al* (2008) para encontrar a definição de festival e suas respectivas ramificações. E Zanella (2004) foi utilizado para estabelecermos uma relação do turismo de eventos com o turismo de lazer.

A entrevista coloca-se como a técnica mais importante, quando se utiliza a história oral como metodologia. Para o presente trabalho, as entrevistas foram realizadas a partir de um roteiro semiestruturado e aberto. As mesmas foram realizadas na forma de conversas informais, dando abertura tanto para o entrevistador quanto para o entrevistado. Os encontros foram realizados em locais previamente combinados com os entrevistados, o material utilizado foi o gravador de celular, para após ser possível a transcrição para o computador.

Com isso, decidiu-se entrevistar três pessoas que tem importância para o Festival da Primavera na cidade de Nova Petrópolis, Teresinha Haas (Secretária de Turismo da cidade na época em que o evento foi implantado), Luciane Schommer (organizadora do Salão do Paisagismo e presidente do Fundo de Turismo da Associação Comercial e Industrial de Nova Petrópolis) e Phillipe Dummer (atual participante da comissão organizadora do evento em suas últimas edições).

Para a história oral, a pesquisa documental é um apoio e uma complementação às informações prestadas pelos entrevistados. A pesquisa documental valoriza a riqueza dos documentos como fonte de dados e, nesta perspectiva, pode-se definir a mesma como sendo aquela que busca um exame de materiais que ainda não foram observados de forma analítica.

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

Para a realização do trabalho na parte da pesquisa documental, aproveitou-se acervos materiais como no acervo público municipal de Nova Petrópolis, no acervo particular do Jornal local A Ponte e no acervo particular da empresa Serrasul Eventos, Comunicação e Turismo.

Resultados e análise dos dados

O presente projeto de pesquisa sobre o Festival da Primavera [*Frühlingsfest*] possui como objetivo principal a relação do evento em edições passadas e atuais, as semelhanças das mesmas, dentre outras questões. Como objetivo específico e também mais importante da pesquisa é a influência que o evento tem no turismo da cidade e da região.

A primeira entrevistada foi Teresinha Haas, secretária de turismo de Nova Petrópolis no ano de 1988, o início do evento. Conforme o que foi dito pela mesma, a imigração alemã sempre esteve ligada a flores, na Alemanha, o início da primavera sempre foi marcado pelos grandes eventos e festejos dessa nova estação. Em Nova Petrópolis, cidade colonizada noventa por cento por imigrantes alemães, onde a cultura germânica dos grupos de danças, das comidas típicas e da arquitetura ainda é muito forte, e conhecida como Jardim da Serra Gaúcha não poderia ficar de fora de grandes festejos marcando o início da primavera.

Buscando mais informações de como eram os festejos alemães de início da primavera (*Frühling*), Teresinha conta que até hoje na Alemanha o gado é confinado durante o inverno em grandes galpões por conta da neve e dos frios intensos, com o fim das nevascas e o começo do calorzinho de primavera, as pessoas vão até o encontro dos animais e os tiram dos galpões com guirlandas de flores no dia do início da primavera. Baseando-se nisso, Teresinha e sua equipe de organização, buscaram maiores informações de como essa estação é retratada pelo continente europeu, e acabaram se espelhando nisso para trazer e criar esse evento em Nova Petrópolis, o *Frühlingsfest*.

Teresinha também fala a respeito de uma experiência que teve ao longo dos anos que trabalhou como Secretária de Turismo, antigamente as pessoas se engajavam mais para participar do evento, havia o concurso de melhor jardim em empresas e em residências, havia também o tradicional baile de primavera, o também já tradicional *Schützenfest*, além de outras programações que interagiam mais com a população. É isso que ela, enquanto moradora da

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CARIACAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

cidade, acredita que deveria acontecer mais, deveria haver um casamento entre a iniciativa privada, poder público e população de Nova Petrópolis, o que também é dito por Phillipe Dummer, e ambos falam, por exemplo, que o comércio deva ser mais participativo durante o evento, colocando apenas uma flor em suas vitrines, isso já chamaria a atenção dos clientes, um hotel poderia colocar uma flor natural em sua recepção, são poucas coisas que incentivam não só os turistas, mas também divulga o evento para a sua própria comunidade.

Por ser conhecida como o Jardim da Serra Gaúcha, o principal foco da cidade tem sido apenas a Praça das Flores e o centro da cidade, porém não é só nessa área que estão localizados lugares fantásticos e encantadores, há outros lugares pelo território da cidade que são possíveis de serem aproveitados, lugares estes que a população local não sabe que existe, foi um ponto da conversa onde ambos os entrevistados enfatizaram muito.

Outro entrevistado foi um integrante da comissão organizadora do evento, Phillipe Dummer que afirma a colocação já dita por Teresinha Haas:

O Frühlingsfest é um evento muito importante para a cidade, principalmente pelo título que Nova Petrópolis recebeu, e por ser um evento que retrata e traz de volta alguns costumes de tradições alemãs que hoje em dia já não são mais tão preservados, destacando que ele é um evento que veio para ficar, mas que por sugestão, deva ser nos moldes do início, em conjunto com a Schützenfest, e com o objetivo de resgatar a tradição da cultura germânica para população e também aos visitantes de Nova Petrópolis,

O mesmo coloca em seu comentário que o evento tem por objetivo principal trazer um público diferente, que goste e tenha interesse por flores e jardins, e que de uns anos para cá o evento tem perdido um pouco do foco e acaba se tornando um evento de cunho comercial, não abrangendo o público estimado, o público apreciador de jardins. Sabemos que, além do turismo de jardins, o turismo de experiência, é uma área dentro do turismo que está crescendo significativamente, com essa visão, Phillipe comenta que é importante para o evento não perder esse foco de festival do interior, pois é isso que o nosso turista atual está procurando. E cada vez mais a organização do evento busca a transformação do mesmo para se tornar um evento turístico e econômico, trazendo assim turistas para a cidade, com o objetivo de que eles se hospedem em hotéis e pousadas e usufruam da nossa gastronomia, girando assim uma



economia respectivamente grande para os habitantes da cidade. Abaixo duas fotos de cartazes que marcaram a história do evento, o cartaz da primeira edição e o cartaz do Baile de Primavera que acontecia concomitantemente ao evento (Figura 1 e 2).

Já Luciane Schommer, organizadora do Salão do Paisagismo e atual presidente do Fundo de Turismo da ACINP (Associação Comercial e Industrial de Nova Petrópolis), retrata em seu comentário que o *Frühlingsfest* tem um significado marcante dentro da cultura da cidade. Como natural de Nova Petrópolis, Luciane lembra que em 1988, quando o evento começou, ele acontecia no Parque Aldeia do Imigrante, local que era bastante utilizado na época para a realização de eventos, os quais sempre eram muito parecidos, com venda de comidas tradicionais, malhas, apresentação dos grupos de danças e era isso que atraía os turistas no geral, e os moradores locais ficavam curiosos e tinham vontade de conhecer esses visitantes que vinham até a cidade, dirigindo-se ao parque e usufruindo da programação do evento. Não só para Luciane, mas também para os moradores da cidade, o evento Festival da Primavera – *Frühlingsfest* tem em sua essência uma identidade forte com Nova Petrópolis; e acaba atingindo também a questão cultural dos habitantes do município, as pessoas continuam cultivando e cuidando muito dos jardins de suas casas e de seus estabelecimentos comerciais.

Figura 1: Cartaz da primeira edição do evento no ano de 1988



Fonte: Acervo Jornal A Ponte



Figura 2: Cartaz do Baile da Primavera



Fonte: Acervo Jornal A Ponte

Luciane e Phillipe enfatizaram em seus comentários que a cidade tem literalmente “joias” em mãos, possuindo em suas terras a maior floricultura, em quesito diversidade, na América Latina e sendo o maior polo de produção de flores comestíveis e ervas medicinais do Brasil, é sede do maior evento de paisagismo do sul do país, podendo ser trabalhado com maior ênfase. E trabalhando isso como foco principal, dá ao evento uma característica diferente, encontrando-se novamente em qual posição de evento se encaixa. E com isso, o evento pode contribuir muito para a economia da cidade, conforme foi enfatizado por Luciane e Phillipe.

Luciane finaliza afirmando que é um evento que tem de tudo para somar para a cidade, permanecendo no mesmo lugar poderia inovar mais e se reinventar a cada edição, e assim a cidade deveria investir com mais garra e vontade neste evento, porque a imagem de Nova Petrópolis é de beleza, natureza, qualidade de vida, alegria e germanidade.

Conclusão

Assim como Gastal et al (2011), propõem em seu artigo sobre festas temáticas, que o ato de festejar é uma forma de expressão pessoal e coletiva, predominante em diferentes culturas, o que transforma a festa em um acontecimento importante para indivíduos e comunidades. Conforme Amaral (2008), a festa, na contemporaneidade, implicaria, com toda

VI ENCONTRO

SEMINTUR JR.

NOS FLUXOS DO TURISMO

UCS
UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
TURISMO E HOSPITALIDADE

06 DE NOVEMBRO
DE 2015

a certeza, em uma intervenção na organização do que seria, antes, apenas uma manifestação humana espontânea. Já Macedo (1986), identifica festa como um instrumento que fortifica o coletivo, assim sendo uma “dimensão da vida, contribuem para promover o sentimento especial de estar junto e configuram o espaço social privilegiado do acontecimento extraordinário que são as festas [...] são uma expressão e afirmação de valores. Está presente nelas o esforço de construção de uma imagem que é a representação da visão ideal do grupo”. É com base nisso tudo que Bakhtin (2007) explica que a origem das festas estaria no mundo das ideias e dos ideais, nascendo assim não da obrigatoriedade de proporcionar descanso ao corpo, mas sim de alguns fins superiores da existência humana.

O cenário propício para essas novas práticas de festividades, festas e festivais são as cidades, embora, como aponta Ribeiro (1998) analisando as festas do Sul do Brasil, o calendário festivo local sempre acaba demonstrando uma relação estreita entre o meio urbano e o rural. É através dessas associações que foi possível encontrar as definições das festas locais, principalmente em municípios de economia agrícola, até mesmo quando essas festividades acontecem na cidade. E foi através desse dizer de Ribeiro, que encontramos realmente onde o Festival da Primavera [*Frühlingsfest*] se encontra, é uma festa que tem em sua essência a associação do meio urbano com o rural, e conforme o que foi visto nas entrevistas é isso que não podemos deixar morrer, a cultura germânica que é tão forte em Nova Petrópolis através de seus grupos de danças, comidas e bandinhas típicas, e até mesmo por meio da arquitetura com a técnica enxaimel, havendo mais um viés para se abrir e se enaltecer cada dia mais, é através do plantio e cuidado com os jardins, coisas que com o tempo vão se perdendo, e o *Frühlingsfest* tem o objetivo de fazer com que isso volte à tona.

Por meio de pesquisas feitas no decorrer do trabalho proposto, foi possível de ser visto que o *Frühlingsfest* tem uma grande caminhada já, até 1999 era conhecido como Festa da Primavera, nos dois anos seguintes se transformou em Salão do Paisagismo, e agora de uns tempos para cá, mais precisamente quatro anos, voltou à ativa com o nome de Festival da Primavera. Foi por conta dessa extensa história que o evento tem, que despontou a vontade e o interesse em pesquisar mais a respeito da relação que o mesmo tem em suas edições no passado e no presente, o que elas têm a ver, o que mudou, entre outras perguntas. Em meio as pesquisas e entrevistas realizadas, foi notada uma falta de interesse da população no geral, em



fazer esse evento cada vez maior, como disse Teresinha Haas em seu pronunciamento: “Deve haver um casamento entre iniciativa privada, poder público e habitantes da cidade para que o Festival da Primavera continue crescendo a cada ano”.

Após ter realizado esse trabalho, acredita-se que o Festival da Primavera [*Frühlingsfest*] tem de tudo para somar para a cidade, principalmente no turismo, concordando plenamente com o que foi dito por uma de nossas entrevistadas, Luciane Schommer: “Se tem um município que pode se apropriar de um evento como este, este município é Nova Petrópolis!”.

Referências

ACERVO MUNICIPAL DE NOVA PETRÓPOLIS

ACERVO DO JORNAL LOCAL A PONTE

ACERVO DA EMPRESA SERRASUL EVENTOS, COMUNICAÇÃO E TURISMO

ALBERTI, Verena. **Ouvir contar**: textos em história oral. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

ALLEN, Johnny (et al.), **Organização e gestão de eventos**. (tradução de Marise Philbois e Adriana Kramer) – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

AMARAL, L. Festas, festivais, festividades: algumas notas para a discussão de métodos e técnicas de pesquisa sobre festejar no Brasil. **Anais do II Colóquio Festas e Sociabilidades** (CIRS/CASO/CEFET). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2008.

BAKHTIN, M. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento – O contexto de François Rebelais**. São Paulo: Editora Hucitec/Annablume, 2002.

BRUM, P.; SANTIAGO, J. **Os Jardins Históricos de Macau Proposta de um itinerário turístico**. Dissertação Mestrado Arquitectura Paisagista. Instituto Técnico de Lisboa, 2011.

CONSULTA. **Atlas Brasil**. Disponível em: <<http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/consulta/>> Acesso em 01 set. 2015



DE ANGELIS, B.L.D. e DE ANGELIS Neto, G. **Paisagem, turismo e planejamento urbano** *Acta Scientiarum*, V.20(4), 1998, pp. 537-543.

DELGADO, Lucília de Almeida Neves. **História oral** - memória, tempo, identidades. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FESTIVAL DA PRIMAVERA – Frühlingsfest. Disponível em: <http://www.novapetropolis.rs.gov.br/servicos_detalhe.php?id=188>. Acessado em 10 nov. 2014

FESTIVAL DA PRIMAVERA. Disponível em: <<http://www.novapetropolis.com.br/festivaldaprimavera/>>. Acessado em 15 nov. 2014

GASTAL, Susana de Araújo (et al.) **Festa Temática: da tradição à modernidade.** Turismo em Análise, 2011

MACEDO, C.C. **Tempo de gênese.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

MUNICÍPIO: NOVA PETRÓPOLIS. **FEE – Fundação de Economia e Estatística.** Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Nova+Petr%F3polis>> Acesso em 01 set. 2015

PESAVENTO, S.J. **Etnografando na cidade: Práticas, narrativas e construções simbólicas sobre o Turismo no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas/RJ.** *Pasos*, v.9 (3) Special Issue, p.31-44, 2011. Disponível em: <www.pasosonline.org/Publicados/9311special/PS0311_04.pdf>. Acesso em 16 out. 2014

PORTELLI, Alessandro. **Tentando aprender um pouquinho:** Algumas reflexões sobre a ética na História Oral. Proj. História, São Paulo, 1997. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/11215/8223>>. Acesso em 16 out. 2014



RIBEIRO, C.M.P. **A Celebração da Festa: conhecer e de dar a conhecer a própria identidade.** Tese de Doutorado em Educação da Universidade Federal de São Carlos: SP, 1998. Turismo, Cultura e Sociedade

SÉRIE HISTÓRICA NOVA METODOLOGIA. **FEE – Fundação de Economia e Estatística.** Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/indicadores/indice-de-desenvolvimento-socioeconomico/serie-historica-nova-metodologia/?unidade=municipios>> . Acesso em 05 set. 2015

SILVA, S.M.P. **A dimensão patrimonial e o potencial turístico dos jardins históricos: o caso de Portugal.** *Biblio 3w: revista bibliográfica de geografia y ciencias sociales.* V. 18, 2013.

TENAN, Ilka Paulete Svissero. **EVENTOS** (Coleção ABC Turismo). São Paulo: Aleph, 2002.

THOMPSON, Paul (1935). **A voz do passado: a história oral.** Traduzido por Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

ZANELLA, Luis Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização.** 2 ed. São Paulo: Atlas 2004