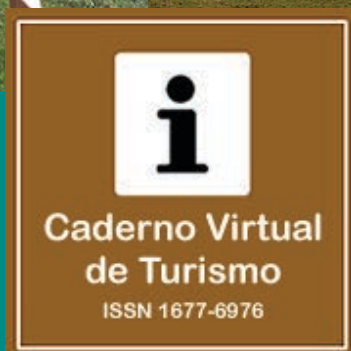




Editorial

E agora, Rio? O turismo pós-megaeventos

Entrevista

Turismo em Áreas Protegidas: entrevista com Ana Báez

Galeria de fotos

O olhar para o potencial turístico como elemento agregador em estudos de criação de Unidade de Conservação

Artigos Originais

Planejamento participativo: uma análise do turismo de Uruçuca (BA) a partir da ótica dos residentes

Emoção como signo dos espaços em meios de hospedagem

La gestión de la equidad y la cooperación Técnica para a reclasificación da oferta de interés turístico-cultural y la creación del cluster en Montevideo, Uruguay

Percepções do Consumo do Pequi em Palmas (TO): entre o contentamento e a indiferença

Geoturismo e Geonímia na Ilha Grande – Angra dos Reis (RJ): subsídio à visitação pública de Abraão e Saco do Céu

Análisis de competitividad y movilidad en destinos turísticos del Estado de Guanajuato a través de un modelo de regresión logística

Praça do centro de Flores da Cunha (RS): palco de realizações sociais, religiosas e turísticas

O lazer do brasileiro no período de férias: representações e concretizações das atividades turísticas

Experiências de ressignificação de tradições carnavalescas em Podence e Ovar, Portugal

O turismo no espaço rural como atividade complementar de geração de renda e ocupação não agrícola no Corede das Hortênsias do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil



ISSN 1677 6976 | www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno

CADERNO VIRTUAL DE TURISMO

Editor chefe:

Roberto Bartholo | Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Editores científicos:

Ivan Bursztyn | Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Aguinaldo Cesar Fratucci | Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Luis Tadeu Assad | Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS), Brasília, DF, Brasil

Editora executiva:

Fernanda Tavares Barcelos | Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Assessoria de comunicação Científica:

Juliana Gonçalves Reis | Estúdio científico editorial, Brasil

Produção editorial:

Flávio Silva Ramos | Editora IABS, Brasília, DF, Brasil

Revisão e normatização:

Stela Máris Zica | Editora IABS, Brasília, DF, Brasil

Diagramação:

Rodrigo Torres | Toro Criativo, Brasília, DF, Brasil

Conteudistas:

Isabela Rosa Sette | Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS), Maceió, AL, Brasil

Jannyne Lima de Meira Barbosa | Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS), Maceió, AL, Brasil

Marcela Pimenta Campos Coutinho | Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS), Maceió, AL, Brasil

Mauro Knupfer Coutinho | Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS), Maceió, AL, Brasil

Caderno Virtual de Turismo – Universidade Federal do Rio de Janeiro , v. 17, n. 1, abr. 2017. – Rio de Janeiro-RJ.

Quadrimestral - ISSN 1677-6976

CDU 005

304



Conselho editorial:

Armanda Campos , Universidade Estadual Paulista (UNESP), Guaratinguetá, SP, Brasil
Carla Martins Cipolla, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil
Davis Gruber Sansolo, Universidade Estadual Paulista (UNESP), São Vicente, SP, Brasil
Giovanni de Farias Seabra, Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, PB, Brasil
Guilherme Lohmann, Southern Cross University (SCU), Gold Coast, Austrália
José Manoel Gonçalves Gandara, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil
Ladislau Dowbor, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, SP, Brasil
Lionello F. Punzo, Università degli Studi di Siena (UNISI), Siena, Itália
Marco Garrido Cumbreira, Universidad de Sevilla (US), Sevilha, Espanha
Marta de Azevedo Irving, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil
Marutschka Martini Moesch, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil
Maurício César Delamaro, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Guaratinguetá, SP, Brasil
Mirian Rejowski, Universidade Anhembi Morumbi (UAM), São Paulo, SP, Brasil
Mugendi K. M'Rithaa, Cape Peninsula University of Technology (CPUT) Cape Town, África do Sul
Raúl Valdez, Universidad de las Américas Puebla (UDLAP), San Andrés Cholula, Puebla, México
Rita de Cássia Ariza da Cruz, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil
Rodrigo de Azeredo Grünwald, Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Campina Grande, PB, Brasil
Susana Gastal, Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil



Autores que publicam nesta revista concordam com os seguintes termos:

Autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>), permitindo o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria do trabalho e publicação inicial nesta revista.

Autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não-exclusiva da versão do trabalho publicada nesta revista (ex.: publicar em repositório institucional ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial nesta revista.

Autores têm permissão e são estimulados a publicar e distribuir seu trabalho online (ex.: em repositórios institucionais ou na sua página pessoal), já que isso pode gerar alterações produtivas, bem como aumentar o impacto e a citação do trabalho publicado. Porém deve-se observar que uma vez aprovado pelos avaliadores, o manuscrito não poderá sofrer mais alterações. Caso o autor deseje fazê-lo, deverá reiniciar o processo de submissão.



Comitê de avaliadores em 2016:

Adonai Teles - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Alexandre Augusto Biz - Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil, Brasil

Alexandre de Gusmão Pedrini - Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil, Brasil

Ana Paula Garcia Spolon - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Ari da Silva Fonseca Filho - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil, Brasil

Arminda Eugenia Marques Campos - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Guaratinguetá, SP, Brasil

Beatriz Veroneze Stigliano - Universidade Federal de São Carlos (UFScar), São Carlos, SP, Brasil

Bernardo Lazary Cheibub - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Biagio Mauricio Avena - Instituto Federal da Bahia (IFBA), Salvador, BA, Brasil

Bruna Ranção Conti - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Camila Gonçalves de Oliveira Rodrigues - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Seropédica/Nova Iguaçu, RJ, Brasil

Carlos Cioce Sampaio - Universidade Regional de Blumenau (FURB), Blumenau, SC, Brasil

Carolina Lescura de Carvalho Castro - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Cassiana Gabrielli - Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Sorocaba, SP, Brasil

Claudia Corrêa de Almeida Moraes - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Eduardo Romero de Oliveira - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Rosana, SP, Brasil

Edvaldo César Moretti - Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), Dourados, MS, Brasil

Erly Maria de Carvalho e Silva - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Fábia Trentin - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Fátima Priscila Morela Edra - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Gílson de Lima Garófalo - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, SP, Brasil

Glauber Eduardo de Oliveira Santos - Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Haroldo Leitão Camargo - Universidade Católica de Santos (UNISANTOS), Santos, SP, Brasil

Helena Catão Henriques Ferreira - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Jesus Manuel Lopez Bonilla - Universidad de Sevilla (US), Sevilla, Espanha

Joice Lavandoski - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

José Manoel Gonçalves Gandara - Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil

Leandro Henrique Magalhães - Centro Universitário Filadélfia (UNIFIL), Londrina, PR, Brasil

Luciano Zanetti Pessoa Candiottto - Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), Francisco Beltrão, PR, Brasil

Luiz Augusto Machado Mendes Filho - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, RN, Brasil

Luiz Carlos Spiller Pena - Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil



Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano - Universidade Estadual do Ceará (UECE), Fortaleza, CE, Brasil

Manoel do Couto Fernandes - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Marcelino de Souza - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil

Marcelo Vilela de Almeida - Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Marcos Antonio Leite do Nascimento - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, RN, Brasil

Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes - Universidade Anhembi Morumbi (UAM), São Paulo, SP, Brasil

Marília Gomes dos Reis Ansarah - Universidade Paulista (UNIP), São Paulo, SP, Brasil

Marília Flores Seixas de Oliveira - Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Vitória da Conquista, BA, Brasil

Marisa Egredas - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Paulo dos Santos Pires - Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneario Camboriu, SC, Brasil

Pedro de Alcântara Bittencourt Cesar - Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil

Rafael Ângelo Fortunato - Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Teresópolis, RJ, Brasil

Sênia Regina Bastos - Universidade Anhembi Morumbi (UAM), São Paulo, SP, Brasil

Sidnei Raimundo - Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Thaise Costa Guzzatti - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil

Vera Maria Guimarães - Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Bagé, RS, Brasil

Verônica Feder Mayer - Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil

Werter Valentim Moraes - Universidade Federal de Viçosa (UFV), Viçosa, MG, Brasil

Wilker Ricardo de Mendonça Nóbrega - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, RN, Brasil

Yanelli Daniela Palmas Castrejón - Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), Toluca, México

Praça do centro de Flores da Cunha (RS): palco de realizações sociais, religiosas e turísticas 123
Pedro de Alcântara Bittencourt César, Andreia Belusso e Cassius Righez da Silva - <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1114>

O lazer do brasileiro no período de férias: representações e concretizações das atividades turísticas 138
Edmur Antonio Stoppa, Luiz Gonzaga Godoi Trigo e Helder Ferreira Isayama - <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1139>

Experiências de ressignificação de tradições carnavalescas em Podence e Ovar, Portugal 155
Marcos Luiz Filippim e Miguel Bahl - <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1148>

O turismo no espaço rural como atividade complementar de geração de renda e ocupação não agrícola no Corede das Hortênsias do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil 171
Rafael Lima de Souza, Eurico de Oliveira Santos e Humberto Thomé-Ortiz - <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1150>

E agora, Rio? O turismo pós-megaeventos

What now Rio? The tourism after megaevents

Y ahora, Rio? El turismo después de los megaeventos

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1439>

Roberto Bartholo <bartholo@pep.ufrj.br>

Editor chefe do Caderno Virtual de Turismo. Professor do Programa de Engenharia de Produção da COPPE da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Ivan Bursztyn <ivan@gastronomia.ufrj.br>

Editor científico do Caderno Virtual de Turismo. Professor do curso de gastronomia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Aguinaldo Cesar Fratucci <acfratucci@gmail.com>

Editor científico do Caderno Virtual de Turismo. Professor do Programa de pós-graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil.

Luis Tadeu Assad <assadmar@iabs.org.br>

Editor científico do Caderno Virtual de Turismo. Diretor presidente do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS), Brasília, DF, Brasil.

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

BARTHOLO, R.; BURSZTYN, I.; FRATUCCI, A.C.; ASSAD, L.T. 2016 o ano dos megaeventos esportivos e das grandes incertezas. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p.8-10, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



O ano de 2016 marcou um dos momentos mais intensos do setor turístico do estado e da cidade do Rio de Janeiro e, indiretamente, de todo o país. A realização dos Jogos Olímpicos de Verão 2016 e dos Jogos Paralímpicos 2016 fecharam um ciclo de megaeventos na cidade do Rio de Janeiro, do qual se aguardava ansiosamente grandes legados materiais e imateriais para a cidade e para o estado. Nesse período, assistimos a realização dos XV Jogos Pan Americanos de 2007, dos Jogos Militares em 2011, da Conferência Internacional ONU Rio + 20 em 2012, da Jornada Mundial da Juventude (JMJ) em 2013, da Copa das Confederação de Futebol FIFA em 2013, da Copa do Mundo de Futebol Fifa em 2014 e, fechando o ciclo em 2016, das Olimpíadas e das Paralimpíadas.

O discurso neoliberal que domina a cena brasileira e internacional, desde meados da década de 1990 investiu todos seus recursos para seduzir os cariocas e fluminenses com promessas de legados de grande escala, para convence-los da necessidade e da urgência da cidade se abrir para sediar megaeventos internacionais, em sua grande maioria esportivos... E conseguiram seu intento, levando a cidade e o estado a assumirem compromissos financeiros elevados para atender aos cadernos de exigências das diversas entidades organizadoras daqueles megaeventos.

Quase sempre (para não afirmar que nunca) sem ouvir os cidadãos, planos e projetos mirabolantes foram sendo traçados, contratados e executados visando preparar a cidade para receber milhões de visitantes durante os megaeventos, com a promessas que isso elevaria a imagem do destino turístico no mercado internacional e garantiria a sua (re)inserção nos grandes fluxos de demandas atuais.

Durante os megaeventos a cidade recebeu muitos visitantes que se encantaram com o que lhes foi mostrado... Os eventos, de um modo geral, salvo algumas falhas e problemas que passaram quase despercebidos do grande público, foram bem sucedidos e a cidade foi aplaudida pela imprensa nacional e internacional. Até às vésperas das Olimpíadas muitos não acreditavam que tudo iria estar pronto e, mais importante, funcionar regularmente. Mas, mais uma vez a cidade e o país surpreenderam a todos e tudo (ou quase tudo) funcionou.

Agora, passados alguns meses do último megaevento, a cidade se vê novamente às voltas com os números poucos animadores do setor turístico. A cidade, buscando atender a uma das muitas exigências do Comitê Olímpico Internacional, impulsionou a sua oferta de unidades habitacionais em meios de hospedagem: das cerca de 19.800 unidades habitacionais existentes na cidade em 2010, chegou-se a 37.000 unidades habitacionais em 2016. Quando somadas à oferta de unidades habitacionais em apart hotéis, albergues e motéis, esse número ultrapassou a marca de 51 mil quartos, muito acima da quantidade exigida pelo COI (40 mil uhs). A previsão inicial, segundo a Rio Negócios, era a cidade atingir a uma oferta total de 54.337 unidades habitacionais (FRATUCCI, SPOLON, TOMÉ MACHADO, 2016).

Segundo os dados da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira do Rio de Janeiro (ABIH-RJ), durante os Jogos Olímpicos a taxa de ocupação média dos hotéis da cidade ficou em torno de 96% (agosto de 2016), número considerado muito bom por todos. Entretanto, em novembro de 2016 a taxa de ocupação ficou em 52%, bastante abaixo da taxa de ocupação do mês de novembro de 2015 (69%), indicando um cenário de excesso de oferta e de pouco procura.

Tal questão da oferta de unidades habitacionais é apenas um exemplo que elegemos para comentar o panorama atual do turismo na cidade e no estado do Rio de Janeiro. Investiu-se muito para a captação e realização dos megaeventos, mas parece que pouco se investiu no planejamento do que iria acontecer no pós-eventos. Ouviu-se muito sobre os famosos legados que seriam deixados para a cidade, mas

pouco ouviu-se sobre estratégias para manter e ampliar os fluxos de demanda de turistas para o país e, especialmente, para a cidade do Rio de Janeiro.

Sincronicamente à realização dos dois últimos megaeventos na cidade do Rio de Janeiro, o país entrou em uma grave crise política e institucional. O Estado do Rio de Janeiro, por sua vez, passou a enfrentar uma das maiores crises política, econômica e moral da sua história recente. A queda do preço do barril de petróleo diminuiu sistematicamente a arrecadação de impostos do governo estadual e, aliada à crise e escândalos de corrupções que se revelou maior que o esperado, levaram a um cenário quase de catástrofe para a população fluminense.

Para nós, pesquisadores e estudiosos do fenômeno e da atividade turística se impõe uma necessidade premente de pesquisas e estudos sobre tudo o que se desenrolou no principal destino turístico do país e, principalmente, a prospecção de cenários que está por vir.

A história recente nos revela que, de um modo geral, a estratégia de realização de megaeventos por parte de cidades para se inserirem de forma mais vigorosa no mercado turístico internacional, nos revela que, nem sempre deu bons frutos. Cidades como Atenas, Pequim, Atlanta, Sidney, ganharam muito com a realização dos megaeventos, mas também herdaram dívidas públicas significativas, além de legados nada positivos para suas populações.

Fica a pergunta: valeu a pena tanto investimento em infraestrutura e em equipamentos que agora estão praticamente abandonados, sem vida e exigindo mais investimentos para a sua demolição, remoção ou refuncionalização? Até que ponto a cidade anfitriã dos tais megaeventos se beneficia dos mesmos? E seus cidadãos, que a sustentam com seus impostos regulares e rotineiros, o que pensam disso? Se ouvidos previamente, após tomarem conhecimento dos detalhes dos investimentos que seriam exigidos, teriam concordado com a proposta?

Referências:

FRATUCCI, A.C.; SPOLON, A.P.G.; TOMÉ, M. O turismo no Rio de Janeiro: da tríade praia-futebol-carnaval à complexidade da experiência turística contemporânea. IN: PANOSSO NETTO, A.; TRIGO, L.G.G. (org.). **Turismo na América Latina: casos de sucesso**. Assis-SP: Triunfal Gráfica e Editora, 2016. Pp.81-112.

Turismo em áreas protegidas:

entrevista com Ana Báez^a

Tourism in protected areas: interview with Ana Báez^a

Turismo en áreas silvestres protegidas (ASP): entrevista con Ana Báez^a

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1425>

Mauro Knüpfer Coutinho <mauro@iabs.org.br>

Master em Gestão Turística, com especialidade em Planejamento e Turismo Sustentável pela Universitat de Les Illes Balears, Espanha, Bacharel em Turismo pela PUC-MG e sócio Consultor do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade.



Resumo biográfico

^aAna Báez es costarricense y cuenta con 35 años de experiencia profesional como bióloga, museóloga y desde los primeros pasos del ecoturismo, tuvo la oportunidad de vincularse como académica y luego aportar como asesora técnica a través de su empresa Turismo & Conservación Consultores S.A. Su experiencia en América Latina le ha permitido inspirarse y aplicar criterios técnicos con visión holística para la conservación, planificación, manejo y operación de servicios turísticos en sitios patrimoniales, áreas protegidas, comunidades vecinas y sus respectivos desarrollos.

<https://www.linkedin.com/in/ana-baez-88bb96>

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

COUTINHO, M. K. Turismo em Áreas Protegidas: entrevista com Ana Báez. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 146, n. 3, p. 11-15, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDICÃO



PATROCÍNIO



Cuál es el principal factor de éxito en el turismo de Costa Rica?

No existe una causa son muchas, entre ellos haber contado con una plataforma de buenas condiciones en educación, investigación (conocimiento y conservación del patrimonio), infraestructura (conectividad por carreteras y telecomunicaciones), salud, sistema político estable y calidad de vida de la gente en general. Haber apostado por un modelo que permitía la distribución del dólar turístico.

Qué experiencias podrían ser absorbidas por las Áreas Protegidas de Brasil?

- que los brasileños reconozcan y se sientan orgullosos de las Áreas Silvestres Protegidas (ASP)
- que sean ellos quien visitan a sus ASP tanto como los extranjeros, al menos en las de fácil acceso.
- fortalecer los mecanismos que permitan la administración del ASP con participación o representación de los actores locales. Si logran vinculación el desarrollo se hace más armónico. Para ello se requiere empoderar a los administradores del ASP incluyendo buenos salarios para no dejarse influenciar.

Que otras actividades económicas, además del Turismo, son viables en áreas protegidas?

Pago por servicios ambientales, investigación cuando se tienen condiciones, colaboración con sector empresarial vía Responsabilidad Social Empresarial muchas veces facilitan recursos para hacer educación ambiental y similares. Lamentablemente en nuestras condiciones, turismo es el generador que más dinamiza el entorno y genera para el ASP.

Usted cree que la demanda por ecoturismo y turismo de aventura crezca más que por otros tipos de turismo?

Depende del contexto, si lo que se promueve son inmobiliarias, marinas o todo incluido pues el resultado se sabe cual es. Actualmente la demanda se concentra en turismo sostenible con todas las variables que incluye y entre ellas aventura sigue siendo importante. Sin embargo en muy pocos años tendremos la mayor variación de perfiles y las personas mayores dominarán por mucho la demanda, teniendo en cuenta que éstas personas fueron quienes hicieron el ecoturismo y le hicieron crecer cuando estaban en su pico de edad productiva, 30 años atrás. Por lo tanto exigirán cosas diferentes a tercera edad de hoy.

En cual región del planeta el turismo de naturaleza es más valorado?

En aquellos países o regiones donde el quehacer del país es consistente con la oferta de naturaleza, tal es el caso de NZelanda, países nórdicos, Alaska y extraordinariamente México se fortalece en todo sentido, quizás por la gran diversidad natural y cultural que ofrece y porque el gobierno ha decidido apostarle a este tipo de turismo y tienen un fuerte turismo interno. CR trabaja muy fuerte los demás temas ambientales

porque sabemos que debemos ser consistentes y el liderazgo en estos temas conlleva mucha creatividad y así se reconoce.

En relación a los puestos de trabajo, usted cree que el turismo en áreas protegidas probé mejores oportunidades de empleo y renta a la comunidad local?

Es cuestión de competitividad bien entendida, no siempre resulta como se espera. Las comunidades deben demostrar habilidades, y la colaboración no debe ser asistencialismo, eso mata, provoca dependencia y no crecimiento. Cuando se mide Índices de progreso social (IPS) han mostrado que turismo efectivamente colabora en el desarrollo integral de la región. En el caso de CR casi todos los “destinos o polos” están asociados a un ASP por lo tanto la respuesta debería ser sí.

Cómo el turismo puede contribuir con la inclusión social de familias que viven dentro o cerca de las áreas protegidas y en situación de vulnerabilidad?

Educación es la respuesta, se requiere de tiempo para transformar con nuevas herramientas a las generaciones crecientes y son ellos los que estarían preparados para hacer el impacto. Es fundamental encontrar perfiles de liderazgo positivo que puedan convertirse en pilotos e inspirar a otros. Pero no se puede pretender que sea TODA la comunidad que apueste al proceso, aunque es lo más común que así suceda. Lección aprendida es que turismo como propuesta de desarrollo local debe ir acompañada de muchas otras ofertas como agricultura, pesca responsable, conservación, etc.

Para el éxito del turismo en áreas protegidas, que detalles necesitan mayor atención en el plan de manejo?

Aceptar que involucrarse con turismo en un ASP requiere de una visión y un sistema operativo con MENTE EMPRESARIAL. No se puede administrar el servicio con pensamiento de servidor público, que pena pero nuestros sistemas no son efectivos y lo vuelve poco o nada competitivo y hasta mal ejemplo para las comunidades. Por lo tanto, debe haber un excelente plan de manejo de la visitación con todos sus componentes que los lleve hasta escenarios de planes de negocios para asegurar que turismo si puede apoyar a la conservación. Debe haber un buen líder y estar claros que son un actor de los otros muchos que integran el destino, por lo tanto no pueden trabajar en forma independiente.

Usted cree que la capacidad de carga o límite de visitantes es un instrumento efectivo para la conservación de las áreas protegidas?

Pienso que es necesario poner límites y que éstos deben respetarse. Considero que debe trabajarse sobre varios criterios que analicen los posibles impacto: a la calidad del recurso (patrimonio), a la calidad de la experiencia, la calidad del servicio y el impacto social. Con base en esto me parece más adecuado un conjunto de criterios y recursos más modernos incluyendo el ROP

Qué factores son los que más dificultan la preservación de las áreas protegidas?

El no tener criterios propios y hacerlos respetar. La presión del sector privado cuando el destino es exitoso se vuelve muy difícil porque muchas veces responden a oportunismo y no a planificación. Por lo tanto, el ASP debe contar con todos los instrumentos técnicos y socializados para que la región conozca las oportunidades reales y se pueda consolidar un territorio realmente consistente con lo que busca.

En Brasil, existe una tendencia de fortalecimiento de la cooperación Público-privadas para la gestión de Áreas Protegidas. Usted cree que esta cooperación es positiva para el turismo y para la conservación de la biodiversidad?

Hay experiencias que demuestran resultados positivos y otros no. Depende de la fortaleza misma del sistema y la claridad de las reglas que se pongan. No es lo mismo dar en concesión un servicio dentro del ASP que dar toda el ASP. En turismo es más común lo primero y muchas veces se piensa que debe ser a las comunidades vecinas con prioridad, cosa que no apoyo en su totalidad por la falta de experiencia principalmente. Pero existen oportunidades y entre más claro estén las reglas mejor futuro para todos. En CR solo hemos concesionado servicios turísticos, nunca el ASP.

En 2015, por la segunda vez (2013 y 2015), Brasil ha sido considerado el país más competitivo del mundo en el pilar “Recursos Naturales” de “Travel & Tourism Competitiveness Report” del Fórum Económico Mundial. En el ranking global, que incluye 14 pilares, Brasil está en la posición 28 entre 141 países. Cómo usted cree que el país puede aprovechar mejor este ranking y desarrollar turismo de naturaleza?

Esos son solo referentes, que aunque alagan y pueden ser motivadores, la verdad que son muy pocos los que manejan estos datos. En todo caso me parece que reconocer las fortalezas puede darles oportunidades competitivas valiosas, igual que reconocer sus debilidades. El turismo de naturaleza requiere de compromiso de todos los actores, de una mesa de diálogo abierta y comprometida entre los actores de gobierno y sector privado. Necesita mucha gente con ganas de hacer las cosas con pasión, convencidos y practicantes ellos mismos de lo que predicán. Es valioso y positivo apostarle a proyectos pilotos que inspiren a otros sobre todo por el impacto en rentabilidad. No hay que menospreciar el turismo local y nacional y con ellos llegará el internacional.

Brasil es reconocido por su liderazgo internacional en el desarrollo de normas para el turismo de Aventura. Usted cree que el país ha se beneficiado de dicho reconocimiento para la imagen de sus actividades de turismo de aventura? Que podría hacer para ser reconocido como un destino seguro para prácticas de turismo de aventura en el nivel internacional?

Lo más importante es pasarlo del papel a la práctica. Estos esfuerzos por supuesto que tienen un valioso impacto y hay que capacitar y hacer que los empresarios hagan propio estas guías, para apostarle a un trabajo y eventualmente un destino altamente competitivo. Es estratégico compartir estos esfuerzos en otras esferas, entre más mente de abundancia se trabaja el turismo de naturaleza más aliados aparecen. Es la filosofía del “Ganar-Ganar”. Es asegurar que turismo impacta también salud, educación, infraestructura, etc. es poner a mucha gente a soñar y permitir que sus sueños se hagan realidad. Es sentirse orgullosos de los que tienen, de lo que son y querer mostrarlo. **Turismo sostenible es una forma de vida.**

O olhar para o potencial turístico como elemento agregador em estudos de criação de Unidade de Conservação

A look to touristic potential as a gathering element in studies to create Protected Areas

El mirar para el potencial turístico como elemento de unificación en estudios de creación de Áreas Protegidas

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1426>

Benito Drummond < benito@iabs.org.br >

Bacharel em Turismo pela Faculdade de Estudos Administrativos e Especialista em Geoprocessamento pela Pontifícia Universidade Católica – Minas Gerais. Consultor do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS).

Patrícia Reis Pereira < patricia.reis@iabs.org.br >

Bióloga, Mestre em Geografia pelo Programa de Tratamento da Informação Espacial pela PUC Minas, Especialista em Administração e Manejo de Unidades de Conservação. Coordenadora do Núcleo de Meio Ambiente e Áreas Protegidas do IABS.

Antoniél Silva Fernandes < antoniél@iabs.org.br >

Geógrafo, Mestre em Geografia pelo Programa de Tratamento da Informação Espacial pela PUC Minas, Especialista em Licenciamento e Impacto Ambiental. Consultor do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS).

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

DRUMMOND, B.; PEREIRA, P. A.; FERNANDES, A. S. O olhar para o potencial turístico como elemento agregador em estudos de criação de Unidade de Conservação. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 16-29, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



Introdução

Na galeria desta edição do Caderno Virtual de Turismo será apresentado um estudo de criação de Unidade de Conservação Estadual de Proteção Integral, de categoria Monumento Natural (MONAE), no estado de Minas Gerais onde foi agregada, além dos estudos técnicos ligados ao meio físico e biótico, uma análise do potencial turístico da área, pouco considerada em estudos dessa natureza. Trata-se do MONAE da Serra do Caraça, localizado ao sul da capital de Minas Gerais - Belo Horizonte, na região do Quadrilátero Ferrífero entre os municípios de Caeté, Barão de Cocais, Santa Bárbara, Catas Altas e Mariana.

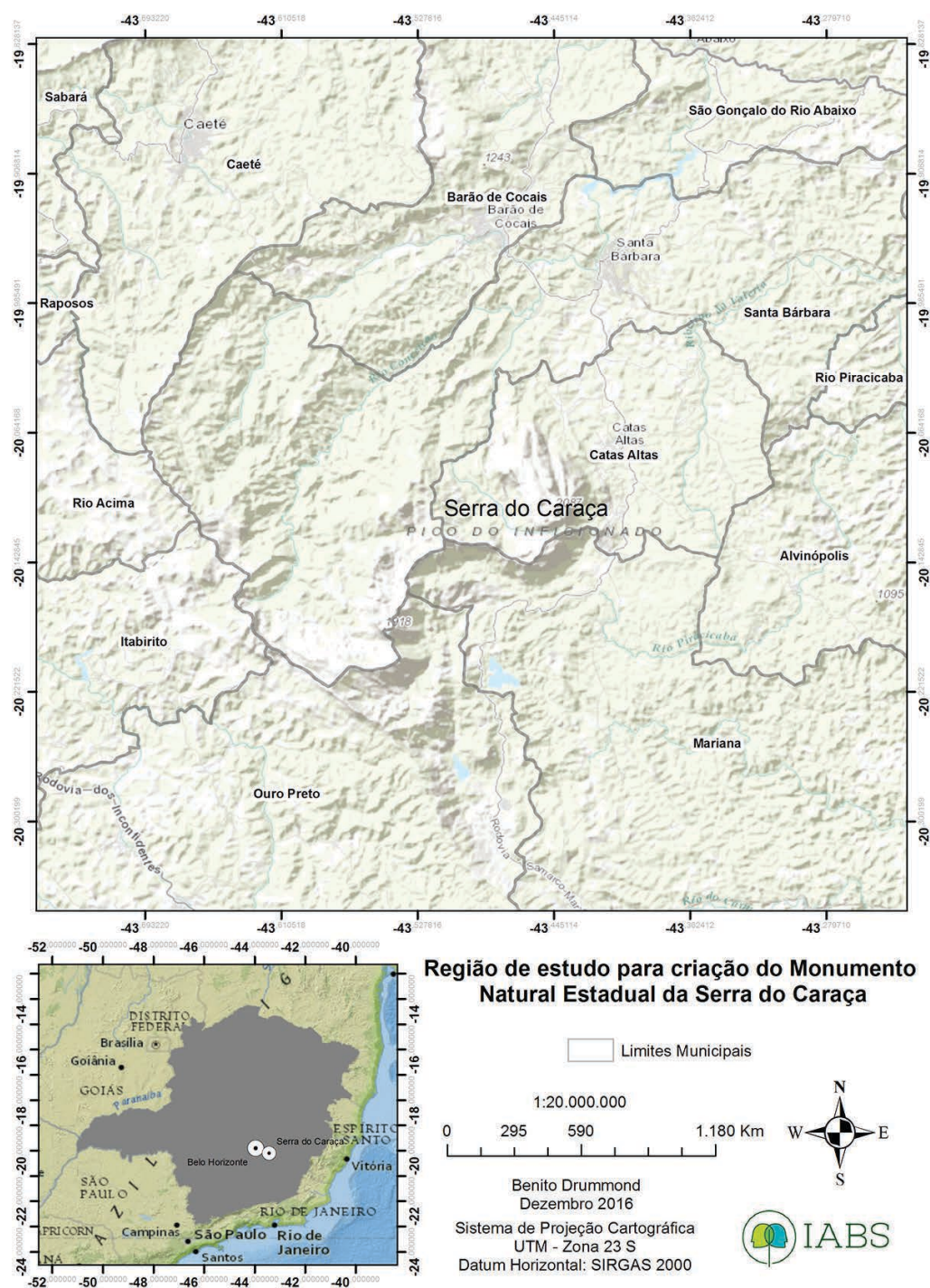




Foto: Rogério Tobias

De acordo com o Sistema Nacional de Unidades de Conservação - SNUC (BRASIL, 2000), Unidade de Conservação (UC) é um espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituído pelo Poder Público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção.

As UCs são divididas em dois grandes grupos, as de Proteção Integral, que permitem apenas o uso indireto dos recursos naturais e as de Uso Sustentável que compatibiliza a conservação da natureza com o uso sustentável de parcela dos recursos naturais. A UC abordada aqui é um Monumento Natural, que está inserida no grupo de Proteção Integral.

A criação de uma Unidade de Conservação, geralmente, está relacionada ao interesse e manifestação da sociedade civil, comunidade científica e/ou órgãos públicos, os quais normalmente são sensibilizados pela necessidade de estabelecer mecanismos mais efetivos para a proteção do patrimônio natural de uma determinada região. Para sua implantação, é importante a indicação das potencialidades, fragilidades, categoria de manejo e limites adequados. Tais aspectos são normalmente apresentados em estudos técnicos que devem considerar a realidade ambiental, pois irá influenciar diretamente no contexto socioeconômico local.



Foto: Antoniel Fernandes

O processo de criação deve ser balizado por critérios confiáveis e atuais, de forma a preservar as áreas de maior prioridade para a conservação da diversidade biológica, geológica, histórica cultural, levando em consideração a suscetibilidade às ações antrópicas e as características socioeconômicas da localidade.

Em grande parte dos estudos realizados no Brasil, evidencia-se as características dos meios físicos, bióticos e socioeconômicos. Segundo a Gerente das Unidades de Conservação Estaduais de Minas Gerais do Instituto Estadual de Florestas, Cecília Vilhena¹, estudos para levantamento fundiário e turístico ainda são poucos utilizados nas propostas para criação de UCs no estado.

¹ Informação verbal fornecida em 29 dez. 2016.



Foto: Antoniel Fernandes

No caso do estudo do MONAE da Serra do Caraça, o uso turístico do território foi pesquisado e analisado considerando a sua importância estratégica, sendo uma atividade de impacto no território. O conjunto de informações levantadas teve como objetivo expor ao órgão responsável pela gestão do Monumento Natural, em fase de criação, como estão ocorrendo os diversos tipos de uso público da área. Dessa forma, a partir da futura criação da UC e da nomeação de gerente e técnicos/ colaboradores já haverá um conjunto de informações disponível antes mesmo da elaboração do plano de manejo, onde estarão descritas as pressões e usos, de modo a subsidiar uma gestão mais eficiente do território.

As informações disponíveis permitem, portanto, identificar a localização, dimensão e os limites mais adequados para a UC, subsidiando o poder público na tomada de decisão, além de dispor de dados inteligíveis à população local e outras partes interessadas no processo de construção participativa.



Foto: Benito Drummond



Foto: Benito Drummond

Caracterização turística da região

A área de estudo para criação da Unidade de Conservação Monumento Natural Estadual (MONAE) da Serra do Caraça se destaca por sua beleza cênica, pelas riquezas da biodiversidade, pela potencialidade de extração de recursos minerais e pelo patrimônio histórico cultural (FERNANDES et al 2016). Localiza-se ao sul de Belo Horizonte/MG, na região do Quadrilátero Ferrífero, onde ocorrem as formações ferríferas do Supergrupo Minas (DORR, 1969) na divisa entre cinco municípios, sendo eles: Caeté, Barão de Cocais, Santa Bárbara, Catas Altas e Mariana. Tal região passa por forte pressão do interesse econômico, principalmente minerário.

O território que engloba a Serra do Caraça tem uma íntima relação com a própria história de Minas Gerais. O Ciclo do Ouro e o desenvolvimento histórico, econômico, artístico e cultural da região contribuíram com a consolidação de um rico patrimônio, evidenciado nos centros históricos e arredores.

A região faz parte do Circuito Turístico do Ouro, um dos principais e mais visitados de Minas Gerais, sendo em 2017 o quarto Circuito Turístico Mineiro de maior interesse para visitação no estado (<https://www.observatorioturismo.mg.gov.br/demanda-turistica>). Cabe destacar, ainda, do ponto de vista de roteiriza o turística, que a área de estudo faz parte da Rota Turística da Estrada Real e de seu Caminho Religioso. Além de todo o patrimônio histórico e artístico existente nas igrejas centenárias, existem dois santuários que atraem muitos visitantes anualmente, o Santuário Nossa Senhora da Piedade, localizado em Caeté e o Santuário do Caraça localizado em Santa Bárbara.



Foto: Benito Drummond



Foto: Benito Drummond

Apesar do Santuário do Caraça ser uma UC de gestão privada (da categoria Reserva Particular do Patrimônio Natural - RPPN) ela protege apenas parte da Serra do Caraça. O estudo de criação de uma nova UC visa promover a proteção das demais áreas da Serra cumprindo, assim, o previsto na Constituição do Estado de Minas Gerais.



Foto: Benito Drummond

A área também está inserida na Serra do Espinhaço declarada como Reserva da Biosfera pela UNESCO, o que contribui com sua valorização.

O considerável patrimônio natural da região, que conta com cachoeiras, cavernas, montanhas, trilhas e belas paisagens, faz com que haja grande potencial para o ecoturismo e o turismo de aventura, ainda pouco explorados. Há ainda atrativos arqueológicos e geoespeleológicos. Tais características, somadas ao patrimônio histórico e religioso existente contribuem com a diversificação e ampliação da oferta turística. Na região, já ocorrem diversas práticas de esportes como mountain bike, off road (moto, jipe etc.), trekking (caminhadas), escalada, além de eventos esportivos, como rallys, enduros, corridas de aventura e regularidade, dentre outros. Destaca-se ainda as atividades de travessia ou caminhadas de longa distância, tendo sido identificadas três que já ocorrem na área de estudo.



Foto: Benito Drummond



Foto: Benito Drummond

A proposta de criação da UC buscou identificar e apresentar os atrativos turísticos da área, sua utilização e acessos. Esses atrativos foram caracterizados e mapeados considerando sua localização geográfica, altitude, perfil altimétrico do acesso, planta da trilha e mapa com sua localização dentro da área de estudo, distância, tempo aproximado para chegar ao local, descrição do atrativo, uso a que se destina e fotos.

Apesar de estar localizada em uma região turística importante do estado, a área de estudo para criação da UC carece de dados estatísticos acerca do perfil da demanda. Por esse motivo, utilizou-se como referência a pesquisa realizada em 2012 pela Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais (SETUR/MG, 2012) relativa ao território do Circuito do Ouro, mais amplo que a região da área de estudo. Os dados serviram como base para indicar, ainda que maneira geral, o perfil dos entrevistados, a organização de sua viagem, os atrativos, os roteiros e a imagem gerada da visita.

A pesquisa de demanda aponta que, apesar dos visitantes terem demonstrado satisfação com a hospitalidade, a qualidade de hospedagem e os atrativos turísticos em geral, houve pouco destaque aos atrativos naturais como símbolos da imagem turística da região, tendo sido evidenciado o patrimônio histórico e cultural. É importante considerar que o MONAE agrega atrativos turísticos do patrimônio cultural consolidados e com alto grau de visitação, então, sua criação pode contribuir de fato para um melhor ordenamento e melhoria da qualidade da experiência do visitante no Circuito.

Um outro fato é que a proteção da área contribui com a conservação da paisagem, o que pode exercer influência na motivação para visitação e engajamento de turistas e moradores em ações em prol da valorização ambiental. Isto pode contribuir, assim, para uma maior valorização da área no futuro e consequente aporte de apoio para a gestão da área, em termos de políticas públicas, parcerias, entre outros.



Fotos: Benito Drummond



O diferencial do olhar turístico no estudo de criação da UC

A criação de uma Unidade de Conservação deve ser precedida de estudos técnicos e consultas públicas, conforme estabelecido no SNUC (BRASIL, 2000). O estudo para subsidiar a criação de uma UC deve, portanto, identificar as suas potencialidades, sua localização, os limites adequados e sua vocação. Para efetivação da criação é necessário a realização de consultas públicas, onde as informações devem ser amplamente divulgadas com e para a sociedade, principalmente a diretamente inserida no contexto da UC.

Conforme já citado anteriormente, a grande maioria dos estudos técnicos para criação de uma UC leva em consideração principalmente os atributos bióticos, físicos, culturais ou de beleza cênica. Entretanto, informações sobre o uso público da área e seu potencial turístico são relevantes, uma vez que o turismo planejado e desenvolvido a partir dos princípios de sustentabilidade pode ser uma ferramenta importante de conservação e valorização do território. Este uso realizado de forma desordenada vai ao encontro dos objetivos da UC e se torna um desafio no processo de gestão.

Segundo o Gerente de Criação e Implantação de Áreas Protegidas do Instituto Estadual de Florestas/ Minas Gerais, Paulo Scheid², a partir do estudo de criação do MONAE da Serra do Caraça, o olhar turístico foi incorporado nos estudos para criação de novas UCs Estaduais em Minas Gerais, dada sua contribuição para o entendimento dos usos e potenciais territórios, subsidiando assim projeções mais reais de custo e planejamento para a gestão.

O levantamento turístico realizado no estudo técnico envolveu a caracterização do turismo no entorno da área de estudo, os principais atrativos, atividades e segmentos turísticos existentes, a demanda da região, bem como os principais projetos e ações realizados no território de impacto na atividade turística e, por fim, a caracterização dos locais de visitação, sua utilização e acesso no interior dos limites da área de estudo.

Este conjunto de informações teve o objetivo de relatar ao órgão responsável pela gestão desta UC, em fase de criação, como estão ocorrendo os diversos tipos de uso público em seu interior para que, a partir de criada tenha-se ciência dessas pressões antes mesmo da elaboração do plano de manejo. É importante destacar que planos emergenciais, regulamentos, ações de controle, monitoramento e manejo devem fazer parte da rotina da equipe que assumirá a gestão desta UC e, com os resultados do olhar turístico compondo o estudo de criação estes planos se tornam mais aplicáveis, haja vista que já foi feito um diagnóstico dos usos públicos existentes dentro do território da futura área protegida.

Desta forma a gestão dos diversos tipos de uso público consolidados em uma Unidade de Conservação que ainda não possui Plano de Manejo, é uma forma de garantir a integridade dos recursos que a área objetiva proteger.

A inclusão da análise do potencial turístico no estudo de criação do MONAE da Serra do Caraça contribuiu na identificação dos limites adequados da UC e colaborou, ainda que de forma preliminar, com o processo de gestão e monitoramento da futura unidade de conservação. Vale destacar, entretanto, que ainda não houve a criação efetiva da UC, que está em processo. FIGURA 15 e 16

² Informação verbal concedida em 29 dez. 2016.



Foto: Patrícia Reis



Foto: Antoniel Fernandes

Agradecimentos

Ao Ministério Público do Estado de Minas Gerais, através da Promotoria de Justiça de Defesa do Patrimônio Cultural e Turístico, e do Núcleo de Resolução de Conflitos Ambientais por viabilizar, com recursos oriundos de compensação ambiental, a elaboração do estudo técnico.

Referências

BRASIL. Lei Federal nº 9.985, de 18 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.

DORR II, J. V. N. Physiographic, stratigraphic and structural development of the Quadrilátero Ferrífero, Minas Gerais, Brazil. USGS. Washington D.C.: Professional Papers, n. 641-A, 1969. 110 p.

FERNANDES, A. S.; SIMEÃO, C. M. G.; PEREIRA, P. R.; SANTOS, R. R.; MIRANDA, M. P. S. A Cartografia Histórica como auxílio para os Estudos Técnicos de Criação de Unidades de Conservação: o caso do Monumento Natural Estadual da Serra do Caraça/MG. In.: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE CARTOGRAFIA HISTÓRICA, 3., 2016, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte: CENTRO DE REFERÊNCIA EM CARTOGRAFIA HISTÓRICA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS, 2016.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DE MINAS GERAIS (SETUR/MG). **Pesquisa de Demanda de Turismo**: Temporadas consolidadas – 2012. 2012, p. 44. FIGURA 17

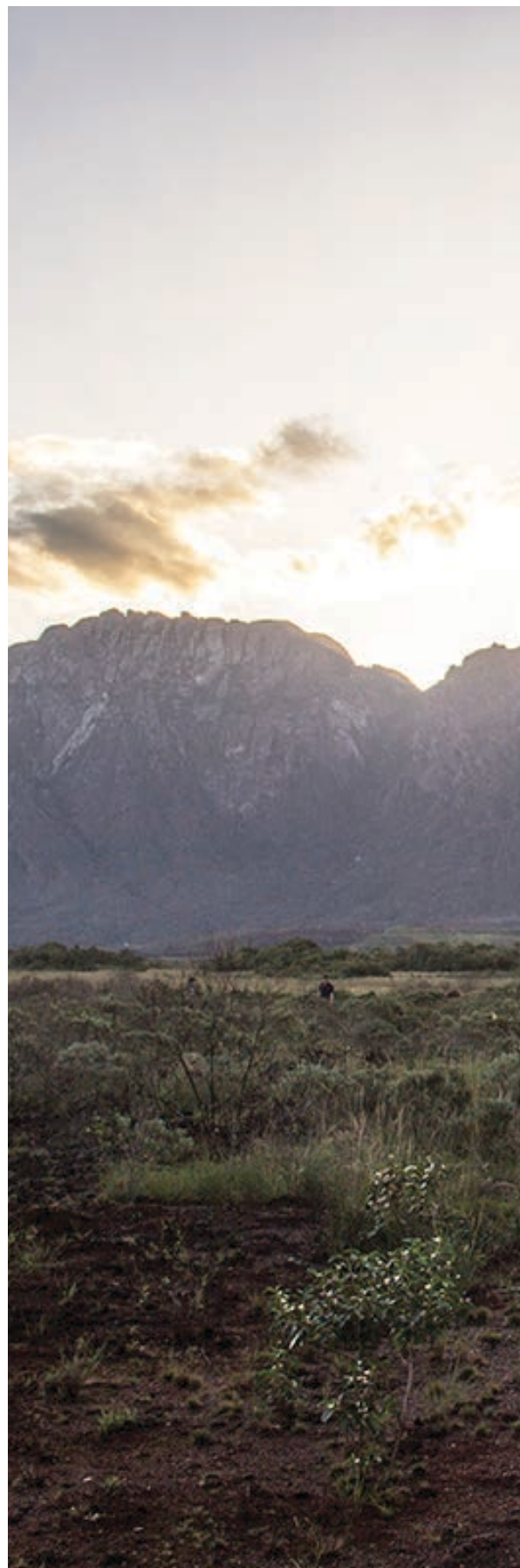




Foto: Rogerio Tobias

Planejamento participativo: uma análise do turismo de Uruçuca (BA) a partir da ótica dos residentes

*Participatory planning: an analysis of tourism Uruçuca (BA) from the
perspective of residents*

*Planificación participativa: un análisis del turismo en Uruçuca (BA) desde
la perspectiva de los residentes*

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.0984>

Mayne da Silva Santos <maynesantos123@gmail.com >

Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus, BA, Brasil.

Marco Aurélio Avila <mavila1000@gmail.com >

Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus, BA, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 15-out-2014

Aceite: 16-jan-2017

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

SANTOS, M. S; AVILA, M. A. Planejamento participativo: uma análise do turismo de Uruçuca (BA) a partir da ótica dos residentes. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 30-45, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



RESUMO

O artigo em questão tem como objetivo apresentar as percepções e expectativas dos residentes em relação à atividade turística que ocorre em Uruçuca – Bahia. O referencial teórico aborda a política pública turística, o planejamento turístico, a participação e o capital social. Trata-se de um estudo descritivo de natureza qualiquantitativa. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista semiestruturada e questionário. Para tratar e discutir os dados foi utilizado o Pacote Estatístico para Ciências Sociais – SPSS e análise de conteúdo. O estudo identificou que a participação e o envolvimento dos diferentes segmentos no planejamento turístico são baixos. A partir dessa constatação, apresentaram-se resultados e subsídios teóricos que servirão como fonte de referência para as iniciativas de planejamento participativo do turismo no município.

Palavras-chave: Turismo. Planejamento Participativo. Residentes. Uruçuca (BA).

ABSTRACT

The article in question aims to present the perceptions and expectations of residents in relation to tourist activity that occurs on Uruçuca - Bahia. The theoretical framework presents tourism policy, tourism planning, participation and social capital. This is a descriptive study of qualitative and quantitative nature. Data collection was conducted through semi-structured interviews and a questionnaire. SPSS and content analysis - to treat the data and discuss the Statistical Package for Social Sciences was used. The study found that participation and the involvement of different segments in tourism planning are low. From this evidence, presented and theoretical results is that subsidies will serve as a reference source for participatory planning initiatives of tourism in the municipality.

Keywords: Tourism. Participatory planning. Residents. Uruçuca (BA).

RESUMEN

El artículo tiene como objetivo presentar las percepciones y expectativas de los residentes con relación la actividad turística que se desarrolla en Uruçuca - Bahía. Los enfoques teóricos fueron la política de turismo, la planificación turística, la participación y el capital social. Se trata de un estudio descriptivo, de abordaje cualitativo y cuantitativo. Los datos fueron colectados por medio de encuesta semiestructurada y cuestionario. Para el tratamiento de los datos se utilizó el paquete estadístico para las Ciencias Sociales SPSS y análisis de contenido. Los resultados indican baja participación de los diferentes segmentos en la planificación del turismo. A partir de esta evidencia, fueron presentados resultados de lo cual tiene la perspectiva que vengan a servir como una fuente de referencia para las iniciativas de planificación participativa del turismo en el municipio.

Palavras clave: Turismo. Planificación participativa. Residentes. Uruçuca (BA).

Introdução

O planejamento pode ser um facilitador para o alcance do desenvolvimento social das comunidades turísticas, desde que esse consiga propor a utilização das potencialidades naturais, histórico-culturais e sociais de forma responsável. No entanto, é importante que o planejar seja voltado não só para atrair e fidelizar turistas, mas como forma de atender às demandas dos residentes, tendo como base o entendimento dos problemas locais atuais e do que se espera construir a partir e com auxílio do turismo (ARAÚJO, 2003; CRUZ, 2006).

Nesse sentido, a participação dos vários atores envolvidos no turismo (poder público, comunidade, turistas e empresários) tem sido apontada como elemento importante para a construção e proposição do planejamento das localidades turísticas. No Brasil, os processos de construção participativa iniciaram a partir da década de 1990, portanto, as políticas de descentralização são recentes (BANDEIRA, 1999).

Diversos autores (BENI, 2006; CORIOLANO, 2003; CRUZ, 2006; DIAS, 2003) enfatizam a importância de novas práticas de gestão pública com a inserção de novos atores sociais nos processos de planejamento da atividade. A atividade turística foi construída de forma centralizadora, porém, mediante os impactos que o turismo tem gerado nas localidades, novas formas de planejamento estão sendo pensadas e propostas, utilizando como base a necessidade da participação dos diferentes segmentos da sociedade. Acredita-se que oportunizar as comunidades a participar efetivamente das atividades propostas para o desenvolvimento local, significa proporcionar condições para que elas mobilizem seu próprio potencial, sejam agentes sociais em vez de sujeitos passivos e passem a controlar as atividades que afetam sua vida (TORO, 2005).

Este artigo foi produzido a partir da pesquisa de mestrado que analisou, por meio da ótica dos diferentes atores sociais, o desenvolvimento turístico do município de Uruçuca, situado no sul do estado da Bahia, na região denominada Costa do Cacau (SETUR, 2009). Cabe destacar que o município possui apenas um distrito, denominado Serra Grande, que está localizado na área litorânea, sendo a principal área de visitação. Tem parte do território em duas Áreas de Proteção Ambiental (APA), a APA Itacaré – Serra Grande e a APA da Lagoa Encantada e Rio Almada (SECRETARIA DE MEIO AMBIENTE DA BAHIA – SEMA, 2009). Possui ainda em sua área o Parque Estadual Serra do Condurú (Pesc), uma unidade de conservação da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica no sul do estado da Bahia, instituído em 2007 (DRP, 2008).

No tocante à organização da atividade turística, existe no município o Conselho Municipal de Turismo e Meio Ambiente (Comtuma, 2008), e como subsídios para o planejamento do turismo local existem dois documentos, que foram amplamente analisados neste estudo: o Plano de Referência Urbanístico Ambiental da Vila de Serra Grande (PRUA, 2001) e o Diagnóstico Participativo de Serra Grande, desenvolvido em 2008.

Embora existam sinalizações de ações como forma de planejar o turismo do município, até o momento, os documentos disponíveis sugerem que o foco principal seja a Serra Grande, por possuir praias. Contudo, por estar inserida no município de Uruçuca e a partir dos fatores socioeconômicos locais, naturais, assim como a existência de Unidades de Conservação que podem servir como base para a construção de um turismo voltado para a sustentabilidade e ampliação da educação ambiental local, considera-se necessário que o planejamento seja pensado de forma integrada e com a colaboração da comunidade.

Portanto, o objetivo geral deste trabalho é apresentar a análise do desenvolvimento da atividade turística do município de Uruçuca – Bahia, a partir da ótica dos residentes locais, como forma de contribuir para uma gestão mais adequada para a localidade. Os objetivos específicos são: verificar o nível de participação dos residentes do município no planejamento da atividade turística e identificar a visão e as expectativas dos residentes em relação ao turismo que vem sendo desenvolvido no município de Uruçuca.

Cabe destacar que a pesquisa de mestrado trabalhou com cinco públicos: visitantes, setor acadêmico, empresários, poder público e residentes locais, porém, optou-se por fazer um recorte para este artigo. Foram utilizados dois tipos de amostra para realizar a análise da participação dos residentes locais: uma amostra não probabilística por julgamento (ANDRADE, 2003), em que se considerou importante ouvir a presidenta do Conselho Municipal de Turismo e Meio Ambiente, sendo aplicada a entrevista semiestruturada e uma amostra probabilística, aplicando-se 241 questionários com a comunidade local, para a sistematização dos dados.

As abordagens para esse público aconteceram em três locais diferentes do município, sendo dois na sede de Uruçuca (BA) e um no Distrito de Serra Grande. Para o tratamento dos dados dos questionários foi utilizado o Pacote Estatístico para Ciências Sociais – SPSS e análise do discurso. Contudo, neste artigo só serão apresentados os resultados mais relevantes referentes aos questionários aplicados aos residentes. As categorias analisadas foram: participação, planejamento, satisfação, desenvolvimento, ótica e expectativa dos residentes.

Para o entendimento de alguns fatores que influenciaram o resultado encontrado pela pesquisa, recorreu-se a outras fontes de dados para subsidiar a discussão. Entre estes as atas das reuniões do Comtuma de Uruçuca postadas no blog do Conselho, a entrevista feita a presidenta do Comtuma – representante da sociedade civil no Conselho – e o Regimento Interno deste.

Planejamento turístico participativo: conceitos, premissas e bases para o processo

O processo de elaboração de políticas públicas em turismo deve ser constante. Assim, como as outras áreas de atuação governamental, seguem as mesmas etapas da elaboração de políticas em geral, dividindo-se em fases: formulação, implementação e avaliação, conformando um ciclo que se retroalimenta constantemente (AVILA, 2009; BARRETO, 1991; BENI, 2006; PETROCCHI, 2002).

Para o entendimento do que é a política pública de turismo, Brusadin (2008, p. 4) conceitua que esta é “um conjunto de diretrizes e estratégias e / ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar e / ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território”. Nesse sentido, o poder público deve traçar sua política compreendendo que esta será condutora para as demais ações relacionadas ao desenvolvimento do setor turístico e atores sociais envolvidos. Portanto, “a política do turismo não é um plano do turismo, mas sim um ponto de referência em relação às decisões do planejamento” (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 221).

Dessa forma, é importante que as políticas públicas sejam construídas e propostas com base nos pilares do desenvolvimento sustentável, que se fundamentam nas questões sociais, ambientais, territoriais, econômicas e políticas. Nesse sentido, apesar do crescimento ser necessário para que ocorra o desenvolvimento, este vai além da questão econômica. Passa pela garantia não só de trabalhos dignos, mas de ampliação dos direitos coletivos ambientais, sociais, culturais, políticos e civis (SACHS, 2004).

Segundo Brusadin (2008, p. 3), “as atividades que envolvem o planejamento do turismo estão sempre associadas a ações políticas de âmbito governamental, o que torna complexo distinguir, de forma específica, o que seria planejamento e o que seria política”. O mesmo acontece ao abordar tais questões, uma está atrelada a outra, muitas vezes, até mesmo se confundindo.

Esses fatores nos remetem à necessidade de tentar melhorar a qualidade dos “encontros” promovidos pela atividade turística, o que pode ocorrer por meio de um planejamento participativo e coerente com as demandas locais. Nesse sentido, planejar vem como forma de aperfeiçoar as possibilidades que o turismo pode oferecer às comunidades e minimizar os impactos que este pode trazer. Adotar um planejamento significa que os condutores de uma determinada atividade pensam antecipadamente seus objetivos, e que suas ações serão baseadas em algum método, realizando acompanhamento constante (ÁVILA, 2009; LICKORISH; JENKINS, 2000).

De acordo com Beni (2006), o planejamento é o conjunto de procedimentos, doutrinas e ideias ou princípios, logicamente ordenados e coesos, com a intenção de descrever o funcionamento da atividade turística como um todo; e essencial para as destinações, que geralmente utilizam dos recursos culturais e ambientais locais como atrativos, ao compreender a legislação que rege seu espaço geográfico como meio de desenvolvimento de planos coerentes com a realidade e possibilidade mediante as leis locais.

O turismo tem sido apresentado por planejadores, gestores públicos e empresários como uma alternativa capaz de introduzir melhorias na qualidade de vida da população receptora, e promover crescimento e/ou desenvolvimento nas comunidades em que está inserido. Entretanto, autores como Barreto (2003), Coriolano (2005) e Swarbrooke (2000) têm evidenciado os efeitos do turismo sobre a cultura, o meio ambiente e as questões sociais locais.

Dessa forma, o planejamento participativo do turismo surge na perspectiva de traçar e executar o modelo de desenvolvimento que o setor público, o privado e os representantes da sociedade desejam para o destino (CORIOLANO, 2005; DIAS, 2003). Desse modo, os planejadores atuam como agentes que planejam com e não para, como meio de possibilitar que a comunidade se envolva nas questões concernentes à condução de seu próprio destino.

No entanto, para compreensão das barreiras que a construção do processo participativo enfrenta ressalta-se que a democracia e o estímulo à parceria da sociedade civil foram estabelecidas no Brasil a partir da Constituição de 1988, na qual estabelecia a democracia e diversas ações que propõem uma nova configuração política e social (DAGNINO, 2004). O princípio da democracia é “a base da governabilidade, da ética, da criatividade, da autonomia, da liberdade, da participação e da representatividade. A convivência democrática começa quando a sociedade aprende a autofundar sua ordem social” (TORO, 2005, p. 27).

Assim, a necessidade da participação popular como base para o sucesso dos planejamentos e gestões nasce com a “queda” da ditadura, ou seja, surge juntamente com um momento de reaprender a gerir e, para os diferentes atores, a colaborar com o desenvolvimento da nação. A partir desse fato, em sentido amplo, participar significa compartilhar o processo de tomada de decisões, implicando em decisão e responsabilidade coletiva. E no tocante do turismo, a participação efetiva no planejamento turístico pressupõe divisão de poder no processo de elaboração, execução, controle e avaliação.

Diante dessa nova realidade, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) foi uma das primeiras iniciativas no Brasil de planejar com os diferentes setores envolvidos no turismo. A partir daí começaram a surgir os Conselhos Municipais de Turismo como espaços para proposição de um planejamento turístico participativo.

Em 2003, com a criação do Ministério do Turismo, a “Política Nacional de Turismo instituiu um modelo de gestão descentralizada, que buscou organizar, articular e integrar os gestores do turismo – públicos, privados e do terceiro setor – nos estados e municípios, especialmente nos que compõem as regiões turísticas” (BRASIL, 2008, p. 9). Foi criado ainda o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil “apresentando ao País uma nova perspectiva para o turismo brasileiro por meio da gestão descentralizada, estruturada pelos princípios da flexibilidade, articulação e mobilização” (BRASIL, 2007).

A união dos atores no processo de desenvolvimento turístico de uma localidade pode representar um avanço significativo no difícil desafio de obter evolução econômica com desenvolvimento social, em um ambiente democrático e participativo. Segundo Giddens (2000), Estado e Sociedade Civil devem agir em parceria, buscando meios práticos de fomentar a renovação social e material de bairros, pequenas cidades e áreas locais mais amplas. Dessa maneira, os espaços de gestão participativa concentram diferentes níveis e formas de saber, distintos olhares a respeito das questões sociais, ambientais e de desenvolvimento, o que pode oportunizar o alcance de propostas, ações e modificações, que tenham resultados positivos nas diferentes camadas sociais (BANDEIRA, 1999).

Contudo, para que o processo de participação aconteça nas comunidades turísticas, requer que elementos como capital social, identidade e pertencimento sejam entendidos pelos construtores dos espaços participativos. Como pressuposto do processo para a participação, a identidade entra como elemento fundamental na definição do capital social local. Segundo Milani (2005, p. 21), o “sentimento de pertencer ao grupo [...] é fundamental na definição do capital social”. Nesse sentido, a conexão entre os indivíduos, as suas relações e identidade concebem o capital social que suas comunidades possuem.

Referente ao turismo, reconhecer o capital social, seja por meio da identidade e/ou das redes existentes, é essencial para se compreender os entraves e potencialidades do percurso. Segundo Putnam (2007, p. 181), “os sistemas de associação cívica são uma forma essencial de capital social: quanto mais desenvolvidos forem esses sistemas numa comunidade maior será probabilidade de que seus cidadãos sejam capazes de cooperar em benefício mútuo”.

Assim como Demo (1996), teórico que trata a democracia e a participação, também Putnam (2007) e Castells (1999) – apesar das diferentes abordagens – apresentam o valor que a história, a identidade, as relações, as redes e a construção participativa têm para o desenvolvimento social igualitário. Justificam e subsidiam a continuidade da busca pelos processos participativos, mesmo que estes demandem mais tempo e recursos financeiros.

É importante destacar que as eventuais deficiências não podem servir de justificativa para barrar a construção de um processo participativo, democrático e justo, no qual as pessoas se reúnem para defender seus interesses, mas também construir coletivamente melhorias socioeconômicas para cada localidade.

O turismo na ótica dos residentes de Uruçuca – Bahia

Dos residentes que participaram da pesquisa, 67% moram na sede do município de Uruçuca, 30% no Distrito de Serra Grande e 3% na zona rural. A partir do questionamento sobre o tempo de moradia no município, 59% nasceram ou vivem há mais de 20 anos no município, 21% residem de 11 a 20 anos e 20% de um a dez anos. Sendo 53% do sexo feminino e 47% masculinos.

A maior parte do grupo entrevistado tem entre 20 e 40 anos, sendo que 37,7% têm entre 26 e 40 anos e 34% têm entre 18 e 25 anos. Relativo ao estado civil, a maior parte é solteira, equivalente a 62,5% dos entrevistados. Quarenta e três vírgula um por cento terminaram o Ensino Médio e somente 7,1% o Nível Superior. Quando questionados sobre a ocupação, os dados com maior relevância demonstram que: 19,5% são estudantes, outros 19,5% trabalham no setor privado e 16,6% atuam no funcionalismo público.

Após traçar o perfil dos residentes, buscou-se identificar como era a percepção e participação destes em relação ao turismo. Quando interrogados se o turismo gerava benefícios para o município, 85,5% responderam que sim e 14,5% não. Ainda referente ao nível de contribuição que estes percebiam, 43% responderam que o turismo contribui de forma regular e apenas 20% disseram que este não contribui.

Entretanto, com o objetivo de compreender se a percepção dos residentes que vivem na sede do município e no Distrito é diferente, optou-se por cruzar os dados referentes às pessoas que disseram que o turismo não gerava benefícios. Nesse sentido, constatou-se que 84,4% das pessoas que deram essa resposta residem na sede de Uruçuca e somente 15,2% no Distrito.

Cabe acrescentar que durante toda a pesquisa pôde-se constatar que os residentes da sede e os do Distrito de Serra Grande têm percepções distintas em relação ao turismo e às possibilidades da atividade. Os residentes de Serra Grande – o público que mais tem contato com a atividade turística – quando interrogados com perguntas que se referiam à atividade turística no município, faziam objeções à pergunta, por considerar que sede e Distrito são lugares com atividades econômicas e sociais distintas. Para esclarecer essa constatação, quando perguntados se “o turismo gera benefícios para o município”, muitos afirmavam que para Uruçuca não, mas para Serra Grande sim. O mesmo ocorreu com os munícipes da sede ao serem inferidos com questões sobre o turismo: durante toda a pesquisa, grande parte destes afirmava que o turismo não acontece no município, só ocorrendo em Serra Grande.

Dessa forma, essa percepção de espaçamento municipal e de identidade local vai influenciar durante toda a discussão e considerações feitas pelos residentes na pesquisa. A partir dos dados que estarão sendo apresentados na pesquisa percebe-se que diante da geografia municipal, bem como das diferenças sociais e organizacionais de cada localidade no município, o envolvimento e participação desse público é diferente.

Em continuidade à pesquisa, foi questionada se a atividade gerava problemas, nesse sentido, a maior parte (47%) disse que não gera. Porém, quase a mesma quantidade disse que gera pouco (24,5%) ou parcialmente (22%). Quanto ao nível de contribuição para a sua qualidade de vida, 31,5% dos entrevistados disseram que o turismo colabora de forma boa, enquanto que para 30% não contribui. Nessa questão observou-se que a maior parte dos que sinalizaram que a atividade turística não contribuía para a qualidade de vida reside na sede, o que corresponde a 87,5% de residentes da sede, 8,4% de Serra Grande e 4,1% da zona rural.

Referente à alteração da rotina da comunidade, 74,2% disseram que não houve alteração devido ao turismo, somente 1,2%, muita, e 1%, radicalmente. Apesar do baixo nível de alteração na rotina detectada pela pesquisa, cabe ressaltar que à medida que o turismo se expande, se ampliam também as alterações nos aspectos demográficos, físicos, sociais e culturais dos destinos. Por isso, autores como Beni (2006) e Coriolano (2005) fazem um alerta para a necessidade de estar consciente da rapidez na qual ocorrem as mudanças ocasionadas pela atividade turística, para com isso estabelecer ações que minimizem os custos sociais criados nas comunidades pelo turismo.

Ainda referente à influência do turismo no modo de vida da comunidade, 55,6% disseram que não influencia, enquanto que para 3% influencia radicalmente. Contudo, é relevante destacar que um dos impactos ocasionados pela atividade turística é o abandono das atividades do setor primário. No caso de Uruçuca, mais precisamente em Serra Grande, ainda ocorrem atividades como pesca, artesanato e agricultura, todavia destaca-se a necessidade de se estabelecer por meio do planejamento local ações que visem fortalecer essas atividades, para que, com o advento do turismo, estas não percam espaço ou trabalhadores e para assegurar que a comunidade não fique dependente somente do turismo.

Na questão que tratava do nível de satisfação dos residentes referente ao turismo, 33,6% disseram estar insatisfeitos (após cruzar dados observou-se que destes, 76,5% eram da sede) e 18,3% estão satisfeitos. Esse nível de insatisfação pode estar diretamente relacionado com o fato de eles sinalizarem durante a pesquisa que o município não tem turismo ou que este só acontece ou beneficia Serra Grande. Essa constatação está explicitada tanto na percepção que têm de que o fato do turismo acontecer no Distrito não sugere a eles que acontece no município. E também corroboram a colocação de alguns munícipes que sede e Distrito são lugares distintos com realidades distintas.

Imbricadas a essas percepções estão relacionadas também questões ligadas à educação e formação do cidadão, que podem por meio dessas constatações sinalizar o não entendimento do conceito de município, assim como em relação à identidade municipal, que pode ser diferente em Serra Grande e na Sede podendo refletir nos aspectos não só de percepção como de participação.

Com o objetivo de medir o nível de envolvimento dos residentes referente à participação no planejamento da atividade turística foi constatado que 72,6% nunca participaram de nenhuma ação ou atividade relacionada com o turismo, somente 3% quase sempre participam e 1,2% sempre participa. Apesar da percepção diferente a respeito do nível de benefícios gerados pelo turismo, a participação dos munícipes de forma geral é baixa, contudo essa questão pode ter diversas causas, como educação, baixo estímulo à participação, falta de interesse dos gestores em envolver efetivamente a comunidade, falta de informação, entre outras. Tornar claro à comunidade a importância do processo participativo para o desenvolvimento local pode ser o ponto inicial para que ocorra a ampliação da participação no município (BANDEIRA, 1999; BORDENAVE, 1983; TORO, 2005).

Entre esses que disseram participar de alguma forma, foi questionado como era sua forma de participação. Estes somam apenas 45 entrevistados, o que corresponde a 18,6% dos respondentes. Quanto à forma de participação, 64,4% disseram ser de outras formas, 31,1% em reunião do Comtuma e 4,5% dentro de ONGs. Corroborando o dado levantado a partir da questão, a posterior buscava medir se os entrevistados conheciam o Comtuma: 56,1% nunca ouviram falar e 44,9% dizem conhecer.

Com o auxílio do SPSS, cruzaram-se os dados que mediam o nível de participação com o conhecimento sobre o Comtuma: constatou-se que dos que disseram que “sempre” participavam, nenhum conhece o Conselho, dos que disseram “quase sempre participar” somente uma pessoa disse conhecer o Conselho, bem como do grupo que “às vezes participava” a maior parte nunca ouviu falar do Comtuma.

O cruzamento desses dados permite afirmar que o nível de conhecimento sobre o Conselho é baixo. No entanto, alerta também que mesmo o grupo que considera participar do turismo e do planejamento deste talvez compreenda a participação de forma equivocada. Muitas vezes podendo estar relacionado à colaboração com alguma ação ligada ao meio ambiente, educação ou cultura, como participar do planejamento turístico. Nesse sentido, mais uma vez aspectos como educação e informação são essenciais

para evitar esse tipo de equívoco. Muitas vezes, a participação sendo entendida por muitos por contribuir com ações pontuais, impedirá que se obtenham melhores resultados nos processos participativos e de planejamento local. Assim como pode facilitar que governos interessados em somente legitimar processos, acessar recursos e justificar ações, manipulem o processo para alcançar seus objetivos (BORDENAVE, 1983; DIAS, 2003).

Barroso Ribal (2006) e Castells (1999) apresentam em suas discussões sobre a participação e mobilização social a importância da identidade, do sentimento e do pertencimento. No caso do município de Uruçuca esses são fatores importantes e relevantes a serem pensados pelos mobilizadores do processo participativo. Porém, a construção da identidade é um processo histórico, não somente relacionado a conjunções territoriais – no caso de Serra Grande, o Distrito, anteriormente pertenceu a Ilhéus (BA) e passou a ser de Uruçuca pelo acordo de interesses firmados na emancipação do município.

Contudo, os fatores que determinaram que este Distrito fosse doado ao município não foram as particularidades e semelhanças territoriais em comum, mas, sim, interesses econômicos da “Era do Cacau”. Cabe destacar que o Distrito está situado entre Ilhéus (BA) e Itacaré (BA), e tem como estrada de melhor acesso a BA-001 que dista 75 km. Dessa forma, muitos residentes do Distrito tratam de suas demandas geralmente em Ilhéus, não tendo quase acesso à sede de Uruçuca (BA).

Na busca por compreender o nível de participação dos residentes nas reuniões do Comtuma, maior espaço de participação referente ao planejamento do turismo de Uruçuca, uma das interrogações buscou saber o que levava algumas pessoas a não participar. Pode-se afirmar que a maioria não participa, segundo entrevistados, por falta de informação. Esses dados podem contribuir para que os gestores e propulsores do processo participativo municipal estabeleçam ações que melhorem o nível de participação da comunidade no planejamento local, nos conselhos locais, na educação ambiental dos seus cidadãos e, consequentemente, na valorização e percepção que estes dão a seus recursos ambientais.

A existência do Comtuma, espaço que supostamente define os caminhos do turismo local, sem a efetiva participação dos residentes, poderá servir somente para viabilizar ações do governo, não garantindo com isso, a eficácia da construção coletiva. Nesse caso, elementos como a comunicação e informação são fatores que poderão contribuir para o envolvimento dos diferentes setores sociais.

Segundo Bordenave (1983, p. 68), a participação se inicia “quando grupos da população interessada em um tema específico recebem informação específica, conhecem os canais de reivindicação”. Dessa forma, as escolas, os conselhos locais, a rádio podem servir como canais de comunicação e acesso a esses diferentes agentes locais. Pois, para o aumento desse capital social, desse sentimento de pertença e engajamento dos atores sociais na participação, irá requerer ações de educação para contribuir que isso ocorra.

Nesse sentido, a educação e a comunicação são ferramentas relevantes. “A qualidade da participação aumenta também quando as pessoas aprendem a manejar conflitos; clarificar sentimentos e comportamentos; tolerar divergências” (BORDENAVE, 1983, p. 73). Porém, essa educação não virá por meio somente da escola, mas também por outros meios locais, pela prática da participação, nas reuniões de Conselho e nas ações locais coletivas. Nesse sentido, essas construções não irão contribuir somente para a atividade turística, mas na ampliação do capital social. Entretanto, é importante o poder público iniciar esse processo, mesmo que não caiba somente a este ator local melhorá-lo.

Ainda nas discussões dos dados, para compreender se essa comunidade participava de alguma organização, buscou-se identificar se os entrevistados eram membros de algum tipo de grupo local.

Constatou-se que 78,2% não são membros de nenhuma entidade local, e 21,8% pertencem a algum tipo de organização, dessa forma, esse fator sinaliza um baixo nível de organização e de capital social.

Como abordado no referencial teórico, questões como identidade e capital social são pressupostos para a forma que a participação aconteça nas comunidades. Fatores até agora relatados como baixo nível de escolaridade, baixo nível de identidade local, baixo nível de pertencimento contribuem para o baixo nível de participação da sociedade civil no planejamento do município.

Em relação ao engajamento no turismo, 49,8% dos respondentes gostariam de se engajar, 44,9% não têm interesse e 5,3% já participam do planejamento da atividade turística. Para a ampliação do entendimento sobre a existência de algum fator que limitava a participação dos munícipes que gostariam de se engajar no planejamento e desenvolvimento do turismo local, identificou-se que 33,7% disseram não existir nenhum impedimento para sua participação e 34,2% disseram ser a falta de tempo. Com base no regimento do Conselho, nas atas e na entrevista realizada com a presidenta do Comtuma, constatou-se que as reuniões deveriam ocorrer mensalmente, sendo alternadas, um mês na sede e outra no Distrito.

Contudo, como observado nas atas, a maior parte das reuniões ocorreu em Serra Grande, bem como os assuntos eram referentes a questões que tratavam do turismo e/ou meio ambiente voltadas especialmente para o Distrito. Esse fator sinaliza que o foco das discussões da atividade turística é o Distrito, colaborando para a fixação da percepção dos munícipes da centralidade do turismo no Distrito.

Fatores como o tempo podem ser superados quando apresentados para a comunidade a ideia de que doar parte do seu tempo para o planejamento local pode resultar na conquista de melhorias locais que influenciarão e beneficiarão também a ele próprio. Conforme expõem Toro e Duarte (1997, p. 10):

Na democracia, o público, o que convém e interessa a todos, se constrói e se fortalece na sociedade civil. A força do público e das instituições públicas tem origem no fato de que eles sintetizam e representam os interesses, contraditórios ou não, de todos os setores da sociedade.

É importante ressaltar que esse estímulo à construção coletiva pode alimentar a criação dessa identidade local e o sentimento de pertença. Ao perceberem que os problemas e possibilidades sejam da sede ou do Distrito influenciam em suas vidas, os atores locais podem compreender a necessidade de construir juntos o desenvolvimento local.

Para ampliar o entendimento sobre a ótica dos residentes buscou-se compreender como estes percebiam o papel de cada ator social no planejamento e desenvolvimento do turismo local. Nesse sentido, referente ao poder público, destacam-se os dados mais relevantes, os quais indicam que: 33,2% dos entrevistados disseram que estes tinham como função atrair investimentos para o turismo e 29,8% planejar e gerir o turismo. De acordo com as maiores porcentagens, 41,5% dos respondentes da pesquisa indicaram que os empresários deveriam atrair investimentos para o turismo e, em seguida, 21,2% apontaram que a função destes seria divulgar o turismo.

No tocante ao papel da comunidade, 37,3% disseram que seria usufruir da renda gerada pela atividade, enquanto que 10,4% não souberam responder. Vale ressaltar que ao observar que o papel mais importante para a comunidade, segundo ela própria, é usufruir da renda gerada pelo turismo, conota o não entendimento da importância sobre a participação dos diferentes atores locais no processo de planejamento e desenvolvimento do município. Essa percepção pode estar influenciando pela não participação destes no Comtuma, o que iria sugerir que a comunidade considera que não é responsável pelo turismo.

Compreende-se que a comunidade pode ainda não perceber que todos são importantes e responsáveis pelo processo de discussão, construção, planejamento e desenvolvimento da sociedade, assim como da atividade turística. Autores que discutem o processo histórico da participação sinalizam que durante muito tempo a gestão cabia somente ao Estado e que a mudança é um processo gradual, mas que exige tanto dos gestores públicos quanto de empresários e comunidade uma modificação na postura, nos papéis, nas atitudes e nos compromissos com a coletividade (BORDENAVE, 1983; GIDDENS, 2000; TORO, 1997).

Dessa forma, a percepção que essas pessoas têm do seu papel colabora com a baixa participação destas no planejamento turístico, cabendo aos incentivadores (poder público, organizações não governamentais, movimentos, entre outros) da participação no município esclarecer o papel de cada um dos setores e do valor da união destes para o desenvolvimento local. Para tanto, é importante ressaltar que o processo participativo não é infalível ou fácil de ser adotado, mas é um caminho pelo qual se poderá unir saberes, traçar planos que atendam melhor às necessidades locais, assim como é um canal de fiscalização da gestão pública e das ações realizadas pelos diferentes setores na comunidade.

Em se tratando de quem seria o maior responsável pelo turismo local, 65,1% indicaram ser o poder público o maior responsável, seguido do setor privado e, por fim, a comunidade. Apesar dos documentos como Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, Plano Nacional de Turismo – PNT e das pesquisas que tratam do turismo e participação sugerirem igualdade entre os diferentes atores estes também sinalizam a necessidade de intervenção do Estado para facilitar o acontecimento desse processo participativo, sendo importante também a criação de espaços e condições para que essa construção coletiva ocorra (BARROSO RIBAL, 2006; BORDINI, 2007; COOPER et al., 2001).

Desse modo, no município de Uruçuca, possivelmente, para que a participação aconteça de fato e o turismo se desenvolva satisfatoriamente para todos os envolvidos, os gestores públicos precisarão incentivar a gestão compartilhada. Entretanto, o papel do Terceiro Setor nesse sentido servirá para estabelecer o equilíbrio nessa construção, pois, sabe-se que em localidades pequenas a influência do partidário é forte no tocante aos encaminhamentos das questões públicas e participativas (DIAS, 2003; TORO, 2005).

Dando continuidade à pesquisa, algumas questões trataram da expectativa e identidade. Em relação ao que deveria ser mais evidenciado pela atividade turística, 43,1% identificaram as praias de Serra Grande como o que deveria ser mais evidenciado e em seguida, com 30,3%, a Mata Atlântica. Apesar da diferente percepção sobre o turismo, de modo geral os residentes da sede, Distrito e zona rural consideraram as praias localizadas em Serra Grande como o que deveria ser mais evidenciado.

Referente ao nível de identificação com o turismo, 30% disseram que se identificam pouco e 21% não se identificam. Dos sujeitos que disseram que não se identificam com a atividade turística, a maior parte reside na sede do município, configurando 80,5% do público entrevistado; 13,7% de Serra Grande e 5,8% da zona rural. Cabe ressaltar, mais uma vez, que a percepção de Serra Grande como local independente da sede e a falta de entendimento de unidade do município podem favorecer a percepção do turismo como ocorrendo somente no Distrito, justificando a falta de identidade de alguns entrevistados da sede que indicaram não perceber que o turismo ocorre no município de Uruçuca.

De acordo com os residentes, o turismo considerado mais adequado para ocorrer no município de Uruçuca é o Turismo de Sol e Praia, em seguida o Ecoturismo aparece com 20,4% e o Turismo de Aventura com 18,8%. Todavia, sabe-se que o Turismo de Sol e Praia não reflete todas as possibilidades e potencialidades que o município tem diante de suas características naturais. Os estudos sobre esse

segmento têm indicado a necessidade de agregar outras características locais, como a cultura para valorizar, estabelecer o diferencial e a singularidade local e com isso alcançar a sustentabilidade da atividade e da localidade na qual se realiza (AVILA, 2009).

Ademais, outros tipos de turismo menos citados pelos munícipes podem contribuir para o desenvolvimento da atividade e para valorizar as características e particularidades locais. Nesse caso, o município de Uruçuca, a partir das suas características naturais e culturais, apresenta potencialidades para o desenvolvimento do Turismo de Aventura, Científico, Rural e o Pedagógico, mesmo que este último não tenha sido citado. Pois, nesse caso, esses três modelos de turismo podem auxiliar o desenvolvimento da educação socioambiental nessa região, onde se encontram três Unidades de Conservação relevantes para a conservação do bioma Mata Atlântica.

Como potencialidades locais, foram apontadas pelos munícipes como primeira opção principalmente as praias, seguidas do Distrito de Serra Grande e as festas locais. Entre os residentes que apontaram Serra Grande como principal potencialidade, a maioria mora no próprio Distrito. Entretanto, para os moradores da sede, não só a praia, mas ela aliada a outros aspectos naturais locais e as manifestações artístico-culturais são aspectos valiosos para o turismo. Nesse tocante, os aspectos naturais aparecem como opção destacada como atrativo relevante para o turismo e em seguida as características artísticas e culturais. Além disso, temas como o Parque Estadual Serra do Conduru, os espaços públicos, as fazendas, as cachoeiras e a represa localizada no Distrito foram apontados como potenciais atrativos.

No entanto, o atrativo por si só não é suficiente para atrair e fidelizar os turistas. Após a identificação desses atrativos, é importante compreender como utilizá-lo de forma adequada e também coerente com a legislação ambiental local, como conservar, melhorar e até mesmo como disponibilizá-lo. Afinal, cabe ressaltar que o município tem seu território envolvido em duas APAS e um Parque, sendo este considerado uma das maiores biodiversidades do mundo.

Referente às ações prioritárias, para que o turismo aconteça com maior aceitação de forma satisfatória, de acordo com os entrevistados, a melhoria da infraestrutura é o principal requisito, seguida como segunda opção o planejamento e a terceira a divulgação, temas que deveriam ser o ponto de partida dos gestores do turismo de acordo com a ótica dos residentes.

Ainda sobre o turismo, a infraestrutura compõe os serviços públicos que apoiarão o acontecimento do turismo. Serviços como telefonia, banco, energia elétrica, transporte público e segurança atendem não somente a comunidade como também os visitantes. Porém, para o turismo existem demandas também de serviços específicos que são os casos dos meios de hospedagens, serviços de informação, comunicação e comércio turístico (IGNARRA, 1999).

A construção e execução do planejamento turístico municipal serão as bases para discussões sobre a infraestrutura e este deve anteceder até mesmo a divulgação do destino, caso este não tenha ainda condições de receber ou ampliar a recepção de turistas. No caso de Uruçuca, como o turismo ainda está iniciando, o planejamento adequado pode auxiliar a utilização adequada das suas potencialidades e evitar impactos negativos, como resultado do turismo sem ordenamento.

Dessa forma, assim como citado pelos residentes, as ferramentas do marketing, como a divulgação e a identificação das potencialidades, e/ou do planejamento participativo e estratégico poderão auxiliar os gestores a conduzir o processo. Para tanto, é adequada a realização de estudos internos para identificar as potencialidades, fragilidades locais e questões como capacidade de acomodação, assim como outras

questões pertinentes ao turismo e aos aspectos socioeconômicos locais. Contudo, os estudos e ou a criação de um plano local não impedem que a divulgação, indicada pelos residentes como importante, seja feita; contudo, esta será orientada a partir dos dados levantados e planos traçados para que aconteça de acordo com a capacidade local de recepção, acomodação e também relacionada a questões socioambientais (PEREIRA, 2001; VALLS, 2006).

Com relação ao calendário de eventos, também citado como elemento importante, este pode ser uma ferramenta para atração de investimentos específicos, podendo ser temporários, ou seja, acontecer por investidores interessados em realizar algum negócio na localidade no período do evento, ou permanentes. Todavia, sabe-se das dificuldades que os pequenos municípios têm para a realização de inventários e outras ações voltadas para o turismo. Nesse sentido, salienta-se, para minorar essas dificuldades, a importância da participação e do envolvimento dos diferentes segmentos sociais como: sociedade civil organizada, setor público, setor privado e setor acadêmico. A união dos diferentes setores pode contribuir para a identificação de ações alternativas viáveis para o desenvolvimento não só do turismo, mas da comunidade de modo geral.

Contudo, não se quer com esses exemplos esgotar a discussão sobre o caminho que o município de Uruçuca deverá adotar para o desenvolvimento do turismo, mas esclarecer algumas possibilidades e necessidades para isso. Nesse caso, salienta-se que o planejamento, apesar de ser a base para o desenvolvimento da atividade, não precisa acontecer separado de ações que atenderão às necessidades turísticas, mas também comunitárias, como é o caso da melhoria da infraestrutura.

Considerações finais

As particularidades locais do município de Uruçuca (BA), aliadas aos recursos naturais protegidos pelas Unidades de Conservação que integram essa localidade, exigem dele o desenvolvimento da atividade turística com base em princípios de sustentabilidade. Essas mesmas condições podem favorecer o desenvolvimento da atividade turística, da educação ambiental, do desenvolvimento socioeconômico e da ampliação do capital social.

Após analisar o desenvolvimento da atividade turística do município de Uruçuca – Bahia, a partir dos residentes locais, como forma de contribuir para uma gestão mais adequada para a localidade, constatou-se que o nível de participação no planejamento municipal desse segmento é baixo. Apesar do Conselho Municipal de Turismo e Meio Ambiente (Comtuma) existir há oito anos, o nível de conhecimento a respeito dele no município é pequeno, pois, a maioria dos residentes ainda não conhece o Comtuma e os que conhecem não têm clareza da finalidade deste.

Apesar do baixo nível de envolvimento dos residentes de Uruçuca, acredita-se que a mobilização e ampliação do processo participativo possam viabilizar um processo adequado de desenvolvimento do turismo, que se encontra ainda em estágio inicial. Parte-se do pressuposto que a atividade turística construída por todos os interessados terá condições de identificar os anseios dos diferentes segmentos, as potencialidades e fragilidades naturais, sociais e econômicas, bem como as dificuldades e as possibilidades que o turismo pode oferecer para o município.

Para tanto, acredita-se que a expansão do processo de planejamento participativo do turismo local pode ser feito a partir do Comtuma, pois os atores que já colaboram com essa construção podem juntos traçar os mecanismos para a mobilização de novos colaboradores.

Compreende-se que estabelecer um processo participativo eficiente e eficaz não é fácil. Todavia, essa dificuldade não pode servir como justificativa para impedir que esse processo aconteça, pois a participação na gestão, no planejamento e na construção das políticas públicas é recente e, portanto, exige uma mudança de paradigma e atitude de cada ator social.

Percebe-se a necessidade de um trabalho educativo que colabore com o processo de envolvimento das diferentes áreas do município, pois a educação, nesse caso, servirá também para trazer o valor do envolvimento desses atores no planejamento, no desenvolvimento local, para o acúmulo de capital social e para o entendimento de como alcançar a sustentabilidade socioambiental.

A diferença na dinâmica social dos distintos territórios dentro do município, ou seja, na sede e no Distrito de Serra Grande é perceptível. Esses espaços abordados na pesquisa contam com formas de organizações diferentes, contudo as necessidades são similares, com destaque para o melhoramento da infraestrutura, requisito básico para o desenvolvimento do turismo e também para garantir dignidade aos munícipes.

Quanto à visão e expectativas dos moradores em relação ao turismo que vem sendo desenvolvido no município de Uruçuca, a partir dos dados levantados, foi possível perceber que apesar das diferentes percepções sobre a existência ou não do turismo pelos munícipes, todos compreendem o turismo como ferramenta importante para o desenvolvimento local.

Apesar do turismo, até o momento, concentrar-se no Distrito de Serra Grande, os aspectos naturais e sociais do município apresentam características que podem contribuir para a realização do Ecoturismo, do Turismo de Aventura, do Turismo de Base Comunitária ou, até mesmo, outra tipologia de turismo desenvolvido com objetivo de aliar ações de sustentabilidade, educação ambiental e atividades que ofereçam o contato com a natureza, com saberes locais e a cultura de modo geral.

A expansão do turismo em Uruçuca de maneira qualificada dependerá do entendimento por todos da necessidade de diagnósticos, planejamentos, avaliação, participação e condução profissional da atividade. A participação dos diferentes atores poderá colaborar para evitar que a expansão do turismo ocorra e agrave a exclusão social, permitindo que os espaços turísticos sejam projetados para turistas, empresários e comunidade.

A partir das discussões estabelecidas nesta pesquisa e dos objetivos alcançados por esta, espera-se que este estudo contribua para ampliação do conhecimento sobre a percepção dos diferentes atores locais, planejamento turístico, participação, desenvolvimento sustentável do turismo e da comunidade local, bem como ofereça subsídios teóricos que deem suporte para uma gestão turística mais adequada. Acredita-se que a participação social é pressuposto para o estabelecimento de um desenvolvimento municipal adequado, pois contribui para a superação de barreiras, como questões financeiras e políticas partidárias existentes nas localidades de pequeno porte, como é o caso de Uruçuca.

Conclui-se enfatizando que a educação dos diferentes setores da sociedade é essencial para que esse processo ocorra de forma legítima e não meramente condicional à realização de ações governamentais. Educar o homem para ser cidadão ativo na construção da sociedade é essencial para superar resultados

não apenas quantitativos, mas também obter bons resultados qualitativos para o município. O turismo, a agricultura, o comércio local e ações de cunho socioeconômico precisam do empenho de todos para o desenvolvimento, porém, para que todos participem é importante que estejam realmente preparados para participar e não somente legitimar governos.

Referências

- ANDRADE, M. M. de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- ARAÚJO, C. M. **Ética e qualidade no turismo do Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- AVILA, M. A. **Política e Planejamento em Cultura e Turismo: reflexões, conceitos e sustentabilidade**. In: _____. **Política e Planejamento em cultura e turismo**. Ilhéus: Editus, 2009, p. 15-37.
- BANDEIRA, P. **Participação, articulação de atores sociais e descobrimento regional**. Brasília: Ipea, 1999.
- BARRETO, M. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, v. 9, n. 20, 2003.
- _____. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1991.
- BENI, M. C. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.
- BORDENAVE, J. E. D. **O que é participação**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010: uma viagem de inclusão**. 86 p.
- BRUSADIN, L. B. **Política e Planejamento do Turismo**. In: IX ENCONTRO DE PESQUISADORES DO UNIFACEF, 2008, Franca. II FÓRUM DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES. Franca: UniFacef, 2008. Disponível em: <<http://www.facef.br/novo/publicacoes/IIforum/Textos%20EP/Leandro%20Benedini%20Brusadin.pdf>>. Acesso em: 2 dez. 2010.
- CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CORIOLO, L. N. M. T. **Turismo e Meio Ambiente: a (in)sustentabilidade em questão**. Anais Turismo, Inclusão Social e Sustentabilidade, ISSN 1808-9755. UPPE – Recife, 2005.
- CRUZ, R. de C. A. da. **Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço**. In: América Latina: cidade, campo e turismo. LEMOS, A. I. G. de; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Dez., 2006. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/19cruz.pdf>>.
- DAGNINO, E. **¿Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando?** En: MATO, D. (Coord.). **Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización**. Caracas: FACES – Universidad Central de Venezuela, p. 95-110, 2004.
- DEMO, P. **Pobreza política: polêmicas do nosso tempo**. 5. ed. Campinas, SP, 1996.
- DIAS, R. **Planejamento do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.
- GIDDENS, A. **A terceira via**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

- IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Contagem da População 2000**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 03 abr. 2009.
- INSTITUTO FLORESTA VIVA; INSTITUTO YNAMATA. **Diagnóstico Participativo de Serra Grande**: relatório. Uruçuca, 2008.
- LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L. **Introdução ao turismo**. Tradução: Fabíola de Carvalho S. Vasconcelos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- MILANI, C. **Teoria do capital social e desenvolvimento local**: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). Relatório do Projeto de Pesquisa, financiado pela Fapesb. UFBA: 2002 – 2005. Disponível em: <<http://www.adm.ufba.br/capitalsocial/>>
- PEREIRA, M. **Marketing de cidades turísticas**. São Paulo: Chronos, 2001.
- PÉREZ, X. P. **Turismo cultural**: leituras da antropologia. Comunicação apresentada ao Congresso Internacional de Turismo Cultural, organizado por Naya (Notícias de Antropologia e Arqueologia – www.naya.org, 2003). Disponível em: <<http://www.miranda.utad.pt>>. Acesso em: 12 jan. 2006
- PETROCCHI, M. **Gestão de polos turísticos**. 6. ed. São Paulo: Futura, 2002.
- PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- RIBAL, C. B. **Identidad y participación**. IV Jornadas de participación ciudadana en la sociedad global. Canarias, un nuevo pacto local en un mundo global. Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria: 2006.
- SACHS, I. **Desenvolvimento**: incluyente, sustentável, sustentado. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DA BAHIA. Disponível em: <<http://www.setur.ba.gov.br/roteiros/cacau/cacau.asp>>. Acesso em: 10 jun. 2009.
- SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO. **Plano de Referência Urbanístico Ambiental – Prua**: Vila Turística Serra Grande, 2001.
- SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável**: meio ambiente e economia. São Paulo: Aleph, 2000.
- TORO, J. B. **A construção do público**: cidadania, democracia e participação. WERNECK, C. D.; WERNECK, N. D. (Org.). Rio de Janeiro: Senac Rio: (X) Brasil, 2005.
- TORO, J. B.; DUARTE, N. M. **Mobilização Social**: um modo de construir a democracia e a participação. Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior – Abeas, Unicef, 1997.
- URUÇUCA (Bahia). CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO. **Regimento Interno**. Aprovado em 04 de junho de 2004.
- VALLS, J-F. **Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- WWF. **Manual de Ecoturismo de Base Comunitária**: ferramentas para um planejamento responsável. MITRAUD, S. (Org.). Brasília, 2003.



RESUMO

O objetivo desta pesquisa é sistematizar a emoção como categoria de análise da arquitetura contemporânea, construída potencial e hipoteticamente a partir da arquitetura hoteleira. Para tanto, a pesquisa se caracterizou como exploratória, respaldada pelo levantamento e leitura bibliográficos, bem como estudos de caso e análises empíricas; o método interpretativo foi amparado pela lógica da abdução nos termos de uma semiótica peirceana. Os resultados inferem sobre a possibilidade da emoção como categoria de análise da arquitetura contemporânea, dita também (por muitos) como pós-moderna; superando-se generalizações racionalistas funcionais de sua predecessora arquitetura moderna.

Palavras-chave: Hotel. Emoção. Espaço

ABSTRACT

The objective of this research is to systematize the emotion as a category of analysis of contemporary architecture, constructed potentially and hypothetically from the hotel architecture. For this purpose, the research is characterized as exploratory, supported by bibliographic survey, as well as case studies and empirical analysis; the interpretive method was supported by the logic of abduction under a Peircean semiotics. The results infer the possibility of emotion as a category of analysis of contemporary architecture, also said (by many) as postmodern; by overcoming functional rationalist generalizations of its predecessor, the modern architecture.

Keywords: Hotel. Emotion. Space.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es sistematizar la emoción como una categoría de análisis de la arquitectura contemporánea, construida otencialmente y hipotéticamente desde la arquitectura del hotel. Por lo tanto, la investigación se caracteriza como exploratoria, con el apoyo de lectura y revisión bibliográfica, así como estudios de casos y análisis empíricos; el método interpretativo fue apoyado por la lógica de la abducción de acuerdo com la semiótica de Peirce. Los resultados deducen la posibilidad de la emoción como una categoría de análisis de la arquitectura contemporánea, dijo también (por muchos) como posmoderna; mediante la superación de las generalizaciones racionalistas funcionales de su predecesora, la arquitectura moderna.

Palavras clave: Hotel. Emoción. Espacio.

Introdução

O mundo contemporâneo se encontra em um novo contexto agora denominado por muitos como próprio de uma era pós-moderna; de modo que se justifica a emoção, em termos genéricos, por um novo padrão demográfico amparado pela crescente melhoria da qualidade de vida e condições mais favoráveis de vida; seja pelas conquistas na saúde pública, seja pelas condições do trabalho, seja pela aposentadoria, entre outras. Isso tudo se reverte para a hotelaria como um meio de hospedagem melhor “desenhado” não só em termos de conforto, mas em termos estéticos, eficiência operacional e “harmonia” ambiental com o local e a comunidade onde se insere (DIAS, 1990). De sorte que tais situações descritas acima podem ser sistematizadas em emoção, sustentabilidade e automação dos espaços em hotéis. Caberá aqui uma “varredura” da condição de emoção na hotelaria; e verificar que ela não é um dado essencialmente contemporâneo; denotando, portanto, que ela foi “subjugada” em sua construção teórica por um viés racionalizante da modernidade e, por “extensão”, da arquitetura moderna.

De outra maneira, mas também de modo generalizante, vive-se um “novo” turismo, pós-massificado e com valores que tocam no emocional enquanto solidariedade e afetividade (turismo cultural e de base comunitária, por exemplo); e na busca de densas experiências pessoais, abandonando-se uma racionalidade cerebral, e que agora vincula valores emotivos do “coração” (PETROCCHI, 2002); nesse sentido, a hotelaria como parte efetiva da cadeia turística, não poderia deixar de assim se manifestar. E talvez seja ela uma das que mais podem exemplificar essa condição do turismo atual. A edificação hoteleira passa a estabelecer um vínculo com o desenho e a cultura material e simbólica. Tal arquitetura (e incluem-se o design de objetos do cotidiano e o mobiliário) opera, por vezes, enquanto valor simbólico, como morfologia abstrata muito próxima à fruição de uma obra de arte e de experiências estéticas (MONTANER apud SPOLON, 2011).

Entende-se a emoção não só como uma experiência receptiva do corpo (nos termos de uma fenomenologia de Maurice Merleau-Ponty), mas como uma construção conjunta do corpo como “porta” receptiva e sensorial, dos sentimentos e da mente como judicação simultaneamente integrados. Para tanto, serve-se das teorias de Yu-Fu-Tuan que podem interpretar a emoção como sendo uma combinação de pontos de vista objetivos e subjetivos que têm lugar no “olho da mente”. Parece conveniente uma exemplificação lembrada por Kant para se chegar a uma experiência estética como resultante de tal combinação enquanto realização da experiência do sublime. Para Kant, ao se vislumbrar um castelo e julgá-lo como “bonito”, está-se fazendo um “juízo de gosto”, porém, caso se saiba que esse mesmo castelo foi feito com trabalho escravo, pode-se chegar a uma judicação, dependendo do intérprete visual desse castelo, em que ele deixa de ser “bonito” e “belo”, porque incrementou um juízo ético acerca de como foi construído – trata-se, nesse caso, de um “juízo estético” – como aporte de fundamentação que pode demonstrar que a realização da emoção “aprazível” também passa por uma intelecção e construção mental. A “provocação” da mente ao organizar um “juízo estético” pode aguçar o nível repertorial do leitor, sua satisfação em concluir um juízo que lhe é mais adequado, o que não deixa de ser uma fonte de “prazer” “estético”, inferindo, portanto, uma hospitalidade dos “mecanismos” mentais de judicação.

Há uma literatura especializada em arquitetura contemporânea que assinala o valor da emoção manifestada espacialmente: “O projeto abrange as qualidades do objeto (forma, proporção, materialidade, composição, etc.), mas inclui qualidades atinentes à sensibilidade (...)” (SOMOL; WHITING apud SYKES, 2013).

Sabe-se que a condição de um turista, e, portanto, de hóspede, muitas vezes, fora das suas condições cotidianas, alteram formas de agir, manifestando felicidade e até arrogância, ou seja, quebrando comportamentos usuais; o que se pode inferir que tal situação também se constrói pela influência do meio e do suporte espacial, que, no caso estudado, são os hotéis.

Parte-se da leitura do espaço e sua representação (fotografias e vídeos dos espaços de hotéis divulgados em sítios eletrônicos) na tentativa de novas hipóteses. Por se tratar de sistema espacial, é notória sua plurissignificação inerente, originando uma gama de interpretações com várias possibilidades relacionais. Deve-se considerar que o método não se inicia com a formulação de uma teoria que é aplicada ao objeto no intuito de deduzir alguma relação teórica; mas, parte-se do objeto representado como gerador de novas interpretações. O percurso metodológico, ao “encarar” a bibliografia, deu-se com os objetivos de se elencar as diversas formas de emoção à hotelaria, sistematizar e classificar todo esse aporte elencado, interpretar tal sistematização à luz de identificar padrões até então não efetivamente reconhecidos por essa bibliografia levantada.

Emoção do espaço em meios de hospedagem

Justifica-se a emoção pelos aspectos físicos do espaço hoteleiro: alguns autores se referem à estética de um hotel como a “aparência física do produto, o que se sente com ele, qual o seu som, sabor e cheiro” (GARVIN apud CASTELLI, 2000, p. 29, grifo do autor).

A emoção a partir do meio de hospedagem também pode ser explicada pela psicologia por meio da “experiência” ou da “transferência”. No primeiro caso, as afirmações de Yi-Fu Tuan entre as diferentes categorias de espaço e lugar que poderiam ser atribuídas na análise dos edifícios hoteleiros. Os diversos suportes espaciais de um hotel podem construir o ideal de lugar memorável (inclusive para cidadãos locais) porque se relacionam com códigos sociais de marcação do tempo da vida; assim, por exemplo, um ballroom do hotel pode ser o amparo para a festa de batismo, de aniversários, casamentos e bodas. Outro caso da “transferência” mental, por exemplo, é verificar o fato de um hóspede que ao entrar em seu quarto de hotel pode se emocionar pela recorrência da mobília ou decoração em evocar sentimentos de situações pretéritas de ambientes semelhantes.

Home way from home na hotelaria

O aclamado hoteleiro Cesar Ritz se refere a seus hotéis como “uma casa a qual me orgulho muito de ver meu nome agregado” (DIAS, 2002, p.116). E até há pouco tempo havia uma discussão de que a hotelaria trabalharia com o ideal de home way from home, como que o meio de hospedagem deveria “reproduzir” o pretenso conforto e o bem-estar evocativos do lar daquele hóspede; daí todas as iniciativas de personalização dos ambientes de hotel, bem como um atendimento e serviços destituídos de uma hospitalidade “universalizante”. Nesse ideal, há uma busca por “sentir-se em casa, mesmo fora de casa”, ou o fato de que “ficar em casa é muito gostoso”, daí o intento da hotelaria em reproduzir o lar, afinado com um turismo doméstico que muitas vezes é ignorado ou pouco evidenciado.

Mas se deve interpretar também que esse ideal do home way from home foi uma vertente que o “produto” operou para atendimento de uma determinada segmentação; em uma tentativa de “economizar” o dinheiro do hóspede, reduziram-se facilidades extraunidade habitacional (non-room) e a supressão de

áreas coletivas tanto o quanto possível, mas que, por outro lado, implicaria em facilidades do tipo “faça você mesmo” como opção no interior das unidades habitacionais (DIAS, 1990). Até mesmo os grandes hotéis tipo towers, que não podiam dar um atendimento personificado para todos os seus hóspedes, reservavam um setor, uma ala, um andar, unidades habitacionais ou suítes que oferecessem um serviço de hotel de família (DIAS, 1990). Um exemplo desse tipo de hotel é, segundo Dias (1990), o *Nob Hill Launbourne*, localizado em São Francisco, EUA onde as unidades habitacionais são decoradas tentando reproduzir um ideal de lar: motivos campestres franceses aliados à fina mobília, obras artísticas originais, acolchoados de pluma de ganso, cozinha equipada com porcelanas e toalhas de linho, bem como o uso da tecnologia para o hóspede de negócio muito bem integrada à arquitetura de interiores em um home office: “ilha de trabalho” com escrivaninha para computador pessoal, aparelhos de fax, linha telefônica própria da suíte, serviços de tradução e transcrição, impressão, fotocópia e softwares à disposição. Cada computador da unidade habitacional está equipado com informações importantes e de diversões na cidade.

Outro exemplo é o *Marriott Residence Inn*, em Houston, EUA, onde seus estúdios (associação do quarto de hotel com escritório) promovem a “imagem” do lar: ornamentos requintados, uso do bay window e lareiras “reais” como símbolo do “lar” norte-americano. Tudo isso contando concomitante também com tecnologia aplicada: fornos micro-ondas, refrigeradores, aparelhos de som de última geração, equipamentos para lavar e passar roupas, equipamentos para aquecimento de toalhas de banho, jatos de água com comandos eletrônicos na banheira e chuveiro (DIAS, 1990). Ainda se pode exemplificar os hotéis *Mansion on Turtle Creek* em Dallas e o *L’Ermitage em Bervely Hills*, EUA, com maior personificação do espaço interior, um único andar como uma única unidade habitacional, dotado de concierge e elevador privativo (DONZEL, 1989).

Do mesmo modo puderam se destacar a cadeia de hotéis *Four Seasons* por meio da metáfora da “casa longe de casa” e que abrigou grandes chefes de Estado, personalidades mundiais, a aristocracia e até mesmo a realeza (CHON, 2003).

A designer de hotelaria Sarah Tomerlin Lee se destacou no seu meio profissional por criar um estilo próprio o qual não era “reconhecido” como “seu”. Sarah acreditava que o que devia vir primeiro não era o projeto dos espaços do hotel, mas para “quem” era feito o projeto; respeitando as expectativas do hóspede (CHON, 2003).

Chon (2003) acusa uma tendência da hotelaria na utilização de mobília de estilos residenciais, seja em hotéis novos ou reformados, bem como interpreta que as pousadas devem oferecer uma “atmosfera aconchegante”, tal qual uma casa; ali, cafés da manhã comunitários entre hóspedes e anfitriões podem enfatizar essa sensação (CHON, 2003).

Além do *home way from home* na hotelaria

Diz-se que o *home way from home* na hotelaria já não mais “retrata” o que realmente os hóspedes desejam; eles “[...] querem mais do que habitualmente teriam em seus lares” (WADA, 2003, p. 70). Pode-se notar uma gama de manifestações da hotelaria contemporânea que vão além do ideal de “reconstrução” do “lar” como busca do bem-estar de seus hóspedes. O hotel deve ser algo tão mais emocionante do que a vivência do que já se apreende no cotidiano. Os serviços hoteleiros carregam agora a responsabilidade de serviços pessoais (DIAS, 1990). Benevides (CRUZ apud DIAS, 2002) se refere a uma das maiores motivações da demanda de turismo tradicional e de massa como a viagem para “não se sentir em casa”;

associa-se ainda o fato de que a hospitalidade possui ingredientes de espontaneidade e artificialidade que se combinam, e muitas vezes não são fruídas em espaços codificados como o “lar”. Esses espaços de hotéis podem ser entendidos não essencialmente como uma manifestação contemporânea, pois o ideal do “grande hotel americano”, já nos primórdios do século XIX (concomitante com a cultura norte-americana de passar as férias longe de casa), anunciava a “fantasia” a partir de suas espacialidades (diferentes das concepções da hotelaria europeia até então), as celebrações que encerravam para “todos”, ainda que muitos não pudessem “passar” uma noite por lá, em razão dos altos custos das estadas (DONZEL, 1989): “Em todos esses lugares [...] a vida é vivida não como todos os dias, mas, como é vislumbrada, com o drama e a surpresa, com a beleza física [...] com um sentimento de cuidado [...]” (DONZEL, 1989, p. 9; tradução livre).

Atualmente essa cultura do grande hotel norte-americano em oferecer o escapismo “fantasioso” se prolongou no *Caesar’s Palace* de Las Vegas, por exemplo, onde há porteiros com togas romanas, a “barca de Cleópatra” flutuando em espelhos d’água junto a corredores, unidades habitacionais com tetos espelhados e banheiras em forma de coração. No *Disneyland Hotel* a fantasia é completa e atinge pais e filhos (DONZEL, 1989).

Nesse sentido também, a linha dos hotéis *Hyatt* é vista por muitos arquitetos como “surrealista”, com espaços fora da vida real (DIAS, 2002). A sensação de uma “projeção” do modo de vida aristocrático e da nobreza por parte de muitas pessoas encontrou nos châteaux (meio de hospedagem em um castelo, mansão senhorial ou palácio) a concretização dessa experiência. Dessa forma, ficou conhecido o *Château Hôtel* de Rieutort, no sul da França, ou o *Château de Roussan* na Provence, também na França. São dotados de camas ornamentadas, jardins internos, construções seculares como apreensão de uma experiência histórica e o contato com os anfitriões (geralmente de famílias nobres e aristocráticas). Da mesma forma, os *paradores* na Espanha podem proporcionar a divulgação e conhecimento da história do país através de edificações de interesse patrimonial artístico-arquitetônico. São os casos de antigos conventos (como o *Parador de Trujillo*) e antigos palácios (como o *Parador de Argomaniz*) (CHON, 2003).

Acampamentos de finais de semana, muitas vezes vinculados às áreas periurbanas ou rurais, podem proporcionar o contato recreativo ao ar livre, bem como a prática de esportes (DIAS, 1990) e atividades de caça e pesca. Os ecolodges se sustentam na apropriação do deleite do destino enquanto natureza, mas também podem incluir aspectos relacionados à cultura, como sítios arqueológicos, monumentos históricos, lendas, tradições e artesanato (KOGA, 2002). Nesse sentido, mas enquanto outra categoria de meio de hospedagem, o ideal do *Club Med* é poder proporcionar ao hóspede a prática de esportes inusitados, os quais muitos deles não têm acesso durante o restante do ano, incentivando o “abandono” das atividades cotidianas, sem a responsabilidade de horários, transporte para o trabalho, deixando o tempo livre para seus gostos pessoais; aos hóspedes com filhos são reservadas atividades para que não “incomodem” os pais, tais como descobrir o contato sensorial com as artes aplicadas da cerâmica e tecelagem, degustação da cozinha local, “caminhar” à altura e entre as copas das árvores com tirolesas e arborismo, locais que oferecem sons da natureza e podem aguçar o olfato, experiências táteis com a natureza; a ausência da natureza na vida contemporânea fez o retorno a ela uma “pulsão” explorada pelos *tours operators* e promotores do *Club Med*. O mote ambiental também fez surgir os bangalôs e os chalés em meio à natureza, muitas vezes arranjados espacialmente a reconstituírem valores sociais comunitários como essência da experiência humana. De maneira geral, esses meios de hospedagem “restauram” os hóspedes com o mínimo de obrigações e com o máximo de escolhas (DIAS, 1990).

Os hotéis do tipo internacional podem apresentar uma série de atividades inusitadas perante o cotidiano dos códigos da residência: *health club*, *boite*, *cabaret*, piscina, sauna, fisioterapia, ginásio de esportes, quadras e pistas de *cooper* (DIAS, 1990).

E há uma série de outros hotéis inusitados como evocativos de emoção: antigos silos de aveia redondos podem ser fruídos como quartos de dormir no *Hilton Inn* da Quaker Square, em Akron, Ohio, EUA. Pode-se passar a noite em uma suíte em formato de um carro Pullman ou um vagão de trem na *End of the Line Vacation Station*, em Lake Geneva, Wisconsin, EUA. Antigas salas de aula (com lousa, mapas e giz) são agora tratadas como unidades habitacionais para hóspedes que querem reviver a “escola” no *ABC Country Inn*, Buckingham, Iowa, EUA (CHON, 2003). Pode-se vivenciar um modo de vida rural junto à natureza por meio dos resorts fazenda nos EUA; alguns transportam as pessoas em carroças de época e oferecem a oportunidade de interação com bezerros, gastronomia de época e regional e uma noite de descanso em sacos de dormir (CHON, 2003).

A região da Grande Barreira de Corais na Austrália possui um hotel subaquático onde os hóspedes desfrutam das exclusivas paisagens do mundo submarino (WALKER, 2002).

Pode-se elencar ainda um tipo de turismo, chamado por alguns pesquisadores de “turismo hoteleiro”, onde os hóspedes procuram vivenciar situações inusitadas dentro das dependências de um hotel. Assim se dá, por exemplo, com hóspedes que querem pernoitar onde pessoas famosas, importantes e ricas se hospedaram ou até moraram. É o caso de algumas suítes reformadas do Hotel Ritz Paris: suíte Chopin, suíte Chanel (com objetos da antiga moradora Coco Chanel), suíte Windsor, suíte Proust e suíte Cocteau (DIAS, 2002).

Cita-se a praia de Weymouth, em Dorset, Reino Unido, que abriga o primeiro hotel de areia habitável do mundo. Também o *Hotel Amam I Khas*, em Rajasthan, na Índia, pode proporcionar a vivência de tendas para pernoite, tal qual se faziam no passado quanto às características de migração dessa população local (EXTREMES HOTELS, 2007). O *Ingloo Villages*, na Suíça, pode proporcionar a pernoite em um simulacro de iglu (EXTREMES HOTELS, 2007), bem como o *White Pod Hotel*, também na Suíça, configura-se como uma “bola” habitável internamente em meio à neve; o *Tron Themed Hotel* e o *Ice Hotel*, na Suécia, possuem as unidades habitacionais e o mobiliário feito em gelo. Na Lapônia finlandesa, encontra-se o *Hotel & Igloo Kakslauttanen*, com unidades habitacionais em formato de iglus (CONHEÇA..., 2013). O *Underwater Cottage* na Suécia é um meio de hospedagem que oferece unidade habitacional subaquática (EXTREMES HOTELS, 2007). Assim como o *Jules Undersea Lodge*, na Key Largo, Flórida, EUA, ou o *Poseidon Undersea Resort*, nas Ilhas Fiji (CONHEÇA..., 2013).

Ainda exemplificando, o *Tipi Village* nos EUA apresenta tendas para se dormir tais quais as encontradas entre os índios tipi da região onde se implanta o hotel (EXTREMES HOTELS, 2007). O Astro Hotel no Chile possui cabanas dotadas com alta tecnologia, bem como um potente telescópio em cada unidade habitacional, que proporciona a observação celeste enquanto experiência inusitada (EXTREMES HOTELS, 2007). A *Earthship Rental* proporciona a experiência dentro de um meio de hospedagem de uma casa totalmente sustentável e com tudo aquilo que necessitam os hóspedes de maneira autônoma (EXTREMES HOTELS, 2007).

A *TreeHouse Hotel* é “literalmente” uma casa na árvore, e também uma unidade habitacional de hotel (EXTREMES HOTELS, 2007), da mesma forma que o Treehotel em Harads, na Suécia (CONHEÇA..., 2013). O *Harbour Crane* na Holanda é um hotel em zona portuária, dentro de uma grua como exemplar

da era industrial; oferece vista para o mar Wadden, para o porto e para o centro histórico de Harlingen; os hóspedes podem pilotar a grua, o que para muitos significa um sonho de infância (EXTREMES HOTELS, 2007).

Bem diferente também são os hotéis em meios de transporte: o *Jumbo Stay Hostel*, no Aeroporto de Estocolmo, um meio de hospedagem dentro de um Boing 747 (CONHEÇA..., 2013). A empresa turística Oliver's Travel promove estadas em um submarino nos mares do Caribe (CONHEÇA..., 2013). O *Koh Samui Imperial Boat House*, na Tailândia, possui unidades habitacionais construídas em antigos barcos de transporte de arroz, próprios da região onde se implantam (CONHEÇA..., 2013). Nos EUA, o *The Shady Dell* oferece unidades habitacionais em trailers de alumínio da década de 1950 (CONHEÇA..., 2013). Nos EUA o *Northern Rail Traincar Suites* se apropria de vagões de trens restaurados para fazer unidades habitacionais de hotel (CONHEÇA..., 2013). O Hotel V8, na Alemanha, possui as unidades habitacionais decoradas com motivos automobilísticos (CONHEÇA..., 2013).

O *Prison Hostel* na Eslovênia é um albergue que proporciona a experiência de estar preso, pois suas unidades habitacionais são as celas carcerárias do passado (EXTREMES HOTELS, 2007), bem como o Alcatraz Hotel, na Alemanha, e o *Malmaison Oxford Castle*, na Inglaterra (CONHEÇA..., 2013). Ou ainda o *Jailhotel Lowengraben* na Suíça ou *Het Arresthuis* na Holanda (PRESÍDIO..., 2013). O Quinta Real Zacatecas se apropria de uma antiga praça de touros mexicana do século XIX como hotel (CONHEÇA..., 2013). O *Church Hotel* na Holanda possui unidades habitacionais dentro de uma igreja monumental do século XV (EXTREMES HOTELS, 2007). O Pestana Convento do Carmo, em Salvador, BA, Brasil, apropria-se de um antigo convento proporcionando ao hóspede a experiência da clausura.

Seguindo a proposta, o *Sewer-Pipe Hotel* é uma unidade habitacional de hotel dentro de uma manilha para esgotos (EXTREMES HOTELS, 2007). Também como o *Das Park Hotel*, na Áustria (CONHEÇA..., 2013). O *Gipsy Camp Hotel* na Holanda possui autênticas caravanas de circo retomadas como unidades habitacionais de hotel (EXTREMES HOTELS, 2007). Na Malásia, o *Seaventures Dive Resort* pode proporcionar a experiência de se hospedar em uma plataforma de petróleo (CONHEÇA..., 2013). Na África do Sul, um hotel de luxo, o *Emoya Luxury Hotel*, promove aos seus hóspedes a experiência de vivenciar uma favela (CONHEÇA..., 2013). O hotel *Im Wasserturm* se instala em uma antiga torre que servia de reservatório de água na cidade de Colônia, na Alemanha (CONHEÇA..., 2013). O Hotel *Farol Harlinger* se apropria de um antigo farol (CONHEÇA..., 2013). Em Haya, na Holanda, duas cápsulas de sobrevivência que datam de 1972 com um diâmetro de 4,25 metros foram habilitadas como quartos de um hotel flutuante (EXTREMES HOTELS, 2007). Também como cápsulas em meio à natureza, encontra-se o Hotel *Free Spirits Spheres*, no Canadá. Da mesma forma, no Japão, há o *Green Plaza Shinjuku Capsule Hotel* (CONHEÇA..., 2013).

Referenciando a natureza, o hotel francês *Attrap'Rêves* se configura com unidades habitacionais transparentes, tendo, portanto, a natureza como parte da ambientação (CONHEÇA..., 2013). O Hotel *Kelebek*, na Turquia, possui unidades habitacionais escavadas em uma rocha natural, assim como o *Gamirasu Cave Hotel*, na Capadócia. Tal como o *Kokopelli Cave Bed and Breakfast*, nos EUA, que possui unidades habitacionais em cavernas. O *Mine Hotel*, na Suécia, possui unidades habitacionais em meio a uma mina de prata (CONHEÇA..., 2013).

Na Bolívia, o Hotel *Palacio de Sal* é construído e revestido em sal (CONHEÇA..., 2013). O *Emirates Palace Hotel* em Abu Dhabi reconstrói os ambientes palacianos daquela cultura local para seus hóspedes (CONHEÇA..., 2013). O *Marina Bay Hotel*, em Cingapura, apresenta uma piscina com vista inusitada

para a cidade (CONHEÇA..., 2014). O Hotel *Blue Lagoon Geothermal Spa*, na Islândia, possui piscinas com águas vulcânicas (CONHEÇA..., 2014). O Hotel *Lagoon Cristal*, no Chile, possui uma piscina com 1 km de comprimento. Também no Chile, o *Montaña Mágica Lodge* se apresenta em forma de um vulcão em sua arquitetura, e expele água de seu cume, transformando-se em uma grande cascata (CONHEÇA..., 2014). Além dos exemplos citados ao longo do texto, muitos outros já surgiram enquanto este material estava sendo elaborado.

Pode-se interpretar em todos esses casos elencados acima o valor “fantasioso”, “fora da realidade”, do entretenimento ao extremo como alienação da sociedade. Porém, pode-se justificar que se trata (assumidamente) do simulacro (enquanto elemento “festivo” e nos termos de Jean Baudrillard) como código da dimensão do “tempo de e em férias”; muito ao contrário da simulação, que poderia “fantasiar” o cotidiano: “Para muitos a hospedagem é diversão [...] fuga da rotina (turismo cultural), novos conhecimentos [...]” (OTTO, 2011, p. 2). E ainda: “Um universo imaginário? Não, um novo mundo, identificado pela essência e pelas emoções” (OTTO, 2011, p. 4).

Para Yáziği (2000, p. 21), “[...] a arquitetura tem fortes ligações com nossas fantasias e imagens do mundo [...]” ao se referir aos meios de hospedagem. Ainda que se possa verificar que o tempo “fantasioso” é momentâneo dentro da expectativa das diárias no hotel.

E ainda se pode verificar em pequenos serviços da hotelaria, geralmente associados à oferta dos espaços hoteleiros, a condição de se ultrapassar o conceito de *home way from home*: camas separadas para casais de culturas em que assim o fazem; oferta de cardápios, canais de televisão, rádio, jornais e revistas do país de origem do hóspede; respeito às diferenças regionais internas de país de escala continental e tão diversa de culturas (caso do Brasil e EUA, por exemplo); flexibilidade para condições especiais de organização do espaço (crianças, idosos, portadores de necessidades especiais, doentes, obesos, diferentes etnias e biótipos quanto ao uso de mobiliários, rituais religiosos de diferentes hóspedes, entre outras) (WADA, 2003). Serviços em que os próprios hóspedes operam máquinas e equipamentos para seu melhor conforto, amparado pelo signo da singularidade do indivíduo; assim se pode elencar o *Hotel Qbic Hip* em Amsterdã, na Holanda, que tem como “mote” de oferta de serviços a frase “*the best service is self-service*” (SPOLON, 2011).

Todas essas vertentes da hotelaria também vieram para questionar a estandardização globalizante dos projetos de hotéis, pois muitos dos executivos que viajam incessantemente, com frequência perdiam a noção do lugar onde estavam, por acordarem em quartos como muitos outros e em outros lugares; os hotéis seguiam o modelo americano ou o europeu (OTTO, 2011).

Emoção como personificação do espaço e dos serviços em meios de hospedagem

Pode-se justificar a emoção pelos serviços e aspectos da ambiência personalizada de um hotel: “A emoção é um sentimento que continua sendo uma prerrogativa do ser humano. Muito importante nas prestações hoteleiras” (CASTELLI, 2000, p. 129).

Um bom exemplo disso é que nos atendimentos ligados à alimentação em um hotel, seja no restaurante como no serviço de quarto, nota-se a presença do hóspede (cliente) como parte do processo produtivo, pois é ele quem por vezes indica os ingredientes, os modos de se preparar o alimento; ainda que muitos

hotéis possuam um serviço de cozinha internacional, a qual tais condições são sempre únicas. De sorte que, diferentemente de um processo produtivo como o de automóveis, há uma interação personificada do produto e até do serviço prestado.

Os *resorts* contemporâneos reforçam a ideia de que o hotel não é apenas o local para a restauração, mas pode ser o suporte para o entretenimento e diversão, daí o ideal da animação, porém, segundo Dias (1990), não se trata de uma animação passiva na fruição de um espetáculo (por exemplo), mas de uma animação com a participação ativa do hóspede.

Outro exemplo: os hotéis *abeku* ou “hotéis do amor” no Japão, dotados de ambiência palaciana, referenciam chalés alpinos e com jardins internos; possuem uma parafernália eletroeletrônica que enfatiza o bem-estar de seus hóspedes com vários canais de televisão, som, vídeo e sauna dentro da unidade habitacional, configurando um refúgio particular para casais. Deve-se notar que a alta densidade populacional do Japão e o uso de paredes muito finas e biombos (em razão de terremotos) resultaram em moradias muito próximas e que por vezes tiram a privacidade dos casais; daí o sucesso dos hotéis *abeku* contando com uma rede de aproximadamente 20 mil estabelecimentos no Japão (CHON, 2003).

Alguns hotéis podem proporcionar emoção a partir da fruição da natureza. Caso exemplar é o *Treetops Hotel* em meio a uma reserva de animais selvagens, dentro do parque *Treetops*, no Quênia, África. Ali há uma percepção inusitada para o hóspede que pode “caminhar” entre a copa das árvores, bem como observar as aves selvagens que se aproximam para beber água em virtude de um grande lago junto aos hóspedes (WALKER, 2002).

A oferta de serviços e lojas também pode conferir um fator emotivo dentro do hotel: o consumo pode conferir distinção social e passa a ser um comportamento entre as ações praticadas em um meio de hospedagem (LEHN, 2004).

Uma categoria que vem se sistematizando com o tempo são os chamados “hotéis boutique”, provavelmente termo criado pelo empresário americano Ian Scharager. Eles integram diversos signos de emoção através do espaço: poucos quartos, decoração preciosa e projeto arquitetônico assinado por um arquiteto de renome internacional (PETROCCHI, 2002).

Até mesmo o desenho e escolha do mobiliário de um hotel têm funções identitárias para com a arquitetura do hotel, a região em que está localizado e sua época de construção (ANDRADE; BRITO; JORGE; 2000); além do signo de exclusividade para com o hotel, o mobiliário pode remeter à lembrança de experiências pretéritas e assim ocasionar um valor emotivo.

Outra condição que se pode evidenciar em serviços e espaços de hotéis é a introdução de animais como fator de fruição; assim, por exemplo, pode-se elencar o *Jefferson-Sheraton Hotel* inaugurado em 1895, o qual possuía jacarés que mergulhavam vez por outra em lagoas decorativas (DONZEL, 1989). O *Hotel Peabody* colocou em 1930 patos que seguiam para lagoas artificiais acompanhados por música e sobre um tapete vermelho (DONZEL, 1989), ou o voo de patos em muitos hotéis da Disney, com o intuito de entretenimento por todo o período do dia para o norte-americano em férias.

Considerações finais

Tanto na ideia de “reprodução do lar” como na do “além do home way from home” há uma preocupação com a ação hoteleira. Pode-se sintetizar uma nova fase atual da hotelaria pelos signos dos espaços como interatividade e capaz de despertar estímulos – daí então o valor emotivo.

Fato é que os hotéis contemporâneos conseguem ofertar uma gama de programas arquitetônicos, funções, usos e serviços que não só são privilégios para turistas, mas também para cidadãos (SPOLON, 2011). Mesmo porque, ao se inserir na malha urbana, o edifício hoteleiro interfere na morfologia, uso e função da estrutura da cidade (SPOLON, 2011). Por isso, o ingrediente emotivo que vem sendo enfatizado nas arquiteturas de meios de hospedagem pode ser um referencial para a arquitetura civil dos moradores e da cidade, haja vista uma diversidade de tipologias e classificações de meios de hospedagem, que por vezes se confundem entre si, e até se confundem com habitações próprias dos cidadãos. Para Polizel (2006), o fato de se querer classificar os meios de hospedagem é um signo que denota o compromisso que o hotel tem em oferecer hospitalidade, uma vez que tal classificação pode indiciar as condições dos espaços e serviços que serão ofertados.

De sorte que, à guisa de uma conclusão, a arquitetura contemporânea, em sua generalidade, pode se apoiar em exemplificações da arquitetura hoteleira, como que um trocadilho de home way from home para hotel way from home.

Deve-se verificar ainda que o fator empírico da hotelaria é que tem demonstrado seu papel para a construção de categorias de análise para a própria arquitetura contemporânea, uma vez que “Em termos conceituais, há pouca coisa publicada [...]” (SPOLON, 2011). Se a hotelaria então inclui valores de hospitalidade, há, então, um novo desdobramento para se pensar em outras categorias de hospitalidade a partir dos fenômenos empíricos da arquitetura hoteleira contemporânea – uma hospitalidade que “provoca” a mente e é capaz de instigar associações e cognições por meio da linguagem do espaço, da interação social e dos novos equipamentos de uma era eletroeletrônica. A hospitalidade passa então não só a um valor por seus signos de conforto, bem-estar, deleite e ócio recreativo, mas inclui agora um ócio “criativo” (nos termos de Domenico de Masi) e ativador de exercícios da e com a mente.

O Turismo então deve reconhecer o valor da hotelaria como dado intrínseco: só há turismo se houver o deslocamento do indivíduo, e muito provavelmente o meio de hospedagem como suporte para tanto – e eis que tal hotelaria hoje passou a ser também não somente suporte para o destino, mas, em muitos casos, o próprio destino. A viagem e o escapismo como “sonho” onde o hotel é parte dele.

Referências

CASTELLI, G. **Excelência em Hotelaria: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 2000.

CHON, K. S. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CONHEÇA os **hotéis mais esquisitos e curiosos do mundo**. 2013. Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/fotos/entretenimento/2013/12/16/conheca-os-hoteis-mais-esquisitos-e-curiosos-do-mundo.htm?fotoNav=1#fotoNav=69>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

CONHEÇA piscinas incríveis. 2014. Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/fotos/entretenimento/2014/05/19/conheca-piscinas-incriveis.htm?fotoNav=1#fotoNav=1>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

DIAS, C. M. de M. **Home away from home.** Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação. Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 1990.

_____. (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas.** Barueri: Manole, 2002.

DONZEL, C. **Grand American Hotels.** New York: The Vendomi Press, 1989.

EXTREMES Hotels. Antwerp: Tectum Publishers, 2007.

KOGA, É. S. **Empreendimentos hoteleiros dentro de unidades de conservação.** Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Turismo e Hotelaria da Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 2002.

LEHN, S. **A fruição do lazer em resorts: aspectos simbólicos imaginários que possibilitam e mantêm a modalidade de prestação de serviços.** Dissertação (Mestrado) – Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, SC, 2004.

OTTO, G. **A nova era da arquitetura e decoração dos hotéis.** Disponível em: <<http://www.hloft.com.br/nova-era-da-arquitetura-e-decoracao-dos-hoteis/>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

PETROCCHI, M. **Hotelaria: planejamento e gestão.** São Paulo: Futura, 2002.

POLIZEL, H. H. **Sistema de classificação de meios de hospedagem por qualidade: um estudo exploratório descritivo.** Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi-Morumbi (UAM). São Paulo, 2006.

PRESÍDIO vira hotel de luxo na Holanda: hóspedes dormem nas celas. 2013. Disponível em: <<https://arcoweb.com.br/noticias/noticias/presidio-vira-hotel-luxo-holanda-hospedes-dormem-nas-celas>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

SPOLON, A. P. G. **Hotelaria, Cidade e Capital.** Tese (Doutorado) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) da Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 2011.

SYKES, A. K. (Org.). **O campo ampliado da arquitetura: antologia teórica 1993-2009.** São Paulo: Cosac Naify, 2013.

WADA, E. K. Reflexões de uma aprendiz da hospitalidade. In: DENCKER, A. de F. M.; BUENO, M. S. (Org.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

WALKER, J. R. **Introdução à Hospitalidade.** Barueri: Manole, 2002.

YÁZIGI, E. **A pequena hotelaria e o entorno municipal: guia de montagem e administração.** São Paulo: Contexto, 2000.

La gestión de la equidad y la cooperación Técnica para a reclasificación da oferta de interés turístico-cultural y la creación del cluster en Montevideo, Uruguay

Gestão do patrimônio e cooperação técnica na requalificação da oferta de interesse turístico-cultural e a criação do cluster em Montevideu, Uruguai

Heritage management and technical cooperation in the requalification of the touristic-cultural interest offer and the cluster creation in Montevideo, Uruguay

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1053>

Mary Sandra Guerra Ashton <marysga@feevale.br>

Universidade Feevale (Feevale), Novo Hamburgo, RS, Brasil.

Edegar Luis Tomazzoni <eltomazzoni@usp.br>

Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil.

Rossana Campodónico <campodon@gmail.com>

Universidad de La República (Udelar), Montevideo, Uruguay.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 25-jun-2015

Aceite: 16-dez-2016

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

ASHTON, M. S. G.; TOMAZZONI, E. L.; CAMPODÓNICO, R. La gestión de la equidad y la cooperación Técnica para a reclasificación da oferta de interés turístico-cultural y la creación del cluster en Montevideo, Uruguay. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 58-72, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar el caso de Montevideo, en la gestión de sus activos y la formación del cluster de turismo cultural en 2008 para reclasificación de la oferta de interés turístico-cultural, desde la creación del conglomerado turístico, con base en el marco teórico de la equidad y el turismo cultural, mirando a la cooperación potencial y técnica de las oportunidades de la capital uruguaya. Fue adoptado el método descriptivo y interpretativo y el estudio de caso con un enfoque cualitativo. Inicialmente, trata-se de comprender la importancia de la gestión del patrimonio cultural de Montevideo para el turismo, contextualizada en las actividades de cooperación técnica de Montevideo. Entre los resultados, se espera obtener y proporcionar elementos conceptuales y metodológicos que podrían ser útiles para futuros análisis de la restauración de la oferta de cooperación cultural y técnica, poniéndolos a disposición de la comunidad académica y científica, para los gestores municipales y las empresas.

Palavras-chave: Turismo y Gestión. Cooperación Técnica. Patrimonio. Montevideo.

ABSTRACT

This work aims to analyze the Montevideo case in the management of its heritage and creation of the cultural tourism cluster in 2008, from the cultural assets offer requalification of observed touristic interest, since the tourism conglomerate creation. This analysis is based on the theoretical framework addressing heritage and cultural tourism, contemplating the potentialities and opportunities of the Uruguayan capital technical cooperation. It was adopted the descriptive-interpretative method and a case study with qualitative approach. Initially, it was aimed to understand the importance of Montevideo's cultural heritage management for tourism, contextualized in its technical cooperation actions. Among the results, it is expected to obtain and make available conceptual and methodological elements that may be useful for future analyzes that involve the requalification of the cultural assets offer and technical cooperation, making them available to the academic-scientific community, as well as to municipal and business managers.

Keywords: Tourism and Management. Technical Cooperation. Heritage. Montevideo.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal analisar o caso de Montevideu na gestão do seu patrimônio e formação do cluster de turismo cultural, em 2008, a partir da requalificação da oferta de bens culturais de interesse turístico, observado com a criação do conglomerado de turismo, com base no referencial teórico de patrimônio e turismo cultural, contemplando as potencialidades e as oportunidades de cooperação técnica da capital uruguia. Adotou-se o método descritivo-interpretativo e o estudo de caso com abordagem qualitativa. Inicialmente, buscou-se compreender a importância da gestão do patrimônio cultural da capital para o turismo, contextualizado nas ações de cooperação técnica de Montevideu. Entre os resultados, obtiveram-se elementos conceituais e metodológicos que possam ser úteis para futuras análises que envolvem a requalificação da oferta de bens culturais e a cooperação técnica, disponibilizando-as para a comunidade acadêmico-científica, para gestores municipais e empresariais.

Palavras chave: Turismo e Gestão. Cooperação Técnica. Patrimônio. Montevideu.

Introducción

Actualmente las ciudades representan 80% de la población mundial, imponiendo nuevas reglas de convivencia y nuevos acuerdos de producción, así como los nuevos conceptos de organización y desarrollo del espacio cultural de la ciudad y su relación con el factor económico y la calidad de vida. La evolución y transformación de los espacios urbanos a través del tiempo y la urgencia de entenderlos como los principales entornos culturales para la vida de la población con calidad y oportunidades, así como la gestión para el desarrollo y el uso adecuado de la propiedad, se encuentran entre las motivaciones de esta investigación.

El estudio incluye que las ciudades es un terreno fértil para el turismo, ya que contiene la historia y la cultura de su pueblo, de su conocimiento cotidiano y prácticas inscritos en la vida cotidiana de cada uno y la formación de sus activos. Aún así, relaciona objetivos políticos, económicos, socio-culturales y ambientales de una red de interrelaciones relativas a la sociedad, ya que están directamente vinculados a las actividades realizadas por sus ciudadanos.

Debido a las ciudades seren destinos y espacios propicios para el turismo, constituyen virtuoso proceso cíclico de la cultura, en cuyo entornos culturales, económicos, políticos, sociales y tecnológicos se generan condiciones de bienestar, calidad de vida y de hospitalidad, que son condiciones para el desarrollo socioeconómico con necesidad de gestión. Turismo en estos entornos urbanos, ofrece ejemplos de experiencias y de acciones exitosas que constituyen el conocimiento para ser socializados con otras ciudades opotencialmente destinos culturales turísticos.

En este sentido, la estrategia de proporcionar conocimientos en ciudades turísticas es la cooperación técnica, orientado al desarrollo socio-económico a través de la mejora y del uso adecuado del patrimonio local. La cooperación técnica, especialmente a nivel internacional, entre países, se lleva a cabo sobre la base de la producción y de la aplicación de conocimientos a través de materiales de enseñanza, consultoría especializada, flujo de información, intercambios profesionales y tecnológicos y capacidades interrelacionadas.

A partir del marco común para la comprensión conceptual del patrimonio y el turismo cultural con el marco teórico de la cooperación técnica, la ciudad de Montevideo es el contexto del estudio en este artículo. Sus ventajas competitivas como el capital del Mercosur, se intensifican con la creación del conglomerado de turismo cultural en 2008. Factores como la prestación de servicios y atracciones turísticas, el patrimonio histórico y cultural y la creación del cluster de turismo cultural como estrategia de aumento de su desarrollo socioeconómico se analizan en este estudio.

Metodología

Fue adoptado el método descriptivo-explicativo y el estudio de caso con un enfoque cualitativo. Los procedimientos de campo incluyen el análisis de contenido del proyecto del cluster del turismo cultural de Montevideo, archivos de informes de actividad de investigación de las organizaciones públicas y privadas de la capital y de los actores turísticos de Uruguay y la observación directa del entorno turístico creativo de la ciudad.

El enfoque metodológico consiste en la identificación de: 1) los principales aspectos históricos, culturales y turísticos de Montevideo; 2) la cooperación técnica entre la capital uruguaya y otras ciudades, instituciones o países para la planificación y la gestión y el desarrollo del proyecto del cluster de turismo cultural; 3) el potencial y las oportunidades de cooperación técnica en materia de turismo, en la actualización de turismo en Montevideo.

Turismo, Patrimonio y la Cultura de la Creatividad

La Cultura es “un mecanismo que integra el individuo a un conjunto de prácticas, costumbres, representaciones constitutivos de su entorno social” (MAFFESOLI, 1996, p. 326). Es inherente al ser humano, está presente desde el nacimiento y la voluntad la mejora de toda la vida, por lo que no es estática. Para Morin (1998) una cultura produce y reproduce modos de conocimiento entre los hombres y fortalece creencias. Burns (2002, p.75) explica la cultura como un conjunto complejo de elementos que comprenden “los conocimientos adquiridos, las creencias, el arte, la ley moral, la ley y las costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre”.

En este contexto, se consideran dos tipos de cultura: la cultura material – se refiere a los aspectos físicos de la vida cotidiana, hogar, lugar de trabajo, ropa, comida, transporte y materias primas; y la cultura inmaterial – a entender las maneras de utilizar los objetos, costumbres, creencias, filosofías, los gobiernos y los estándares de comunicación (BURNS, 2002). Se basa en el vínculo entre el pasado y el presente, el contacto de los que viven con el legado y las tradiciones que fueron influenciados por la dinámica del tiempo, sino que permanecen con las formas de expresión que revela el conocimiento y hacer de cada comunidad (MAFFESOLI, 1996). De la cultura de la gente se puede identificar su patrimonio cultural. El patrimonio cultural inmaterial se define por la UNESCO como la parte de renta variable de la manifestación de las personas. Incluye las tradiciones, las costumbres, el folclore, los idiomas de las partes, entre otros.

El patrimonio cultural inmaterial es transmitido de generación en generación y recreado constantemente por las comunidades debido a su entorno, la interacción con la naturaleza o la historia, crea una continuidad que identifica a cierta población (ASHTON, 2006). Son manifestaciones que respeten la formación de la sociedad y de entender los conocimientos y acciones de una población. El patrimonio es un legado, una herencia y debe preservarse mediante la adopción de una política cultural que se ocupa de la memoria, la recuperación y la preservación de los bienes y sus referencias culturales.

El turismo cultural, a su vez, abre perspectivas de recuperación y revitalización de la propiedad, el renacimiento de las tradiciones, el redescubrimiento de los bienes culturales a menudo amortiguada por la condición de la sociedad posmoderna (COSTA, 2009). El turismo cultural está motivado por la búsqueda de información, nuevos conocimientos, la interacción con otras personas, comunidades y lugares, las costumbres, la tradición y la identidad cultural (SEGALA, 2003). Las cosas del conocimiento del hombre son la oferta cultural, por lo que el turismo cultural tiene como objetivo conocer la bienes inmateriales y materiales producidos por el hombre, conocer algún aspecto de la cultura humana, que busca satisfacer el deseo de emociones artísticas e información culturales (BARRETTO, 2003).

Para Barretto (2006), el turismo cultural tiene como objetivo destacar los logros humanos: la experiencia, la información obtenida en las experiencias de los turistas, la vinculación de la cultura de la comunidad local con el viajero/turista. Hay una interacción entre el lugar visitado y los que lo visitan. Se centra en la realización de los viajes motivados por el interés en la oferta cultural del destino.

Por lo tanto, Barretto (2006), señala que la práctica del turismo cultural tiene como objetivo enriquecer la personalidad humana a través de información, conocimientos y contactos que vienen de las experiencias del viaje, consolidado a través del contacto con el patrimonio. Es la prueba más clara de la existencia de vínculos con el pasado antes de la necesidad social del hombre a experimentar una sensación de continuidad en el tiempo y la identificación con una cierta tradición (ASHTON, 2006).

Identifica así la cultura de un pueblo, a través de la continuación y la preservación del patrimonio de la empresa, a través del desarrollo de políticas públicas para su gestión. Los elementos culturales del pueblo son responsables por la atracción de los flujos turísticos y constituye uno de los ejes del turismo cultural, así como el valor universal de intercambio humano y la interacción entre las culturas, costumbres y hábitos diferentes (SEGALA, 2003).

El turismo creativo a su vez debe proporcionar una experiencia de viaje más auténtica y significativa de la vida cotidiana, de la vida de cada día de la comunidad receptora. Además, para proporcionar el desarrollo y aprendizaje del personal, es necesaria la participación activa del individuo en la experiencia turística, con la comunidad de acogida. Turismo creativo promueve el vivir como el sitio, que es parte de la vida local y crea algo juntos (co-creación), un diálogo que desarrolla la capacidad de los locales, lo que es intangible e inimitable (RICHARDS, 2013).

Como afirma Richards (2013), el turismo creativo se basa en el consumo de experiencia de creación que implica una participación activa y la participación de los consumidores en su producción. Se trata de un cambio de valores en la producción y el consumo del turismo, la experiencia hegemónica de una vida cultural local. Por lo tanto, la cultura cotidiana del lugar, lo que es la propia comunidad es el combustible para el turismo creativo. Entre los ejemplos de turismo creativo citados por Richards (2013) es el tango en la calle Buenos Aires, la integración de las ideas de Gaudí en Barcelona, la esencia relacionada con la comida en Tailandia, moda y el diseño en Milán, por último, el conocimiento colectivo que conecta a las personas, generando más ambiente para la creatividad que puede reflejar en más calidad de vida y más experiencia.

Para Reis y Kageyama (2011, p. 51), el turismo merece una mención especial, ya que “la presencia de turistas aumenta la autoestima en relación con el medio ambiente de la ciudad y por lo tanto buscamos conocer y calificarlo para nosotros los residentes y visitantes “lo que genera también un aumento de las oportunidades de empleo e ingresos, por lo que los beneficios para la comunidad de acogida.

Para Duarte (2011), el consumo revela lo que las personas son, valores, ideologías políticas o lazos emocionales. Por lo tanto, subrayamos el valor añadido para el consumidor. La creatividad de intangible genera valor adicional, por lo que el consumidor como protagonista de sus decisiones de consumo y de la identidad cultural que le da un carácter único a los bienes y servicios, es el principal factor decisivo.

En este contexto, la producción y el consumo de bienes y servicios de interés para el turismo se dan en el espacio social modificado y comprenden el conjunto de elementos materiales transformados por las prácticas económicas, apropiado para las políticas y prácticas establecidas en el significado de las prácticas sociales, culturales e ideológicas.

Como afirma Reis (2012), la producción y consumo de bienes y servicios de interés turístico promover el desarrollo basado en la cultura y no puede cumplir con cualquier modelo importado. Debe producir para los residentes y visitantes en un estado permanente de innovación, repensar en vivo culturales ciudad, proponiendo nuevos usos del patrimonio y el diálogo con sus habitantes.

Las ciudades que invierten en las prácticas de gestión que implican su capital en busca de la competitividad económica y la calidad de la vida urbana, vienen con una ventaja competitiva, la producción de productos y servicios con nuevas propuestas y ofrecer nuevas vocaciones a los destinos ciudades. Se enfrentan a nuevos retos, incluida la formación de mano de obra calificada, la participación de la sociedad civil en el proceso de producción, el disfrute de los bienes y el consumo de estos bienes.

Cooperación técnica

La cooperación técnica internacional es una de las modalidades de cooperación para el desarrollo, junto con la cooperación financiera, la ayuda humanitaria, la cooperación científica y tecnológica y la ayuda alimentaria. La cooperación técnica horizontal contextualiza en las relaciones entre los países en desarrollo, y la cooperación técnica vertical, incluye las relaciones entre los países desarrollados y en desarrollo.

El concepto y la metodología de la cooperación técnica fueron establecidos por las Naciones Unidas con el fin de promover el desarrollo socio-económico. Su ámbito de aplicación es el fortalecimiento de las instituciones para la transferencia de conocimientos y tecnología. Para la Agencia Brasileña de Cooperación (ABC) del Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil, el objetivo de la cooperación técnica internacional (CTI) es contribuir al desarrollo socioeconómico.

La cooperación horizontal fortalece las relaciones y los vínculos políticos y económicos más estrechos de los países. La cooperación recibida del extranjero es la interiorización de la experiencia técnica proporcionada por las organizaciones internacionales (cooperación multilateral) y los países desarrollados (cooperación bilateral), en la vista de acelerar el proceso de desarrollo nacional.

El buen gobierno, la propiedad local, la asociación y la sostenibilidad se han convertido en las directrices fundamentales de la nueva concepción de la cooperación técnica internacional. En este sentido, aunque con cierto sesgo de la verticalidad y la asimetría, se destacó la cooperación técnica entre los países en desarrollo (CTPD) en el contexto de horizontales relaciones Sur-Sur (BERG, 1993; LOPES, 2005).

Para Souza (2011, p. 76), “hay relativamente pocos estudios empíricos disponibles sobre la cooperación para el desarrollo Sur-Sur”. No existen datos fiables sobre los orígenes y destinos de los recursos; o tenemos marco conceptual mínimamente aceptamos que nos permiten establecer criterios para distinguir la cooperación (o ayuda) para el desarrollo de otros tipos de cooperación, como los militares, y los préstamos, las exportaciones de servicios o la inversión extranjera directa. (SOUZA, 2011).

Para el desarrollo socio-económico, la libertad de elección y la participación ciudadana en los procesos de decisiones destinos sociales e institucionales son determinantes. (SEN, 2000). La participación popular y la democratización del acceso a las oportunidades y los beneficios del crecimiento económico para permitir que por medio de la educación y la formación para la acción, basado en una idea de los desafíos de la transformación de la realidad. (BARQUERO, 2001).

Además de los aspectos educativos, formadores, desarrollo humanístico y socio-cultural, la defensa de la independencia de las sociedades subdesarrolladas mediante la industrialización y exportación es el marco teórico de diversos autores clásicos de la economía. (FURTADO, 2005). Para el economista argentino Raúl Prebisch (1949), autor de la teoría de la CEPAL y uno de los creadores de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el deterioro de los términos de intercambio, es decir, la pérdida de

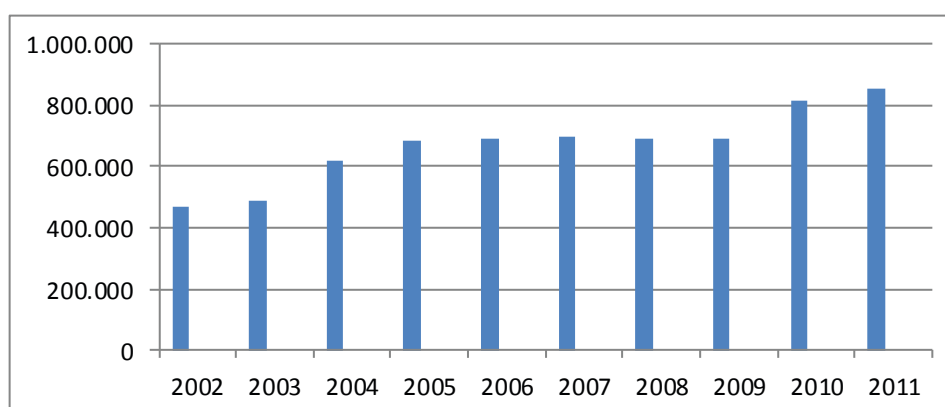
poder adquisitivo los países desarrollo debido a la devaluación de sus productos agrexportáveis relativa a las importaciones encareciemnto condenan la tercera explotación mundial y el retroceso.

Por esta razón, es fundamental la cooperación técnica entre las ciudades creativas en varios países. Las ciudades creativas cuyo turismo es la actividad económica representante, tanto en continentes desarrollados, como en América Latina, pueden cooperar técnicamente para el desarrollo turístico, basado en diversas teorías económicas, como la teoría de la CEPAL.

Caso Montevideo: la historia y el turismo

Montevideo es la capital y ciudad más grande de la República Oriental del Uruguay, con una población de 1.319.108 habitantes¹, es la sede administrativa del Mercosur y de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Se destaca por un urbanismo abierto, con amplios espacios verdes, y diversos atractivos históricos, patrimoniales y culturales. Desde el punto de vista turístico, es el principal destino de visitantes al país según datos del Ministerio de Turismo y Deporte².

Gráfico 1 – Visitantes ingresados a Uruguay Destino principal del viaje: Montevideo 2002-11



Fuente: MINTUR – Uruguay, Anuario 2012

Se puede considerar que el turismo en Uruguay tiene su origen en la ciudad de Montevideo, de esta manera en las primeras décadas del siglo XX, los proyectos turísticos se concentraron mayoritariamente en esta ciudad. Y así fue concebido desde el Estado – tanto nacional y municipal – siendo el Presidente José Batlle y Ordóñez³ quien concibió el fomento del turismo como industria en la cual confiaba en sus posibilidades y promovía la inversión. De esta manera, se le empezó a conocer como Montevideo ciudad-balneario.

En 1930, Uruguay conmemoraba el centenario del inicio de su vida independiente y ya la ciudad capital había adquirido una fisonomía moderna. La celebración del primer campeonato mundial de fútbol en ese año proyectaba al país a nivel internacional.

Así el predominio de Montevideo en relación al turismo era indiscutido, los 22 km de costa a los cuales los gobiernos departamentales, o el central, le habían aportado una buena infraestructura en materia de

¹ Datos censales 2011 en www.ine.gub.uy

² En adelante MINTUR

³ Fue presidente de la República en dos periodos 1903-07 y 1911-15

calles pavimentadas, plazas, playas y parques así como los majestuosos hoteles como el Parque Hotel (1909) o el hotel Carrasco (1921), ambos con casinos, aumentaron los atractivos y hacían que se la catalogara como la capital del verano.

Si uno se pregunta ¿qué ofrecía la ciudad, cuáles eran los atractivos y cuáles los lugares de recreación en la primera mitad del siglo XX? Las respuestas se pueden encontrar en un artículo denominado Montevideo, ciudad de turismo de 1953 escrito por Alfredo M. Ferreiro quien sostenía que Montevideo tiene algo más que la playa; poseía una gama de posibilidades para los residentes ya fuese nacional o turista.

Desde la década de los treinta, la revista Turismo en el Uruguay, órgano oficial de la Comisión Nacional de Turismo publicaba una agenda de eventos compuesta por la más variada oferta pero donde el principal énfasis era puesto en el carnaval en sus diferentes modalidades, los espectáculos de fuegos artificiales y los del teatro de verano, las fiestas sociales, la doma de potros o criollas y las carreras de caballos. A su vez, los cafés, clubs y hoteles animaban la noche montevideana ofreciendo la oportunidad de bailar tango, ritmo que se consideraba de aceptación rioplatense. Como ha sostenido Da Cunha et al. (2012).

El carnaval era – y sigue siendo – uno de los principales atractivos que tenía Montevideo. Este es sin duda uno de los componentes de la identidad uruguaya ya que surge en toda la ciudad, en cada barrio, y además atraviesa todas las clases sociales. “Todo lo cual permite que se mantenga como uno de los rasgos distintivos de la imagen de Montevideo en su condición de ciudad de turismo, y a la vez, es parte de la imagen en lo que hace a su permanencia y renovación” (DA CUNHA et al., 2012, p.127).

Montevideo representaba a la perfección la idea de turismo dada su centralidad que se basaba en su conexión con otras zonas del país y de la región –dada su situación intermedia entre Buenos Aires y San Pablo – lo cual era facilitado por la concentración de vías de comunicación y de transporte.

Entonces, partiendo de esa centralidad, a mediados de la década del treinta y siguientes, los balnearios se extienden perladamente desde Montevideo. Este hacia la frontera con Brasil y van adquiriendo predominio el turismo de sol y playa, que se simboliza en la paradigmática Punta del Este. Es en este contexto, la imagen de Montevideo comienza a posicionarse ahora más referida al turismo cultural y al urbano donde podrán en valor sus tradicionales recursos turísticos.

Esto se mantiene en la actualidad entonces es justo pensar ¿cómo se ha dado este proceso importante para el país? ¿Cómo comienza a conceptualizarse la idea de Uruguay país turístico? Lo que implicará poner en valor nuevas regiones del territorio al turismo.

Luego de la institucionalización del turismo a partir de la labor desarrollada por la CNdT –fundamentalmente en las décadas del 1930 y 1940 – se puede observar que en las dos décadas siguientes, las políticas turísticas se desaceleraron dado el contexto del país y de la región. En este período, se debe destacar el impulso dado a la Comisión de Inversiones y Desarrollo Económico (CIDE) que en 1962 tuvo la función de evaluar la situación del país que posibilitara acceder a una mejor información para diseñar planes de desarrollo y dentro de este, también el turístico.

El informe de la CIDE señala dos componentes claros en la importancia del turismo para el país, en primer lugar como actividad económica sobre la cual expresa que “[...] es un fenómeno de origen reciente que dinamiza la actividad de otros sectores y en cuanto es externa aporta divisas al país.” (CIDE, 1965, p. 1). En segundo término como actividad social pues “[...] constituye un instrumento de intercambio cultural que favorece el mejor conocimiento de los distintos grupos humanos.” (CIDE, 1965, p. 1) Otro elemento que es sumamente importante de este informe es que ya plantea como aspiración a lograr “[...] la

coordinación y complementación de los instrumentos a utilizar en los sectores público y privado.” (CIDE, 1965, p. 11) Esto refiere a lo planteado sobre las políticas turísticas y como de la articulación entre ambos sectores se plasmaran los objetivos esenciales para el desarrollo turístico.

Esto provocará a partir de la década del 1970 que se realicen diversos estudios mediante el sistema de consultorías que buscaban lograr una estrategia de desarrollo. Así por ejemplo, en 1972 se presentó el Informe preparado por Clemente-Smith Inc. el cual marca un rumbo con respecto al futuro de Montevideo. Este informe parte de las prioridades del Gobierno en materia turística que eran: 1) La costa Norte del Atlántico entre Castillos y Chuy; 2) Montevideo y Punta del Este; 3) Colonia y 4) La zona de los baños termales.

Sin embargo, los consultores entienden que las prioridades deben ser revisadas y centrar las futuras estrategias en la prioridad N°2 dado que se consideraba que: “[...] tiene comodidades y medios de alojamiento en el área de Prioridad N° 2 (Montevideo-Punta del Este) y estas ventajas no se usan debidamente. Por lo tanto, a menos que el Uruguay pueda atraer una gran cantidad de financiación excepcional [...] sería mejor promover la prioridad N° 2 a la posición N°1 [...]” (CLEMENT-SMITH INC, 1972, p.120-121).

Esto es ratificado posteriormente en 1978 por un informe realizado por CICATUR –OEA el cual sostiene que: “En el análisis de la oferta se identificaron tres zonas, Colonia, Termas y Montevideo, cuyo potencial turístico no estaba evaluado y sobre los que por lo tanto existían expectativas no fundamentadas en el conocimiento sistematizado” (CICATUR-OEA, 1978, p. 309).

Estos antecedentes son fundamentales para las políticas y/o acciones llevadas a cabo en las décadas siguientes por la Intendencia Departamental así como por el Ministerio de Turismo – creado en 1986 – y que aportará a los criterios de actualidad que tiene la ciudad dentro del contexto nacional.

Si bien el gobierno departamental de Montevideo desde comienzos del siglo XX tiene una activa y protagónica participación en las definiciones turísticas de la ciudad a comienzos del siglo XXI aparecen nuevas figuras organizativas que acompañan los nuevos tiempos: la Corporación Turística de Montevideo y el Conglomerado Turístico de Montevideo (2013).

De acuerdo a lo sostenido por Claudio Quintana⁴: En la década de los noventa y principios del 2000 a raíz de la crisis de la desindustrialización de las economías urbanas y del fracaso de las políticas neoliberales aplicadas en nuestro país, en Montevideo se volvió la mirada al turismo como fórmula de regeneración socioeconómica urbana. El desarrollo urbano y el turismo como a principios de siglo, nuevamente eran complementarios, pero ahora en otro ámbito territorial de Montevideo. Se generó un nuevo impulso de la política pública municipal creando la Corporación Turística de Montevideo (primer antecedente de institucionalidad pública- privada en Montevideo y de planificación turística con criterios científicos), se realizaron inversiones públicas en equipamientos e infraestructuras en la Ciudad Vieja y la activación patrimonial del Tango y el Candombe que concluyeron en el 2009 con la declaración de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en una estrategia compartida entre Montevideo y Buenos Aires ante la UNESCO (QUINTANA, 2014).

En cuanto a la Corporación Turística de Montevideo, ésta fue creada en 2001 bajo la forma de una comisión asesora municipal y sus funciones básicas eran las siguientes: a) elaborar la política turística de Montevideo; b) promover el desarrollo de la oferta turística, recreativa y cultural; c) promover iniciativas legales y administrativas para el desarrollo turístico; d) promover y organizar campañas de promoción y difusión; y e) coordinar actividades y promover el intercambio entre el sector público y el sector privado.

⁴ Licenciado en Turismo, exDirector de Turismo de la Intendencia departamental de Paysandú y de la Intendencia departamental de Montevideo.

Se le otorga una estructura organizacional con un órgano ejecutivo y un plenario, contemplando la participación intersectorial al quedar incorporadas la Intendencia Municipal, el Ministerio de Turismo, los actores privados vinculados directa o indirectamente a la actividad y la Universidad de la República. Es decir, el plenario estaba integrado por organizaciones públicas y privadas vinculadas estrechamente con la producción turística de la ciudad y el departamento. Éste, a su vez, organizaba distintos grupos de trabajo temáticos, donde participan tanto organizaciones como personas, integrados para elaborar y ejecutar los proyectos.

La Corporación Turística de Montevideo buscó favorecer el desarrollo del sistema mediante la planificación y promoviendo la asociación y la cooperación entre los distintos actores. A vía de ejemplo, en su plan de 2003 tuvo como fin el desarrollo turístico de Montevideo, mediante una explotación integral y sustentable de los recursos provenientes del ambiente natural, el patrimonio cultural y el capital social de Montevideo.

El ex Director de Turismo de la Intendencia de Montevideo, Sr. Fernando González manifestó en una entrevista de prensa que la Corporación Turística de Montevideo: Evolucionó buscando su formato ideal hasta lo que hoy se consolidó, el Conglomerado de Turismo de Montevideo, que se amparó desde un principio en un programa financiado por el BID [Banco Interamericano de Desarrollo] pero ya tiene vida propia como asociación civil de privados con participación del Ministerio y la Intendencia⁵.

Esto es ratificado por el actual Director de Turismo de la comuna, Sr. Rafael Unanian, quien en un desayuno de trabajo del Conglomerado en 2013 manifestó la importancia del espíritu de integración público-privada que ha promovido el gobierno nacional y el gobierno departamental desde la creación del Conglomerado de Turismo de Montevideo. Remarcó la continuidad de esta política de articulación que ya lleva más de cinco años y que tiene sus antecedentes en la Corporación Turística de Montevideo, creada en 2001 en el marco de la Intendencia.

El Conglomerado de Turismo surge en 2008, en base a los diagnósticos realizados mediante el Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas productivas Préstamo 1763 / OC-UR.

De este modo se conforma una nueva alianza estratégica de carácter público-privada, en la cual se define un plan estratégico para Montevideo y se plantean líneas de acción para la ejecución del mismo. Se define como. “es un espacio de encuentro, coordinación, planificación y ejecución de acciones estratégicas, entre actores públicos y privados organizados, con el objetivo de mejorar la competitividad turística de la ciudad”⁶.

De esta manera, los ejes principales sobre los que trabaja son la planificación y la articulación de todo lo que conlleva ese proceso de coordinación entre los diferentes sectores involucrados de forma directa o indirecta en la actividad turística.

La visión que se planteó en el diagnóstico original condice con ello: “Ser el destino de referencia del Río de la Plata para el turismo de negocios y short-breaks, a partir de la puesta en valor de la oferta cultural y de ocio del destino y de sus valores en alza como la seguridad y la hospitalidad de la gente; ofreciendo un portafolio de turismo diversificado para satisfacer al mercado de demanda regional e internacional, potenciado a partir de los visitantes uruguayos residentes en el exterior”⁷.

5 Entrevista realizada por La Diaria el 11.5.2010 en <http://ladiaria.com.uy/articulo/2010/5/montevideo-turistico/>

6 Dossier institucional del Conglomerado

7 Turismo en Montevideo – Plan de Refuerzo de la Competitividad (PRC)

La actividad del conglomerado está enfocada en el fortalecimiento continuo de cuatro pilares, estos son: la planificación estratégica, el cofinanciamiento, la coordinación técnica y la articulación de todos los sectores. Se trabaja en función de un plan estratégico presentado ante públicos y privados en 2009 denominado “Plan de refuerzo de la competitividad”, del Conglomerado de Turismo de Montevideo. El cual sobre la base de una metodología de análisis estratégico y participativo pretende el desarrollo de un proceso de cambio y dinamización de conglomerados productivos.

El ex Presidente del Conglomerado, Cr. Federico Celsi cuando se lo consultó sobre cómo surgió la idea de este emprendimiento afirma que se presentaron a una convocatoria de Dirección de Proyectos de Desarrollo del Estado (DIPRODE), quien tuvo la iniciativa fue la Dirección de Turismo de la Intendencia de Montevideo y que existían distintas propuestas a ser financiadas pero finalmente se obtuvo el financiamiento de unos U\$S 500.000 que se pueden destinar a actividades turísticas. A su entender esto representa algo más que el dinero consideró que fue “(...) la oportunidad histórica que tiene Montevideo de trabajar todos juntos, los empresarios y las estructuras públicas, para mirar a Uruguay a largo plazo y no constantemente pensar en medidas cortoplacistas.”⁸ En la misma entrevista el ex Coordinador del Conglomerado, Oscar Iroldi, sostiene que en los talleres realizados por la consultora: “(...) todos definieron a Montevideo con un ítem muy valorado que es la gran oferta cultural y de ocio que tiene la ciudad, que nos posiciona dentro de las grandes capitales que ofertan esto en América Latina y en el mundo. Ahí hay una línea estratégica.”⁹

En cuanto a la percepción de lo realizado por parte del sector público, la Intendenta de Montevideo, Prof. Ana Olivera, expresó que se “está culminando con un año excepcional marcado por la celebración de Montevideo Capital Iberoamericana de la Cultura 2013. Esta designación posicionó a Montevideo de otra manera frente al mundo”¹⁰. También señaló la importancia de la reinauguración del Hotel Carrasco y del Mercado Agrícola, así como de la presencia de las grandes cadenas hoteleras internacionales que se están instalando en la ciudad.

Quadro 1 – La estructura actual del Conglomerado es la siguiente:



Fuente: Turismo en Montevideo – Plan de Refuerzo de la Competitividad (PRC)

⁸ Fuente: Turismo en Montevideo – Plan de Refuerzo de la Competitividad (PRC)

⁹ Ibíd

¹⁰ En <http://www.uruguaynatural.com/>

Como se desprende del organigrama la preocupación por el turismo cultural se manifiesta en la ponderación en la representatividad del sector. Y de alguna manera esto define una posición clara en cuanto a la presentación de Montevideo como un destino de turismo cultural. Esto tiene varios fundamentos que han sido analizados desde ópticas transversales. Un informe elaborado por el Sector Cultura de la UNESCO en 2008 denominado “Consolidando el Uruguay Cultural” parte de algunas premisas iniciales como ser: existe en Uruguay una gran potencialidad para la implementación de políticas

Centradas en el desarrollo cultural y la implementación de políticas integradas de desarrollo cultural es potencialmente positiva en tanto permita el aprovechamiento y la creación de sinergias entre los agentes públicos y privados involucrados.

En este sentido el documento sostiene que : “Posicionar al Uruguay Cultural, es contribuir a largo plazo con las nuevas identidades asociadas con la naturaleza, con el desarrollo del turismo cultural interno y su inclusión en el contexto regional, con marca de identidad propia, ofreciendo calidad de sus servicios en los itinerarios turísticos de patrimonio cultural de la región MERCOSUR.” (UNESCO, 2008, p. 4).

Este informe señala que existen dos componentes culturales que se encuentran bien posicionados, estos son: el sector audiovisual – queha crecido en términos de su producción y de la proyección nacional e internacional – yel carnaval tiene gran potencialidad en términos de desarrollo de iniciativas que incluyan su explotación turística.

Atendiendo que lo cultural atraviesa la vida social, es fundamentalque la transversalidad sea pensada por los agentes responsables de las políticas públicas desde la formulación, la toma de decisiones y la ejecución. En este sentido, el Conglomerado ha tomado en consideración estos aspectos y su preocupación así como diseño de acciones para posicionar a Montevideo como un destino de turismo cultural ha sido considerable. Esto ya estaba de manifiesto en el diagnóstico realizado y en cuanto a los recursos culturales de los que dispone la ciudad se da cuenta en el mismo.

Si se analiza cual es el trabajo que viene desarrollando el conglomerado sobre turismo cultural se encuentran los siguientes productos en marcha de acuerdo al dossier institucional: Descubrí Montevideo Gastronómico, Agenda Cultural Anual, Actualización del Plan Estratégico de Turismo en Montevideo 2016, Montevideo + Museos y Pase de Museos.

En tal sentido y a modo de balance de las acciones realizadas por el Conglomerado en 2013, el ex Presidente del mismo, Sr. Jorge Erramouspe, señaló que entre lo efectuado se encuentran la actualización del plan estratégico de turismo de la ciudad, el que se implementará entre 2014 y 2016. En materia de promoción mencionó el lanzamiento de la campaña Montevideo Te Beneficia, la presencia del destino en ferias internacionales, la organización de viajes de prensa de medios internacionales, y la realización de dos nuevos productos turísticos: Descubrí Montevideo Gastronómico y Montevideo + Museos. Entre los principales desafíos para el 2014 puso un énfasis especial en la concreción del bureau de congresos y convenciones que fomente el crecimiento del turismo de reuniones.

Reflexiones finales

Montevideo como destino turístico tiene una larga trayectoria de mas de un siglo, en la cual la ciudad se ha ido adecuando a los cambios sociales y a las practicas turisticas, comenzando como ciudad balnearia y recostada a su larga costa hasta la epoca actual como un destino cutlural y de negocios de significacion

en el Cono Sur. En este largo proceso siempre ha tenido un papel preponderante el gobierno de la ciudad (Intendencia departamental) y el gobierno central, quienes han destinado recursos para los planes de fomento turístico así como para la adecuación de la infraestructura urbana.

Ha sido objeto de análisis para el desarrollo de estrategias por parte de distintos organismos desde la CNDT, pasando por consultoras internacionales, la OEA y la UNESCO.

A partir del siglo XXI ha comenzado un interesante proceso de colaboración público/privada que tiene hoy su expresión en el Conglomerado Turístico de Montevideo quien busca mejorar la imagen y el posicionamiento de la ciudad ante los cambios que se han producido en los consumidores turísticos.

Tomando en consideración la caracterización realizada anteriormente sobre turismo creativo se puede afirmar que Montevideo está en condiciones de llevar adelante este tipo de propuestas ya que los turistas consumen cultura en un sentido amplio en el destino, a través del Conglomerado se propician nuevos emprendimientos y productos culturales, se pone en valor la identidad de la ciudad desde una perspectiva transversal, se genera permanentemente el consumo de bienes culturales dentro de una amplia oferta y se intensifican el intercambio cultural así como los modos y estilos de vida entre los residentes y los turistas.

Entonces si bien actualmente Montevideo centra su oferta en el turismo cultural y entendiendo que el turismo creativo es fundamentalmente un turismo de tercera generación donde se percibe mayor flexibilidad en las formas tradicionales de turismo cultural se debe valorar en un período futuro como usa estas herramientas el Conglomerado, cuestión que solo podrá ser evaluada en el mediano plazo.

Referências

AGÊNCIA BRASILEIRA DE COOPERAÇÃO (ABC). Disponível em: <www.abc.gov.br>. Acesso em: 30 out. 2014.

ASHTON, M. S. G. Turismo: a mutação do cotidiano. In: BARRETTO, M. (Org.) **Turismo, cultura e sociedade**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2006, p.11-24.

BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**. Campinas, SP: Papirus, 2003.

_____. **Turismo, cultura e sociedade**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2006.

BARQUERO, A. V. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2001.

BERG, E. J. **Rethinking technical cooperation: reforms for capacity building in Africa**. New York: UNPD/DAI, 1993.

BURNS, P. M. **Turismo e antropologia: uma introdução**. São Paulo, SP: Chronos, 2002.

CICATUR, OEA. Desarrollo turístico del Uruguay – Lineamientos para una estrategia Desarrollo Turístico. **Estrategia: Serie de Informes y Estudios**, n. 25 – Tomo I -Washington DC, 1978.

CLEMENTE-SMITH INC. **Siete Pasos para acelerar el turismo en el Uruguay**. Washington DC, 1972.

COMISSÃO ECONÔMICA PARA A AMÉRICA LATINA E O CARIBE. Disponível em: <www.cepal.org/pt-br>. Acesso em: 10 out. 2014.

CONGLOMERADO DE MONTEVIDEO. Dossier Institucional.pdf, 2013.

COSTA, F. R. **Turismo e patrimônio cultural**: interpretação e qualificação. São Paulo, SP: Senac/Sesc, 2009.

CUNHA, N. da. et al. **Visite Uruguay**: del balneario al país turístico. Ediciones de la Banda Oriental: Montevideo, 2012.

DOSSIER DE ECONOMIA CRIATIVA. 2010. Agência Inova CultDigest, Lisboa. Disponível em: <http://www.esar.edu.pt/be/ficheiros/Recursos/Economia/Dossier_Economia_Criativa.pdf>. Acesso em: 09 set. 2013.

DUARTE, A. Experiências de consumo. **Revista Etnográfica**, v. 15, n. 3, 2011.

FERREIRO, A. M. **Montevideo, ciudad de turismo**. Almanaque del Banco de Seguros, 1953, bse.com.uy, p.420-28, 1953. Entrada el 06/06/14.

FURTADO, C. **Formação econômica do Brasil**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2005.

LEITE, R. P. **Contra-usos da Cidade**: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea. Campinas, SP: Unicamp; Aracaju, SE: UFS, 2007.

LOPES, C. **Cooperação e desenvolvimento humano**: a agenda emergente para o novo milênio. São Paulo: Unesp, 2005.

MAFFESOLI, M. **A Contemplação do Mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1996.

MINTUR. **Anuario Estadístico 2012**, Montevideo, 2013.

MORIN, E. **O Método 4**. As Ideias: habitat, vida, costumes, organização. Porto Alegre: Sulina, 1998.

OFICINA REGIONAL de Ciencia de la UNESCO para América Latina y el Caribe (2008) Políticas transversales en cultura, turismo y ambiente: desafíos y oportunidades en Uruguay, Montevideo.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL 1965-1974 TII A Síntesis de planes económicos, Mdeo, 1965.

PROGRAMA de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas. Turismo en Montevideo Plan de Refuerzo de la Competitividad (PRC), Uruguay, 2009.

QUINTANA, Disponível em: <<http://claudioquintana.blogspot.com/2013/04/>> Acesso em: 27 abr. 2014.

REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. **Cidades criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

REIS, A. C. F. **Cidades Criativas, Turismo Cultural e Regeneração Urbana**. 2012. Disponível em: <<http://www.gestaocultural.org.br/pdf/Ana-Carla-Fonseca-Cidades-Criativas.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2014.

RICHARDS, G. Palestra na 1ª Conferência Brasileira de Turismo Criativo – Porto Alegre, RS, em 22 de outubro de 2013.

SEGALA, L. V. Gastronomia e Turismo Cultural. **Revista Turismo**. 2003. Disponível em: <<http://revistaturismo.com.br/materiasespeciais>>. Acesso em: 12 mar. 2014.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SOUZA, A. M. A Cooperação para o desenvolvimento Sul-Sul: os casos do Brasil, da Índia e da China. **Boletim de Economia e Política Internacional**, v. 9, p. 89-99, 2011.

UNESCO. **Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial**. 2008. Disponível em: <<http://www.unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2014.

URUGUAY, 2014. Disponível em: <www.ine.gub.uy> Acesso em: 27 abr. 2014.

URUGUAY, 2013. Disponível em: <www.uruguaynatural.com> Acesso em: 27 abr. 2014.

Percepções do consumo do pequi em Palmas (TO): entre o contentamento e a indiferença

Perceptions of pequi consumption in Palmas (TO): between contentment and indifference

Las percepciones del consumo de pequi en Palmas (TO): entre la alegría y la indiferencia

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1077>

Stella Maria Carvalho de Melo < stella@ifpi.edu.br >

Instituto Federal do Piauí (IFPI), Teresina, PI, Brasil.

Eveline Porto Sales Aguiar < evelineporto@ifce.edu.br >

Instituto Federal do Ceará (IFCE), Aracati, CE, Brasil.

Geruza Aline Erig < geruza@ifto.edu.br >

Instituto Federal do Tocantins (IFTO), Palmas, TO, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 05-ago-2015

Aceite: 23-jan-2017

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

MELO, S. M. C. de; AGUIAR, E. P. S.; ERIG, G. A. Percepções do Consumo do Pequi em Palmas (TO): entre o contentamento e a indiferença. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 73-87, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



RESUMO

Os turistas, ao chegarem à capital do Tocantins, têm contato com a culinária local, que é uma mistura das culinárias indígena, mineira, goiana e nordestina, com forte presença de frutos do cerrado, como pequi, utilizado em diversas receitas doces e salgadas. Esse contato fortalece aspectos fundamentais da cultura local. Assim, o presente artigo buscou analisar de que forma a gastronomia e a cultura estão interligadas, por meio do consumo do pequi na cidade de Palmas, tanto por turistas como por moradores. Para tanto, sua metodologia consistiu em uma pesquisa descritiva quantitativa, com levantamento de campo. Foram entrevistados 300 consumidores em 34 estabelecimentos de alimentos e bebidas, nos meses de março e abril de 2015. Como resultado da pesquisa, verificou-se que o pequi é muito apreciado pela comunidade local da capital, sendo um tipo de alimento bem aceito pela maioria de sua população. Já para os turistas que não têm o hábito cultural de consumir tal iguaria, verificou-se que há uma certa resistência ao seu consumo. Desse modo, o consumo do pequi divide-se entre a sua apreciação e a sua aversão.

Palavras-chave: Comida típica. Consumo. Gastronomia. Pequi. Palmas, TO.

ABSTRACT

When tourists arrive at the capital of Tocantins, they have contact with the local cuisine, which is a mixture of Mineira, Goiana, Native, and Northeastern cuisines, with a strong presence of fruits of cerrado, such as pequi. Pequi is used in many salty and sweet recipes. This contact enhances fundamental aspects of the local cultures. Thus, this paper aims to examine how the gastronomy and culture are interconnected through pequi consumption in the city of Palmas, either by tourists as well as by locals. In order to achieve this goal, the methodology employed consisted of a quantitative descriptive research with field survey. 300 consumers were interviewed in 34 different stores of food and beverages, in the months of March and April, 2015. As a result of the research, it was found that the pequi is much appreciated by the local community of the capital, being a type of food well accepted by most of its population. As for tourists who do not have the cultural habit of consuming this delicacy, it was found that there is some resistance to its intake. Thus, pequi consumption ranges from appreciation to disgust.

Keywords: Typical food. Consumption. Gastronomy. Pequi. Palmas, TO.

RESUMEN

Los turistas que llegan a la capital de Tocantins tienen contacto con la cocina local, que es una mezcla de la cocina de los indios, del estado de Minas Gerais y Goiás y de la región noreste, con una fuerte presencia de las frutas del cerrado, como el pequi, que se utiliza en varias recetas, dulces y saladas. Ese contacto refuerza los aspectos claves de la cultura local. Así, este trabajo tiene como objetivo examinar cómo la gastronomía y la cultura están interconectadas a través del consumo de pequi en la ciudad de Palmas, tanto por los turistas como por nativos. Por lo tanto, la metodología consistió en una investigación descriptiva cuantitativa con estudio de campo. Entrevistamos a 300 consumidores en 34 tiendas de alimentos y bebidas en los meses de marzo y abril de 2015. Como resultado de la investigación, se encontró que el pequi es muy apreciado por la comunidad local de la capital, es un tipo de alimento bien aceptado por la mayoría de su población. En cuanto a los turistas que no tienen el hábito cultural de consumo de ese manjar, se identificó que hay alguna resistencia a su uso. Así pues, el consumo de pequi se divide entre su apreciación y su repugnancia.

Palavras clave: Comida típica. Consumo. Gastronomía. Pequi. Palmas, TO.

Introdução

Em todo o mundo, milhares de pessoas se deslocam para os mais variados lugares, pelos mais variados motivos, entre eles a busca por lazer, entretenimento, negócios, eventos, cultura e gastronomia. A prática do turismo envolve conhecer não só aspectos tangíveis, como praias, montanhas, museus e parques, mas também aspectos intangíveis das localidades, como desfrutar e conhecer sobre a cultura e a gastronomia local.

Qualquer turista, ao visitar uma cidade, tem contato direto com a culinária local, seja por interesse direto ou indireto, já que esta é uma necessidade elementar. Os números do “turismo gastronômico” no mundo ainda não são claros, mas a crescente procura por destinos que têm forte relação com a gastronomia chama atenção.

A gastronomia tem uma intrínseca ligação com a cultura, e está tendo maior destaque como um produto do segmento de turismo cultural. Para Reinaldo Dias (2006, p. 39),

o turismo cultural é uma segmentação do mercado turístico que incorpora uma variedade de formas culturais, em que se incluem museus, galerias, eventos culturais, festivais, festas, arquitetura, sítios históricos, apresentações artísticas e outras, que, identificadas com uma cultura em particular, fazem parte de um conjunto que identifica uma comunidade e que atraem os visitantes interessados em conhecer características singulares de outros povos.

Com o tempo, surgiram novas motivações de viagens, entre elas a busca pelo prazer através da alimentação. Conforme Schlüter (2003, p. 11),

a cozinha tradicional está sendo reconhecida cada vez mais como um componente valioso do patrimônio intangível dos povos. Ainda que o prato esteja à vista, sua forma de preparação e o significado para cada sociedade constituem os aspectos que não se veem, mas que lhe dão seu caráter diferenciado.

Desse modo, o estudo sobre comidas típicas de uma região turística pode contribuir para o resgate de antigas tradições, além de fortalecer aspectos fundamentais da cultura local. Isso vem acontecendo na cidade de Palmas, TO, a última capital a ser criada no Brasil e portal de entrada para o Parque Estadual do Jalapão, uma Unidade de Conservação, com território total de 53,3 mil km², formado pelos estados da Bahia, Piauí, Maranhão e Tocantins, que atrai milhares de turistas a cada ano em busca da prática do ecoturismo em dunas, cachoeiras, trilhas e fervedouros (piscinas naturais), segundo Dutra (2016).

O roteiro Palmas-Jalapão foi considerado por 47% dos turistas pesquisados pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em 2009, como bom ou excelente, necessitando apenas maior divulgação das cidades e seus atrativos, e diversificação do produto Jalapão (ADTUR, 2011).

Palmas recebe, prioritariamente, turistas das regiões Centro-Oeste e Norte do país, que se destinam à região do Jalapão, além de turistas de negócios e eventos. Porém, a capital também possui atrativos naturais como: o Lago de Palmas, formado pelo represamento do Rio Tocantins e utilizado para banho, pesca, esportes náuticos, esportes de praia e passeios de barco; Praia do Caju, Praia da Graciosa, Praia do Prata e Praia dos Arnos, praias fluviais utilizadas como balneário pelos moradores locais; cachoeiras situadas em distritos próximos, entre outros (ADTUR, 2011).

Ao chegarem à capital, esses turistas têm contato com a culinária local, que é uma mistura das culinárias indígena, mineira, goiana e nordestina, com uma forte presença de frutos do cerrado, como cagaita, araticum, baru, buriti e pequi.

O cerrado ocupa cerca de 25% do território nacional e sua flora é caracterizada pela presença de espécies espaciais, com galhos retorcidos, onde convivem gramíneas e espécies lenhosas, semelhante a uma formação de savana. Essa formação é rica em espécies nativas frutíferas, com interesse na alimentação.

Entre os frutos típicos desse ecossistema, destaca-se o pequi, considerado a “carne” do cerrado, reunindo proteínas, carboidratos e um alto teor de vitaminas A e C, conforme Oliveira e Rocha (2008), e amplamente utilizado em diversas receitas doces e salgadas, nos restaurantes e bares locais.

Assim, o presente artigo buscou analisar de que forma a gastronomia e a cultura estão interligadas por meio do consumo do pequi na cidade de Palmas, TO, tanto por turistas como por moradores.

Metodologia

A metodologia deste trabalho consistiu em uma pesquisa descritiva quantitativa, com levantamento de campo. Segundo Dencker (1998, p. 151), “a pesquisa descritiva, em geral, procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre as variáveis. Utiliza técnicas padronizadas de coletas de dados, como questionário e a observação sistemática”. Ainda conforme a autora, “os levantamentos de campo têm por objetivo a geração de dados estatísticos, procurando resultados que permitam a generalização dos resultados” (DENCKER, 1998, p. 158).

Para a delimitação do universo desta pesquisa, utilizaram-se os dados do último inventário turístico realizado no estado pela Agência de Desenvolvimento Turístico do Tocantins (ADTUR, 2011). Segundo esse inventário, foram identificados em Palmas 110 estabelecimentos gastronômicos. Destes, 42 são restaurantes/bares que oferecem serviço à la carte, por quilo ou ambos, o que corresponde a 38% do total. O restante, 68 estabelecimentos, são lanchonetes, fast-food, snack-bar, pizzarias, cafés, padarias e outros.

Definiu-se como foco deste trabalho apenas os 42 restaurantes/bares que oferecem serviço à la carte, por quilo ou ambos, pois nesses estabelecimentos é mais provável encontrar pratos que contenham o pequi, além de serem locais mais frequentados por turistas. Esses restaurantes oferecem pratos regionais, comidas contemporâneas e internacionais, atendendo a públicos variados em diversos pontos da cidade e em locais próximos a hotéis e pousadas.

Destes, 20 oferecem apenas o serviço à la carte (48% dos restaurantes/bares), 12 oferecem apenas o serviço de buffet ou por quilo (28%) e 10 oferecem ambos os serviços (24%).

Para a delimitação da amostra, utilizou-se o programa Raosoft (2015), com nível de confiança de 80% e margem de erro de 5%. Assim, chegou-se ao número de 34 restaurantes/bares a serem pesquisados.

A escolha dos estabelecimentos pesquisados foi feita de modo aleatório e com base nos locais onde seus gerentes se disponibilizaram a responder ao questionário. Desse modo, foram pesquisados 16 restaurantes à la carte, dez restaurantes a quilo ou buffet e oito que oferecem ambos os serviços.

Quanto ao número de consumidores pesquisados, foi utilizada uma amostragem não probabilística por conveniência, aquela onde o pesquisador seleciona o que acredita ser a melhor amostra para seu estudo, pois o universo de frequentadores dos restaurantes/bares era desconhecido. Esse tipo de amostragem é aquele em que “a possibilidade de escolher determinado elemento do universo é desconhecida”, segundo Dencker (1998, p. 214).

Desse modo, foram pesquisados aproximadamente oito consumidores por restaurante, aleatoriamente, em cada restaurante/bar selecionado, totalizando 300 consumidores. Destes, 283 eram moradores de Palmas e 17 eram turistas.

A pesquisa foi realizada no período de 6 de março a 24 de abril de 2015, e procurou-se conhecer a origem desses consumidores e se eles gostam ou não de comer pequi, nas suas mais variadas formas, além de identificar quais estabelecimentos ofereciam pequi no seu cardápio e em quais pratos.

Gastronomia e cultura

A alimentação humana é um ato social e cultural, onde a escolha dos alimentos é definida por um conjunto de fatores econômicos, históricos, culturais, ecológicos e sociais, ligado a uma rede de representações, simbolismos e rituais, segundo Alvarez (2002). Assim, a necessidade da alimentação converge para a necessidade que o ser humano detém para que possa sobreviver e ser capaz de realizar as suas atividades básicas do dia a dia.

De tal modo, pode-se afirmar que o homem ao longo da sua história de vida trava uma luta contra a fome e precisa saciá-la em definidas horas, para que não padeça de fome. O conceito de fome perpassa a saciedade ao se refletir que “não é apenas a sensação universal que todos possuímos antes de comer, mais bem chamada de apetite, mas o estado crônico de carências nutricionais que podem levar à morte por inanição ou às doenças da desnutrição” (CARNEIRO, 2003, p. 24).

Assim, Schlüter (2003, p. 13) chama atenção da alimentação como uma fonte de sustento e de nutrição, uma vez que “a alimentação cumpre com uma função biológica ao fornecer ao corpo as substâncias indispensáveis para sua subsistência”. Ou seja, o alimento está vinculado intrinsecamente ao ato da alimentação, como uma necessidade fisiológica do homem.

Dessa maneira, o ato de se alimentar resulta na saciedade das necessidades fisiológicas do ser humano, bem como proporciona a convivência entre os comensais e os prazeres à mesa. Assim, convém mencionar que junto ao ato de se alimentar e da consequência dos desejos e necessidades superados, há que se refletir na arte de cozinhar, que nasceu juntamente com o homem pré-histórico. Quando este descobriu o fogo, simultaneamente desenvolveu armas para caçar animais, fisingando e prendendo a presa, sem ter a necessidade de sair para caçar novamente, o que, consequentemente, levou esses homens a fixar acampamento por mais tempo (LEAL, 2007).

Desse modo, esses homens são parte fundamental na formação da arte da cozinha, considerados pelo esforço empregado para sobreviver e buscando o alimento na sua particularidade mais simples que se podia ter para saciar a sua fome. Logo, o homem foi desenvolvendo seu cérebro e formatou utensílios de cerâmica com a finalidade de armazenamento, conservação e cocção dos alimentos. Emergiu, assim, a culinária propriamente dita, com suas ervas e sementes aromáticas para acentuar o sabor dos alimentos (LEAL, 2007).

Portanto, meditando-se nas palavras cozinha e culinária, ambas são palavras sinônimas, reportando-se ao conjunto de utensílios, ingredientes e pratos típicos de um país ou de uma região. Por conseguinte, cozinha e culinária significam a arte de preparar os alimentos, por meio de métodos e técnicas direcionadas para esta finalidade (FREIXA; CHAVES, 2012).

Assim, nesse estudo também se faz necessário refletir sobre o termo “gastronomia”, que se trata de uma definição mais extensa, e sobre a cozinha contida em uma das partes da gastronomia, aludindo à cocção, ou seja, cozinhar. Por conseguinte, “a palavra culinária vem do latim *culinarius*, que deriva da palavra *culina*, significando cozinha. Diz respeito à arte de cozinhar e pode ser caracterizada por um conjunto de aromas e sabores peculiares a uma dada cultura” (GARCIA; CASTRO, 2011, p. 92).

Dessa maneira, Freixas e Chaves (2012, p. 20) acrescentam que “a gastronomia também está ligada às técnicas de cocção e ao preparo dos alimentos, ao serviço, às maneiras à mesa e ao ritual da refeição”. Logo, a cozinha e a culinária estão inseridas na gastronomia, sendo o alimento e a cozinha precedentes à gastronomia.

Nessa reflexão, compreende-se a gastronomia como o somatório de história, cultura, arte e religião, por fazer parte de diferentes etapas da história do povo e do mundo. Falar em gastronomia é evidentemente pensar na história da humanidade, em que as receitas e as formas de preparo são reflexos da cultura.

Nas palavras de Reinhardt (2002, p. 8) “através do alimento podemos identificar uma sociedade, uma cultura, uma religião, um estilo de vida, uma classe social, um acontecimento ou uma época”. Entende-se, portanto, a gastronomia não como apenas uma simples receita e o seu modo de preparo, mas como os valores históricos e culturais presentes nos pratos.

Segundo Castelli (2006, p. 271), “a refeição tem sido uma ocasião ímpar para a prática da sociabilidade e da convivência na longa caminhada do homem para chegar até a sociedade contemporânea”. Ademais, o prazer pela boa mesa retrata:

[...] o prazer que advém de várias circunstâncias, fatos, lugares, coisas e pessoas que acompanham a refeição. É prazer peculiar à espécie humana. Pressupõe cuidados com o preparo da refeição, com a arrumação do local onde será servida e com o número e tipo de convivas (FRANCO, 2001, p. 23).

Para Schlüter (2003, p. 30), “se considerarmos a alimentação como parte de uma cultura, as normas que a regem criam diferenças de ordem social e, inclusive, de gênero, estabelecendo-se uma diferença entre o elegante e o vulgar, o bom e o mau, o comestível e o não comestível”. Ou seja, para cada cultura o ato de comer um determinado alimento tem um significado próprio.

A alimentação é, portanto, um elemento de diferenciação de culturas, onde cada identidade é construída. Do ponto de vista do turismo, a alimentação pode ser uma estratégia de desenvolvimento local (GIMENES, 2011), pois a partir do momento que uma comunidade começa a explorar um determinado tipo de comida típica, esse alimento passa a ser reconhecido e procurado pelos turistas, gerando renda e empregos para a comunidade local.

Dessa forma, o alimento deixa de ser consumido por suas características físico-químicas e passa a ser degustado pelos valores simbólicos que lhe são atribuídos, conforme Gimenes (2011). Isso acontece com o acarajé baiano, o churrasco gaúcho, o pão de queijo mineiro, entre outros alimentos que se tornaram símbolos de determinadas regiões turísticas. Ao degustar um prato típico, o turista ou morador conecta-se com a cultura local, tendo contato com sabores diversos, técnicas e ritos próprios da localidade.

Os pratos ou comidas realmente típicos têm essa propriedade, pois um acarajé feito em São Paulo – SP, por exemplo, jamais terá o mesmo sabor que um acarajé feito tradicionalmente pelas baianas em Salvador – BA, pois nele não estarão inclusos as características, sabores e modos de preparo originais dessa iguaria.

Esses pratos típicos se destacam pela sua própria característica alimentar, pelas ressignificações e readaptações, assim como pelo empenho das comunidades em preservar e divulgar esses alimentos. Segundo Gimenes (2013, p. 32), os pratos típicos

se ligam à história e ao contexto cultural de um determinado grupo, constituindo uma tradição que se torna símbolo de sua identidade. Os pratos típicos (ou comidas típicas) são entendidos, portanto, como integrantes da cozinha regional que emergem deste conjunto mais amplo por inúmeras razões (praticidade, associação a outra prática cultural, associação a determinadas celebrações) e passam a ser reproduzidos com finalidade simbólica e podem ser degustados como tal, desde que o comensal possua conteúdos capazes de permitir tal experiência.

Entre os mais variados alimentos da culinária de uma região, algumas iguarias se destacam mais que as outras, tornando-se dessa forma alimentos-signos. Para Gimenes (2013), alimento-signo é aquele que engloba uma série de significados e valorações simbólicas, cuja degustação transcenda a experiência sensorial e se caracterize também como uma experiência emocional e cultural.

Para especialmente degustar esses pratos, alguns turistas viajam para regiões turísticas, realizando, assim, o que chamamos de Turismo Gastronômico, que, segundo Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 181) é “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade”.

A prática de se valorizar a identidade regional por meio da gastronomia é abordada por Poulain (2004, p. 38) da seguinte forma:

a patrimonialização do alimentar e do gastronômico emerge num contexto de transformação das práticas alimentares vividas do modo de degradação em mais amplamente no de risco e perda da identidade. A história da alimentação mostrou que cada vez mais identidades locais são postas em perigo, a cozinha e as maneiras à mesa são os lugares privilegiados de resistência.

Portanto a gastronomia aparece como um bem comum do conjunto de qualquer comunidade que deseja preservar seus valores culturais, tornando-se um valor a ser cultivado. Segundo Lan et al. (2012), o turismo gastronômico pode ser considerado como uma viagem para um destino com propósitos culturais, unindo experiências únicas com alimentos que têm um apelo afetivo. Ainda conforme os autores, os viajantes normalmente têm o desejo por novos sabores, saberes e conceitos na destinação, e embora a maioria desses viajantes possa não escolher o seu destino apenas por razões alimentares, eles podem acabar lembrando da viagem pela comida que eles experimentaram no destino.

Ritchie et al. (2011) já afirmavam que a comida deve ser considerada um elemento vital de experiências de turismo, porque os turistas podem formar uma importante imagem de uma destinação, podendo influenciar na escolha do destino turístico ou na tomada de decisão. Por esse motivo, divulgar e explorar a gastronomia local como um produto turístico pode levar a vantagens competitivas no mercado turístico.

Porém, para degustar um prato típico não é necessário ser turista. Os moradores também devem e podem consumi-los, para que essa tradição seja valorizada e perpetuada para as gerações futuras.

É evidente que a relação entre a gastronomia e o turismo acontece decorrente das mais variadas formas para a sua realização, pois a necessidade de se alimentar é básica e indispensável, independentemente do tipo de atrativo e, ao mesmo tempo, a busca por novos sabores acaba favorecendo a atividade turística.

Na maioria das vezes, o turista vai a um restaurante com o objetivo de saciar a fome. Nesse momento, ele tem a oportunidade de saborear um alimento típico e também conhecer um pouco da cultura desse local por meio de sua gastronomia. A gastronomia é uma arte na qual quem a executa e quem a aprecia estão em perfeita sintonia, pois nela estão contidos o cotidiano e a história de quem a criou.

O turismo surge como um dos elementos que utiliza a alimentação regional em suas atividades (FAGLIARI, 2005). O autor comenta ainda que a alimentação se mostra como um elemento fundamental na prática da atividade, tanto com relação à alimentação convencional, que tem por objetivo a nutrição do visitante, quanto pelo fato de oferecer produtos alimentares regionais como parte integrante do patrimônio cultural dos povos.

É importante, então, compreender como a gastronomia pode se tornar um importante atrativo cultural para o turismo, principalmente quando por meio dela o turista puder conhecer tradições e culturas diferentes da sua, remetendo à ideia de traços e expressões culturais onde ela acontece, lembrando sempre que a cultura propriamente dita é variada e dinâmica, e seus processos mudam de conteúdo e significado de um lugar para o outro.

Pequi como alimento

O pequi pode ser colhido facilmente em Palmas nos meses de setembro e outubro, e seu caroço (semente) é utilizado em pratos salgados, como arroz ou feijão com pequi, frango com pequi, risoto de pequi, pastel com pequi, torta de legumes com pequi, óleo de pequi, sanduíche de pequi, galinhada com pequi, e pratos doces, como torta de leite condensado com pequi, bombom de pequi, brigadeiro de pequi, mousse de pequi, biscoito de pequi, geleia de pequi, pequi in natura ou em conserva, e até em forma de licor.

Em Palmas, os pequizeiros brotam com facilidade em qualquer área que tenha espaço para o crescimento da árvore, já que o clima e o solo são propícios ao desenvolvimento desta. Nas áreas que ainda possuem vegetação nativa, é fácil encontrar pequizeiros abarrotados de frutos em meados do mês de setembro.

O fruto do cerrado está presente em todo o estado, sendo componente da alimentação de todas as classes sociais. Desde a ocupação colonial tornou-se alimento nobre e indispensável da culinária tocantinense cuja safra é esperada com ansiedade pela população a partir do mês de setembro.

Isso porque, como outras frutas do cerrado, entre elas o buriti, o pequi não tem uma produção constante ano após ano. Quando a árvore troca a folha verde-escura pela roupagem verde-clara no outono, é garantia de que a produção será boa. E se for boa, em meados do mês de julho estará florida, carregada de flores de filamentos e pétalas brancas. Essa florada atrai várias espécies de animais que procuram o pequizeiro para alimentar-se dessas flores. (BELUZZO, 2004).

Os consumidores sabem que a fruta estará apta para o consumo quando esta cai da árvore. Não se deve colher os grandes frutos no cacho, pois a maioria dos frutos colhidos dessa forma murcham. As feiras nas cidades tocantinenses, em outubro e novembro, pico da safra, exibem à venda os pequis colhidos no cerrado. Nas margens das rodovias são frequentes sacos e mais sacos cheios dos frutos à venda para os motoristas.

Hoje, apesar da proteção estabelecida em lei, o pequizeiro é extremamente ameaçado pelo avanço agropecuário e emprego na indústria do carvão vegetal. A árvore do pequizeiro é uma das maiores do cerrado, podendo atingir até 10 m de altura. Possui um tronco de casca áspera, rugosa e cinza escura, com raízes profundas e capacidade de desenvolvimento em solos rasos, pobre em nutrientes, minerais, e rico em teor de alumínio (DEUS, 2008).

O fruto é do tamanho de uma pequena laranja e está maduro quando sua casca fica na cor verde-amarelada e amolece, revelando de uma a quatro amêndoas tenras envoltas por uma polpa amarela, branca ou rosácea (RODRIGUES, 2004).

O Pequi (*Caryocar brasiliense Camb.*) é uma espécie arbórea nativa dos cerrados brasileiros, pertencente à família Caryocaraceae, segundo Araújo (1995 apud SANTOS, 2005). É encontrado em alguns estados da região Norte, Centro-Oeste e Nordeste do Brasil, e sua nomenclatura varia conforme a região, podendo ser conhecido como piqui, piquiá-bravo, amêndoa-de-espinho ou grão-de-cavalo (SANTOS, 2005).

De acordo com Deus (2008), o pequizeiro é considerado uma espécie de grande interesse econômico, devido à ampla capacidade de utilização das partes da planta, como a casca, madeira, folhas, raiz, fruto e amêndoa, fatores responsáveis por esse interesse socio-econômico pelo pequi.

Consumo do pequi em Palmas, TO

A gastronomia de Palmas revela em sua tipicidade regional e local o apreço pelo pequi, tendo a sua cozinha representada não como uma simples receita e o seu modo de preparo, mas com os valores históricos e culturais presentes nos pratos.

O consumo do pequi não é um consenso pelos moradores de Palmas. Isso se dá pelo fato de a população palmense ser bastante diversificada e mesclada de migrantes de outras regiões do país, que escolheram a capital do Tocantins para morar e trabalhar. Segundo Santos (1997, p. 160),

O gosto alimentar é determinado não apenas pelas contingências ambientais e econômicas, mas também pelas mentalidades, pelos ritos, pelo valor das mensagens que se trocam quando se consome um alimento em companhia, pelos valores éticos e religiosos, pela transmissão intergeração (de uma geração à outra) e intrageração (a transmissão vem de fora, passando pela cultura no que diz respeito às tradições e à reprodução de condutas), e pela psicologia individual e coletiva que acaba por influir na determinação de todos estes fatores.

Nesse sentido, a tendência pelo gosto de um determinado alimento vem de sua origem cultural, onde “integrantes de grupos sociais tendem a compartilhar certas aptidões de escolha (gosto) que terminam por conectá-los, tornando-os passíveis de serem reconhecidos como tal, inclusive no plano das decisões alimentares”, conforme Gimenes (2013, p. 26).

Giard (1996) afirma, ainda, que as pessoas tendem a se identificar com hábitos alimentares de sua infância. Na pesquisa, constatou-se que 30% dos pesquisados que afirmaram não gostar de pequi não são, originalmente, da região do cerrado (estados do Tocantins, Goiás, Maranhão, Piauí e Distrito Federal), ou seja, não tinham o contato com a fruta desde a sua infância, o que pode levar a não gostar da mesma na fase adulta.

Tais informações corroboram a afirmação de Ramos e Stein (2000): a infância é o período de formação dos hábitos alimentares. O entendimento dos fatores determinantes possibilita a elaboração de processos educativos, que são efetivos para mudanças no padrão alimentar das crianças. Tais mudanças irão contribuir no comportamento alimentar na vida adulta.

O comportamento alimentar é complexo, incluindo determinantes externos e internos ao sujeito. O acesso aos alimentos, na sociedade moderna, predominantemente urbana, é determinado pela estrutura socioeconômica, a qual envolve principalmente as políticas econômica, social, agrícola e agrária. Assim,

as práticas alimentares, estabelecidas pela condição de classe social, engendram determinantes culturais e psicossociais (GARCIA, 2003).

Dos moradores de Palmas, 50% já residem na capital do estado do Tocantins há mais de 10 anos, sendo bem adaptados aos costumes e tradições locais. Outros 24% vivem entre 5 a 9 anos, 14% entre 2 a 4 anos e os outros 12% estão há menos de 2 anos na cidade, mas já estão se adaptando aos costumes locais.

Palmas é uma cidade jovem, tem apenas 26 anos e está em desenvolvimento. Conhecida como a capital das oportunidades, a cidade recebe um grande fluxo de pessoas com intuito de melhorar de vida ou crescer profissionalmente. Um fato notório é que o fluxo migratório é algo que faz parte tanto do seu passado como de seu presente.

A imigração e emigração atingiram substancialmente o Tocantins entre os anos de 1981 e 1991, período em que Palmas foi criada. O censo demográfico realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010, demonstra que somente 24,54% da população residente em Palmas era natural do município, 51,9% era de outros municípios tocaninenses e 48,10% de municípios de outros estados brasileiros, principalmente dos estados do Maranhão, Goiás e Pará (IBGE, 2010).

Das pessoas entrevistadas, 64% afirmaram que gostam do pequi, e apenas 36% disseram que não gostam, conforme Figura 1. Dos que gostam, 21% preferem consumi-lo apenas cozido, 36% apenas com outros alimentos, como galinha, arroz ou feijão, e 43% consomem de ambas as formas. Mesmo se ele fosse consumido cru, ainda seria um consumo baseado pela característica cultural, já que a noção do que é comestível ou não é uma atribuição de cada cultura.

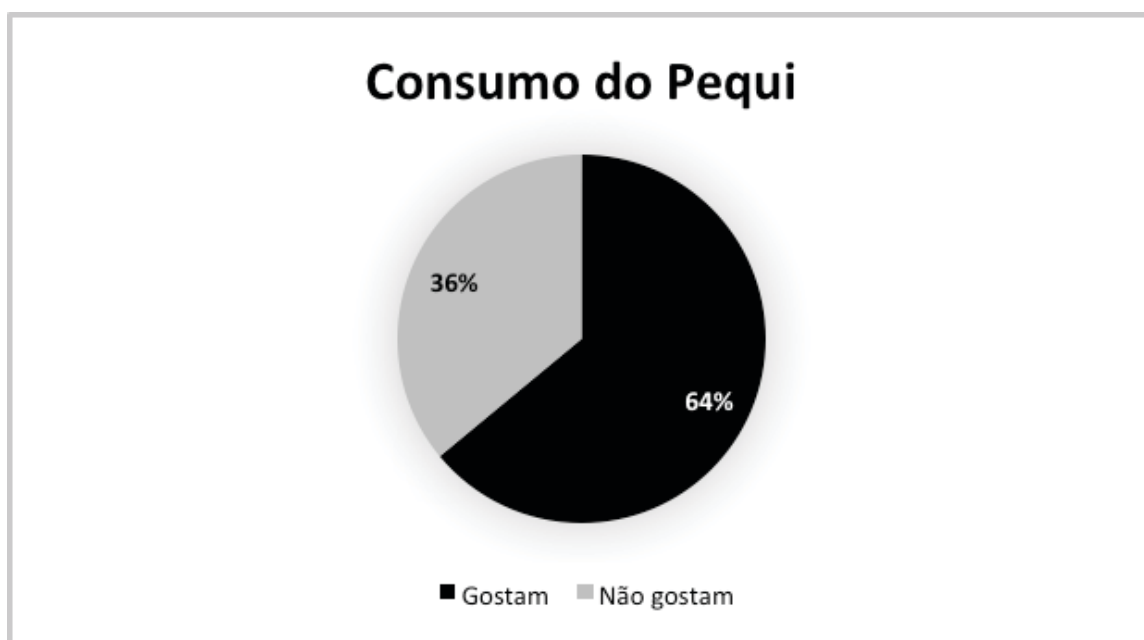


Figura 1 – Consumo do Pequi

Fonte: Elaboração própria (2016).

A história da evolução humana está diretamente ligada à alimentação. Entre todas as espécies existentes na natureza, o ser humano é a que possui a alimentação mais rica e variada. A descoberta dos processos de cozimento enriqueceu e ampliou o cardápio, permitindo o desenvolvimento de culinárias próprias e regionais. A necessidade biológica de alimentar-se para sobreviver e garantir a continuidade da espécie adquiriu então caráter cultural. Só o ser humano cultiva com requinte e abundância a grande variedade de pratos e sabores tão peculiares em cada parte do mundo.

Segundo Maciel e Menasche (2003), o hábito alimentar individual reflete uma série de valores da sociedade e, portanto, expressa a relação cultural e social que cada pessoa estabelece com o meio em que vive. A culinária, de fato, expressa a cultura de um povo de forma contundente. Analisando-a, é possível descobrir até mesmo o tipo de economia que move o país. Alguns hábitos são passados de geração a geração, outros vão sendo adaptados de acordo com as mudanças na sociedade.

A cultura sempre foi um elemento orientador das opções dietéticas. A abordagem cultural transforma a nutrição não somente em um processo químico-biológico, mas também em uma forma de comunicação que contém as raízes de cada povo, suas forças sagradas e seu simbolismo. A manutenção das práticas alimentares tradicionais e a gastronomia típica aproximam os seres humanos, inserindo-os no contexto de sua territorialidade e identidade cultural.

Das 110 pessoas que afirmaram não gostar de pequi, 44% reprovam esse alimento por conta do sabor, 34% por causa do cheiro forte, 10% nunca provaram, 7% reprovam por conta da consistência e o restante (5%) por outros motivos, conforme Figura 2. Esses dados revelam que os principais motivos da reprovação do pequi são o sabor forte ou ruim e o cheiro forte ou desagradável que ele possui.

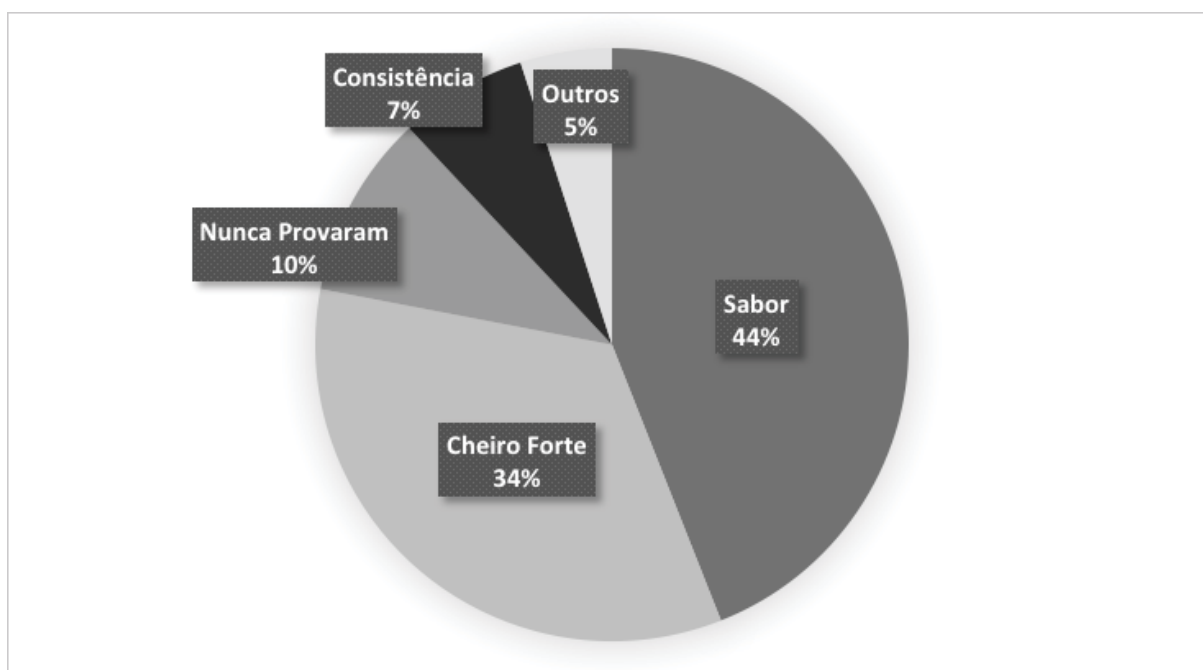


Figura 2 – Motivos de reprovação do pequi

Fonte: Elaboração própria (2016).

Segundo Birch (1999), os fatores fisiológicos envolvidos com a formação do hábito alimentar são de diversos tipos. Entre eles estão incluídas as preferências pela doçura e pelo sabor salgado e a rejeição pelos sabores azedo e amargo. Outra característica fisiológica desde a infância é a rejeição para alimentos novos e a habilidade para adquirir preferências alimentares baseadas nas consequências pós-ingestão de vários tipos de alimentos. Por outro lado, poucas preferências alimentares são inatas. A maioria é aprendida pelas experiências obtidas com a comida e a ingestão, e envolve condição associativa com o aspecto de ambiência alimentar infantil, especialmente no contexto social (BIRCH, 1999).

Em relação à oferta do pequi nos restaurantes/bares de Palmas, encontraram-se os seguintes dados: 65% dos estabelecimentos ofertam pequi no seu cardápio, sendo que 64% disponibilizam o pequi misturado com galinha, arroz ou feijão. Outros restaurantes oferecem refeições variadas com o pequi, como: risoto com lâminas de pequi, filé de frango com espuma de pequi, ravióli de frango com pequi na manteiga de ervas, pequi com carne de sol, pequi ao molho, entre outros.

Por meio das respostas dos restaurantes, percebe-se a influência da cultura local na formação do cardápio oferecido pelos estabelecimentos. A alimentação regional mostra-se como um elemento fundamental para atrair clientes tanto com relação à alimentação convencional, que tem por objetivo a nutrição do visitante, quanto pelo fato de oferecer produtos alimentares regionais como parte integrante do patrimônio cultural dos povos (FAGLIARI, 2005). Em ambas as maneiras de se atender o cliente, o setor de alimentação destaca-se graças à sua importância na geração de recursos para a comunidade e na prestação de serviços (MASCARENHAS, 2010).

A gastronomia, conforme Mascarenhas (2010), tem vínculo com a atividade turística tanto por meio da produção dos alimentos, uma vez que as paisagens são elementos significativos para o turismo, como também por meio da transformação do alimento em prato típico ou regional que será apresentado ao visitante. O consumo de um alimento visto sob essa ótica deve considerar o processo desde a aquisição da matéria-prima, o transporte e a estocagem, até a manipulação e transformação em alimentos, ou seja, o preparo e o serviço, pois a percepção do gosto representa uma experiência mista e unitária de sensações olfativas, gustativas e táteis percebidas durante a degustação. O turismo gastronômico é uma das formas de preservação do patrimônio imaterial à medida que se apropria da cultura, transformando-se em produtos para o consumo. Nesse sentido, a gastronomia é uma das manifestações que caracterizam o patrimônio cultural e que conforme Ávila (2009) pode ser utilizada pelo turismo como atrativo turístico. A gastronomia é um recurso de base territorial que pode ser transformada em produto.

Nos restaurantes a buffet, essa oferta ocorre da seguinte forma: 32% só ofertam o pequi na estação (de agosto a outubro) e com uma média de oito vezes por mês; 27% de uma a duas vezes por mês; 23% por cinco vezes ou mais; 14% por quatro vezes e 4% não souberam responder. Isso mostra que o pequi é ofertado com frequência, mesmo fora da sua estação. Os comerciantes afirmaram que é possível encontrar essa iguaria fora desse período, mas em pequena quantidade, e que também o congelam para a sua utilização ao longo do ano.

Considerações finais

O pequizeiro é uma árvore nativa, característica do cerrado brasileiro, especialmente nos estados de Goiás, Maranhão, Piauí, Ceará, Distrito Federal e Tocantins, sendo objeto desta pesquisa. Seu fruto,

o pequi, atrai apreciadores curiosos, por ser um alimento que pode causar para algumas pessoas certa estranheza ou simplesmente o contentamento, auxiliando ainda na medicina caseira.

Entende-se com este trabalho que o consumo de pequi é um elemento de diferenciação de culturas. Sua identidade é bem definida pela oferta desse alimento na cadeia de restaurantes de Palmas, onde o pequi tem notoriedade nos cardápios e busca atender aos diversos paladares. Nesse sentido, destaca-se a importância do chefe de cozinha, que deve utilizar a criatividade para criar pratos que desmistifiquem a má fama do pequi.

Desse modo, o trabalho, que teve como objetivo analisar de que forma a gastronomia e a cultura estão interligadas, por meio do consumo do pequi na cidade de Palmas – TO, tanto por turistas quanto pelos moradores, foi positivo. Foi possível identificar que o fruto pequi mostra-se muito apreciado pela comunidade local da capital, sendo um tipo de alimentação bem aceito pela maioria de sua população.

Entretanto, para os turistas, o pequi não chega a ser um alimento totalmente bem aceito, pelas características inatas do fruto, que transmite a sensação de aversão quando experimentado pela primeira vez. Essa reação é justificada pelo sabor exótico do fruto, o qual tem cheiro forte e muitas vezes não agrada, principalmente quando os consumidores não têm o hábito cultural e promovem barreiras negativas de conhecimento de novos sabores.

Assim, Palmas se destaca pelo seu regionalismo presente no prato, com evidência para o pequi que é um alimento bem ofertado pela rede de restaurantes da cidade, sendo preparado de várias formas, agradando o consumidor final pela composição e variedades de combinações desse fruto. Dessa forma, a relação do pequi com cozinha resulta na combinação da cozinha regional, relacionando-se com a história, a geografia do lugar e com uma maior facilidade na busca pelos ingredientes – pequi – sendo mais sustentável econômica, ambiental e socialmente, devido à agilidade da rede de fornecedores locais para aquisição dos ingredientes básicos (MURTA; SOUZA; CARRIERI, 2010).

Por fim, percebe-se com este estudo que o pequi é um alimento bastante apreciado também pelos proprietários dos restaurantes, que incentivam a oferta de pratos à base de pequi várias vezes por mês e ainda fora do período de produção. Para isso, esses empreendedores sabiamente congelam o fruto e assim podem oferecê-los por mais vezes durante outras épocas do ano, o que valoriza o produto e faz dele um elemento de diferenciação e pertencimento da cultura, além de compor a oferta turística como um atrativo cultural, tornando a relação com o turista muito mais proveitosa e enriquecedora.

Referências

ADTUR. **Revelando Tocantins: turismo consciente, futuro sustentável**, v. 1. Palmas, TO: Governo do Estado do Tocantins, 2011.

ALVAREZ. M. La cocina como patrimônio (in)tangible. In: MARONESE, I. (Org.). **Primeiras jornadas de patrimônio gastronômico**. Buenos Aires: CPPHC-CABA, 2002.

ÁVILA, M. A. (Org.). **Política e planejamento em cultura e turismo**. Ilhéus: Editora da UESC, 2009.

BELUZZO. R. A valorização da cozinha regional. In: 1º. CONGRESSO BRASILEIRO DE GASTRONOMIA E SEGURANÇA ALIMENTAR, Brasília - DF. **Coletânea de palestras**. Brasília, 2004.

- BIRCH, L. L. Os padrões de aceitação do alimento pelas crianças. **Anais Nestlé**, v. 57, p. 12-20, 1999.
- CARNEIRO, H. **Comida e Sociedade: uma história da alimentação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- CASTELLI, G. **Gestão Hoteleira**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.
- DEUS, T. N. de. **Extração e caracterização de óleo do pequi (*Caryocar Brasiliensis Camb.*) para o uso sustentável em formulações cosméticas óleo/água (o/a)**. 2008. 75 f. Dissertação (Mestrado em Ecologia e Produção Sustentável) – Universidade Católica de Goiás, Goiás, 2008.
- DIAS, R. **Turismo e patrimônio cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- DUTRA, V. C. **Monitoramento de indicadores-chave do turismo sustentável em unidades de conservação: um estudo de caso no Parque Estadual do Jalapão – Tocantins**. 2016. 296 f. Tese (Doutorado em Ciências) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- FAGLIARI, G. S. **Turismo e Alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Rocca, 2005.
- FRANCO, A. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. São Paulo, SP: Senac, 2001.
- FREIXA, D.; CHAVES, G. **Gastronomia no Brasil e no Mundo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.
- GÂNDARA, J. M. G.; GIMENES, M. H. S. G.; MASCARENHAS, R. G. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. (Org.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009.
- GARCIA, R. W. D.; CASTRO, I. R. R. A culinária como objeto de estudo e de intervenção no campo da Alimentação e Nutrição. **Ciência e Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, 2011. 92p.
- GARCIA, R. W. D. Reflexos da Globalização na Cultura Alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, v. 16, n. 4, p. 483-492, 2003.
- GIARD, L. Cozinhar. In: CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano: morar, cozinhar**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- GIMENES, M. H. S. G. Viagens, sabores e cultura: reflexões sobre pratos típicos no contexto do turismo gastronômico. In: POSSAMAI, A. M. de P.; PECCINI, R. (Org.). **Turismo, história e gastronomia: uma viagem pelos sabores**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011.
- _____. **Cozinhando a tradição: festa, cultura, história e turismo no litoral paranaense**. Curitiba, PR: Editora UFPR, 2013.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010: banco de dados Sidra**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/cd/cd2010RgaAdAgsn.asp>>. Acesso em: 08 jun. 2015.
- LAN, L. W.; WU, W. W.; LEE, Y. T. Promoting Food Tourism with Kansei Cuisine Design. **Procedia Social and Behavioral Sciences**, v. 40, p. 609-615, 2012.
- LEAL, M. L. de M. S. **A História da Gastronomia**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2007.
- MACIEL, M. E.; MENASCHE, R. Alimentação e cultura, identidade e cidadania – você tem fome de quê? **Democracia Viva**. Especial Segurança Alimentar, v. 16, mai-jun, p. 3-7, Rio de Janeiro: 2003.

MASCARENHAS, R. G. T. **A diversidade gastronômica como atrativo turístico na região dos Campos Gerais do Paraná**: um estudo de caso no município de Castro. 2009. Tese. (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná – UFPR. Curitiba, 2009.

MURTA, I. B. D.; SOUZA, M. M. P. de; CARRIERI, A. de P. Práticas Discursivas na Construção de uma Gastronomia Polifônica. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 11, n. 1, São Paulo: 2010.

OLIVEIRA, D. L.; ROCHA, C. Alternativas sustentáveis para a merenda escolar com o uso de plantas do cerrado, promovendo educação ambiental. In: **Revista Eletrônica Mestrado Educação Ambiental**, v. 21, jul./dez, Porto Alegre, RS: 2008.

POULAIN, J. P. **Sociologia da alimentação**. Florianópolis: Editora UFSC, 2004.

RAMOS, M.; STEIN, L. M. Desenvolvimento do comportamento alimentar infantil. **Jornal de Pediatria**, v. 76, supl. 3, p. 229-237, 2000.

RAOSOFT. **Simple size calculator**. Disponível em: <<http://www.raosoft.com/samplesize.html>>. Acesso em: 20 fev. 2015.

REINHARDT, J. C. **O pão nosso de cada dia** – a Padaria América e o pão das gerações curitibanas. Curitiba, 2002. Dissertação (Mestrado em História) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, 2002.

RITCHIE, J. R. B.; TUNG, V. W. S.; RITCHIE, R. J. B. Tourism experience management research: emergence, evolution and future directions. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 23, 4. ed., p. 19-38, 2011.

RODRIGUES, E. T. **Frutos do Cerrado**: a influência dos frutos do cerrado na diversificação da gastronomia. 2004. 92 f. Monografia. (Pós-graduação em Gastronomia e Segurança Alimentar) – Universidade de Brasília, Brasília, DF: 2004.

SANTOS, B. R. et al. **Pequizeiro** (Caryocar Brasiliense Camb.): uma espécie promissora do cerrado brasileiro. Lavras, MG: Ed. UFLA, 2005.

SANTOS, C. R. A. Por uma história da alimentação. **História: questões e debates**, v. 14, n. 26/27, p. 154-171, jan./dez., Curitiba, PR: 1997.

SCHLUTER, R. G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

Geoturismo e geonímia na Ilha Grande – Angra dos Reis (RJ): subsídio à visita pública de Abraão e Saco do Céu

Geotourism and Geonimy at Ilha Grande - Angra dos Reis (RJ): subsidy to the public visitation of Abraão and Saco do Céu

Geoturismo y Geonímia en la Ilha Grande - Angra dos Reis (RJ): subsidio al público de Abrahão y Saco do Céu

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1085>

Ana Beatriz Costa Farias <ana-batriz@hotmail.com>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Sônia Vidal Gomes da Gama <sgama.neppt@gmail.com>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Achilles d'Avila Chirol <achilleschirol@gmail.com>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 31-ago-2015

Aceite: 12-dez-2016

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

FARIAS, A. B. C.; GAMA, S. V. G. da; CHIROL, A. A. Geoturismo e Geonímia na Ilha Grande – Angra dos Reis (RJ): subsídio à visita pública de Abraão e Saco do Céu. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 88-104, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



RESUMO

A atividade turística é o uso mais recente do território protegido da Ilha Grande, distrito de Angra dos Reis, localizado no sul do estado do Rio de Janeiro. De acordo com o zoneamento turístico municipal, esse território insular denomina-se Corredor Turístico da Ilha Grande onde os atrativos históricos, culturais e naturais são explorados. O objetivo principal da pesquisa é inventariar os patrimônios histórico-culturais e geológico-geomorfológicos da Vila de Abraão para subsidiar propostas de planejamento na perspectiva do geoturismo fundamentadas no paradigma integrador de Dèpraz (2008). A metodologia baseia-se na inventariação do patrimônio de acordo com Brilha (2010) e nas categorias de análise de Gomes (2013), essenciais para compreender o espaço geográfico e as imagens espontaneamente observadas. Os conceitos de geodiversidade, geoconservação e geoturismo são essenciais nessa análise em que o circuito proposto apresenta elementos naturais e construídos, marcos ou símbolos dos territórios do cárcere e da proteção natural. Os principais resultados obtidos são o registro e georreferenciamento do percurso das trilhas T1 (Circuito Abraão) e T2 (Abraão-Saco do Céu) e a descrição do patrimônio com seu respectivo nome geográfico ou geônimo.

Palavras-chave: Patrimônio. Unidade de Conservação. Turismo.

ABSTRACT

The tourist activity is the most recent use of the protected territory of Ilha Grande, Angra dos Reis District, which is located in the south of the state of Rio de Janeiro. According to the town tourist zoning, this island territory is called The Tourist Corridor of Ilha Grande, where the historical, cultural and natural attractions are explored. The geomorphological heritage of Vila do Abraão, to support planning proposals in the perspective of geotourism based on the integrating paradigm of Depraz (2008). The methodology is based on an inventory of the assets according to Brilha (2010) and on the analysis categories of Gomes (2013), both essential to understand the geographic space and the spontaneously observed images. The concepts of geodiversity, geoconservation main goal of this research is to identify the historical-cultural and the geological - and geotourism are essential in this analysis in which the proposed circuit presents natural and built elements, milestones or symbols of prison territories and natural protection. The main results obtained are the registration and georeferencing of the route of the trails T1 (Circuit Abraão) and T2 (Abraão-Saco do Céu) and the description of the patrimony with its geographical name or geonym.

Keywords: Patrimony. Unit of Conservation. Tourism.

RESUMEN

La actividad turística es el último uso del territorio protegido de Ilha Grande, Angra dos Reis y distrito ubicado en el sureño estado de Río de Janeiro. De acuerdo con la zonificación municipal de turismo, este territorio de la isla se llama el corredor turístico de Ilha Grande, donde se exploran los lugares de interés histórico, cultural y natural. El objetivo principal de la investigación es identificar el patrimonio cultural e histórico y geológico y geomorfológico del pueblo de Abrahão para subvencionar las propuestas de planificación en perspectiva geoturismo basado en el paradigma integrador Depráz (2008). La metodología se basa en el inventario de los activos de acuerdo Brilha (2010) y Gomes en categorías de análisis (2013), esencial para comprender el espacio geográfico y las imágenes de forma espontánea observados. Los conceptos de la geodiversidad, geoconservación y geoturismo son esenciales en este análisis que el circuito propuesto cuenta con elementos naturales y artificiales, señales o símbolos de los territorios de la prisión y la protección natural. Los principales resultados son el registro y la georreferenciación de la ruta de las pistas T1 (Circuito Abrahão) y T2 (Abrahão-Saco do Céu) y los activos de la descripción con su respectivo nombre geográfico o geônimo.

Palavras clave: Patrimônio. Unidad de Conservación. Turismo.

Introdução

A Ilha Grande, distrito de Angra dos Reis, localiza-se na Baía da Ilha Grande entre as coordenadas 22°50' - 23°20'S, 44°00' - 44°45'W, litoral sul do estado do Rio de Janeiro (Figura 1). Maior ilha do estado e a terceira do país possui área de 187 km² de acordo com a Prefeitura Municipal de Angra dos Reis, muito embora outros órgãos considerem a área de aproximadamente 193 km² de extensão.

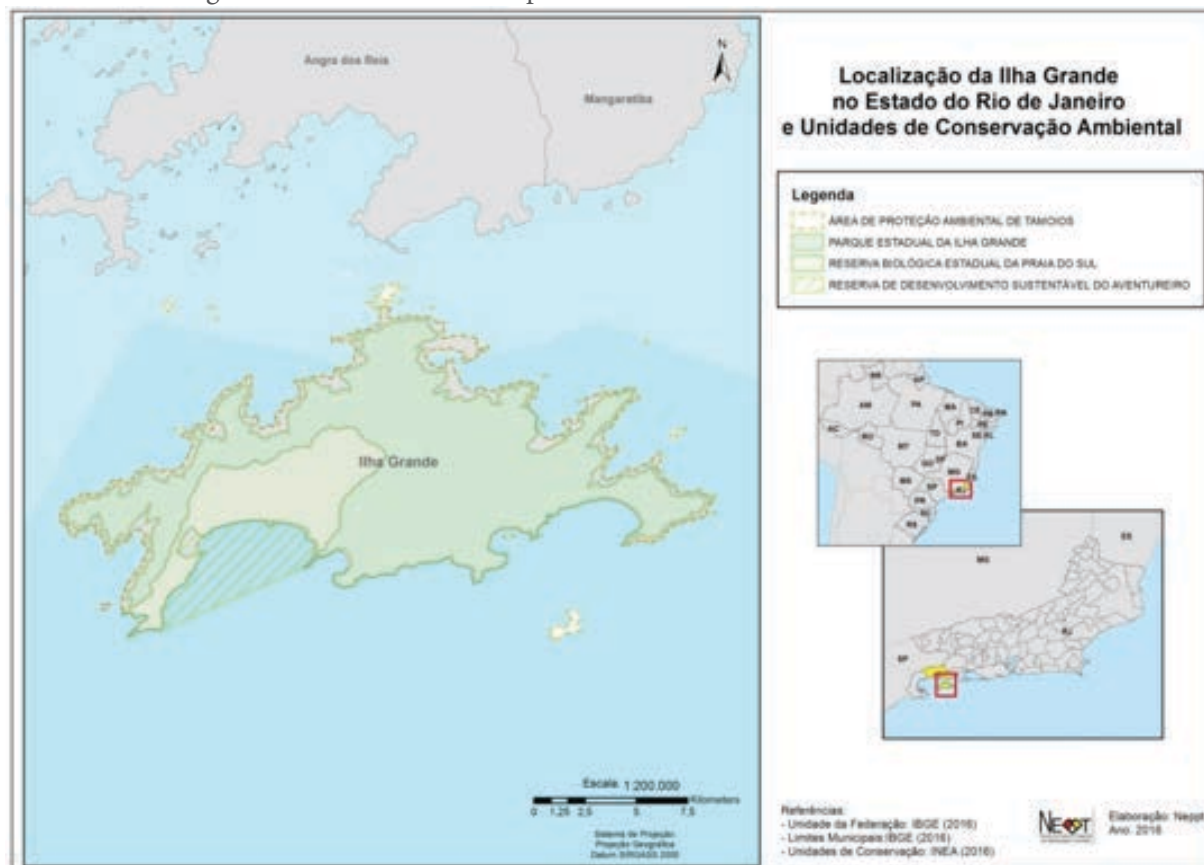


Figura 1 – Localização Geográfica da Ilha Grande (Angra dos Reis) no estado do Rio de Janeiro (Brasil).

Fonte: Autora; Acervo NEPTT (2016).

A população da ilha encontra-se distribuída em 20 localidades de características bastante diferenciadas, tanto na perspectiva socioeconômica, quanto na de ocupação urbanística. Os dados do Censo Demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que a ilha abriga uma população de aproximadamente 5.021 habitantes e evidenciam uma concentração na enseada de Abraão de cerca de 1.971 habitantes, seguida de Provetá com 1.065 habitantes.

Como a Vila do Abraão abriga a maior parte da população do território insular e é considerada “capital” da ilha, foi escolhida como recorte espacial de análise desta pesquisa. O Circuito de Trilhas Abraão – Saco do Céu (Figura 2) é visitado regularmente por turistas de diferentes nacionalidades e apresenta atrativos turísticos tais como: Mirante da Praia Preta, Mirante do Aqueduto, Poção, Aqueduto, Ruínas do Lazareto, Cachoeira da Feiticeira, Córrego Saco do Céu e Praias Camiranga, Iguaçu e Feiticeira.

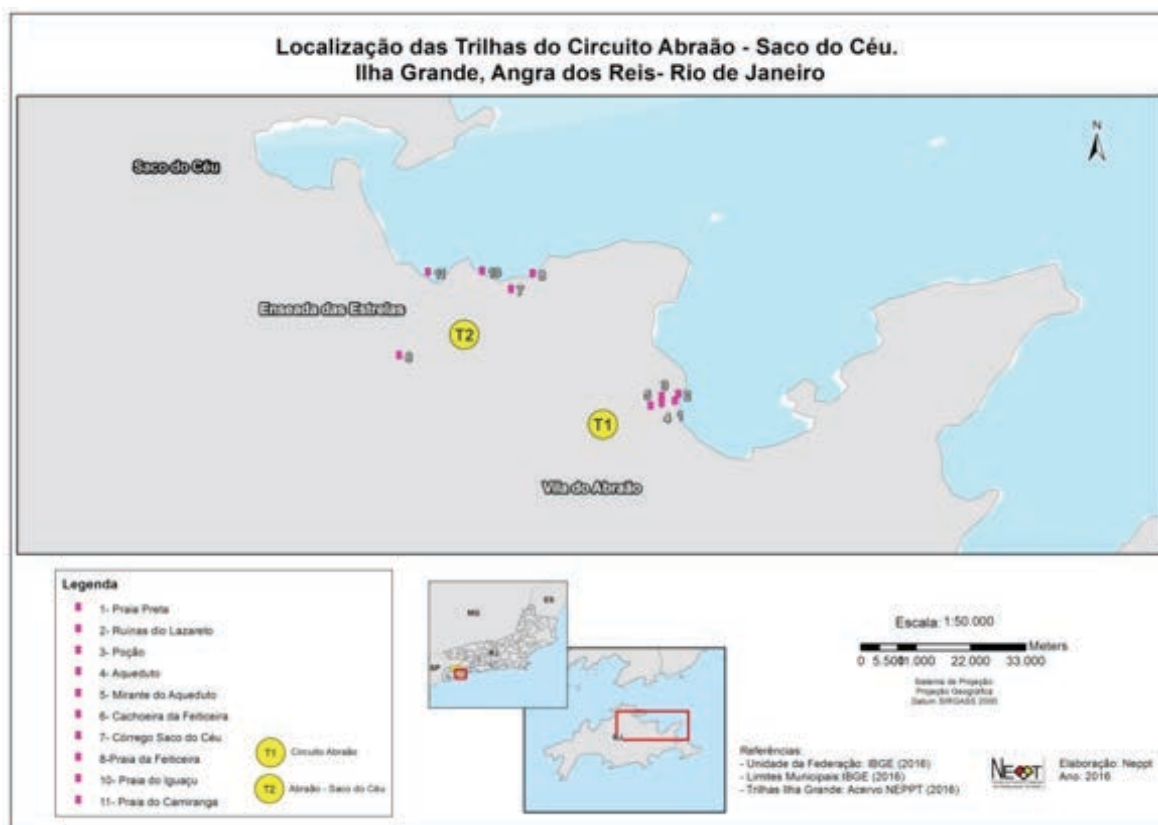


Figura 2 – O Circuito Abraão - Saco do Céu, Vila do Abraão

Fonte: Autora; Acervo NEPPT (2016).

Esse ambiente insular é de extrema fragilidade ante os fatores dos meios físico ou socioeconômico e constitui-se no desafio do planejamento territorial na perspectiva de paradigma integrador ou sistêmico considerando a atual estruturação turística e modelo gestor político-administrativo ou mesmo o de proteção ambiental. Nessa perspectiva, os estudos que antecederam essa pesquisa corroboram o diagnóstico socioambiental das enseadas e dos pontos considerados como atrativos turísticos.

De acordo com Gama et al. (2006), entre os problemas mais graves da ilha estão os de infraestrutura e os de impactos ambientais. O saneamento básico, o fornecimento de água, energia e telefonia e o sistema de coleta de lixo, por exemplo, não atendem à demanda da população fixa ou da população flutuante (temporadas). A ocorrência de impactos ambientais negativos, tais como erosão, compactação do solo, sedimentação, poluição das águas e praias, acentua o processo de degradação e fragiliza a dinâmica ambiental da ilha.

Somando-se a esse aspecto, Dutra (2008) aponta conflitos ou contradições entre os diversos atores sociais presentes na ilha, destacando-se aqueles entre a população local nativa e não nativa (devido à diferença de oportunidades em relação aos empregos associados à atividade turística), entre as esferas de governo e instituições públicas responsáveis pela preservação e manutenção das diferentes unidades de conservação (Federação, Estado, Município), entre os grupos hoteleiros e pousadeiros (devido à presença de investidores e empresários que não são da ilha), barqueiros e órgãos fiscalizadores e entre o poder público e as organizações não governamentais.

Xavier (2009) e Amorim (2009) investigaram a questão da ilha enquanto território cárcere e território protegido, pois, por muitas décadas foi chamada de “Caldeirão do Diabo” e mais recentemente passou a ser chamada de “Paraíso Ecológico”.

Rosa (2010) identificou que grande parte do território da ilha apresenta fragilidade ambiental de graus médio, alto e muito alto. Vale destacar que o meio ambiente apresenta maior ou menor fragilidade em função de suas características “genéticas” e qualquer alteração nos componentes que integram a natureza (relevo, solo, geologia, vegetação e recursos hídricos) pode acarretar o comprometimento da funcionalidade do sistema, influenciando o seu estado de equilíbrio dinâmico. Portanto, a fragilidade de um ambiente está diretamente ligada aos aspectos físicos ante as atividades humanas que, no caso da ilha, pode estar associada ao turismo local.

Freire (2011) enfatizou as novas dinâmicas espaciais em função da atividade econômica do turismo e questiona se a reconfiguração da ilha se dá a partir da expansão ou substituição por novas territorialidades ou mesmo como território turístico.

Pereira (2013) associou a vulnerabilidade ambiental, em parte atribuída à atividade do turismo, à estrutura político-administrativa vigente em que a gestão encontra-se segmentada entre estado e município.

Kaliki (2014) e Minda (2014) destacaram os impactos em trilhas decorrentes da visitação em diferentes setores da ilha e, mais recentemente, Rodrigues (2015) e Farias et al. (2015) exploraram os aspectos e consequências da visitação pública às trilhas Abraão – Lopes Mendes e ao Circuito do Abraão, consideradas pontos atrativos de turismo.

O objetivo principal desta pesquisa é inventariar os patrimônios histórico-culturais e geológico-geomorfológicos da Vila de Abraão para subsidiar propostas de planejamento territorial na perspectiva do geoturismo, ou seja, outra dimensão da atividade turística que vai além da apreciação estética de acordo com Hose (1995). Essas propostas estão fundamentadas no paradigma integrador de áreas protegidas de acordo com Depraz (2008) bem como a análise ambiental de acordo com Santos (2004) e Ross (2006). A metodologia baseia-se na inventariação do patrimônio de acordo com Brilha (2010) e nas categorias de análise de Gomes (2013), essenciais para compreender o espaço geográfico e as imagens espontaneamente observadas. Ressalta-se que é uma pesquisa em desenvolvimento dentro do Núcleo de Ensino e Pesquisa em Planejamento Territorial (NEPPT) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Por se tratar da visibilidade de elementos geoturísticos de uma dada área, torna-se coerente a abordagem de Gomes (2013), na qual identifica algumas categorias de análise: ponto de vista, composição e exposição constituídas originalmente por meio de uma dimensão espacial. A categoria ponto de vista é um dispositivo espacial que, em seu sentido concreto, é usado para designar lugares que ofereçam uma visão panorâmica, de onde se pode observar uma paisagem. Contudo, essa categoria tem também um sentido metafórico de opinião. Quando observamos a paisagem, escolhemos a posição do nosso olhar e como olhar e desse modo acabamos por determinar o ângulo, a direção, a distância, entre outros atributos posicionais. De acordo com Gomes, “a expressão estabelece uma relação direta entre o observador e aquilo que está sendo observado. [...] A situação espacial permite ao observador ver algo que de outro lugar não seria visível para ele da mesma forma” (GOMES, 2013, p. 19). Já a categoria composição é o conjunto estruturado de cores, formas ou coisas, resultado de uma combinação que gera algo novo, formado pela junção de diversos elementos que possui um aspecto essencial, o jogo de posições. A forma de dispersão desses dados dará

origem ao novo elemento e corresponde a sua espacialidade. Segundo Gomes, a paisagem é sempre uma composição. Formas do relevo, diferentes tipos de cobertura vegetal, ocupação das terras, entre outros elementos se associam de modo original e configuram uma paisagem. E pela categoria exposição, tem-se a questão voltada para a posição de exterioridade. O autor coloca a importância de se compreender as coisas segundo uma classificação que institui o que deve ser exibido e o que deve ser escondido. De acordo com Gomes (2013):

Lugares de exposição são lugares de grande e legítima visibilidade. O que ali se coloca tem um comprometimento fundamental com a ideia de que deve ser visto, olhado, observado, apreciado, julgado. Isso também significa dizer que socialmente estabelecemos lugares onde essa visibilidade deve ser praticada, segundo complexas escalas de valores e significações. [...] Dessa maneira, as dinâmicas que afetam a visibilidade, aquilo que deve ser reunido na compreensão da vida social. Essa constatação já poderia ser uma justificativa suficiente para a afirmação da relevância do olhar geográfico. (GOMES, 2013, p. 23).

Portanto, no Circuito Abraão – Saco do Céu tais categorias são a base para a inventariação e determinação dos patrimônios histórico-culturais e geológico-geomorfológicos que, aliados aos conceitos de visibilidade e de paisagem subsidiarão a análise pretendida. O conceito de visibilidade depende da morfologia do sítio, da existência de um público e da produção de uma narrativa dentro da qual aquela coisa, pessoa ou fenômeno encontra sentido, merecendo, assim, destaque. A cartografia do olhar (tipo de espaço, lugar ocupado e rede de relações dessa posição) pode atuar como critério que guia o olhar e o interesse, conferindo diferentes graus de visibilidade às coisas. O conceito de paisagem apresenta uma dimensão composicional, ou seja, o de associar as coisas pela posição em que se encontram. Essa associação é uma das bases do raciocínio geográfico, também definidas pelo ponto de vista ou o enquadramento do olhar, seu delimitador. Dependendo da posição em que nos encontramos, do ângulo e da distância, diferentes coisas aparecerão e podem parecer mais ou menos importantes que outras. Por último, o conceito de espaço que o autor chama atenção sobre a dificuldade de definição:

Na geografia passamos, às vezes, horas argumentando, escrevemos muitas páginas para tentar dizer que o espaço não é um mero reflexo da sociedade, que ele não é determinado por ela, ele é uma condição necessária para que a sociedade se organize e consiga viver sob determinadas formas, ele é um elemento estrutural e estruturante. Tudo isso está contido em uma pequena sequência de alguns poucos minutos, eis o poder da imagem. (GOMES, 2013, p. 119).

Trinômio: geoturismo, geodiversidade e geoconservação

O turismo baseia-se no consumo do espaço geográfico e utiliza para sua dinamização os elementos componentes da paisagem como monumentos arquitetônicos, cidades históricas, elementos religiosos, espaços naturais, entre outros. De acordo com a Organização Mundial do Turismo – OMT (agência especializada das Nações Unidas criada em 1970 que funciona como fórum global para questões de políticas turísticas), o turismo é uma atividade humana que envolve o deslocamento do centro emissor, ou seja, o local de residência do turista, para um determinado destino turístico ou centro receptor.

Já o geoturismo está associado a outros conceitos tais como os de geodiversidade, geoconservação e patrimônio geológico, pois essa atividade está pautada em três princípios fundamentais: base no patrimônio geológico, sustentabilidade e na informação geológica. Esse termo foi divulgado a partir dos estudos do inglês Thomas Hose na década de 1990, que considera o segmento como:

Serviços e facilidades interpretativas no sentido de possibilitar aos turistas a compreensão e aquisição de conhecimentos de um sítio geológico e geomorfológico ao invés da simples apreciação estética. (HOSE, 1995).

Na década de 2000 esse segmento ganha adeptos que passam a investigar o turismo na perspectiva (geo)ambiental – geoturismo, geodiversidade e geoconservação. Em 2005, Brilha destaca o geoturismo como o segmento que disponibiliza os serviços e meios interpretativos que promovam o benefício social dos geossítios geológicos e geomorfológicos, além de assegurar a conservação para estudantes e turistas. Já Guerra e Marçal (2006) destacaram que a atividade turística pode estar intimamente relacionada com o meio físico, em especial, aquela vinculada à exploração das belezas naturais de uma determinada área, demonstrando o crescente interesse da ciência geográfica em seu estudo. Em 2007, Ruchkys define o geoturismo como:

[...] um segmento da atividade turística que possui o patrimônio geológico e geomorfológico como atrativo principal e busca sua proteção por meio de conservação de seus recursos da sensibilização do turista, utilizando, para isto, a interpretação deste patrimônio, o tornando acessível ao público leigo, além de promover a sua divulgação e o desenvolvimento das ciências da Terra.

Em 2008, o próprio Hose volta a se manifestar quando afirma que geoturismo é:

A provisão de serviços e facilidades interpretativas que permitam aos turistas adquirirem conhecimento e entendimento sobre a geologia e geomorfologia de um sítio (incluindo sua contribuição para o desenvolvimento das Ciências da Terra), além da mera apreciação estética (HOSE, 2008, p. 221).

O geoturismo objetiva preencher uma lacuna do ponto de vista da informação ao possibilitar que o turista contemple as paisagens e entenda o embasamento dos processos geológicos e geomorfológicos responsáveis por sua formação. Nesse sentido, o geoturismo passa a ser uma atividade baseada na geodiversidade, caracterizando um segmento do turismo em áreas naturais e realizado por pessoas com interesse em conhecer os aspectos geológicos e geomorfológicos de um determinado local. Porém, é válido ressaltar que os aspectos sociais e culturais são fundamentais e que o geoturismo deve ser visto como um novo segmento do turismo que possui especificidades no que tange às suas potencialidades e objetivos e não como uma forma de ecoturismo.

De acordo com Licardo (2008), a geodiversidade apresenta um paralelo com a biodiversidade, pois é constituída por seres vivos e pelo arcabouço terrestre que sustenta a vida, é o resultado da lenta evolução da Terra. Os autores ressaltam que cada parte do planeta, não importa a extensão, apresenta uma geodiversidade própria, e seu inventário junto com a seleção de sítios representativos de sua história geológica e geomorfológica é o primeiro passo para a determinação do patrimônio geológico-geomorfológico, e será a base para a geoconservação e o geoturismo.

O conceito de geoconservação surge como necessidade de preservação do patrimônio geológico mundial e, de acordo com Sharple (2002), objetiva a preservação da diversidade natural. Brilha (2010) vem discutindo amplamente esse conceito desde a década de 1990. Reconhece-se que os componentes abióticos do ambiente natural são tão importantes para a conservação da natureza quanto como os componentes bióticos, ressaltando a necessidade de gestão adequada destes, haja vista que a degradação das formas de relevo, solos e águas terá um impacto direto sobre a variedade biológica de espécies e comunidades que vivem dentro ou sobre esses elementos naturais. Silva (2007) destacou que a Organização das Nações Unidas (ONU) decretou a década compreendida entre 2005 e 2014 como “a década da geoconservação e educação para o desenvolvimento sustentável”.

Nomes geográficos: toponímia e geonímia

A área do conhecimento científico ligada ao estudo dos nomes é definida pela Onomástica, traduzida como o estudo dos nomes próprios. Divide-se em dois outros ramos: antroponímia e toponímia, onde a toponímia seria o estudo dos nomes dos lugares que, vista como descendente direta da onomástica é também denominada toponomástica. Rostaing (1958) foi o primeiro a definir toponímia como “ciência que se propõe a procurar a origem dos nomes dos lugares e também a estudar as suas transformações, mostrando que é bem mais ampla em sua finalidade”.

Uma segunda definição foi estabelecida por Furtado (1957) que apresentou a toponímia como o “estudo dos nomes de sítios, povoações, nações, bem como os rios, montes, vales, etc., – isto é, os nomes geográficos”. Segundo o autor,

os nomes geográficos refletem a paisagem antropizada, através de uma personalização, individualizando e diferenciando de qualquer outra área e, assim, vindo a se constituir uma linguagem geográfica essencial com sentido, significado e aceção própria, dizendo muita coisa sobre o terreno e seu povoamento (FURTADO, 1957).

Dessa forma, pode-se antever a importância do seu estudo e significado para a Geografia.

De acordo com Menezes e Santos (2006), os nomes geográficos são testemunhos históricos do povoamento de toda uma nação. Eles registram e sinalizam a passagem histórica de gerações, culturas, povos e grupos linguísticos, que se sucedem na ocupação de uma dada porção territorial, indicando a antropização da paisagem e a consequente expansão do ecúmeno.

Contudo, mais uma terminologia abrange o estudo da nomenclatura geográfica: o termo “geonímia” surge para apontar nomes próprios de lugares e acidentes geográficos, também tradicionalmente ditos toponímia e topônimos, respectivamente. Além disso, considera-se sob essa ótica, que o vocábulo “geo” (terra), em seu aspecto conceitual, é mais abrangente que o vocábulo “topos” (lugar), no sentido do assentamento na ocorrência dos nomes geográficos sobre a superfície terrestre e passível de representação cartográfica, a partir de referenciais terrestres. A geonímia constitui-se em relevante marca cultural no território e expressa uma efetiva apropriação do espaço por um dado grupo cultural. É ainda um elemento cultural de um povo que articula linguagem, política territorial e identidade. Nomear e renomear rios, montanhas, cidades, bairros, e logradouros têm um significado político e cultural, envolvendo etnias ou grupos culturais, hegemônicos ou não. Desse modo, o termo geônimo será utilizado neste estudo como nomes geográficos identificadores de quaisquer feições geográficas naturais ou antrópicas, recorrentes sobre a superfície terrestre, e passíveis de serem georreferenciados.

A partir dos conceitos associados ao geoturismo e o levantamento dos geônimos, deu-se início a outra etapa metodológica: a inventariação dos patrimônios na Ilha Grande, com destaque para o patrimônio geológico-geomorfológico e o patrimônio histórico-cultural no recorte espacial em questão, Circuito Abraão – Saco do Céu.

Inventariação dos patrimônios geológico, geomorfológico, histórico e cultural

De acordo com as categorias de análises apresentadas por Gomes (2013) e levando em consideração o conceito de visibilidade e suas três contextualizações (morfologia, posição do observador e a narrativa), foram inventariados 10 pontos com potencial geoturístico e sua geonímia, divididos nas trilhas (T) em

que estão presentes como Trilha Circuito Abraão (T1) e Trilha Abraão – Saco do Céu (T2) (Quadros 1 e 2). Em seu conjunto forma o Circuito Abraão – Saco do Céu assim denominado pelo poder público, divulgado nas sinalizações do órgão ambiental e nas principais mídias.

Na T1 foram inventariados cinco pontos: Praia Preta, Ruínas do Lazareto, Poção, Aqueduto e Mirante do Aqueduto (Quadro 1).

Quadro 1 – Trilha Circuito Abraão (T1).

T1	Aspecto Predominante	Categoria de Análise	Destaque	Patrimônio	Geônimo
Praia Preta	Natural	Ponto de Vista e Composição	Paisagem e Lazer	Geológico-Geomorfológico	Associação com a característica física da paisagem.
Ruínas do Lazareto	Histórico	Ponto de Vista e Exposição	História e Paisagem	Histórico-Cultural	Associação com o significado da utilização do prédio em ruínas nos anos de 1930 a 1950.
Poção	Natural e Histórico	Composição e Exposição	Lazer	Geológico-Geomorfológico	Associação com a aparência física de poço. Contudo, foi chamado de Cachoeira dos Escravos, nome associado à utilização no período Colonial.
Aqueduto	Histórico	Exposição	História	Histórico-Cultural	Nome associado ao uso distribuição de água para o Lazareto.
Mirante do Aqueduto	Natural	Ponto de Vista e Composição	Paisagem	Geológico-Geomorfológico	Associação do mirante com seu aspecto físico, por ser um ponto alto. E do aqueduto por proporcionar uma vista.

Fonte: Autora (2015).

Praia Preta: atrativo natural enquadra-se no conceito ponto de vista, pois oferece uma paisagem com vista para o mar. Patrimônio natural, apresenta a evolução do aspecto geológico-geomorfológico com a foz do Córrego do Abraão. Seu nome está associado à coloração escura devido à presença de minerais como a ilmenita, magnetita e biotita, que são carregados pelas águas do córrego e depositados na praia. Destaca-se a importância da sua característica física para a geonímia, uma associação de nome – paisagem (Figura 3).



Figura 3 – Praia Preta: foz do córrego do Abraão (presença de minerais depositados na areia e delineada por encostas florestadas).

Fonte: Autores; Acervo NEPPT (2014).

Ruínas do Lazareto: representantes do patrimônio inventariado por conteúdo histórico-cultural. Os lazaretos existiram em várias partes do globo e significam lugares afastados de áreas urbanas onde indivíduos com doenças infecciosas ficam isolados. Na ilha, o Lazareto do Abraão foi construído para abrigar os viajantes e imigrantes enquanto era realizada inspeção sanitária, além dos que necessitavam de ficar em quarentena, pois vinham de países assolados pela cólera-morbo. A obra foi finalizada por volta de 1871 e funcionou como presídio por 28 anos, entre os anos de 1930 e 1950 até sua desativação e implosão. Oferece uma bela vista para a Praia Preta e consegue narrar o sistema de marés local, pois quando a maré sobe, cobre boa parte das ruínas, o que à época do presídio servia como método de tortura (Figura 4).



Figura 4 – Ruínas do Lazareto (Vila do Abraão): vegetação sobre os escombros

Fonte: Autores; Acervo NEPPT (2014).

Aqueduto e Poção: apresentam aspectos histórico-culturais e geológico-geomorfológicos. O Aqueduto foi construído em 1893 para abastecimento do Lazareto utilizando as águas das cabeceiras do Córrego do Abraão. Construção histórica de 11 metros de altura, 140 metros de comprimento e 26 arcos, tem destaque cultural e encontra-se cercado por mata fechada. O Poção localiza-se nas proximidades do Aqueduto e destaca-se por constituir-se patrimônio natural, onde as características geológicas e geomorfológicas ficam mais evidentes. Porém, é conhecido também como Cachoeira dos Escravos, apresentando evidências (argolas de ferro incrustadas nos blocos de rocha) de utilização para banho dos escravos e por isso considerado aspecto histórico-cultural (Figuras 5 e 6).



Figuras 5 e 6 – Aqueduto (detalhe: arcos) e Poção.

Fonte: Autores; Acervo NEPPT (2014).

Mirante do Aqueduto: patrimônio natural a partir do conceito de ponto de vista, pois se constitui em local de onde se observa a paisagem. Essa paisagem abrange os aspectos geológico-geomorfológicos no seu conceito de composição, onde aprecia-se a geodiversidade local a partir do próprio mirante que se constitui em deslocamento rochoso. O componente vegetação (cobertura secundária) e parte do Aqueduto exemplificam o conceito de exposição de forma destacado pela vista, dando assim, origem ao seu nome (Figura 7).



Figura 7 – Mirante do Aqueduto (detalhe: estratos da vegetação).

Fonte: Autores; Acervo NEPPT (2014).

Na T2, foram inventariados cinco pontos: Cachoeira da Feiticeira, Córrego Saco do Céu, Praia da Feiticeira, Praia do Camiranga e Praia do Iguaçu (Quadro 2).

T2	Aspecto Predominante	Categoria de Análise	Destaque	Patrimônio	Geônimo
Cachoeira da Feiticeira	Natural	Ponto de Vista e Composição	Paisagem e Lazer	Geológico-Geomorfológico	Associação com a paisagem. De acordo com moradores locais “é de enfeitiçar com tamanha beleza”.
Córrego Saco do Céu	Natural	Ponto de Vista e Composição	Lazer	Geológico-Geomorfológico	Associação com o Saco do Céu. Praia em forma de saco, águas calmas e à noite observa-se o reflexo das estrelas.
Praia da Feiticeira	Natural	Ponto de Vista e Composição	Paisagem e Lazer	Geológico-Geomorfológico	Associação com a paisagem – Cachoeira da Feiticeira cujas águas desembocam nessa praia.
Praia do Camiranga	Natural	Ponto de Vista e Composição	Paisagem e Lazer	Geológico-Geomorfológico	Associação com característica física. Nome em homenagem ao Urubu Camiranga, espécie em abundância na ilha principalmente nessa praia.
Praia do Iguaçu	Natural	Ponto de Vista e Composição	Paisagem e Lazer	Geológico-Geomorfológico	Associação com característica física. Nome de origem tupi-guarani: local com grande quantidade de água.

Quadro 2 – Abraão - Saco do Céu (T2).

Fonte: Autores (2015).

Cachoeira da Feiticeira e Córrego Saco do Céu: pontos selecionados pelo potencial de aspectos geológico e geomorfológico. A cachoeira possui um destaque natural com uma queda-d'água de 15 metros e com exposição de afloramento rochoso que forma um poço cercado por blocos de rocha. Pode-se explorar os conceitos de composição e exposição de acordo com Gomes (2013). A cachoeira foi

nomeada pela população que associou a beleza do lugar “a ponto de enfeitiçar qualquer um”. O córrego encontra-se abrigado pela floresta em um setor da trilha que não é muito visitado e apresenta alteração significativa entre a declividade dos cursos superior e inferior, com quedas-d’água e cachoeiras, onde as nascentes encontram-se preservadas pela Mata Atlântica. Seu nome tem origem na sua localização, pois está na trilha Abraão – Saco de Céu possui significado que remete à contemplação da paisagem local. Em forma de um saco e com uma boca pequena voltada para a Enseada das Estrelas, é considerado santuário ecológico rico em biodiversidade, onde o mar é tão calmo como um lago e nas noites de céu estrelado é possível ver as estrelas refletidas na superfície da água (Figuras 8 e 9).



Figuras 8 e 9 – Cachoeira da Feiticeira e Córrego Saco do Céu.

Fonte: Autores; Acervo NEPPT (2014).

Praias do Camiranga, do Iguaçu e da Feiticeira: destaques naturais de acordo com o conceito de visibilidade. Apresentam potencial descritivo e compreensivo sobre os aspectos geológico-geomorfológicos (com presença de blocos rochosos nas vertentes), aspectos vegetacionais (estágios visíveis de recuperação) e erosivos. Em relação ao conceito de ponto de vista, constituem-se em paisagem, proporcionam vista para a baía e são também exemplos dos conceitos de composição e exposição. Registram-se a presença de propriedades particulares, de cais e apresentam trânsito de embarcações (Figuras 10, 11 e 12). Seus nomes também auxiliam ao geoturismo: a Praia do Iguaçu possui uma estreita faixa de areia, o que acaba sendo expresso pelo seu nome, que significa em tupi-guarani “local com grande quantidade de água”. A Praia do Camiranga tem esse nome em homenagem ao Urubu Camiranga, uma espécie abundante na ilha e principalmente nessa praia em época de reprodução. E, por último, a Praia da Feiticeira, pequena e de areia bem fina e clara, possui ligação com a Cachoeira da Feiticeira, cuja paisagem é descrita por locais como “aquela que encanta e parece mágica”.



Figuras 10, 11 e 12 – Praias do Camiranga, do Iguaçu e da Feiticeira.

Fonte: Autores; Acervo NEPPT (2014).

Considerações finais

As considerações finais desta pesquisa estão relacionadas às alternativas viáveis de planejamento da Ilha Grande diante do complexo quadro ambiental em que se encontra. Distrito de Angra dos Reis e protegido por unidades de conservação, é alvo de especulação vinculada à atividade turística intensificada após a demolição do complexo penal. Explorada desde o ano de 1503, apresenta elevada fragilidade natural que justifica o zoneamento ambiental e detalhamento de diretrizes de planejamento por bacia hidrográfica (proposto por ROSA, 2010) observando os desdobramentos conceituais da geodiversidade, geoconservação e do geoturismo. Ademais, entendemos que a principal ferramenta para a geoconservação é o reconhecimento da importância do patrimônio existente pela população local, sociedade, meio acadêmico e poder público. Consideramos os patrimônios histórico-culturais e geológico-geomorfológicos objetos desta pesquisa que teve como recorte espacial a Vila do Abraão, porta de entrada dos turistas e visitantes da ilha.

Percorrendo a Vila de Abraão, identificamos localidades que são muito bem definidas como patrimônio geológico-geomorfológico com diferentes conteúdos, utilizações e influência inclusive internacional. De acordo com Mansur (2010), o modelo de desenvolvimento adotado pelo governo tem “superexplorado os recursos naturais e destruído parcela significativa daquilo que originalmente atrai os visitantes: a beleza natural e a paisagem diferenciada”.

As metodologias utilizadas para reconhecimento, identificação, valoração e inventariação se mostraram positivas quando se observa o contexto geral das atividades desenvolvidas no recorte em questão. Em síntese, a ideia de espacialidade está ligada a um sentido locacional associado a um plano, uma superfície ou volume, o que corresponde ao resultado de um jogo de posições relativas de coisas e/ou fenômenos

que se situam, ao mesmo tempo, sobre esse mesmo espaço. A Ilha Grande ficou conhecida por sediar um complexo presidiário e por muitas décadas foi chamada de “Caldeirão do Diabo”. Recentemente, passou a ser conhecida como “Paraíso Ecológico” por um conjunto de paisagem que retrata uma natureza exuberante típica de país tropical. As investigações no âmbito da ciência geográfica objetivam demonstrar que o chamado “paraíso ecológico” apresenta potencialidades e limitações relativas às atividades turísticas desenvolvidas em ambiente protegido legalmente. A ilha guarda um patrimônio cultural que remete à sua trajetória histórica de uso ao longo de cinco séculos de ocupação.

A literatura aponta que o discurso estimulador do ecoturismo foi um dos principais elementos responsáveis pelo aumento da atividade turística na ilha no final do século XX. Atualmente, a investigação científica tem como fundamentação o geoturismo que possibilita a integração dos aspectos do meio físico aos aspectos do meio social, econômico e cultural. Baseado nas categorias de análise de Gomes (2013), destacamos as trilhas do Circuito Abraão – Saco do Céu, que são de fácil acesso, visitadas com significativa frequência e se traduzem nos caminhos que levam aos pontos inventariados. Retomando o conceito de visibilidade, essas trilhas apresentam uma trama locacional conhecida por elementos como a Praia Preta, a Cachoeira da Feiticeira, o Aqueduto e as Ruínas do Lazareto. Nestes, a contemplação dos patrimônios geológico, geomorfológico, histórico e cultural é favorecida pelo lugar e promove a exposição e a visibilidade da praia, da cachoeira e das ruínas das edificações. Existe uma geografia própria da visibilidade, lugares que já se apresentam como lugares naturais de destaque como o Mirante, a Praia Preta e a Cachoeira da Feiticeira. De outro, o Aqueduto e o Lazareto também são lugares de destaque, pois são vistos com facilidade e foram mantidos apesar do abandono em que se encontram.

De acordo com Gomes (2013), o tipo de espaço, o lugar ocupado e a rede de relações de posição são critérios que guiam o olhar, o interesse e conferem diferentes graus de visibilidade às coisas. As trilhas podem ser comparadas aos museus: as obras de artes são as praias, a cachoeira, o aqueduto, o mirante, o poço e o córrego. O caminho do museu é a trilha em si que fica invisível diante do destaque dado à exposição das artes. Do mesmo modo, o afloramento de rocha, a raiz exposta, a alternância da vegetação e mesmo o lixo não são capazes de atrair os olhares, não estão visíveis e favorecem a intensificação de impactos ao meio.

De outro, o levantamento dos geônimos é fundamental para a compreensão do significado do lugar, das características de cada ponto inventariado e da relação com a história de ocupação. Com o conjunto desses métodos ficou perceptível os potenciais e as limitações das trilhas, utilizados para tomada de decisão sobre a implantação de uma perspectiva geoturística nesse circuito.

Referências

AMORIM, N. M. **Da Pirataria ao Turismo: múltiplas territorialidades, conflitos de gestão e planejamento ambiental na Ilha Grande (Angra dos Reis – RJ) – Monografia.** Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Geografia, Rio de Janeiro, 2009.

BRILHA, J. Enquadramento legal de suporte à protecção do património geológico em Portugal. In: COTELO, J. M. et al. **Ciências Geológicas: ensino, investigação e sua história.** Associação Portuguesa de Geólogos, v. 2, p. 443. Magalhães Ramalho (Edts.) 2010.

DEPRAZ, S. **Géographie des espaces naturels proteges**: genèse, principes et enjeux territoriaux, Paris, AC 2008.

DUTRA, F. F. **Ensaio sobre os Atores Sociais no contexto das Políticas Públicas Ambientais**: o exemplo da Ilha Grande no estado do Rio de Janeiro. Dissertação. UERJ, Instituto de Geografia, Rio de Janeiro, 2008. 228p.

FARIAS, A. B. C. et al. A Visitação Pública e a Perspectiva do Geoturismo no Circuito Abraão e Saco do Céu – Ilha Grande, Angra dos Reis (RJ/Brasil). In: XV ENCUESTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 2015, La Habana – Cuba. **Anais eletrônicos**, CD-ROM ISBN: 978-959-7167-50-1.

FREIRE, I. S. de M. **Transformações socioespaciais e a formação de um território do turismo na Ilha Grande, Angra dos Reis (RJ)**. Monografia. UERJ, 2011.

FURTADO, S. S. **Curso de Formação de Topógrafos**, Rio de Janeiro, 1957.

GAMA, S. V. G. da; LEAL FILHA, S. M.; ROCHA, I. C. Os impactos ambientais e o processo de gestão integrada: experiências na vila de Abraão – Ilha Grande, Angra dos Reis, (RJ). **Revista Sociedade & Natureza**, Uberlândia, 18, dez. 2006.

GOMES, P. C. da C. **O Lugar do Olhar**: elementos para uma geografia da visibilidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 2013.

GUERRA, A. J. T.; MARÇAL, M. S. Geomorfologia aplicada ao turismo. In: _____. **Geomorfologia Ambiental**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 2006.

HOSE, T. A. Selling the Story of Britain's Stone. **Environmental Interpretation**, n.10, 1995.

_____. Geotourism and interpretation. In: NEWSOME, D.; DOWLING, R. **Geotourism**: sustainability, impacts and management. Elsevier, 2008, p. 221-241.

KALIKI, M. A. G. da S. **Diagnóstico da Estrada Abraão – Dois Rios na Ilha Grande (RJ) e a proposta de Estrada-Parque no âmbito do planejamento ambiental**. Monografia. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Geografia, Rio de Janeiro, 2009.

LICARDO, A.; PIEKARZ, G. F.; SALUMANI, E. **Geoturismo em Curitiba**. Curitiba: Mineropar (Minérios do Paraná), 2008.

MANSUR, K. L. **Diretrizes para Geoconservação do Patrimônio Geológico do Estado do Rio de Janeiro**: o caso do domínio tectônico de Cabo Frio (RJ). Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Geologia. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

MENEZES, P. M. L. de.; SANTOS, C. J. B. dos. Geonímia do Brasil: pesquisa, reflexões e aspectos relevantes. **Revista Brasileira de Cartografia**, n. 58/02, ago. 2006.

MINDA, C. dos S. **Análise Ambiental da Trilha do Caxadaço – Ilha Grande, Município de Angra dos Reis (RJ)**: um olhar para planejamento de ambientes protegidos. Monografia. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Geografia, Rio de Janeiro, 2009.

MOREIRA, J. C. **Geoturismo e interpretação ambiental**. Ponta Grossa: Editora UEPG. 2011.

PEREIRA, A. F. **Considerações sobre a estrutura político-administrativa de proteção de unidades de conservação como fator desencadeador da vulnerabilidade ambiental da Ilha Grande, Angra dos Reis (RJ)**. Monografia. UERJ, IGEOG, Rio de Janeiro, 2013.

POCIDONIO, E. A. L. **Inventário de Geomorfossítios e Patrimônio Geológico Construído do Município de Angra dos Reis (RJ): um novo olhar para a atividade turística.** (Exame de Qualificação – Mestrado em Geografia). Rio de Janeiro: Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2014.

RODRIGUES, L. de O. **Levantamento das Potencialidades e Fragilidades das Trilhas Abraão – Pouso e Pouso – Lopes Mendes na Ilha Grande (RJ) como Subsídio à Visitação da Área de Proteção Ambiental de Tamoios e do Parque Estadual da Ilha Grande.** Monografia. UERJ, Instituto de Geografia, Rio de Janeiro 2015.

ROSA, M. da S. **Bacias ambientais da Ilha Grande:** adequação da escala de análise para o planejamento ambiental. 2010. 75 f. Monografia. Curso de Geografia, Instituto de Geografia, UERJ, Rio de Janeiro, 2010.

ROSS, J. L. S. **Ecogeografia do Brasil:** subsídios para planejamento ambiental. São Paulo: Oficina de Textos, 2006.

ROSTAIN, C. **Lês Noms de Lieux.** 2^a ed. Vendôme, Presses Universitaires de France, (Coleção Que Sais-Je, n. 176) 135p. Paris, 1948.

RUCHKYS, U. A. **Patrimônio Geológico e Geoconservação no Quadrilátero Ferrífero, Minas Gerais:** potencial para a criação de um geoparque da Unesco. Tese (Doutorado) – Belo Horizonte: Instituto de Geociências, UFMG, 2007.

SANTOS, R. F. dos. **Planejamento Ambiental:** teoria e prática. São Paulo: Oficina de Textos, 184p., 2004.

SILVA, I. B. D. da; MENEZES, P. M. L. de; SOUZA, B. C. P. de. Primeiras Impressões sobre Geonímia do Município de Nova Friburgo. **Caderno do CNLF**, v. 14, n. 2, t.2.

XAVIER, T. F. **Do território do cárcere ao território da proteção da natureza:** conflitos no Parque Estadual da Ilha Grande, Angra dos Reis (RJ). 2008. 112 f. Dissertação. Programa de Pós-graduação em Geografia, Instituto de Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

Análisis de competitividad y movilidad en destinos turísticos del Estado de Guanajuato a través de un modelo de regresión logística

Análise da competitividade e da mobilidade em destinos turísticos no estado mexicano de Guanajuato, por meio de um modelo de regressão logística

Analysis of competitiveness and mobility within tourist destinations of Guanajuato through the application of a logistic regression model

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1097>

Erick Treviño-Aguilar <erick.trevino@ugto.org>

Universidad de Guanajuato (UGTO), Guanajuato, México.

Jeremy Heald <healdj59@gmail.com>

Universidad de Guanajuato (UGTO), Guanajuato, México.

Rafael Guerrero-Rodriguez <guerrera-rafael1@gmail.com>

Universidad de Guanajuato (UGTO), Guanajuato, México.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 25-set-2015

Aceite: 27-dez-2016

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

TREVIÑO-AGUILAR, E.; HEALD, J.; GUERRERO-RODRIGUEZ, R. Análisis de competitividad y movilidad en destinos turísticos del Estado de Guanajuato a través de un modelo de regresión logística. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 105-122, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



RESUMEN

Este trabajo presenta una discusión sobre la competitividad y movilidad turística de destinos turísticos en el Estado de Guanajuato, México, en el contexto del turismo cultural. Lo anterior se realiza a través de la aplicación de un modelo de regresión logística para caracterizar la probabilidad de movilidad entre destinos turísticos tradicionales de la entidad y cinco Pueblos Mágicos, previa selección de un conjunto de factores explicativos utilizando datos reales del 2013. A partir de estos datos y la aplicación del modelo, se discuten la teoría y práctica de la competitividad así como la movilidad turística a fin de sugerir algunas recomendaciones respecto del posible desarrollo de alianzas de cooperación entre distintos destinos turísticos del Estado de Guanajuato. La experiencia enseña que el diseño y aplicación del programa es retador y puede proveer aprendizajes para programas similares implementados en diversos países de América Latina.

Palabras clave: Competitividad. Movilidad turística. Regresión logística. Guanajuato, México.

RESUMO

Este artigo apresenta uma discussão sobre a competitividade e a mobilidade turística dos destinos turísticos no estado de Guanajuato, México, no contexto do turismo cultural. Isso é feito por meio da aplicação de um modelo de regressão logística para caracterizar a probabilidade de mobilidade entre destinos turísticos do estado (os destinos tradicionais e cinco vilas mágicas) mediante a seleção de um conjunto de fatores explicativos usando dados reais do ano de 2013. Baseando-se nesses dados e a aplicação do modelo, são questionadas a teoria e a prática da competitividade, bem como o transporte a fim de sugerir algumas recomendações no que concerne ao eventual desenvolvimento de parcerias e coalizões entre diferentes destinos no estado mexicano de Guanajuato. A experiência ensina que a concepção e implementação do programa é um desafio e a experiência pode fornecer aprendizagens para programas similares implementados em diferentes países da América Latina.

Palavras-chave: Competitividade. Mobilidade turística. Regressão logística. Guanajuato, México.

ABSTRACT

The article presents a discussion of tourism competitiveness and mobility in tourist destinations in Guanajuato, Mexico in a cultural tourism context. A logistic regression model is employed to characterize the probability of movements between the State of Guanajuato's traditional tourist destinations and five "Pueblos Magicos", selecting a series of explicatory impact factors from 2013 real data. The theory and practice of tourism competitiveness and tourist mobility is discussed with reference to the model in order to make recommendations concerning the possible development of cooperative networks between different tourism destinations in the State of Guanajuato. The experience teaches us that the design and implementation of the program is challenging and can provide wider learning for similar programs in different parts of Latin America.

Palavras chave: Competitivity. Tourism mobility. Logistic regression. Guanajuato, Mexico.

Introducción

Las bases de la experiencia de viaje se encuentran principalmente en la idea de movilizar personas de un territorio a otro con un número determinado de motivaciones y consideraciones temporales. En ese sentido, si la experiencia turística depende en gran medida de la movilidad, entonces ésta se convierte en un elemento central en la construcción de la atraktividad y la competitividad de los destinos (OLIVERI et al., 2012). Las primeras investigaciones acerca de la movilidad y comportamiento espacial de los turistas se remontan a los años 1970s. La mayoría de estos estudios estaban basados principalmente en análisis de patrones geo-espaciales con una limitada discusión explicativa (SHOVAL; ISSACSON, 2010, p. 11). A pesar de ello, en los últimos años han surgido diferentes enfoques que proponen analizar la dinámica social del territorio derivada del desarrollo de la actividad turística de una manera más integral.

No hay duda que la movilidad siempre ha estado profundamente vinculada al desarrollo de la actividad turística, especialmente en lo que se refiere al traslado de bienes y personas (ALBALATE; BEL, 2010) así como a la existencia de infraestructura adecuada (por ejemplo, red carretera, aeropuertos, puertos marítimos, terminales de autobuses, etc.) que se entiende como una condición indispensable para el desenvolvimiento del turismo en cualquier territorio. La existencia de estas condiciones (flujo de personas e infraestructura) determinan la probabilidad de que más visitantes interactúen en diferentes destinos, expandiendo de esta forma los beneficios económicos y sociales derivados. A pesar de la gran relevancia de estos factores para el turismo, su estudio ha recibido una atención limitada, restringiendo así su comprensión (SHAW; WILLIAMS, 2002).

En lo que se refiere a la competitividad, la movilidad de turistas se ha convertido en un factor clave para el desarrollo y crecimiento tanto de destinos como regiones. En los últimos años se ha visto el nacimiento acelerado de una oferta renovada de destinos como resultado de la aplicación de nuevas estrategias de movilidad, promoción y comercialización. De esta forma, los turistas han tenido la posibilidad de conocer espacios y territorios alternativos a los destinos tradicionales. Lo anterior no solo ha generado curiosidad sino también interés por parte de distintas comunidades que desean participar en el mercado turístico, poniendo a disposición sus recursos naturales y culturales a potenciales visitantes. Estas comunidades identifican como indispensable desarrollar modelos y herramientas para el monitoreo y rastreo tanto de la movilidad como de las actividades de los visitantes de sus destinos. El objetivo principal es entender mejor los patrones de comportamiento espacial de los visitantes con el objeto de maximizar las oportunidades de las actividades turísticas y sus beneficios en las diferentes comunidades, construyendo así una ventaja competitiva y una diferenciación en el mercado.

La movilidad turística se promueve con el fin de diversificar experiencias turísticas, aumentar el número de visitantes, extender estancias, incrementar ingresos y gastos y al mismo tiempo involucrar una amplia variedad de destinos y proveedores turísticos en los servicios ofrecidos. El turismo representa un sector integrador de distintos servicios por lo cual su efecto socioeconómico es importante porque genera ingresos y empleos que se reparten entre establecimientos de distinto tamaño. En términos de su impacto geográfico, el turismo tiene la capacidad de encadenar ofertas novedosas en destinos nuevos y también consolidar a segmentos establecidos en zonas tradicionalmente turísticas. En un mundo globalizado con elecciones prácticamente ilimitadas, la competitividad de los destinos se vuelve imprescindible y siendo el turismo un servicio altamente fragmentado, requiere de la coordinación y colaboración de agrupaciones de actores involucrados en clústeres turísticos locales y regionales que conjunten varios destinos geográficamente cercanos, con el fin de consolidar imágenes, experiencias y marcas (LEMMETYINEN; GO, 2008).

Un mejor entendimiento de la movilidad del turista es crucial para diseñar políticas públicas adecuadas de desarrollo turístico y mejorar la competitividad. No obstante su importancia, la literatura académica que estudia la emergencia de destinos alternativos como es el caso de los Pueblos Mágicos y en lo particular la movilidad de los turistas hacia estos territorios, es escasa y se concentra en los impactos sociales locales del programa (ver e.g., AARHUS-MÉNDEZ, RODRÍGUEZ, 2013; BALSLEV-CLAUSEN; GYIM-OTHY, 2015; GARCÍA-VEGA; GUERRERO-GARCÍA, 2014; MARTÍNEZ-RASCÓN, 2013; VELÁZQUEZ-GARCÍA, 2013). Con el objetivo de disminuir esta brecha de conocimiento, el presente trabajo pretende contribuir a comprender mejor la movilidad de los turistas en el territorio específico del Estado de Guanajuato, generando información relevante que, como se mencionó, es fundamental para la competitividad turística. En este trabajo, se identifican factores explicativos y predictivos acerca de la movilidad a través de la identificación de patrones. En contraste con trabajos anteriores, el análisis empleado en esta oportunidad es de carácter primordialmente cuantitativo a través del desarrollo de un modelo econométrico logístico.

Problemas y objetivos de investigación

Los enfoques tradicionales de investigación social no han logrado identificar plenamente los comportamientos referentes a la movilidad turística. Existen diversas limitaciones asociadas al diseño y aplicación de cuestionarios para indagar sobre el comportamiento de turistas en la planeación y ejecución de su movilidad, tomando en cuenta las opciones de transporte y la oferta de destinos turísticos en materia de atractivos, infraestructura y productos turísticos. Esta investigación pretende contribuir a comprender la movilidad turística entre destinos consolidados y emergentes en el contexto del Estado de Guanajuato, México. El programa de los Pueblos Mágicos obedece al objetivo de diversificar y ampliar la actividad turística, integrando nuevos destinos, segmentos y proveedores turísticos, aprovechando el potencial del turismo cultural a lo largo y al interior de este país (SECTUR, 2013). Evidentemente existe un dilema entre la generación de ingresos turísticos, su repartición entre actores locales y no locales y la sustentabilidad del desarrollo de localidades alejadas de los urbes principales y vulnerables (CLAUSEN, 2013). Contrario al modelo de turismo de sol y playa que lleva las actividades y servicios turísticos a sus clientes en el hotel o hasta la ribera donde se hospedan, en el segmento cultural es el cliente quien se mueve entre destino y destino, construyendo su experiencia turística con base en el consumo de lugares. Al promover el concepto de clústers, rutas y recorridos turísticos, mientras más favorablemente se alinean los factores geográficos de accesibilidad y distancia, con las ventajas iniciales de patrimonio y atractivos turísticos, y con la infraestructura y los productos turísticos diseñados, más factible resulta cualquier iniciativa para potencializar el turismo cultural. Los criterios de selección de nuevos destinos y el diseño de intervenciones es importante, porque el éxito de un programa multifacético de carácter y disperso geográficamente de entrada no está garantizado. En materia de movilidad, el artículo revela la experiencia local del programa, como referente para otros países latinoamericanos que pretenden adaptar un modelo similar e impulsar en sus propios contextos geográficos un turismo cultural como es el caso de Argentina, Chile, Ecuador, Guatemala, Perú entre otros.

El Programa de Pueblos Mágicos y el Estado de Guanajuato

El Programa de Pueblos Mágicos fue creado de manera formal en el año 2001 y de acuerdo al criterio de la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR) contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que tienen el potencial de representar alternativas diferentes tanto para los visitantes nacionales como extranjeros. Actualmente son 111 los destinos que se encuentran inscritos dentro el Programa, de los cuales 37 fueron nombrados por el gobierno federal en el 2012 y los últimos 28 en 2015 (SECTUR, 2013, 2016).

Un Pueblo Mágico, de acuerdo a la SECTUR, se define como:

una localidad con una población base de 20,000 habitantes, con atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, y cotidianidad. La localidad debe ubicarse en una distancia no mayor a los 200 kilómetros, o el equivalente a dos horas de distancia vía terrestre de un destino turístico consolidado o bien de una población considerada como mercado emisor (SECTUR, 2013).

De manera resumida, los objetivos del Programa son: 1) estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos histórico - culturales de localidades singulares; 2) aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local; 3) poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades con potencial turístico, fomentando así flujos turísticos que generen un mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general), así como la creación y/o modernización de los negocios turísticos locales; 4) que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal, y; 5) que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficie del turismo como actividad redituable como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida (SECTUR, 2013).

Es evidente que la mayoría de los objetivos del programa de Pueblos Mágicos apelan a un desarrollo turístico basado en la formación de redes y alianzas de cooperación turística.

Es importante mencionar que cinco de los 111 Pueblos Mágicos se encuentran en el Estado de Guanajuato (ver Mapa 1). En orden cronológico estos son: Dolores Hidalgo, nombrado en 2002, y Jalpa de Cánovas, Mineral de Pozos, Salvatierra y Yuriria, nombrados en 2012. De estos destinos se puede mencionar que solo Dolores Hidalgo es una comunidad con antecedentes turísticos, siendo “Cuna de la Independencia Nacional”, un productor reconocido de artesanías de cerámica y el lugar natalicio de uno de los cantantes más emblemáticos del género de música “ranchera”, además de ubicarse sobre la “Ruta de la Independencia” que pasa por la Sierra de Guanajuato y conecta a Guanajuato Capital con San Miguel de Allende, uno de los destinos emblemáticos del Estado. Por otro lado, Mineral de Pozos, un pueblo minero abandonado y recientemente repoblado, cuenta con cierto encanto y representa un destino turístico en formación, mientras que el resto de los destinos están en proceso de construir su oferta turística. Los casos de Jalpa de Cánovas, Salvatierra y Yuriria merecen un análisis aparte pues estas comunidades recién comienzan a experimentar el desarrollo turístico y hay pocos antecedentes locales sobre la dinámica de esta actividad.

No hay duda que los cinco pueblos cuentan con un patrimonio cultural y natural aprovechable para fines turísticos, sin embargo, también es una realidad que todos requieren del diseño e implementación de programas adecuados de desarrollo que contemplen inversiones en atractivos e infraestructura complementaria¹.



Mapa 1 – Ubicación geográfica de los Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato.

Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato.

http://www.gtoexperience.mx/pueblosmagicos/pueblos_guanajuato.pdf

La competitividad turística

La esencia del concepto de “competitividad” proviene de la utilización eficiente de los recursos para ofertar un producto o servicio, en este caso relacionado con el ámbito turístico, de mayor calidad en comparación con los demás ofertantes. De manera más concreta, la competitividad turística se puede definir como:

¹ Conclusiones extraídas del estudio “Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato, 2013” realizado por la Universidad de Guanajuato.

La capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de manera sostenible y sostenida; lo cual puede alcanzarse mediante la consecución de rentabilidades financieras por encima de la media en los ámbitos empresariales, y de rentabilidades sociales y ambientales como consecuencia de la actuación de organismos e instituciones públicas, así como consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas, (SECALL, 2010, p. 7).

Como se puede apreciar, esta definición agrupa tres características principales: 1) el ámbito espacial; 2) el ámbito empresarial, y; 3) el ámbito social. El primer ámbito (espacial), se refiere a la necesidad de un territorio para desarrollar los destinos y las actividades turísticas que puedan generar beneficios sociales y económicos para las comunidades receptoras. Es en este espacio donde se generan una serie de productos y servicios dirigidos tanto a los visitantes como a los residentes. La segunda característica (empresarial), se trata de la organización de actores en la prestación de bienes y servicios para generar una ventaja comparativa respecto a otros territorios similares. El grado de compenetración entre estos actores sería hipotéticamente definitivo para determinar el nivel de competitividad de un destino. De este ámbito se desprenden los análisis de redes y clústeres que han tomado una fuerza importante en los últimos años (para una discusión más detallada ver SCOTT et al., 2008). Finalmente, la tercera característica (social) se refiere tanto al incremento de beneficios (económicos y/o sociales) derivados de un escenario más competitivo, así como la satisfacción de los visitantes en los destinos turísticos (SECALL, 2010).

La dinámica turística del Estado de Guanajuato

En la actualidad, los principales destinos turísticos con que cuenta el Estado de Guanajuato son: 1) la ciudad de León, con una vocación comercial y de negocios; 2) las ciudades patrimonio de la humanidad, Guanajuato Capital y San Miguel de Allende–Atotonilco, con una vocación cultural y; 3) los cinco Pueblos Mágicos, Dolores Hidalgo, Jalpa de Cánovas, Mineral de Pozos, Salvatierra y Yuriria, con una oferta incipiente de menor escala (ver Mapa 2).



Mapa 2 – Dinámica turística del Estado de Guanajuato.

Fuente: Adaptado del sitio “Soy Mapas”.

<http://soymapas.com/wp-content/uploads/2012/03/mapa-guanajuato.jpg>

Como se puede apreciar en el Mapa 2, los destinos más importantes se encuentran en la parte central del Estado (León, Guanajuato Capital y San Miguel de Allende). Estos tres destinos, concentran la mayor parte de la oferta turística y el flujo de visitantes. Los círculos en color claro representan los cinco Pueblos Mágicos que están dispersos geográficamente en el territorio del Estado. Así se puede apreciar, por ejemplo, que Jalpa de Cánovas tiene una cercanía con la ciudad de León, Dolores Hidalgo y Mineral de Pozos con Guanajuato Capital y San Miguel de Allende, y finalmente, Yuriria y Salvatierra con la ciudad de Celaya. Las ciudades de Irapuato y Celaya no son consideradas como destinos turísticos de importancia dado el flujo moderado de visitantes a estas localidades. Sin embargo, su importancia radica en la ubicación preferencial como puntos de acceso a los principales destinos turísticos del Estado. Este mapa ayuda a entender como la proximidad geográfica condiciona los flujos turísticos y el desarrollo de la actividad turística. En ese sentido, no es sorprendente que los Pueblos Mágicos del sur (Yuriria y Salvatierra), no presenten un nivel de desarrollo turístico comparable con Dolores Hidalgo, a pesar de representar una oferta de destinos conjunta.

De acuerdo con información del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato, las cifras más relevantes con respecto a la actividad turística a nivel Estatal se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1 – Dinámica turística en el Estado de Guanajuato.

Cifras de la actividad turística en el Estado de Guanajuato.	
Concepto	Cifra
Derrama económica	72.030 Millones
Visitantes	22.2 Millones
Inversión privada en turismo	3.180 Millones (2013-2014)
Número de circuitos turísticos	5
Visitantes internacionales	1.118 millones de visitantes
Ocupación hotelera	44.5% (Mayo 2015)

Fuente: Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (2015).
<http://www.observatorioturistico.org/>

Materiales y métodos

Una forma de conceptualizar la movilidad es el proceso de decisión que hacen los turistas en relación al hospedaje y recorrido a destinos turísticos del Estado en combinación con su visita a un destino complementario, en este caso un Pueblo Mágico. La importancia que tiene este concepto es que permite diagnosticar la situación actual del sector así como hacer recomendaciones en el diseño de nuevos productos (rutas) en beneficio del desarrollo turístico. Como ya se mencionó en la introducción, la movilidad se concibe como un factor clave para la construcción de redes y alianzas de cooperación turísticas.

La base de datos

La metodología que se diseñó en este estudio tiene una orientación primordialmente cuantitativa. Se utilizó una base de datos que se generó a partir de un levantamiento de información realizado en el año 2013 por una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (SECTUR-GTO, 2013). Se aplicaron un total de 900 encuestas personales a través de la técnica cara a cara dando respuesta a un total de 40 reactivos. El criterio de selección de los informantes fue el siguiente: para que una persona fuera entrevistada debía ser mayor de edad, haber estado al menos ya tres horas de antelación en el lugar de la entrevista, no trabajar ni estudiar en el destino y no residir en la ciudad. El instrumento contemplaba los siguientes apartados: 1) Filtro: cuatro preguntas en las que se establece si la persona entrevistada cumple con los criterios de selección; 2) Planeación de viaje; 3) Hábitos de viaje; 4) Gasto durante el viaje; 5) Nivel de satisfacción; 6) Lealtad al destino; 7) Medios de promoción y comercialización, y 8) Perfil sociodemográfico. Los puntos de muestreo fueron lugares de afluencia turística de los Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato.

Las variables.

En la sección de planeación de viaje se les preguntaba el propósito de su visita. Las respuestas tuvieron la siguiente distribución que se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2 – Detalle de motivación.

Propósito de viaje	
Concepto	Porcentaje
Luna de miel / romance	1.2%
Descanso/Vacaciones	57.6%
Visita a familiares /amigos	20.7%
Religión / peregrinación	4.4%
Negocios/ trabajo	3.3%
Congreso/Exposición	0.9%
Eventos (Deportivo, cultural, social)	9.0%
Compras	1.7%
Tratamiento de salud	0.6%
Viaje de estudios/ prácticas profesionales	0.7%

Fuente: Elaboración propia basado en base de datos SECTUR-GTO (2013).

Como se puede apreciar, los casos más frecuentemente mencionados son “Descanso o Vacaciones” (57.6%), “Visita a familiares o amigos” (20.7%) y “Asistencia a eventos” (9%).

Para la construcción del modelo que se discute en la sección de “Resultados”, se utilizaron variables dicotómicas para identificar cada una de las categorías de la variable *Propósito de viaje*. Estas son: *Romance, Vacaciones, Visita.Familiares, Religión, Negocios, Congresos, Eventos, Compras, Salud, Prácticas. Profesionales*. Es importante señalar que solo un número reducido de estas variables resultaron significativas.

En la sección de hábitos de viaje se les preguntó el número de noches que pernoctaría en el destino. La variable *Hasta7noches* identifica si el entrevistado respondió que durante su visita al estado, pernoctará de cero a siete noches.

De igual forma en la sección de hábitos de viaje se preguntaba el medio de transporte con el que el visitante llegó al destino turístico estudiado. La distribución se puede consultar en la Tabla 3.

Medio de Transporte	
Concepto	Porcentaje
Automóvil propio	72.2%
Automóvil rentado	1.4%
Autobús	23.1%
Avión	1.4%
Autobús rentado	1.2%
Otro	0.6%

Fuente: Elaboración propia basado en base de datos SECTUR-GTO (2013).

La variable dicotómica *Automóvil* indica si se contestó Automóvil propio. En forma sorpresiva, esta variable no fue significativa en ninguno de los modelos que se estimaron.

En la sección de perfil sociodemográfico se preguntó la ciudad de origen. Para el modelo que se discute en la sección de “Resultados”, se definieron variables dicotómicas identificando cinco regiones de ciudad de origen de la siguiente forma:

1. *Región-Internacional*: Argentina, Brasil, Colombia, Estados Unidos, Inglaterra, Japón.
2. *Región-Centro*: Aguascalientes, Colima, Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tlaxcala, Zacatecas.
3. *Estado-Guanajuato*.
4. *Región-Norte*: Baja California Norte, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas.
5. *Región-Sur*: Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz.

A todos los entrevistados se les preguntó si visitarían otros destinos además del Pueblo Mágico, lugar de la entrevista. La variable *Movilidad* identifica cuando se respondió afirmativamente a la pregunta de si se consideran otros destinos incluidos dentro del viaje o se respondió “En OTRA ciudad” a la pregunta de dónde pernoctaría.

Es importante señalar que mediante la base citada, la SECTUR-GTO caracterizó el Perfil del visitante a Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato (OTEG, 2013), documento que se encuentra disponible en su sitio web. Entre otros análisis, el documento reporta una lista comprensiva de estadísticas descriptivas en relación al comportamiento del visitante.

Para el análisis de la información contenida en la base de datos, se aplicó un modelo de regresión logística binomial. El trabajo de Hosmer e Lemeshow (2013) expone sistemáticamente los alcances y aplicaciones del modelo. Para los propósitos de este documento, basta decir que el modelo de regresión logística se escogió por su capacidad para predecir la probabilidad de movilidad tomando en cuenta un conjunto de factores relacionados al perfil del visitante así como su comportamiento de viaje.

Resultados

El modelo logístico permite establecer probabilidades condicionales para caracterizar la movilidad del visitante en función de factores sociodemográficos y hábitos de viaje. La pregunta genérica que motivó la especificación del modelo fue:

Dado que el visitante es proveniente de una región dada del país, se encuentra en uno de los Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato y no pernocta ahí, ¿Cuál es la probabilidad de que visite otro destino turístico del Estado?

La especificación del modelo LOGIT-PM es la siguiente:

$$\text{Logit}(\text{Movilidad}=1 | x) = \text{Intercepto} + d_1 \text{ Eventos} + d_2 \text{ Vacaciones} + d_3 \text{ Prácticas Profesionales} + d_4 \text{ Región Centro} + d_5 \text{ Estado Guanajuato} + d_6 \text{ Hasta 7 noches}.$$

Es decir, la probabilidad de que un visitante a alguno de los Pueblos Mágicos del estado haya respondido afirmativamente a la pregunta de si tiene planeado visitar otros destinos es explicada por factores sociodemográficos así como por factores de hábitos de viaje.

En la Tabla 4 se puede apreciar la estimación de los coeficientes y sus niveles de significancia en el modelo LOGIT-PM. Es importante señalar que en esta regresión otros propósitos de viaje resultaron ser no significativos y se eliminaron del modelo.

Tabla 4 – Estimación de coeficientes.

Medio de Transporte		
Variable	Coeficiente	z-Wald
Intercepto	1.36	0
Eventos	-2.05	0
Vacaciones	0.82	0
Prácticas-Profesionales	2.15	0.02
Región-Centro	-0.88	0
Estado-Guanajuato	-2.54	0
Hasta 7 Noches	-0.78	0.09

Fuente: Elaboración propia basado en base de datos SECTUR-GTO (2013).

La interpretación de los signos de los coeficientes es la siguiente: si un visitante viaja a un Pueblo Mágico por motivo de visitar un evento entonces habrá una menor probabilidad de que viaje a otros destinos en comparación con un visitante cuyo propósito sea tomar vacaciones o realizar prácticas profesionales. En relación al estado de origen, los visitantes locales del estado de Guanajuato tienen una menor probabilidad de movilidad en comparación de visitantes que vienen de la región centro del país. Otro factor que reduce la probabilidad de movilidad en los Pueblos Mágicos es la decisión de no pernoctar o quedar pocos días en el destino. Es posible formular pronósticos con el modelo. Por ejemplo, en la clase de entrevistas que contestaron que pernoctaban de 0 a 7 noches, la Tabla 5 presenta las probabilidades de movilidad.

Tabla 5 – Probabilidades de movilidad.

Probabilidades de movilidad en función del propósito de viaje.			
Variable	Estado-Guanajuato	Región-Centro	Otras-regiones
Eventos	0.02	0.09	0.19
Vacaciones	0.24	0.63	0.8
Prácticas-Profesionales	0.55	0.86	0.94
Complemento	0.12	0.43	0.64

Fuente: Elaboración propia basado en base de datos SECTUR-GTO (2013).

A partir de los datos de la Tabla 5, se puede pronosticar que si el origen del visitante es el Estado de Guanajuato y el propósito del viaje es “prácticas profesionales”, la movilidad tiene una probabilidad de 0.55. Quien visita Guanajuato con motivo de “vacaciones” o de “prácticas profesionales” y proviene de la región centro del país, entonces tiene una alta probabilidad (0.63 y 0.86, respectivamente) de visitar más de un destino en su viaje. Si la región de origen es fuera del Estado de Guanajuato o del centro del país, entonces se pronostica un alto nivel de movilidad, con excepción única de que el propósito del viaje sea por “eventos” pues en este caso la probabilidad de movilidad es de 0.19.

Existe una clara relación monótona de la movilidad con respecto a la distancia de la región de origen y el estado de Guanajuato. Lo anterior quiere decir que entre mayor es la distancia, más probable es la movilidad. En relación al propósito del viaje, se observa que visitar el Pueblo Mágico debido a la presencia de un evento reduce a casi cero la probabilidad de movilidad. Sin embargo, sugiere investigar la causalidad o correlación entre la celebración de eventos especiales y una mayor afluencia de turistas con una demanda creciente de hospedaje.

Discusión

En la sección de introducción se explicó la importancia de la movilidad en la competitividad de los destinos turísticos. De ahí la relevancia de la problemática planteada al inicio del trabajo de establecer sus determinantes. La competitividad en la industria de turismo es un elemento distinguido incorporado en la política pública. En efecto, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013 – 2018 describe en su eje “México Próspero” las acciones a seguir en el ramo turístico. De manera particular, se señala que es necesario “aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en

el país”, y plantea el interés por “Impulsar la innovación de la oferta y elevar la *competitividad* del sector turístico”. México dispone de recursos excepcionales que consolidan una oferta incluyendo tanto a destinos tradicionales de sol y playa como a ciudades con diversos atractivos culturales y hasta comerciales. En el caso especial del Estado de Guanajuato, que es la entidad federativa analizada en el presente trabajo, se cuenta con repertorio diversificado en destinos con actividades culturales, comerciales y de contacto con la naturaleza, argumentos que indican la importancia de los determinantes de la movilidad. El impacto positivo de la movilidad se manifiesta también al estudiar el gasto realizado por el visitante, como indicador de la demanda turística. En efecto, los turistas nacionales que provienen de estados fuera de la región colindante con Guanajuato, gastan más (TREVIÑO et al., 2015) y según los resultados presentados en dicho estudio, poseen mayor movilidad visitando un mayor número de destinos durante su visita. En este sentido, el presente trabajo ha determinado una relación positiva entre distancia y movilidad. Es decir, entre más distante sea el lugar de origen del visitante y el Estado de Guanajuato, mayor será la probabilidad de que el turista realice un viaje multi-destino dentro del Estado pasando por un destino principal y una o más ciudades complementarias.

La formación de bloques dentro de una zona geográfica es una estrategia que permite a empresas chicas, medianas y grandes la oportunidad de competir a nivel global gracias a la información compartida, como es el acceso a investigación en marketing, innovaciones, etc. Alianzas de este tipo permitirían, teóricamente, alcanzar un nivel competitivo mayor que aquellos destinos o territorios donde la cooperación es baja o nula (MORIC, 2013). De tal suerte que en el sector turístico, las ventajas del patrimonio paisajístico, histórico y cultural representa una ventaja comparativa que se debe convertir en una ventaja competitiva a través de un círculo virtuoso de innovación e integración estratégica (BARROSO; FLORES, 2006). Lo anterior implica: 1) diseñar y conjuntar la infraestructura urbana y turística en armonía con el concepto turístico elegido (FORONDA; GARCÍA, 2009); 2) capacitar el capital humano responsable para el funcionamiento óptimo de tecnologías y calidad en el servicio (LILLO et al., 2007); 3) provocar una interdependencia entre el patrimonio, la identidad social y el desarrollo empresarial, involucrando a la ciudadanía en el proceso (SECALL, 2010); 4) aplicar macro-políticas para desarrollar eventos con inversiones significativas en productos innovadores y/o hasta icónicos (ALBERTI; GIUSTI, 2012), y; 5) crear una imagen del destino, alimentando creencias y conocimientos previos del individuo sobre el destino, con los sentimientos avivados a partir de una colección de experiencias fragmentadas respaldadas por múltiples actores locales durante su estancia (SAN MARTÍN et al., 2006).

Con respecto al tema de infraestructura, el Estado de Guanajuato cuenta con accesos terrestres importantes así como el Aeropuerto internacional del Bajío, el cual se encuentra situado en el municipio de Silao y representa un punto de entrada de visitantes importante. Sin embargo, en términos de facilidades, sería necesaria una revisión en diferentes rubros, por ejemplo, la cobertura de rutas aéreas. Aquí se observa un número reducido de conexiones directas, siendo comunes las escalas en la ciudad de México, que se mantiene como el principal centro receptor y distribuidor del país. También sería interesante revisar la oferta de productos estructurados en los que se pudieran ofrecer precios competitivos en vuelos y hospedaje que provoque una mayor afluencia de visitantes. Conjuntamente, se requiere complementar el esfuerzo estudiando la factibilidad de alternativas de transportación directa a ciudades principales.

Se puede visualizar que los destinos emergentes con mayor potencial de desarrollo son aquellos que se integran en ejes turísticos existentes por razones de cercanía geográfica, su afinidad temática o su naturaleza complementaria (ver Mapa 2). Cuatro de los cinco Pueblos Mágicos Guanajuatenses se encuentran en las orillas del Estado y de cara al desarrollo turístico se presentan nuevas oportunidades

para la creación de infraestructura siendo el gran reto tomar decisiones adecuadas que produzcan mayores beneficios económicos y sociales.

Hay que mencionar, sin embargo, que el simple hecho de pertenecer al programa de Pueblos Mágicos no representa en ningún sentido una panacea de desarrollo o crecimiento económico. Un ejemplo de lo anterior es el caso de Dolores Hidalgo, que a pesar de su ubicación y relevancia histórica, aún no ha logrado consolidarse como destino turístico importante independientemente de los 14 años de su inclusión en el programa. En este sentido, el desarrollo turístico en los Pueblos Mágicos fuera del eje geográfico principal implica un esfuerzo de coordinación regional y el diseño de un plan conjunto que les permita tener un sentido de dirección. Lo que se puede observar actualmente en comunidades que presentan una nueva dinámica turística es que el impulso empresarial a nivel local es muy limitado y el involucramiento de la sociedad civil es incipiente. Por estas razones la política turística enfrenta el reto complejo de crear estrategias que impulsen la movilidad simultáneamente con el desarrollo y consolidación de productos turísticos de interés para la demanda real y potencial.

El modelo de movilidad desarrollado en esta investigación muestra que los turistas que provienen de destinos emisores lejanos o del extranjero tienen mayor propensión a la movilidad. Con respecto a los Pueblos Mágicos, estos patrones de movilidad se presentan mayormente entre Dolores Hidalgo, por sus atractivos y ubicación geográfica, y las ciudades de Guanajuato capital, León y San Miguel de Allende y en menor medida, entre Mineral de Pozos y San Miguel de Allende. Los demás Pueblos Mágicos están desarrollándose de manera limitada como destinos turísticos por lo cual la movilidad entre ellos es mínima. El reto de los destinos es lograr que los turistas que pernocten con familiares o amigos visiten por lo menos un destino complementario. Sin duda, la movilidad de los turistas depende también del motivo del viaje. Los visitantes que lleguen por motivos de trabajo (prácticas profesionales) tienen mayor propensión a la movilidad en tanto que los que vienen para participar en eventos no se desvían de su propósito principal. Existe el reto de convencer a los participantes de eventos que hagan una visita a un destino adicional, por ejemplo, al finalizar el evento.

En materia de estrategia, en primer lugar, se requiere fortalecer la alianza de Guanajuato capital, León y San Miguel de Allende, integrando al Pueblo Mágico de Dolores Hidalgo más plenamente como miembro de la misma, aprovechando su patrimonio cultural y cercanía geográfica. En segundo lugar, se deben fortalecer o desarrollar nuevas rutas y recorridos inspirados en las temáticas de la independencia, la plata, los monasterios, las ex-haciendas, las artesanías, los vinos etc., que conecten el clúster principal de Guanajuato capital y San Miguel de Allende con los Pueblos Mágicos con ofertas incipientes de Mineral de Pozos, Salvatierra, Yuriria y Jalpa de Cánovas. Se requiere crear conceptos innovadores para no reproducir solamente las temáticas tradicionales y fortalecer la marca de todos los destinos, incluyendo la marca Guanajuato Estado. Finalmente se requiere tomar en cuenta que mientras menos favorecido sea un pueblo en términos de su ubicación geográfica en relación a otros destinos consolidados, menos valioso su patrimonio y menos desarrollados sus atractivos y producto turístico, mayor será la intensidad de las iniciativas e inversiones requeridas para potencializar la “magia” del Pueblo Mágico para poder insertarlo dentro un clúster turístico.

Conclusión

Recordando la observación realizada en la introducción acerca del número reducido de trabajos académicos dedicados al estudio de la movilidad hacia destinos alternativos como es el caso de los Pueblos Mágicos en México, el presente trabajo representa una contribución para reducir esta brecha de conocimiento. Alrededor de esta literatura, prácticamente no existen referencias en las que se utilice un enfoque cuantitativo, siendo mayor el énfasis en aspectos de tipo cualitativo. En este sentido, el presente trabajo innova a través de la aplicación de un modelo logístico para caracterizar la movilidad turística y entender cómo se visitan los Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato. Se ha demostrado la pertinencia del modelo al determinar los factores de mayor impacto para la movilidad, cuestión que puede ayudar a la toma de decisiones que abonen a fortalecer la competitividad turística del Estado. Este modelo también presenta aprendizajes que pueden ser valorados tanto en el programa Pueblos Mágicos en otras entidades de México así como para una posible aplicación a nivel internacional. Es una realidad que varios países de Centro y Sudamérica han considerado la posible aplicación del programa de Pueblos Mágicos, incluyendo Chile, Ecuador, Perú, Paraguay y Uruguay (EL ECONOMISTA, 2012; SECTUR, 2015). Con objetivos ostensiblemente parecidos, Buenos Aires arrancó el programa “Pueblos Turísticos” en 2008 con un enfoque de desarrollo de turismo comunitario (BUENOS AIRES TURISMO, sin fecha; CRUZ et al. 2014). El Salvador inició su programa de “Pueblos Vivos” en 2009 en la forma de un simple concurso, con planes de transformarse en un programa de desarrollo de turismo comunitario (CONTRAPUNTO, 2016; GÓMEZ, 2010; LA PRENSA GRÁFICA, 2015). Similar al programa de Pueblos Mágicos de México, desde 2010, Colombia cuenta con el programa “Nuestros Pueblos” constituidos dentro de la “Red de pueblos patrimonio de Colombia” e impulsados a través de promoción oficial, inversiones públicas en infraestructura y apoyos al emprendimiento (FONTUR, 2016; MCIT, 2016). Considerando el gran interés que ha causado la estrategia Mexicana de diversificación de la oferta turística a nivel internacional, los futuros estudios tienen el reto de descubrir más determinantes de la movilidad turística en el contexto de programas de turismo cultural como éste integrando cada vez a más comunidades a la dinámica turística. Finalmente, no se debe perder de vista que la implementación del Programa por sí misma no garantiza el correcto desarrollo social o turístico de las comunidades receptoras. En todos los casos, existe la gran tarea de preparar adecuadamente a los destinos emergentes antes de exponerlos a la visita turística. Solo de esta forma se podrá garantizar que los beneficios del turismo en estos territorios sean mucho mayores a sus costos en los años por venir.

Agradecimientos

Se reconoce el apoyo de la SECTUR-GTO por permitir el uso de la información con la que se realizó el estudio empírico y por las diversas aportaciones de su personal que permitieron profundizar en el tema. De igual forma, se reconoce el apoyo de la Universidad de Guanajuato a través del proyecto 520/2015 “Análisis empírico del gasto, movilidad y competitividad en ciudades de Guanajuato.”

Referencias

- ALBALATE, D.; BEL, G. Tourism and urban public transport: holding demand pressure under supply constraints. **Tourism Management**, v. 31, n. 3, p. 425-433, 2010.
- ALBERTI, F. G.; GIUSTI, J. D. Cultural heritage, tourism and regional competitiveness. The Motor Valley cluster, City. **Culture and Society**, n. 3, p. 261-273, 2012.
- AARHUS-MÉNDEZ, E.; RORÍGUEZ, S. Definiendo “lo mexicano”. Una clave: persistencias del modelo urbano colonial en los “Pueblos Mágicos”, **Diálogos Latinoamericanos**, n. 21, diciembre, 2013, p. 46-67, 2013.
- BALSLEV-CLAUSEN, H.; GYIM-OTHY, S. Seizing community participation in sustainable development: Pueblos Magicos of Mexico. **Journal of Cleaner Production**, in press, 2015.
- BARROSO, M. O.; FLORES, D. La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. **Cuadernos de Turismo**, n. 17, p. 7-24, 2006.
- BUENOS AIRES TURISMO. **Pueblos Turísticos**: programa de turismo comunitario, una apuesta al desarrollo turístico de las pequeñas localidades, sin fecha.
- CLAUSEN H. B.; VELÁZQUEZ, M. A. El turismo cultural en Argentina, México y Brasil. Avances y desafíos. **Diálogos Latinoamericanos** 21, 2013.
- CONTRAPUNTO. Diario Digital El Salvador, Mitur lanza Pueblos Vivos Multidestinos. Disponible en: <<http://www.contrapunto.com.sv/archivo2016/economia/coyuntura/mitur-lanzo-pueblos-vivos-multidestinos>>, 2015.
- CRUZ, G. G. et al. Turismo y políticas públicas: análisis del programa Pueblos Turísticos y su implementación en Carlos Keen, Argentina. In: VI CONGRESO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA, 25-27, 09-2014
- EL ECONOMISTA. **Replicarán programa de Pueblos Mágicos en el extranjero**. Disponible en: <<http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/09/16/replicaran-programa-pueblos-magicos-extranjero>>, 2012.
- FONTUR. **Nuestros Pueblos**. Disponible en: <<http://www.pueblospatrimoniodecolombia.co/nuestros-pueblos>>, 2016.
- FORONDA, C.; GARCÍA, A. La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: planes renovados. **Cuadernos de Turismo**, n. 23, p. 89-110, 2009.
- GARCÍA-VEGA, D.; GUERRERO-GARCÍA ROJAS, H. R. El programa Pueblos Mágicos: análisis de los resultados de una consulta local ciudadana. El caso de Cuitzeo, Michoacán, México. **Economía y Sociedad**, XVIII, n. 31, p. 71-94, 2014.
- GÓMEZ I., ORTÍZ X. **La apuesta por un turismo sostenible en El Salvador**: propuestas para un cambio de políticas. Prisma, 2010.
- HOSMER, D.; LEMESHOW, S. Applied logistic regression. 3rd edition. **Wiley Series in Probability and Statistics**, 2013.
- LA PRENSA GRAFICA. **Turismo premia a los ganadores del programa Pueblos Vivos**. Disponible en: <<http://www.laprensagrafica.com/2015/10/19/turismo-premia-a-los-ganadores-del-programa-pueblos-vivos>>, 2015.

LEMMETYINEN, A.; GO, F. M. The key capabilities required for managing tourism business networks. **Tourism Management**, n. 30, p. 31-40, 2009.

LILLO, A.; RAMÓN, A.; SEVILLA, M. El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. **Cuadernos de Turismo**, n. 19, p. 47-69, 2007.

MARTÍNEZ-RASCÓN, C. Pueblos mágicos y nuevas ruralidades. El caso de Álamos, Sonora. **Diálogos Latinoamericanos**, n. 21, p. 31-45, 2013.

MINISTERIOS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (MCIT). Pueblos Patrimonio Destinos de Turismo Cultural. Disponible en: <<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=2156>>. Acceso en: 23/02/2012.

MORIC, I. Clusters as a Factor of rural Tourism Competitiveness: Montenegro Experiences. **Business Systems Research**, n. 4, p. 94-107, 2013.

OBSERVATORIO TURÍSTICO DEL ESTADO DE GUANAJUATO (OTEG). **Perfil del visitante y actividad turística a Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato**, 2013.

_____. **Tablero de control para medir la actividad turística del Estado de Guanajuato**, 2015.

OLIVERI, A. M.; PARROCO, A. M.; VACCINA, F. Tourist Mobility and Destination Competitiveness. **Rivista Italiana di Economia Demografia e Statistica**, v. 66, n. 2, p. 213-234, 2012.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (PND). **Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018**, Gobierno de la República, México, 2013.

SAN MARTÍN, H.; RODRÍGUEZ, I.; VÁZQUEZ, R. Análisis de la imagen en turismo mediante técnicas estructuradas y no estructuradas: implicaciones competitivas para los destinos turísticos. **Revista Asturiana de Economía**, n. 35, p. 69-91, 2006.

SCOTT, N.; BAGGIO, R.; COOPER, C. Network analysis and tourism. From theory to practice, Clevedon, Nueva York y Ontario, **Channel View Publications**, 2008.

SECALL, R. E. **La competitividad de las zonas turísticas**. Málaga: Facultad de CC. EE. y EE. Universidad de Málaga, 2010.

SECTUR. **Diagnóstico de Competitividad y Sustentabilidad de Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato**, 2013. Universidad de Guanajuato, 2013.

_____. Organiza SECTUR seminario sobre Pueblos Mágicos a delegaciones de Centro y Sudamérica. **Boletín 143**, 2015. Disponible en: <<http://www.sectur.gob.mx/sala-de-prensa/2015/08/17/boletin-143-organiza-sectur-seminario-sobre-pueblos-magicos-a-delegaciones-de-centro-y-sudamerica/>>, 2016.

_____. **Pueblos Mágicos: herencia que impulsan Turismo**. Disponible en: <<http://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-herencia-que-impulsan-turismo>>, 2016.

SECTUR-GTO. **Estudio de Perfil de los Visitantes a los Pueblos Mágicos**, 2013.

SHAW, G.; WILLIAMS, A. M. Critical Issues in Tourism: a geographical perspective. **Wiley**, 2002.

SHOVAL, N.; ISSACSON, M. Tourist mobility and advanced tracking technologies. Nueva York y Oxon, Routledge. **Taylor and Francis**, 2010.

TREVINO-AGUILAR, E.; HEALD, J.; GUERRERO, R. Un modelo del gasto con factores sociodemográficos y de hábitos de viaje en Pueblos Mágicos del Estado de Guanajuato. **Investigaciones Turísticas** (en imprenta), 2015.

VELÁZQUEZ-GARCÍA, M. A. La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal “Pueblos Mágicos” 2001-2012. **Diálogos Latinoamericanos**, n. 21, p. 89-110, 2013.

Praça do centro de Flores da Cunha (RS): palco de realizações sociais, religiosas e turísticas¹

Flores da Cunhas's center square (RS): Stage social achievements, religious and tourist

Centro de plaza Flores da Cunha (RS): Escenario de logros sociales, religioso y turístico

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1114>

Pedro de Alcântara Bittencourt César <pedrotur@usp.br >

Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil.

Andreia Belusso <a.belusso@hotmail.com >

Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil.

Cassius Righez da Silva <cassiusrs@gmail.com >

Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil.

¹ Artigo elaborado com recursos do CNPq.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 29-set-2015

Aceite: 23-jan-2017

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

CÉSAR, P. A. B.; BELUSSO, A.; SILVA, C. R da. Praça do Centro de Flores da Cunha (RS): palco de realizações sociais, religiosas e turísticas. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 123-137, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



RESUMO

A Praça Central de Flores da Cunha tem diversas transformações socioespaciais resultando em territorialidades diversas. Assim, objetiva-se estudar, por meio de uma abordagem baseada nas representações simbólicas e espaciais (como procedimento metodológico), o reconhecimento das alterações e constituição entre o secular e o religioso no espaço público, bem como a formação do mito e da religiosidade que esse objeto referencia. Inicia-se o estudo reconhecendo as transformações espaciais ocorridas na praça em que se dá o evento. Realiza-se pesquisa de observação indireta. Sua análise possibilita compreender a relação: morador, rito, patrimônio e visitante. Localidade com aspectos socioculturais tradicionais, esse panorama poderia ter criado intenso conflito nas transformações das tradições observadas. Por costume da Igreja Católica, na procissão de Corpus Christi, o tapete confeccionado nos logradouros tem uma vida útil de horas. No local pesquisado, o término não se associa à passagem da comitiva religiosa, mas, sim, no tempo suficiente para que a prática da visitação turística possa ocorrer. Essa questão permite o reconhecimento do local como palco de diversas realizações sociais.

Palavras-chave: Turismo religioso. Turismo cultural. Patrimônio Cultural da Serra Gaúcha. Flores da Cunha, RS.

ABSTRACT

Flores da Cunha's central square (RS) has several spatial social transformations resulting in several territoriality. As soon, this study focuses, through an approach based in symbolic and spatial representations (as methodological procedure), the recognition of the alterations and constitution between the secular and the religion in the public space, as well the origin of the myth and of the religiosity that this object reference. The study starts recognizing the spaces transformations occurred in the square that the event happen. It's carried out the research of indirect observation. Their analysis enabled to comprise the relation: inhabitant, rite, patrimony, visitant. Locality with traditional sociocultural aspects outstanding, panorama that could have created intense conflict in the transformations of the traditions observed. For custom of Catholic Church, in Corpus Christi's procession, the carpet in the public streets has a cycle life of hours. In the local researched, the end do not associate at the passing of the religion retinue, but yes, in sufficient time so that the practice of tourist visitation may occur. This question allows the acknowledgment of local as stage of several social achievements.

Keywords: Religion tourism. Cultural tourism. Cultural heritage of Serra Gaúcha (Brazil). Flores da Cunha, RS.

RESUMEN

La plaza central de Flores da Cunha (RS) tiene varias transformaciones socio espaciales que producen una territorialidad muy diversa. Por lo tanto este estudio se centra, a través de un enfoque basado en representaciones simbólicas y espaciales (como procedimiento metodológico), en el reconocimiento de los cambios y la constitución entre lo secular y lo religioso en la esfera pública, así como la formación del mito y la religión que este objeto referencia. El estudio comienza con el reconocimiento de las transformaciones espaciales que tuvieron lugar en la plaza donde produce El fenómeno la investigación se realiza mediante observación indirecta. Su análisis permite entender la relación entre el residente, el ritual, el patrimonio y la visitantes. Ubicación de los aspectos socio-culturales tradicionales llamativos, panorama que podría haber creado un intenso conflicto en la transformación de las tradiciones. Con una función ritual vinculada con las prácticas de la Iglesia Católica, en la procesión del Corpus Christi, la alfombra hecha en suelo, tiene una vida útil de horas. El ritual no está asociado tanto con el paso de la fiesta religiosa, como el tiempo suficiente requerido para que la visita ocurra. Esta pregunta permite el reconocimiento del lugar como escenario de diversos fenómenos sociales.

Palavras chave: Turismo religioso. Turismo cultural. Patrimônio cultural de la Serra Gaucha. Flores da Cunha, RS.

Introdução

Comumente, a paisagem urbana da área central de Flores da Cunha, RS associa a cidade a hábitos tradicionais marcantes. Contribui para tal aspecto, a não observação de conflitos sociais acentuados. Moradores de todas as idades e gêneros se apropriam dessa área pública, transmitindo uma sensação de pertença. Entretanto, estudo mais detalhado pode indicar que esse bucólico centro esconde uma sociedade industrial com alto grau tecnológico nos setores moveleiro e vinícola (FAVERO; ANTUNES, 2007).

Embora a localidade tenha forte tradição agrária, nela realizam-se lógicas corporativas industriais, que ocorrem por meio de arranjos diferenciados no município. Porém, não é o foco desta pesquisa localizar as conectividades no amplo arranjo industrial e tecnológico estabelecido na sociedade industrial urbana em questão. Espera-se sim, ao refletir acerca das transformações socioterritoriais de sua praça central, compreender as mudanças de seu hábito tradicional e suas apropriações. Assim, neste artigo, apresenta-se alguma contextualização do papel do mito, do sacro e do rito (RUTHVEN, 1997) como valor fundamental da sociedade brasileira (BONATTI, 1983) e seu reflexo no local (BALLY, 1995). No momento, destaca-se a importância entre o lugar e o território como categorias de análise das apropriações urbanas (MARX, 2003).

Sabe-se que, comumente, a praça se estabelece como referência urbana (ROBBA; MACEDO, 2003). Ela é também o ponto de convergência das vias externas, sua identificação reforça valores identitários da sociedade, reconhecendo os olhares como testemunha dos diversos momentos temporais – eventuais ou não (GOMES, 2013), expondo, nas dimensões cotidianas, conquistas e desafios dos seus usuários (BECKER, 2009). Assim, torna-se fundamental o reconhecimento dos atores sociais envolvidos com suas apropriações diversas (BOURDIEU, 2003) no respectivo recorte espacial analisado, definindo lógicas de lugar, territórios, pertencimentos e apropriações. Afinal, “retornando ao conceito de território, é imperioso que saibamos despi-los do manto da imponência com o qual se encontra, via de regra, adornado” (SOUZA, 2003, p. 81). Pensa-se a territorialidade por meio de elementos listados pelo campo de força, usos e compartilhamento de seus respectivos atores sociais, com seus limites estabelecidos por diferenças diversas. Estas podem alterar-se ao longo do dia por meio de eventos distintos (SOUZA, 2003), como o observado na procissão de Corpus Christi, bem como na sua validação metodológica por meio do confronto com outros dias da semana, e finais de semana.

Questão de método

Utilizando como método o entendimento genético espacial do local (HARVEY, 2009), estuda-se a praça central de Flores da Cunha (RS) como recorte. A cidade, definida como totalidade, sobrepõe-se às apropriações das adaptações espaciais (SERRA, 2006, p. 31), qualificando-as como fator social, no sentido dado por Durkheim (1968).

A partir da praça, busca-se reconhecer valores que refletem em alguns elementos de uma totalidade socioespacial, como definido por Soja (1993). Atenta-se que o tema não se esgota nesta análise, muitas outras podem ser possíveis. Dessa maneira, inicia-se a pesquisa compreendendo alguns estatutos práticos, por olhares diversos acerca da confecção do tapete por ocasião de Corpus Christi. Confronta-se o comportamento dos frequentadores habituais com o dos visitantes. Não por uma dimensão pessoal, comumente utilizada pela psicologia social, mas reconhecendo-os como formadores de “operações

simultâneas técnicas” (SANTOS, 2004, p. 58). Desnuda-se o local, cenário de evento religioso, para entender a sua dimensão urbana, neste e em outros dias do ano.

O tapete de Corpus Christi destaca-se como atrativo de visitação turística em Flores da Cunha, pois representa um adorno religioso que enfeita as vias públicas no entorno da praça. O tapete, como é conhecido, consiste em uma decoração com flores, serragens e outros materiais para dar cor e um aspecto de manto natural com apelos catequéticos e que serve como decoração e objeto litúrgico para a passagem do cortejo. Comumente, sua duração encerra com a procissão, onde os tapetes decorados são pisoteados por centenas ou milhares de pessoas que acompanham o cortejo. No entanto, na cidade em que foi realizada a pesquisa, “os tapetes”, como são conhecidos, permanecem após o cortejo e ficam expostos até a tarde do domingo. É importante ressaltar que é incomum ver as pessoas pisando no “tapete” e, normalmente, a população em geral o respeita como uma obra sacra e intocável, por isso, até o último momento, as únicas pegadas no tapete são as do Bispo. Questiona-se com isso, o motivo e a existência de consequências conflitantes na cidade de Flores da Cunha, RS, com uma tradição alterada, onde a praça e logradouros limítrofes se mantêm decorados após a procissão religiosa. A peculiaridade da mudança de tradição do pisotear instiga a realização desta pesquisa, definindo esse evento como ato inicial da observação realizada.

Estuda-se a alteração de uma tradição católica, ao mesmo tempo que busca-se compreender as suas características. Parte-se então da seguinte questão norteadora: a alteração do hábito está associada à presença do visitante tornando-o um dos principais atores na composição social do espaço sagrado constituído?

A pesquisa enfatiza que, embora na configuração urbana a praça brasileira não tenha o destaque dado como em outros países, é por meio dela que acentua-se o valor social e de identidade marcante (MARX, 1988). Essa situação justifica a sua relação como objeto de estudo. Outra questão recai no reconhecimento do papel atribuído ao sagrado, ritualizado no festejo de Corpus Christi, principalmente no entorno da praça (MARX, M. 2003). Destaca-se também a compreensão socioespacial existente entre o local e a cidade, que dirige a atenção ao estudo contextual diante do rito e da apropriação social cotidiana e religiosa (ROZENDAHL, 1999), bem como a turística (RODRIGUES, 1999).

Inicia-se a pesquisa realizando levantamento de fontes secundárias, fundamentalmente bibliográficas, acerca da problemática. Finalmente, realiza-se pesquisa de campo. Nesta etapa, observa-se o local, reconhecendo diversos atores sociais agregados nessa relação. Levantam-se as maneiras com que os sujeitos - moradores, como habituais frequentadores; os religiosos nos atos religiosos na igreja; além de todos aqueles em contato com o tapete na procissão - relacionam-se com o objeto pesquisado.

Trabalha-se a categoria território e territorialidade (BALLY, 1995; STEIN, 2003) como apropriações espaciais. Assim, norteia-se a pesquisa com a identificação de grupos que se apropriam do espaço, e sua relação com o ambiente urbano, a instituição religiosa, o entorno da praça e a decoração público-religiosa dos tapetes. Adota-se uma visão baseada em Bourdieu (2003) como suporte metodológico para a identificação dos sujeitos. Sabe-se do vasto cabedal de oportunidades de pesquisa, com diversos questionamentos possíveis. Entretanto, a observação foca-se em “uma questão específica e a totalidade onde encontra a questão observada” (CHIZZOTTI, 2005). Reporta-se assim ao ambiente do entorno e interior da praça central de Flores da Cunha (RS): local do percurso da procissão de Corpus Christi onde o tapete da procissão torna-se objeto referencial da celebração religiosa e atrativo de visitação turística, merecendo uma reflexão primeira, ao mesmo tempo em que é reconhecida como formadora de referenciais identitários.

A pesquisa desenvolve-se em um local específico, como espaço do cotidiano dos moradores da cidade. Sua realização, em envolvimento diversos, configura como referência teórica e prática em uma perspectiva indutiva de construção exploratória. Acredita-se que o local torna-se suporte a eventos religiosos. Porém, em momentos específicos, constitui recurso para novas realizações. Nesse contexto, identificam-se as relações dos diversos atores com o objeto observado. O procedimento metodológico da pesquisa funda-se em duas ações práticas de campo. Desse modo, elaboram-se entrevistas livres e observação indireta no local. Nelas, obtêm-se respostas às questões norteadoras existentes no decorrer dos questionamentos hipotéticos emergentes. Os questionamentos levantados foram sendo respondidos, abordando moradores e frequentadores habituais da praça, fiéis católicos, religiosos, visitantes (turistas e excursionistas) e profissionais de apoio (de imprensa e segurança pública), além de usuários diversos. A pesquisa foi sendo construída em campo, ao atender demandas emergentes. Conforme as realidades encontradas, definiram-se novas direções, como proposto por Feyrabend (1977). Dessa maneira, não foi feito nenhum roteiro prévio, e os entrevistados somente foram questionados acerca das questões necessárias para a compreensão das dúvidas recorrentes.

Realiza-se pesquisa por indução de fatos e fenômenos marcantes. A principal indagação figura na procissão anual de uma dada quinta-feira (data de Corpus Christi), e de que maneira esta dá suporte para a sua extensão até domingo, quando termina a visitação ao tapete confeccionado nas ruas do entorno da praça. Sempre se teve em mente o pressuposto de que o valor dessa tradição, em outros lugares, é destruída no instante do evento. Com isso, indaga-se o papel do turismo no presente evento.

O mito e o rito: a formação mística da procissão

Na Igreja Católica uma das importantes celebrações é o rito de Corpus Christi, realizado em data móvel. Assim, em uma quinta-feira de cada ano, enfeitam-se as ruas a fim de possibilitar a passagem da hóstia consagrada, em um rico ostensório carregado pela maior autoridade da Igreja Católica Romana presente. Cercado por uma guarda de quatro pessoas, normalmente da Irmandade do Santíssimo, inicia-se a procissão.

Segundo Bonatti, “o rito é uma necessidade de todo homem e é encontrado em todas as culturas. Faz parte da vida e ocasião de fazer uma oferta ou de ter um contato especial com alguém especial” (BONATTI, 1983, p. 65). Nessa situação, interpreta-se a própria vida por meio de representações de hábitos e costumes, além de criar uma relação íntima e pessoal entre o objeto e o sujeito. Assim, tem-se, por exemplo, os ritos do catolicismo, que foram, durante séculos, moldados pelas culturas peculiares de cada povo que os absorvia, mantendo, porém, em todos os lugares uma mesma linguagem (RUTHVEN, 1997, p. 19). Outra forma de reflexão mítica associa-se a outras culturas imateriais, como as festas populares. Estas, são “rituais e, assim, consistem em momentos especiais de convivência social em que certos aspectos da realidade” são interpretados (MAIA, 1999, p. 192), unindo as funções de cerimonial e festividade, com práticas e expectativas cotidianas.

A manifestação das festas populares está associada a um ritual que impõe: uma ordem de poderes que sente como incontornáveis, procura transcender a coerção ou a frustração de estruturas limitativas através de sua reorganização cerimonial, imagina outras práticas sociais, que às vezes chega a pôr em prática no tempo permissivo da celebração. (CANCLINI, 1983, p. 55).

Entre o arcabouço de ritos e a tradição do catolicismo, destaca-se a data da procissão de Corpus Christi. Nessa ocasião, realiza-se uma procissão oficializada, desde 1264, pela Igreja, e que iniciou no papado de

Papa Urbano IV (KASSAB, 2010, p. 190). A procissão, sempre envolta em um aspecto alegórico, e de encenação pelas vias públicas, torna marcantes o enfeite e a preparação das ruas para a passagem do cortejo. Desde o início da procissão de Corpus Christi, com sua origem na Idade Média, o momento de maior destaque é o de louvor e exteriorização, pessoal e institucional, da fé. Entretanto, há séculos associa-se e expõe-se as condições socioculturais de seus frequentadores (CARDONA, 2008, p. 135), com seus objetos diversos de adorno, como os das ordens religiosas entre outros adereços e símbolos de referências sociais.

Aspectos culturais da localidade

Diferentemente da imigração alemã, que povoou anteriormente o sul do Brasil, os imigrantes italianos vieram para o país com uma segurança jurídica e fundiária. Assim, a Lei da Terra definia a relação da propriedade como bem imobiliário (NASCIMENTO, 2009, p. 57-62). Situação que por ônus exigia o pagamento financeiro, mesmo que realizado por trocas de serviços, como muito ocorre na região.

Entre as localidades estabelece-se Flores da Cunha, RS, que, primitivamente, denominava-se Nova Trento. Localizada na Serra Gaúcha, a uma distância de 150 km da capital Porto Alegre, e a 710 m de altitude acima do nível do mar, o município destaca-se como o maior produtor de vinhos do Brasil e segundo polo moveleiro do estado, que confronta com sua condição sociocultural marcada por aspectos bucólicos. Nesse panorama, o culto às tradições herdadas dos imigrantes italianos, fundamentadas na língua, na gastronomia, na música, na religiosidade, nos usos e costumes, apresenta forte apelo (BRAMBATTI, 2005).

No processo de fixação do imigrante italiano, a religião Católica Romana representava vários elos. Por meio dela, “nas colônias do Rio Grande do Sul, frequentemente isoladas, os padres puderam desenvolver seu poder sem grandes obstáculos”. (POSSAMAI, 1999, p. 80). Assim, se o lado institucional do sagrado conduz a religião com Deus, a outra dimensão, desde o início, até os dias de hoje, aproxima de uma Igreja de Roma. Por meio dela cultua e “(...) liga o amor à Itália à manutenção da religião católica” (POSSAMAI, 1999, p. 80 – adaptado), cultivando hábitos, e outras referências como extensão ultramar da península itálica. A igreja local teve também forte influência francesa, propagada pela Ordem dos Capuchinhos. Dessa maneira, “a Igreja Matriz de Flores da Cunha foi projetada na França a pedido dos frades e, mesmo que o estilo neogótico não fosse do agrado da maioria dos italianos, os capuchinhos souberam convencê-los a mudar de ideia” (POSSAMAI, 1999, p. 80). Mas no cotidiano, mesmo essa Ordem propagava a italianidade, e hoje não há referência francesa que seja expressa no cotidiano religioso flores-cunhense. O legado fica nos traços deixados pela arquitetura.

Existe um errôneo conceito de que “o turista, ao contrário do habitante, não se apropria do espaço, ele simplesmente passa por ele” (JAQUES, 2005, p. 18). Sabe-se que esse visitante não cria relações de cotidiano, como definido classicamente pela Sociologia, ou de apropriação da identidade, como proposto pela Geografia Cultural, entretanto, suas relações com o espaço definem novas lógicas de apropriação, resultando em novas territorialidades (SOUZA, 2013) e em processos de espetacularização (GONZALES VIANA, 2006). Situação que resulta inclusive na produção de novas formas urbanas, nessa relação dialética entre apropriação e hospitalidade (CÉSAR, 2010).

Nesse panorama, posicionam-se hierarquias urbanas definindo parâmetros na definição da localidade como atributos de regional a mundial (SASSEN, 2010). Nesse processo, a cidade ou parte do seu território,

se envolve em uma transformação aceita, não mais como espaço, mas como parte de um grande cenário. O cidadão torna-se uma figura inanimada – o figurante. A chave do seu processo de envolvimento está no reconhecimento do novo papel. Condição que pode resultar em participação efetiva sem a restrição de uso, nos locais. O uso cultural socializa os objetos presentes, por meio de suas experiências sensoriais, individuais e coletivas. Assim, “a cidade não só deixaria de ser cenário e passaria a ser palco, mas, mais do que isso, ela passaria a ser um corpo, um outro corpo” (JAQUES, 2005, p. 20). Nessa condição pensa-se e estuda-se a localidade em questão.

Em Flores da Cunha, a cada ano, tem se tornado mais forte a condição de localidade turística. A localidade conta com significativo parque industrial, destacando os setores moveleiro e vitivinícola. Criam-se condições para o turismo voltado para os valores culturais da imigração italiana associado aos setores produtivos.

A praça: o recorte urbano de uma cidade

A praça converge à população local, do ócio ao negócio, do ato do debate político ao religioso, do afeto ao desafeto e protesto. Ela é por excelência, plural. Nela:

[...], juntamente com a rua, consiste em um dos dois mais importantes espaços públicos da história da cidade no país, tendo desde os primórdios tempos da Colônia, desempenhado um papel fundamental no contexto das relações sociais em desenvolvimento (ROBBA, MACEDO, 2003, p. 11).

A partir do século XIX, as praças brasileiras adquirem elementos formadores, o ajardinamento, tornando “ícone social do espaço urbano” (ROBBA, MACEDO, 2003, p. 11). Praças e cidade são elementos constituintes. Recorte e totalidade respectivamente. O primeiro representa estatuto de uma formação urbana, como parte de seus arranjos espaciais. Ela está inserida no contexto urbano próprio e definido da cidade.

Entretanto, na ampla pesquisa de Robba e Macedo (2003) acerca delas, não se reconhece as praças das cidades planejadas do período imperial, como em outras localidades da Serra Gaúcha. Certo que estas foram exceções ao arcabouço das formações de povoamento no país. Lógica que se aproxima das considerações dadas ao modelo espanhol, com as cidades em planos, com quarteirões retilíneos, em sua planta de criação das futuras cidades, embora de raízes político-institucionais diferenciadas. Em comum, nas Américas portuguesa e espanhola, a presença de um templo religioso católico dá destaque à praça, caracterizando-a. Como afirma Robba e Macedo, ao destacar que “o espaço deixado em frente aos templos é justamente o espaço de formação da praça” (2003, p. 19). Lugar dado como privilegiado, que resulta na atração de outras edificações de importância social entre instituições públicas e residências de classe abastada.

Normalmente, as praças centrais da cidade são microcosmos da vida urbana (WEBB, 1990). Local onde realizam-se respostas cerimoniais políticas, religiosas e civis. A relação de poder, de ordem, teve por toda a história do urbanismo esse equipamento como referência de equilíbrio e rompimento social. Assim, na observação de fotografias e relatos, nota-se que a praça central de Flores da Cunha é um local privilegiado de manifestações cívicas e religiosas (MOLON, 2002). Suas configurações urbanas e sociais ocorrem como uma resultante da igreja, do seminário e da casa paroquial. Estas, inicialmente da irmandade dos capuchinhos franceses, tornam-se posteriormente de administração diocesana. Situação que reflete inclusive nas formas urbano-arquitetônicas encontradas. Entretanto, o traçado paisagístico

dessa área urbana reforça uma condição cívica, situação tão comum na *Belle Époque*, mesmo tendo sua planta em forma de um cálice. São relações contraditórias que enriquecem as representações espaciais e simbólicas do local.

A construção da igreja de Nossa Senhora de Lourdes iniciou em 1905, sendo inaugurada em 1913. A ornamentação interna ocorreu em 1916. Em 1949 foi adicionado um campanário destacado do corpo da igreja, após três anos de construção (BULLA, et al. 2006, p. 81). A praça principal é iniciada em 1933. Posteriormente, instala-se coreto e implanta-se o paisagismo, destacando uma forma de cálice na planta voltada para a igreja (BULLA, et al. 2006, p. 79). Hoje, denomina-se “Praça da Bandeira”, e tem em seu programa, sanitários públicos e um parque infantil. No seu interior, defronte à igreja, uma área interna, livre e aberta fica à espera dos eventos montados nos dias de festas religiosas, como o de Corpus Christi.

Sabe-se que “As cidades que ficaram à margem da modernização, no entanto, conservaram o seu ambiente provinciano [...]. As ruas, as praças conservaram a sua paz, a arquitetura, a sua modalidade tradicional, a sua vivência, as suas normas e as suas regras de costumes” (ROMETO, 2004, p. 292). Essa afirmação não deve ser encarada como uma relação pragmática, ao exposto. Na localidade analisada, por diversas vezes, observam-se relações de contradição entre o moderno e o provinciano, entre a reprodução do capital e sua frequência mais lenta. Lógicas das contradições do próprio modo capitalista.

Atualmente, na produção do espaço econômico de Flores da Cunha define-se um eixo viário definidor e concentrador localizacional das empresas e instituições (MENEGAT, CHINATO, CURRA, 2004, p. 65). Este tem início na cidade pelo principal acesso rodoviário (RS-122), e caracteriza-se como uma grande avenida, definindo o eixo de comércio e serviços da cidade. A avenida vem a ser o logradouro de divisão das áreas entre a igreja e a praça. O sul da avenida define o eixo secundário da cidade, sendo que esta desdobra-se como estrada para o principal distrito urbano, distante da área urbana da cidade (Distrito de Otávio Rocha), como na Figura 1. Desse lado, na praça, tem-se uma distribuição de prédios institucionais, religiosos e alguns de serviço que transformam o perfil dos frequentadores nos dias úteis. Predomina nos quadrantes leste e sul frequentadores de mais baixo poder econômico sendo, muitos destes, produtores e moradores rurais do município.

No outro quadrante predomina o comércio dos mais variados e o principal ponto de táxi do município. Embora o perfil de toda a praça seja de pessoas mais simples, desse lado notam-se usuários de classes emergentes. Por toda a área pública observa-se a presença de aposentados do gênero masculino sentados nos bancos, e do feminino como transeunte em horários pontuais. Aspecto este bem marcante. Entretanto, a territorialidade, no sentido strictu sensu de domínio do espaço, foi notada somente em áreas pontuais como o ponto de táxi, com seus quatro taxistas; alguns amigos e usuários, além de área central sentido leste com um lugar específico e demarcado por jovens adolescentes de ambos os gêneros que, embora pouco, definem um pequeno local desta área verde (*belvédère*) para conversar, comer e beber (refrigerantes).

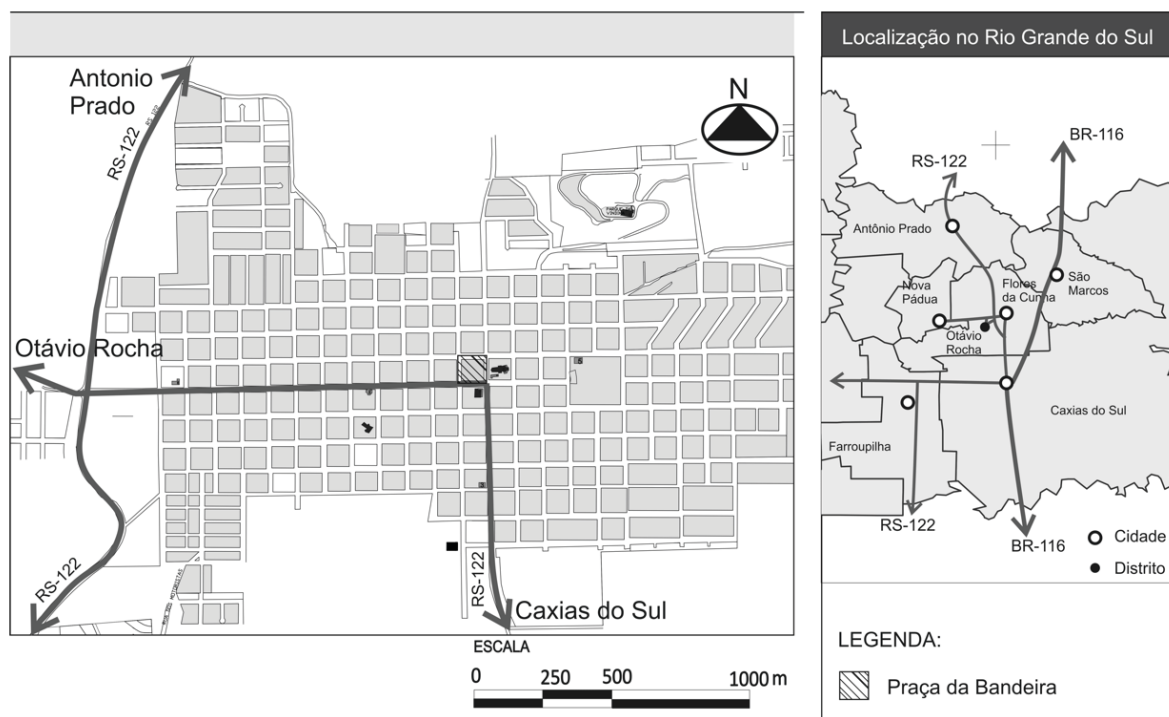


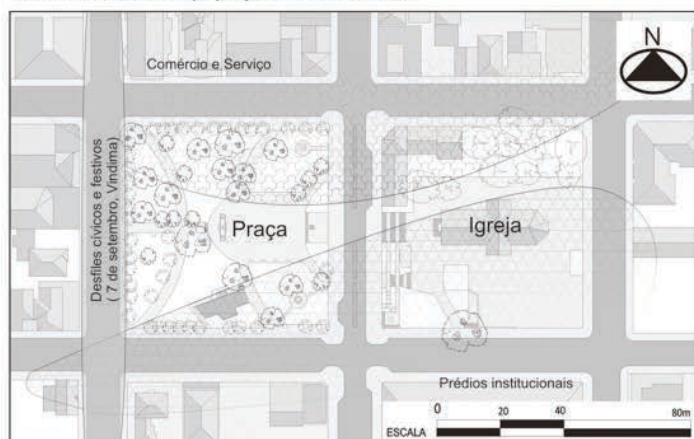
Figura 1 – Localização da Praça com relação aos eixos rodoviários estruturantes

Fonte: Elaborado pelo próprio autor

No final de semana nota-se que o local recebe grupos mais emergentes economicamente, embora raramente utilizada por grupos hegemônicos, que preferem utilizar outros ambientes públicos da cidade, além de outro templo religioso católico, o templo das Carmelitas. Nos momentos de missa, além daquele que antecede e sucede o ritual, nota-se uma forte territorialidade em função da apropriação por automóveis de um estacionamento lateral da igreja, além do uso de ruas da lateralidade sul (Figura 2).

De modo geral, a praça não tem apropriações marcantes de grupos, de uma forma ostensiva. Não há disputas por territórios, com exceção da ocupação no dia de evento religioso, quando a praça é plenamente ocupada pela Igreja Católica. A princípio, os moradores locais referem-se à praça como um equipamento de apoio dos habitantes rurais do município. Mesmo do lado do comércio, voltado para o cidadão, as edificações residenciais que ocorrem nos andares superiores direcionam-se a uma classe média, no entanto, os integrantes desta pouco se apropriam da área pública.

Dias Cívicos, festivos e apropriações urbana do entorno



Zona Central de Flores da Cunha



ESCALA
0 250 500 1000m



Apropriações no cotidiano - período comercial



Apropriação de Corpus Christi

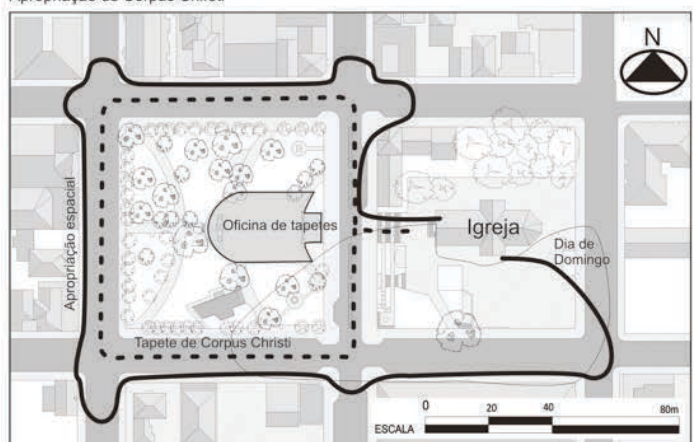


Figura 2 – Diferentes apropriações da Praça da Bandeira – Flores da Cunha (RS)

Fonte: Elaborado pelo próprio autor

A procissão – entre o mito, o patrimônio e o turismo

Patrimônio, etimologicamente, origina-se do latim “*patrimonium*” e remete ao bem de nossos ancestrais. Atualmente, a ideia de bem cultural está associada a identidades, seja individual ou coletiva. Na sua constituição distingue-se como elemento cultural socialmente formulado, bem como representação de algo.

A sociedade contemporânea atribui inúmeras conformidades ao patrimônio. Nessa condição, afirma Varine-Bohan acerca da sua formulação e dos agentes envolvidos que “[...] tornam sagrado o bem, somente quando lhes interessa” (VARINE-BOHAN, 1974, p. 10). Sabe-se inclusive que sua confirmação possibilita torná-lo recurso para o desenvolvimento do turismo, especificamente turismo religioso, ao redor do mundo. Dele: “A metamorfose do seu valor de utilização em valor econômico é realizada graças à ‘engenharia cultural’, vasta empresa pública e privada, ao serviço da qual trabalha uma multidão de animadores, comunicadores, agentes de desenvolvimento, engenheiros, mediadores culturais” (CHOAY, 2000, p. 185).

Uma localidade, ao estimular o desejo de visitação em um sujeito, assume papéis míticos. O elemento turístico é construído na mente do viajante como símbolos e “fantasias” que sacralizam; assim, ocorre um dualismo entre o espaço mítico e o profano onde reelaboram-se funções, diversificam-se ou anulam-se usos no espaço envolvido. Pode-se falar inclusive na invenção de tradições como “[...] um conjunto de práticas normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas: tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente: uma continuidade em relação ao passado” (HOBBSAWM, 1984, p. 9). O turismo pode ser um fomentador das tradições, incentivando costumes, trajes típicos, a gastronomia, as danças folclóricas, etc., pois:

A sociedade moderna está, igualmente, ressuscitando ou inventando tradição sob a forma de espetáculo, pois o lugar turístico vive e cobra muito o “típico”. (...) Vários autores apresentam longas listas de tradições inventadas, deliberadamente, hoje tidas como legítimas. As organizações, direta ou indiretamente ligadas ao mercado, criam as suas em função do lucro que representam. Aí o turista dá vazão à nostalgia e ao seu tipo de comprometimento com a história (YÁZIGI, 2001, p. 271).

Sabe-se que todas as manifestações são frutos da ação de alguém sobre uma realização, ou seja, de um ato de criação, ou invenção. O aspecto cultural está na escolha de ter e desenvolver na sociedade algo que por princípio o associa. As práticas e os objetos tornam-se seus pertencimentos, podendo, em um segundo momento, fazer outras representações como patrimônio, e como valores míticos. Dessa forma, uma localidade pode ser detentora de um monumento, uma obra de arte, e apresentar valores que transpõem a sua funcionalidade, devido a sua representatividade mítica.

O tapete da celebração de Corpus Christi de Flores da Cunha representa uma referência identitária do local. Sua confecção, a procissão e as apropriações sociais e culturais envolvem milhares de pessoas, entre devotos, visitantes, além de uma estrutura de serviços urbanos e da cobertura de comunicação de massa. Sua sacralização e patrimonialização desafiam as lógicas tradicionais, ao referir o papel final atribuído (STEIN, 2003). O evento, tradicionalmente, divide-se em etapas: elaboração do tapete com a sua apreciação e missa com a procissão sobre o tapete, que imediatamente é desmanchado após ser pisoteado (MACHADO, 2008). Entretanto, em Flores da Cunha a apreciação sobrepõe-se ao momento da procissão. Essa lógica justifica a extensão da festa ao acomodar o anseio de mais dias para a visitação. Cria-se, assim, toda uma nova elaboração do rito ao restringir o uso do tapete a todos os fieis, na procissão e até mesmo ao Sacrário. Afinal, preserva-se o uso para não o descaracterizá-lo.

No trabalho de campo foram identificados que a origem deste evento, a procissão, não remonta à fase de assentamento colonial dessa localidade. Sua origem ocorre no ano de 1964, por sugestão das irmãs capuchinhas de Flores da Cunha, iniciando a tradição de adornar a rua por ocasião de Corpus Christi (LUNARDI, 1999, p. 85). Entretanto, nessa localidade da Serra Gaúcha sempre houve a preocupação em manter o tapete por mais alguns dias para a apreciação. Assim, seus valores transcendem sua necessidade de adorno. Se a destruição não inicia com o pisotear do bispo católico, os outros também não o fazem. Os tapetes adquirem uma nova dimensão: a de visitação. Embora não há sentimento de demérito na divisão do tapete entre o sagrado e o turístico, em tempos remotos essa situação poderia ser considerada blasfêmia. O importante no ato é a ação da autoridade máxima da diocese presente (o Bispo). A delicadeza do momento faz com que a autoridade procure o melhor caminho no tapete a fim de evitar danos às estamparias, o que reflete o intuito turístico presente. Nota-se, no decorrer da procissão, que pelas ruas pesquisadas, somente o Bispo pisoteia o tapete e, mesmo assim, com cuidado para não alterar os desenhos. O cortejo religioso passa rente, no limite externo e a população pelos canteiros das ruas e da praça. Essa atitude inclusive contrasta com outras procissões que ocorrem em muitos outros lugares, e mesmo na Serra Gaúcha. A procissão tem toda uma mudança na ordem de horizontalidade, fazendo uma releitura dessas lógicas, sem desafiar as relações verticais.

Foram identificados entre milhares de frequentadores alguns grupos específicos. Dezenas de religiosos e de grupos de apoio à instituição religiosa e a estrutura de serviço misturam-se a milhares de moradores locais e de arrabaldes, centenas de turistas e praticantes de grupos de fotografia (estes dos arredores). Suas roupas e adereços, com seus gestos os caracterizam. “A lógica de relação simbólica impõe-se aos sujeitos como um sistema de regra absolutamente necessário em sua ordem” (BOURDIEU, 2003, p. 25). Embora nesse caso desta pesquisa associam-se as representações do representado; a construção social sobre o sacro, e suas características peculiares, com um mito e sua ritualização atendendo a interesses espirituais entre outros subjetivos. Sua dimensão religiosa representa um papel importante de ordem hierárquica para todos os envolvidos, mesmo para o policial e o repórter que não necessariamente são católicos.

A rua torna-se espaço do catolicismo romano e da visitação. A confecção do tapete no entorno da praça, defronte à Igreja Matriz de Flores da Cunha, reproduz diversas dinâmicas espaciais nas ruas que a circundam. Elaborar-se um território mítico, católico, de visitação, paroquial, além de ser um pleno lugar para o convívio dos moradores que ali recebem visitantes, conhecidos ou não. A sobreposição de interesses não cria conflito. Todas essas demandas de apropriação se engendram nesse espaço democrático da localidade. A ausência de muitos interesses concorrentes acentua essa situação.

Considerações finais

Após reconhecer as transformações espaciais ocorridas na praça em que ocorre o evento, nota-se que por costume da Igreja, durante e depois da procissão de Corpus Christi, o tapete confeccionado nos logradouros na sexta-feira (Santa) somente é destruído na tarde do domingo possibilitando a visitação turística deste. Por meio das observações pesquisou-se a relação morador, rito, patrimônio e visitante, bem como a transformação da procissão em atrativo, desmistificando a destruição do tapete no momento da passagem da eucaristia consagrada, que não é questionada pelos moradores.

Provavelmente, a pouca distância cultural entre os diversos atores possibilita a diminuição de conflitos. A transformação da procissão em atrativo, desmistificando a destruição do tapete no momento da passagem da eucaristia consagrada não é questionada pelos moradores. De fato, essa nova ordem sempre marcou o evento religioso. Assim, a visitação referencia o pós-evento como a extensão do momento religioso, embora não se apresente explícita a formação do rito voltado para a visitação turística. A população, voltada às relações hierárquicas com a espiritualidade institucional, reelabora suas convicções sem questionar essas alterações. Essa situação pode ser tanto uma visão de vanguarda como de obediência, mas, de fato, torna-se a localidade contemporânea, nesse aspecto, e com uma lógica de envolvimento comunitário bem elaborado.

Talvez pela efemeridade e fragilidade estética do tapete – artefato simbólico complexo – possa se estabelecer um pacto de cuidado entre cristãos, comunidade e visitantes para sua preservação e fruição, enquanto objeto mediador de uma experiência mobilizadora de sentidos de pertencimento e encontro no espaço social.

Espera-se que tal situação seja objeto de reflexão de planejadores e teóricos diversos. A elaboração de uma tradição com o envolvimento da comunidade é sempre de uma grande complexidade. Embora pode ter um aspecto de acaso. Nesta pesquisa, possibilita-se abrir novas indagações acerca das relações e limites entre o patrimônio, a religião e a visitação turística.

Nota: Parte inicial desta pesquisa foi publicada no VII Semintur, em Caxias do Sul (2012).

Referências

- BECKER, H. S. **Falando em sociedade: ensaios sobre as diferentes maneiras de representar o social**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- BONATTI, M. **Liturgia, comunicação e cultura**. São Paulo: Salesiana, 1983.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- BRAMBATTI, L. E. **Racionalização, cultura e turismo em meio rural na Serra Gaúcha**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre: 2005.
- BULLA, A. et al. O núcleo colonial italiano no Rio Grande do Sul. In: VAILATI, G. L.; MAZZAROTTO, G. (Org.). **Nossa História: de Nova Trento a Flores da Cunha**. Porto Alegre: Evangraf, 2006, p. 49-104.
- CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CÉSAR, P. A. B. Urbanização turística: esboço para a definição de uma categoria do espaço social. **Turismo em análise**, v. 21, n. 2, ago. 2010.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2005.
- CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. Lisboa: Edições 70, 2000.
- DURKHEIM, É. **As regras do método sociológico**. 6. ed., Editora Nacional, São Paulo: 1968.
- FAVERO, I. R.; ANTUNES, J. R. Ecoturismo em la region de la uva y del vino. **Estudios y perspectiva en turismo**, v. 16, n. 2, abr./jun. 2007.

FEYRABEND, P. **Contra o método**: esboço de uma teoria anárquica da teoria do conhecimento. Livraria Francisco Alves, Rio de Janeiro: 1977.

GOMES, P. C. C. **O lugar do olhar**: elementos para uma geografia da visibilidade. Rio de Janeiro: Bertrand, 2013.

GONZALES VIANA, M. del C. **Turismo y Ciudad**: nuevas tendencias. Ediciones turística. Buenos Aires, 2006.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 18. ed. São Paulo: Loyola, 2009.

JAQUES, P. B. E. Urbanas: a arte de andar pela cidade. In: **Arqtexto**, n. 7, 2005, p. 16-25.

KASSAB, Y. As estratégias lúdicas nas ações jesuíticas, nas terras brasílicas (1549-1597). Tese (Doutorado). – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo: 2010.

LUNARDI, L. **História e memória de Flores da Cunha**: para conhecer, amar, rir, chorar. Porto Alegre: Evangraf, 1999.

MACHADO, P. C. Procissões sacras: arte e equipamentos no universo das confrarias. In: **Revista da Faculdade de Letras**: ciências e técnicas do patrimônio. Porto (Portugal): 2008 (2008-9), série 1, v. VII-VIII, p. 127-149.

MAIA, C. E. S. Ensaio interpretativo da dimensão espacial das festas populares sobre festas brasileiras. In: ROSENTHAL, Z.; CORREA, R. L. (Org.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

MARX, M. **Nosso chão do sagrado ao profano**. São Paulo: Edusp, 2003.

MENEGAT, J. C.; CHINATO, L. D.; CURRA, M. E. D. **Casas de negócios**: o comércio de Nova Trento. Flores da Cunha: Evangraf, 2004.

MOLON, F. **Carreteiros de Flores da Cunha e região**. Flores da Cunha: Prefeitura Municipal de Flores da Cunha, 2002.

NASCIMENTO, R. R. F. di. **A formação urbana de Caxias do Sul**. Caxias do Sul (RS). EdUCS, 2009.

POSSAMAI, P. C. Igreja e italianidade: Rio Grande do Sul (1875-1945). In: **Revista de História**. São Paulo: FFLCH, USP, v.141, p.75-90, 1999.

ROBBA, F.; MACEDO, S. S. **Praças brasileiras**: Public squares in Brazil. São Paulo: Edusp; IOESP, 2003.

RUTHVEN, K. K. **O mito**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

SASSEN, S. **Sociologia da globalização**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

SERRA, G. **Pesquisa em arquitetura e urbanismo**: guia prático para o trabalho de pesquisa em pós-graduação. São Paulo: Edusp; Mandarin, 2006.

SOJA, E. W. **Geografias pós-modernas**: a reafirmação do espaço na teoria social crítica. Rio de Janeiro, Zohar, 1993.

SOUZA, M. J. L. O território: sobre espaço e poder: autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. **Geografia**: conceitos e temas. 6. ed. Rio de Janeiro, Bertrand, 2003, p. 77-116.

_____. **Os conceitos fundamentais da pesquisa socioespaciais**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2013.

STEIN, V. **La reconquête du centre-ville**: du patrimoine a l'espace public. Tese (Doutorado). Genebra: Universidade de Genebra, 2003.

WEBB, M. **The city square**: a historical evolution. Nova Iorque: Whitney, 1990.

VARINE-BOHAN, H. Patrimônio cultural: a experiência internacional. In: **Notas da aula**. FAU / USP, São Paulo, 12, ago. 1974.

YÁZIGI, E. **A alma do lugar**: turismo, planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto, 2001.

O lazer do brasileiro no período de férias: representações e concretizações das atividades turísticas¹

The Brazilian leisure on vacation: representations and achievements of tourist activities²

El ocio de Brasil sobre alquileres: representaciones y los logros de las actividades turísticas³

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1139>

Edmur Antonio Stoppa <eastoppa@uol.br>

Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil.

Luiz Gonzaga Godoi Trigo <trigo@usp.br>

Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil.

Helder Ferreira Isayama <hhelderisayama@yahoo.com.br>

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, MG, Brasil.

1 Artigo desenvolvido a partir dos dados coletados na pesquisa “O Lazer do Brasileiro”, subvencionada pelo Ministério do Esporte (ME), Processo n. 23072.021366/2011-35

2 Article developed from the data collected in the survey "The Leisure of the Brazilian", subsidized by the Ministry of Sports (ME), process n. 23072.021366/2011-35.

3 Artículo desarrollado desde los datos recogidos en la encuesta “El ocio de los brasileños”, subvencionado por el Ministerio de Deportes (ME), Proceso n. 23072.021366/2011-35.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 16-out-2015

Aceite: 23-jan-2017

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

STOPPA, E. A.; TRIGO, L. G. G.; ISAYAMA, H. F. O lazer do brasileiro no período de férias: representações e concretizações das atividades turísticas. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 138-154, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDICÃO



PATROCÍNIO



RESUMO

A pesquisa “O Lazer do Brasileiro” teve como objetivo identificar o lazer do brasileiro no que se refere à sua representação e concretização. O trabalho foi realizado por meio da pesquisa empírica, com amostragem representativa dos brasileiros em termos de faixas etárias, gêneros e classes sociais. Enquanto procedimento amplo de raciocínio, foi utilizado o estudo comparativo entre a representação do lazer e o seu efetivo exercício. Este texto discute especificamente elementos relacionados à temática das atividades turísticas e suas possibilidades de lazer no período de férias. Os resultados apontam que as atividades turísticas são entendidas e valorizadas como possibilidade de lazer pela população brasileira, apesar de sua vivência ser desenvolvida por um número pequeno de pessoas, comparativamente ao total da amostra. Além disso, o querer e fazer da atividade apresenta uma distância grande, uma vez que se o fazer aponta 27% das realizações, o querer apresenta um índice de quase 80% das intenções. Assim, os desequilíbrios existentes entre as representações e concretizações devem ser objeto de desenvolvimento de ações específicas na área do lazer e turismo.

Palavras-chave: Lazer. Turismo. Férias.

ABSTRACT

The search for “The Leisure of the Brazilian” involved researchers and their fellows from eight Brazilian universities and received encouragement from the Ministry of Sports. We aimed to identify broadly the Brazilian leisure, in terms of their representation and implementation. The work was carried out by empirical research, with representative sample of Brazilians of all ages, genders and social classes. While extensive procedure of reasoning, also characterized as observation mode, we used the comparative study of the representation of leisure and their effective exercise. This paper discusses, in particular, elements related to the theme of tourism activities and its leisure possibilities on vacation.

Keywords: Leisure. Tourism. Vacation.

RESUMEN

La investigación “El ocio de los brasileños” fue desarrollado con el objetivo de identificar el ocio de Brasil en términos de su representación y ejecución. El trabajo fue realizado por la investigación empírica, con muestra representativa de los brasileños de todas las edades, géneros y clases sociales. Mientras procedimiento de razonamiento amplio se utilizó un estudio comparativo de la representación del ocio y su ejercicio efectivo. Este texto analiza específicamente los elementos relacionados con el tema de las actividades turísticas y sus posibilidades de ocio en vacaciones. El principal resultado se señaló que las actividades turísticas se entienden y valoran como una oportunidad de recreación para la población brasileña, apesar de su experiencia siendo desarrollado por un pequeño número de personas en comparación con el total de la muestra. Además, la voluntad y hacer actividad presenta una distancia muy grande, ya que lo hacen el 27% de las realizaciones puntos, el índice quieren presentar un casi 80% de las intenciones. Por lo tanto, los desequilibrios existentes entre las declaraciones y los logros deben desarrollando el tema de acciones específicas en el ocio y el turismo.

Palavras clave: Ocio. Turismo. Alquileres.

Introdução

Com a promulgação da Constituição Brasileira de 1988 (BRASIL, 1988) o lazer passou a ser um direito social previsto no artigo 6º (sexto), condição também assegurada em, praticamente, todas as leis estaduais e orgânicas de municípios do Brasil. No entanto, diferente de direitos como a saúde e educação, a Constituição Federal não definiu princípios, diretrizes, objetivos e regras institucionais para orientar a concretização do lazer no cotidiano da população. Além disso, por uma série de problemas, como a prevalência de uma política de hierarquização de necessidades, a precária difusão e sistematização de pesquisas, os poucos recursos disponíveis e o pequeno número de profissionais qualificados, a área ainda carece de ações que abranjam de forma efetiva os Municípios, os Estados e a esfera Federal.

A formação de pesquisadores, que envolve a realização de novos estudos na área e a realização de Congressos científicos, vem mudando, pouco a pouco, o panorama em relação à pesquisa em Estudos do Lazer. Entretanto, ainda carecem de estudos sobre a representação e a concretização do lazer vivenciado pelos brasileiros.

Com esse propósito foi realizada a pesquisa intitulada “O Lazer do Brasileiro” que envolveu pesquisadores e bolsistas de seis universidades brasileiras, que participaram do desenvolvimento e da análise das informações coletadas em levantamento nacional. O estudo foi realizado entre os anos de 2012 e 2014, período em que foram cumpridas as etapas metodológicas de coleta e discussão dos dados em diferentes artigos resultantes das informações obtidas.

O objetivo deste projeto foi conhecer o lazer do brasileiro, em termos de sua representação e concretização, com a finalidade de contribuir e orientar ações de políticas públicas e dar bases para a realização de pesquisas na respectiva temática.

Este estudo se destaca por seu caráter inédito, no contexto brasileiro, visto que não existem outros levantamentos recentes que tratam da temática do lazer no País com uma amostra que seja representativa e que abrangesse diferentes categorias que se relacionam aos estudos do lazer (gênero, faixa etária, classe social, regiões do País, entre outros). As principais questões de pesquisa foram: O que o brasileiro faz no seu lazer? O que gostaria de fazer no lazer? E por que não faz?

No que se refere ao tema da pesquisa, Requiza e Camargo (1989) realizaram no final da década de 1980 um estudo sobre o tempo livre na sociedade brasileira, apontando diferentes elementos relacionados ao desenvolvimento do tempo livre, em suas relações com o tempo de lazer. Esse estudo contém características diferentes da pesquisa realizada, uma vez que ele não abrange o contexto nacional e não é do tipo survey. Os autores fazem referência ao estudo de Souza (1975) apresentando com um único survey realizado no Brasil no ano de 1973, com parâmetros internacionalmente aceitos, mas que abrangia o contexto da cidade do Rio de Janeiro e sua região metropolitana.

Nesse sentido, este artigo é um recorte de variáveis analisadas no projeto maior, que será publicado em livro. Assim, um conjunto de variáveis discutidas na pesquisa foi agrupado por proximidade entre as categorias e divididas entre os pesquisadores participantes, gerando a produção de sete artigos, que comporão a pesquisa final por ocasião da publicação do relatório, produto em fase de finalização pela equipe coordenadora.

Sem perder de vista outras variáveis da pesquisa, neste artigo a proposta é discutir elementos relacionados à temática das atividades turísticas e suas possibilidades de lazer no período de férias. Portanto, os dados apresentados são relacionados à temática do turismo, uma vez que são importantes reflexões para apontar subsídios para o planejamento, execução, monitoramento e avaliação de políticas públicas de lazer e turismo.

O lazer é aqui compreendido como um espaço privilegiado para a vivência de conteúdos culturais e estabelece relações com diferentes dimensões da vida, tais como: trabalho, educação, família e religião. Marcellino (2006) entende o lazer como a possibilidade de vivências culturais que podem ser praticadas ou fruídas no tempo disponível, que tem como um de seus traços definidores o caráter desinteressado, uma vez que não se busca outra recompensa se não a satisfação provocada pela atividade.

Dessa forma, concordamos com Gomes (2008) quando afirma que o lazer pode compreender o envolvimento com diferentes manifestações culturais, tais como o jogo, a brincadeira, a dança, a festa, a viagem, o esporte, o convívio social, as artes (pintura, literatura, teatro, música e cinema), entre outras possibilidades. Além disso, podemos considerar o ócio como uma manifestação cultural que pode constituir as experiências de lazer. A autora afirma que essas vivências podem assumir diferentes contornos e significados em determinado tempo/espço e para os grupos sociais e instituições que as vivenciam.

Assim, optamos por entender o lazer a partir desse conceito que possibilitaria a proposição de subsídios para a elaboração de políticas públicas na área, a partir da apresentação e da discussão dos dados coletados nas diferentes localidades do País.

No que diz respeito ao conteúdo, vamos encontrar praticamente uma classificação por autor que se dedica a examinar a questão, com algumas abordagens mais completas, mas todas passíveis de deixar conteúdos sem categorias, ou de determinar categorias diversas onde um mesmo conteúdo pode ser inserido (PARKER, 1978). Nesse sentido, tais classificações são tipologias e, como toda tipologia, são tão artificiais quanto mais abrangente e interligado for o objeto de classificação (MARCELLINO, 1983).

Adotamos a classificação apresentada por Dumazedier (1980a), baseada na distinção entre os interesses verificados no lazer, ou seja, nas aspirações que predominam nas diversas áreas de atividade. O interesse deve ser entendido com o “conhecimento que está enraizado na sensibilidade, na cultura vivida” (p. 110). Esse autor distingue cinco áreas de interesses: artísticos, intelectuais, manuais, sociais e físicos, e Camargo (2003) acrescenta a esses conteúdos os interesses turísticos.

Os interesses turísticos podem ser entendidos como a quebra temporal-espacial, na busca por novas paisagens, novas culturas, e segundo Camargo (2003) as viagens e passeios podem ser entendidos como atividades turísticas no âmbito do lazer. Como reforça Krippendorf (2001, p. 36), a possibilidade de sair, de viajar, reveste-se de uma grande importância para a sociedade atual, uma vez que atribui ao lazer e ao turismo a capacidade de “reconstituir, recriar o homem, curar e sustentar o corpo e a alma, proporcionar uma fonte de forças vitais e trazer um sentido à vida”.

E aqui percebemos diferenças entre a representação e a concretização do lazer desenvolvido pelos brasileiros, conforme apresentaremos a seguir. Tal descompasso pode estar relacionado ao restrito entendimento do lazer e/ou do ócio, aliado ao fato de algumas vivências de lazer serem pouco oferecidas. Isso pode dificultar as possibilidades de escolha para pessoas em relação à diversidade de manifestações culturais existentes e restringir a vivência a alguns conteúdos que são de mais fácil acesso.

Métodos

Considerando o objetivo do estudo, optamos por realizar uma pesquisa de caráter quanti e qualitativo, de modo a mensurar com precisão possível de generalizar para o País, o que é realizado e o que é demandado pela população em termos de vivências de lazer.

O universo da pesquisa foi composto por indivíduos que residem no território brasileiro, proporcionalmente divididos em cinco macrorregiões do País, contemplando, além disso, os 26 estados da Federação e o Distrito Federal. O público-alvo foi formado por brasileiros maiores de sete anos, selecionados para compor a amostra da pesquisa.

Caracterizada como pesquisa descritiva (VEAL, 2011), foi realizada pela técnica de survey, por meio da coleta de 2.400 entrevistas pessoais (face a face) em levantamento amostral, em pontos de fluxo nas cidades previamente sorteadas para compor a amostra. O instrumento de coleta de dados foi um roteiro estruturado, composto por perguntas abertas e fechadas.

O roteiro foi definido a partir das categorias de análise apontadas por meio dos referenciais teóricos utilizados na pesquisa bibliográfica, bem como por parâmetros relacionados às pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE para a definição de algumas categorias, tais como sexo, faixa etária, escolaridade, renda, entre outros.

A amostra foi construída por cotas representativas da população, considerando as variáveis de região e unidade da Federação. Além disso, consideramos em cada estado cotas de sexo, idade, escolaridade e renda familiar, conforme dados da população apurados no Censo 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (BRASIL, 2010), estratificados por região e estado.

Para fins de parâmetro de avaliação, a pesquisa, com amostra probabilística, possui um erro amostral máximo de 2,0% para mais ou para menos, em relação aos resultados e o nível de confiança da pesquisa é de 95%.

Para a realização das entrevistas o profissional apresentou o objetivo da pesquisa, solicitou a participação espontânea do entrevistado e garantiu o anonimato, informando que os dados seriam utilizados apenas para fins estatísticos. Além disso, foi coletada a assinatura do entrevistado em Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) que constava da folha de rosto do instrumento de pesquisa, conteúdo aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

A pesquisa seguiu os princípios do Código Internacional de Conduta da ICC/Esomar (2008), documento que orienta a prática de pesquisa, aceito em âmbito internacional. Considerando que a amostra da pesquisa incluiu a participação de crianças e adolescentes, para que as entrevistas com esse público fossem realizadas foi solicitada prévia autorização dos pais ou responsáveis, conforme artigo 8 do referido Código.

Conforme apontado, ressaltamos que este artigo é um recorte de variáveis analisadas na pesquisa “O Lazer do Brasileiro”. As principais questões discutidas neste artigo foram “O que o brasileiro faz no seu lazer?”, “O que gostaria de fazer no lazer?” e “Por que não faz?” Essas questões foram cruzadas com as variáveis relacionadas às atividades turísticas desenvolvidas no período de férias, de modo que possam apontar novos elementos para o repensar das ações na área do lazer e turismo, subsidiando programas e projetos que atendam a todos de forma mais democrática.

A vivência do turismo no Brasil

Em uma palestra em Nápoles, no e-Fórum, em maio 2015, Jafar Jafari (2015) discorreu sobre as relações entre turismo e academia, realçando o gap (abismo) entre essas duas áreas e posicionando a fragmentação que abrange tanto o setor acadêmico como o mundo do trabalho nas diferentes áreas do turismo.

Na década de 1980, o turismo era visto como uma vertente pretensamente monolítica que abrangia diversos setores articulados ao redor dos preparativos, acessos, operação e gestão de viagens. Uma área com várias definições através dos séculos XIX, XX e XXI, o turismo chega aos nossos tempos como uma teia de atividades inter-relacionadas e, portanto, parcialmente fragmentadas. Isso aparece na elaboração teórica de pesquisadores brasileiros, como Beni (2007) e Panosso Netto e Trigo (2009).

O que se entende pela fragmentação do mercado é a amplitude e diversidade dos setores que formam o conjunto viagens e turismo, em primeiro lugar existe o contexto geral do lazer, que envolve todas essas atividades. É por isso que turismo aparece de maneira relevante nesta pesquisa, por ser uma atividade de lazer de alto desejo e expectativa.

A maior parte dos que desejam as atividades turísticas para o seu lazer dificilmente possui essa concepção conceitual de como o turismo se desenvolve. Tampouco todos percebem que essas atividades envolvem diferentes questões como hospitalidade, transportes, agenciamento, varejo, entretenimento, eventos, recreação, esportes, artes e cultura. Antigas teorias econômicas sobre o turismo afirmavam que a área envolve cerca de 50 setores econômicos em suas atividades, sendo a fragmentação uma característica do turismo contemporâneo.

Se detalharmos apenas a segmentação do turismo, há uma divisão em 11 grandes segmentos (idade, econômica, meios de transporte, duração de permanência, distância do mercado consumidor, tipo de grupo, sentido do fluxo turístico, condição geográfica do destino, aspecto cultural, grau de urbanização do destino e motivação da viagem) e cerca de 120 subsegmentos (PANOSSO NETTO, ANSARAH, 2009, p. 26-30), sem contar as possibilidades motivacionais, experimentais e subjetivas, ou seja, intelectuais e psicológicas que o turismo pode oferecer. Essas possibilidades precisariam passar pelo crivo da reflexão crítica para serem qualificadas em uma escala axiológica a ser estruturada por cada indivíduo de acordo com sua liberdade e conhecimento.

Assim, para Trigo (2013, p. 139), “Viagens são, literalmente, experiências, porém, podem ficar aquém do sentido e do significado de uma experiência mais profunda”. Evidentemente, as expectativas são diferentes, tanto quanto os segmentos e tipos de turismo que existem pelo mundo.

Para quem raramente viaja, hospedar-se na casa de parentes é uma experiência significativa, especialmente se for uma família divertida e hospitaleira. Quem é usuário de hotéis econômicos certamente se encantará com um resort cinco estrelas. Quem está acostumado a se hospedar em hotéis mais sofisticados só se impressionará com serviços exclusivos destinados a uma minoria privilegiada.

Relação semelhante pode ser pensada para os moradores que desconhecem diferentes espaços de sua cidade como, por exemplo, a cidade de São Paulo e suas diferentes realidades. Assim, as vivências turísticas de lazer na própria cidade que exaltem as qualidades dela, que sejam capazes de estimular o morador a valorizar e a preservar sua cidade ganham relevância. Tais questões poderiam proporcionar experiências ricas ao morador, além de ser uma forma de estimular a participação deste na realidade em que se encontra, levando em conta que conhecendo sua cidade os moradores poderiam estabelecer vínculos e criar uma maior identidade com ela (MOESCH, 2003; GASTAL, MOESCH, 2007).

No entanto, quem busca lazer em suas férias ou em finais de semana não conhece a teoria do lazer ou do turismo para perceber essa malha conceitual e mercadológica, mas possui vivência e algumas informações que lhe permite reconhecer e valorizar a importância de algo tão interessante como o turismo e suas atividades.

Por isso o turismo aparece na pesquisa, conforme apontado na apresentação e discussão dos dados, mais como um objeto de desejo. Na prática ele é menos vivenciado que sonhado, em parte devido aos custos econômicos e operacionais, pois exige deslocamento, convívio em locais estranhos, possibilidade de imprevisto e outras eventuais dificuldades, ao lado do prazer da aventura e das novas experiências. Acima de tudo exige capital para ser planejado, implantado, operacionalizado, comercializado e usufruído.

Por ser pago (assim como o entretenimento) e ter custos, o turismo não é acessível a todos indiscriminadamente, fato que aparece nas estatísticas da pesquisa, desde o alto nível desejo até o consumo efetivo da atividade, uma razoável diferença para menor, pois nem todos podem realizar seus sonhos. Daí o destaque que deve ser dado às diferentes políticas públicas que poderiam minimizar a diferença entre o querer e o fazer das pessoas.

As viagens e o turismo são significativos componentes do lazer e, no caso das viagens, pode ser a oportunidade de aprendizado, de diversão, de observação de fatos e costumes diferentes que aumentam nossa vivência e nível de conhecimento sobre a sociedade e o mundo.

O fruir de um prazer descompromissado pode ser melhor quando realizado em um espaço diferente do cotidiano sistemático e muitas vezes monótono. Há toda uma expectativa social intensificada pela mídia (cinema, televisão, publicidade, redes sociais e conceito de status) que fortalece a imagem da viagem como uma importante conquista por parte do indivíduo.

Passar férias em um destino glamoroso ou em um local agradável visitado durante um passeio pela cidade, seja esse glamour real ou imaginário, gera ótimas conversas no regresso, além de deliciosas imagens nas redes sociais ou até mesmo na mídia.

No Brasil, o aumento do fluxo turístico interno aconteceu entre 1996 e 2014, com as sucessivas ondas de prosperidade econômica que beneficiaram o País nesse período. Houve um crescimento da rede hoteleira, do uso de automóveis, da malha aérea e das viagens de turismo de massa. A ascensão das novas classes médias abrangeu o consumo em todas as suas formas, inclusive nas atividades turísticas.

No entanto, a conjunção de fatores críticos em 2015, projeta incerteza sobre o futuro econômico brasileiro e, conseqüentemente, sobre as tendências de lazer e turismo no País. Porém, uma série de crises cíclicas e ondas de prosperidade se sucederam no Brasil ao longo das últimas décadas, causando uma certa familiaridade com as oscilações da economia. Sendo ainda um País com grandes diferenças sociais, econômicas e geográficas, as preferências mudam de acordo com o poder aquisitivo, região ou estilo de vida e isso também foi perceptível nesta pesquisa.

Segundo Reiquxa (1977), do ponto de vista do lazer, há duas características que homogeneizam as férias, fins de semana e o turismo: em primeiro lugar o turismo no período de férias e fins de semana supõem um tempo livre contínuo, diferentemente de outras atividades que podem ser realizadas em intervalos das obrigações profissionais ou das demais áreas de atuação humana, e, em segundo lugar, as atividades realizadas durante esses períodos se constituíram em formas mais sofisticadas de uso do tempo, vinculadas a um estágio mais avançado de bem-estar material.

De qualquer forma, de acordo com as megatendências internacionais, o turismo será cada vez mais um atrativo para os brasileiros enquanto possibilidade de lazer, de status e de vivenciar novas experiências. Turismo é uma atividade importante no País e um atrativo para as pessoas que buscam o que fazer em seu tempo disponível, longe do trabalho e das obrigações e responsabilidades que permeiam nosso cotidiano.

Resultados

A pesquisa de campo foi realizada em todas as regiões do País e foram entrevistadas 2400 pessoas nas zonas urbana e rural, o que permite apontar um erro amostral máximo de 2,0% para o País e nível de confiança de 95%, com relação aos resultados da pesquisa.

Assim, de acordo com as questões selecionadas para a realização deste artigo, quando questionados sobre o que faziam no período de férias, o total de entrevistados apontou que as atividades turísticas apareciam com 27% do total de respostas, conforme a Figura 1 abaixo. Tal dado ficou em terceiro lugar no item dos interesses desenvolvidos pela população brasileira, atrás apenas da categoria do ócio e daqueles que sabiam ou não sabiam responderam tal questão. Em termos de frequência, as atividades turísticas apareceram 650 vezes nas respostas, enquanto a segunda e terceira categorias acima tiveram a frequência de 884 e 707 respostas.

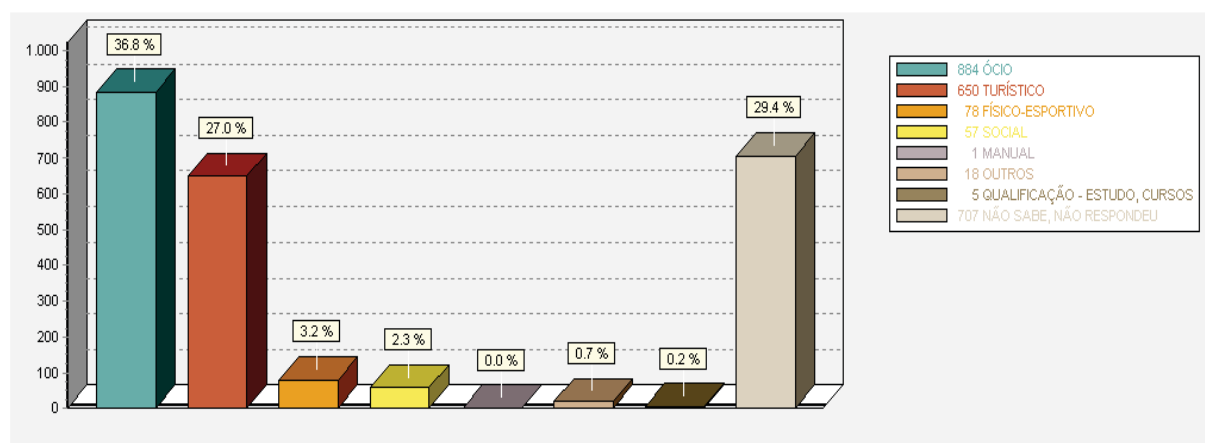


Figura 1 – O que faz nas Férias?

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Interessante notar que nesta pergunta o interesse turístico aparece à frente dos demais interesses⁴. O interesse físico-esportivo, em que se classificam as atividades que tem como predomínio o movimento corporal humano, como os esportes, as caminhadas, entre outras possibilidades, são citadas apenas por 3,2% dos entrevistados, com somente 78 frequências. Os demais interesses apresentam pouca representatividade em relação ao total de entrevistados.

Se fizermos o cruzamento da questão anterior com outras categorias, como sexo, renda, escolaridade, região do País e faixa etária, as questões relacionadas à atividade turística ganham diversos desdobramentos interessantes de serem apontados para reflexão. Entre os sexos, a participação feminina é ligeiramente maior, com 14% das respostas e os homens com 13%, comparativamente aos outros interesses do lazer. Entre os homens, 1.185 entrevistados, 26,3% afirmam desenvolver atividades turísticas nas férias (Figura 2).

⁴ Mais detalhes sobre os interesses do lazer podem ser consultados em Dumazedier (1980a) e Camargo (2003).

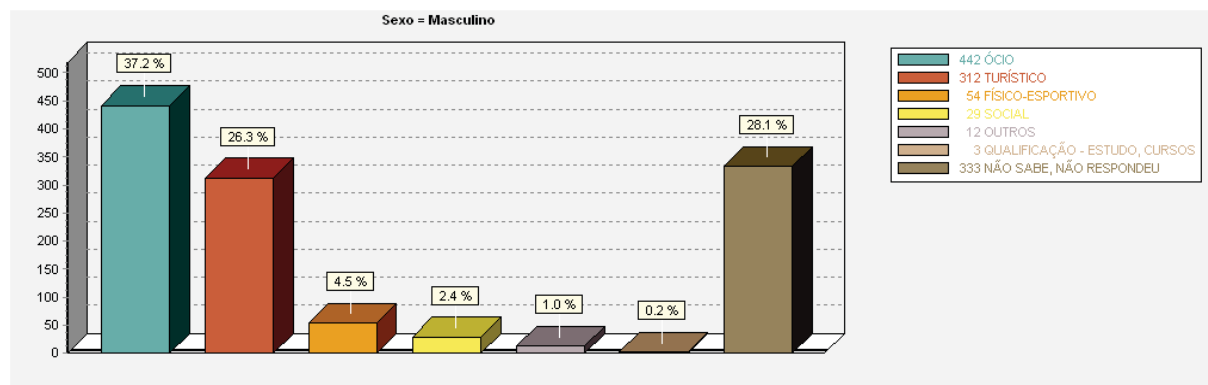


Figura 2 – Cruzamento da questão “O que Faz nas Férias” com a categoria “Sexo Masculino”.

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Já as mulheres, 27,8% das 1.215 pessoas entrevistadas, conforme Figura 3, afirmaram que as atividades turísticas são desenvolvidas no período de férias. Ambos os dados, masculino e feminino, refletem o terceiro lugar nas respostas apontadas na questão “O que faz nas férias?”

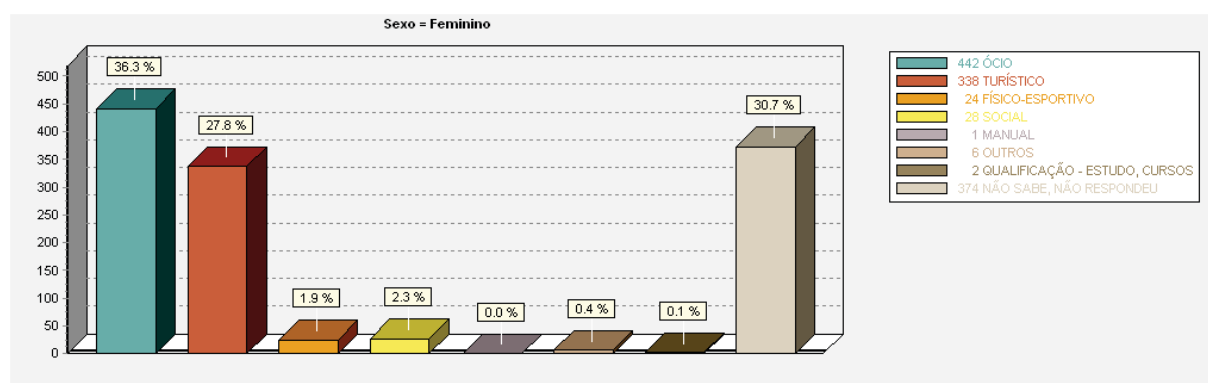


Figura 3 – Cruzamento da questão “O que Faz nas Férias” com a categoria “Sexo Feminino”.

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Se cruzarmos esses dados com a categoria da faixa etária veremos que, entre os homens, a principal faixa a apontar as atividades turísticas, foram os homens de 25 a 34 anos com 6,0%, fase da vida caracterizada pela parte final da juventude e início da vida adulta. Em segundo lugar aparece a faixa etária de 15 a 24 anos com 5,9%. É possível indicar que essas faixas etárias possam ter maior tempo disponível para realizar as atividades, talvez por ainda não terem agregado maiores responsabilidades decorrentes das questões ligadas à vida adulta ou por apresentar melhores condições financeiras, por já ter entrado no mercado de trabalho.

Na sequência aparecem as faixas etárias de 35 a 44 anos com 4,7%, de 11 a 14 anos com 2,6%, 45 a 54 anos com 2,1%, 55 a 64 anos com 1,9%, 07 a 10 anos com 1,8% e, por fim, 65 anos ou mais com 0,9%. Os dados apontam a diminuição das vivências turísticas à medida que são analisados os resultados relacionados às faixas etárias posicionadas nos extremos da fase da vida, quer seja em direção à infância, quer seja na velhice.

Entre as mulheres os resultados são semelhantes. A faixa etária que apresentou maior porcentagem foi a idade de 15 a 24 anos com 6,5%, seguida por 25 a 34 anos com 5,5%, 35 a 44 anos com 4,6%, 07 a 10 e 11 a 14 anos com 2,1% respectivamente.

Em relação à renda, os dados coletados apresentam resultados que podem ser apontados como diferentes da ideia de que as atividades turísticas são em sua maior parte desenvolvidas pelas classes sociais com maior renda.

Nessa questão as três maiores porcentagens são apontadas pelos entrevistados que possuem renda entre dois e três salários mínimos (SM) com 5,6% de respostas, seguidos por aqueles que possuem um e dois SM com 4,9% e, somente depois aparece os que possuem renda entre cinco e dez SM com 4,2%.

Por exemplo, das três faixas acima apontadas, entre aqueles que pertencem à faixa de renda de dois a três SM, no total de 444 entrevistados, 30,6% das respostas apontam as atividades turísticas como atividades realizadas no tempo disponível e, aqui, a mesma tendência pode ser encontrada em relação aos dados gerais da questão “O que faz nas férias?”, conforme a Figura 4. As atividades turísticas somente ficam atrás em relação às respostas sobre o “ócio” e “não sabe/não respondeu”.

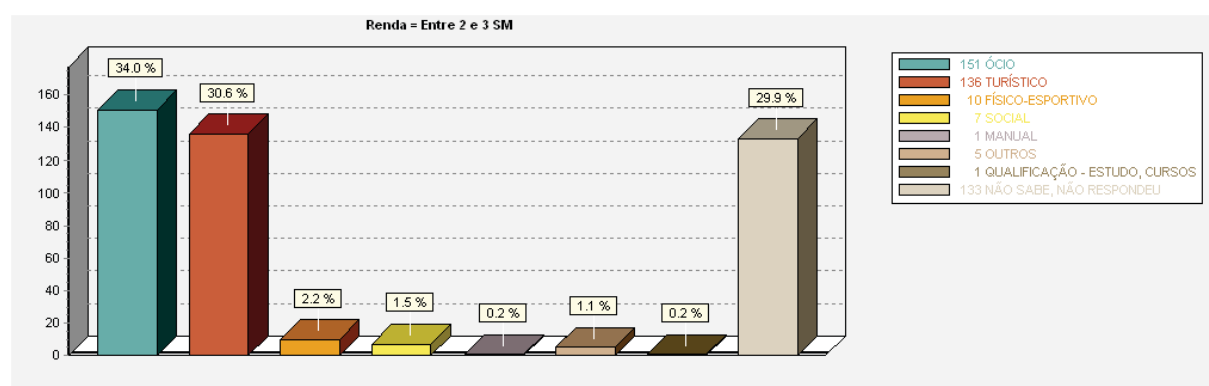


Figura 4 – Cruzamento da questão “O que faz nas Férias” com a categoria “Renda – 2 a 3 SM”.

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Na sequência dos dados relacionados à renda aparecem aqueles que possuem entre três e quatro SM com 3,0%, até um SM com 2,9%, entre quatro e cinco SM com 1,8%, entre dez e 15 SM com 1,5%, acima de 20 SM com 1,1%, entre 15 e 20 SM com 0,8%, os sem rendimento com 0,7% e, por último, aqueles que não declararam rendimento com 0,2%.

O cruzamento da categoria sexo com a de renda aponta elementos diferentes na vivência das atividades turísticas entre os homens e as mulheres, com maior ênfase para a participação feminina, conforme apontado anteriormente. No sexo feminino destaque para as mulheres que têm renda entre um e dois, e três e quatro SM (com 5,1% e 6,7% respectivamente do total de respostas). Depois aparecem as mulheres com renda entre cinco e dez SM com 3,5%, até um SM com 3,3%. Entre a faixa três e quatro SM 28,3% das respostas indicam as atividades turísticas como a terceira mais citada (Figura 5).

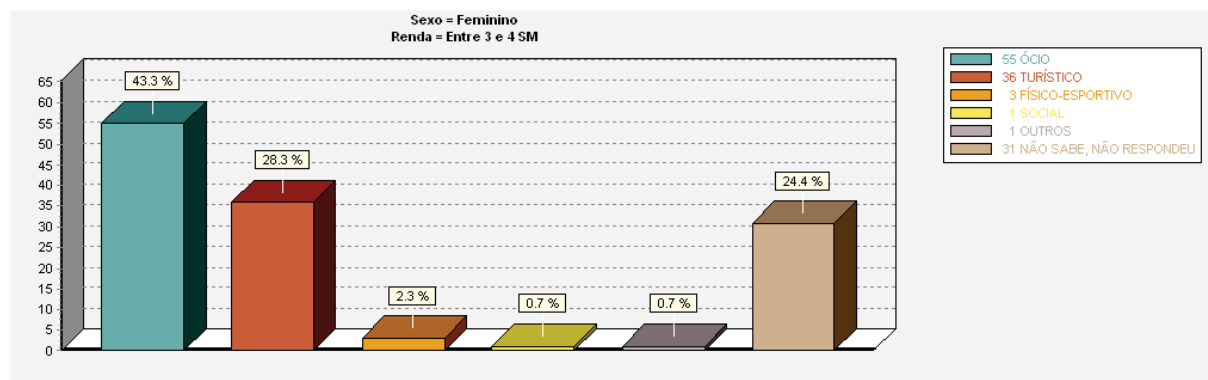


Figura 5 – Cruzamento da questão “O que Faz nas Férias” com a categoria “Sexo Feminino” e “Renda entre 3 e 4 SM”

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Entre os homens há ligeira mudança nos dados a partir da renda. Em primeiro lugar aparece a renda entre 5 e 10 SM com 4,9%, depois entre um e dois SM com 4,8% e entre dois e três SM com 4,5%. Os homens com renda entre três e quatro SM somam 3,0% e aparecem em quarto lugar nos dados coletados. Na primeira faixa (5 a 10 SM) 32,4% dos entrevistados (Figura 6) afirmam ser o turismo a terceira atividade mais desenvolvida.

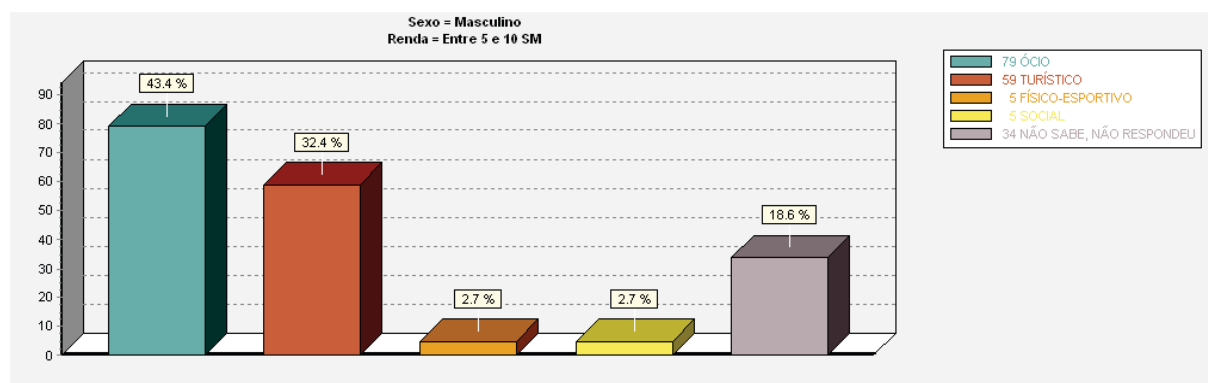


Figura 6 – Cruzamento da questão “O que Faz nas Férias” com a categoria “Sexo masculino” e “Renda entre 3 e 4 SM”

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Quando analisamos as vivências a partir das diferentes regiões do País, os dados apontam maior incidência de respostas em relação às atividades turísticas da região Sudeste com 12,5%, seguida da região Nordeste com 6,0% e da Sul com 4,2%. Importante destacar a porcentagem de respostas para a questão em relação às regiões Centro-Oeste e Norte, com 2,4% e 1,8% das respostas respectivamente.

Região econômica mais rica do país, o Sudeste apresenta, também, maior índice de respostas sobre a realização de vivências turísticas quando os dados são cruzados com as diferentes faixas de renda da pesquisa. Situação inversa pode ser apontada em relação às regiões Norte e Centro-Oeste que apresentam o menor índice de respostas, dados que permitem apontar a necessidade de as políticas para a área voltarem suas atenções e ações principalmente para essas regiões.

Analisando cada região em relação às diferentes atividades realizadas, as atividades turísticas aparecem em quase todas em terceiro lugar no número de respostas. Na região Sudeste (Figura 7), 29,7% dos entrevistados apontam que realizam atividades turísticas nas férias, logo após aparece o ócio com 31,9% e 28% para aqueles que apontaram que “não sabem” ou “não responderam”.

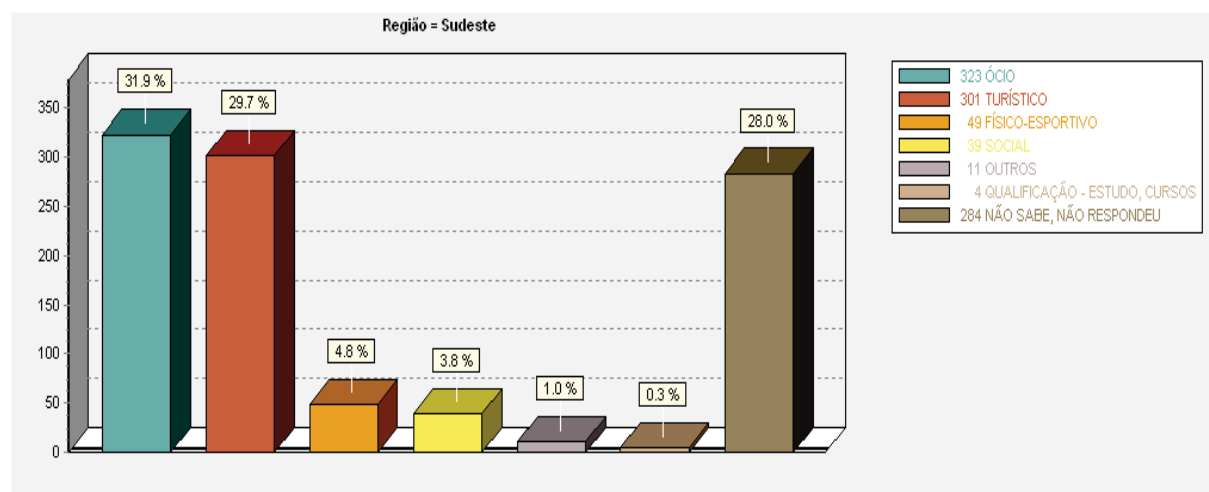


Figura 7 – Cruzamento da questão “O que Faz nas Férias” com a categoria “Região Sudeste”

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Situação semelhante pode ser apontada nas regiões Norte e Centro-Oeste que apresentam índice menor de respostas em relação às demais regiões do País. No Norte, conforme Figura 8, as atividades turísticas somam 22,5%, após 38,5% do “ócio” e 34,0% para as respostas que apontaram “não sabe, não respondeu”. Assim, apesar das diferenças de realização das atividades turísticas nas cinco regiões geográficas do País, em todas é possível apontar a importância da atividade para a população.

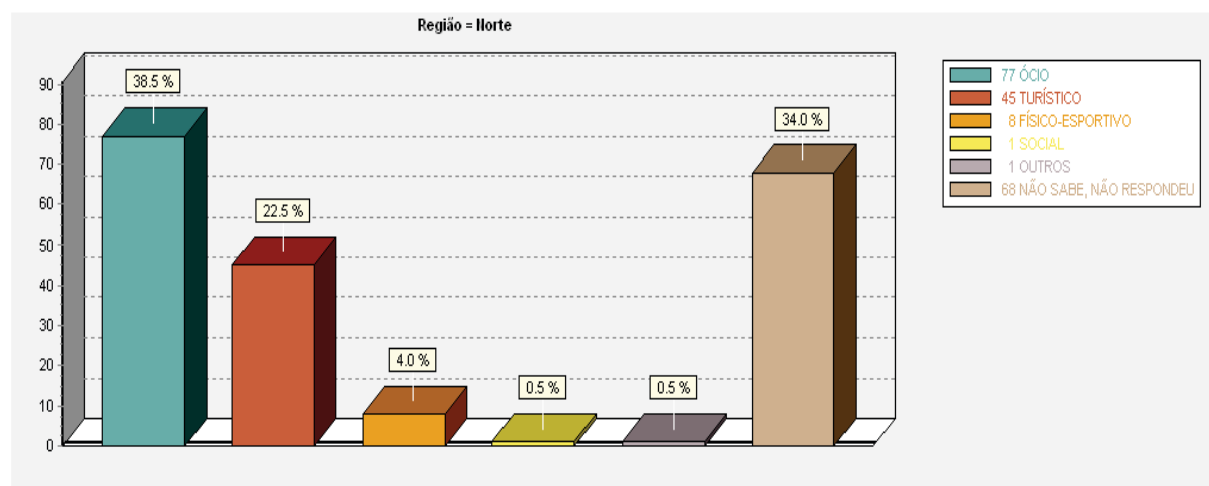


Figura 8 – Cruzamento da questão “O que Faz nas Férias” com a categoria “Região Norte”

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Outra questão central abordada pela pesquisa foi saber “o que as pessoas gostariam de fazer nas férias” de modo a entender possíveis distorções entre aquilo que as pessoas dizem que fazem e aquilo que elas gostariam de fazer.

A Figura 9 mostra os dados gerais da questão em relação aos diferentes interesses de lazer. Muitos poderiam ser os apontamentos comparativos entre os dados, mas aqui destacamos as atividades turísticas que despontam com índice de porcentagem muito superior aos demais interesses, com 78,8% e 1.892 respostas em um total de 2.400 entrevistas. Esse dado é muito diferente da questão inicial que perguntou para as pessoas “o que fazem nas férias” e apontou um total de 27% de respostas para as atividades turísticas. Em segundo aparecem as respostas “não sabe”, “não respondeu” com 10,5% e somente depois aparece o interesse social com 3,0% e o físico esportivo com 2,5%.

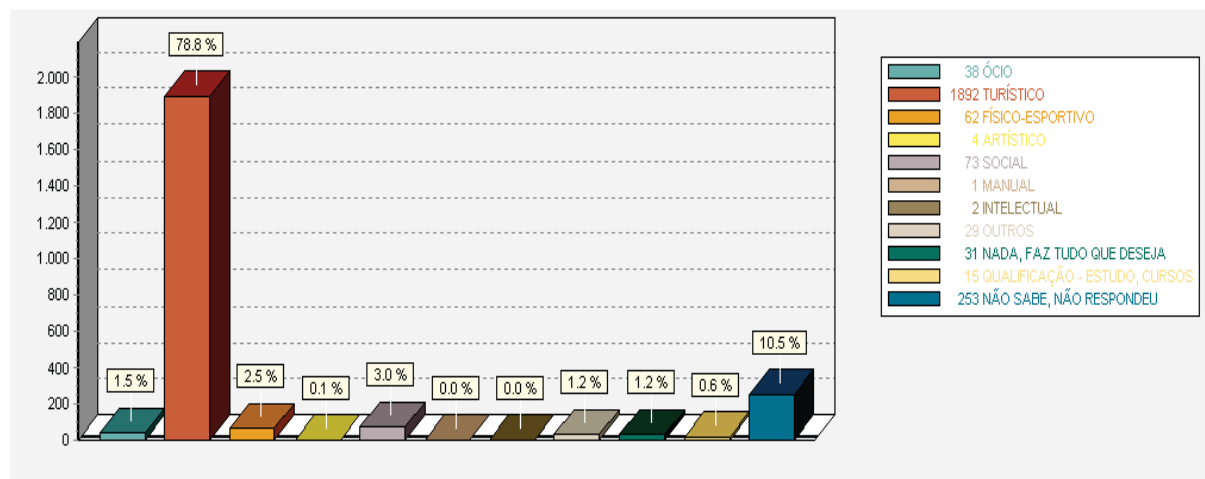


Figura 9 – Questão “O que Gostaria de fazer nas Férias?”

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Abaixo aparecem dados que mostram de forma geral os impedimentos apontados pelos entrevistados para a não realização dos diferentes interesses do lazer. E a falta de “dinheiro/recursos financeiros” é apontada como a principal barreira com 55,7% das respostas, seguida da falta de “tempo” com 17,8%.

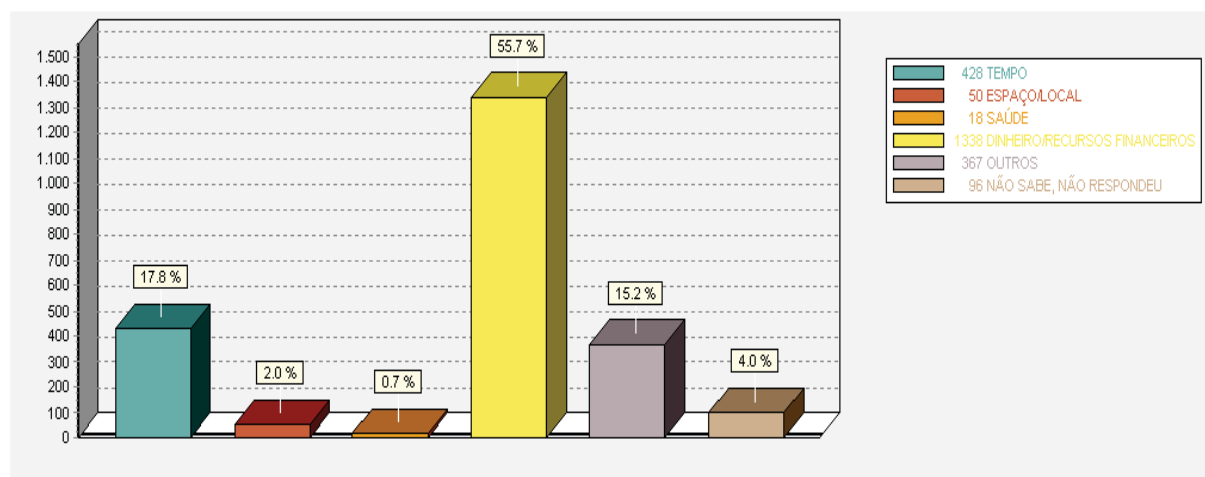


Figura 10 – Questão “Por que não faz nas Férias?”

Fonte: pesquisa “O Lazer do Brasileiro”

Discussão

Em relação à questão “o que as pessoas fazem nas férias?” os dados permitem apontar elementos relacionados às vivências turísticas e aos demais interesses (CAMARGO, 2003; DUMAZEDIER, 1980a). Em relação aos diferentes interesses do lazer, as políticas públicas necessitariam de um maior acompanhamento no intuito de ampliar a participação, estimulando o desenvolvimento dessas atividades. Tal questão é importante uma vez que a participação, não conformista, mas crítica e criativa, depende do conhecimento das diferentes opções que o lazer pode oferecer (MARCELLINO, 2006). Segundo o autor, o ideal seria que as pessoas pudessem fazer o que, como, quando e com quem elas quisessem as suas atividades de lazer. No entanto, por falta de conhecimento de outras possibilidades, as pessoas acabam por realizar sempre as mesmas atividades.

Quanto às vivências turísticas, os dados apontam a importância que a área representa para a população do País, com diferentes atividades citadas que são possíveis de serem classificadas nesse interesse, embora o percentual de 27% ainda possa ser visto como baixo se comparado com a totalidade da amostra.

Requixa (1977), no final dos anos 1970, apoiado em pesquisa sobre o lazer da classe comerciária paulistana⁵, afirmava que aparentemente o hábito da viagem não era ainda muito difundido entre os trabalhadores brasileiros, uma vez que o período de férias seria utilizado para a realização de outros serviços ou mesmo para ficar em casa, além da “venda” das férias devido à baixa renda dos trabalhadores, apesar da crescente mobilidade vertical.

Esses dados ressaltam a necessidade de um constante repensar sobre as ações relacionadas à área do turismo, quer seja em suas relações com o lazer (espaços, equipamentos, formação de recursos humanos, processos de animação cultural e sociocultural, entre outros) (CAMARGO, 1985; DUMAZEDIER 1980b; MARCELLINO, 2001, 2008; REQUIXA, 1980), quer seja nas demais especificidades da área turística (meios de hospedagem, gastronomia, transporte, serviços de agenciamento, entre outras) (BENI, 2007; PANOSSO NETTO, 2012; PANOSSO NETTO, TRIGO, 2009; TRIGO, 2009). As políticas de Turismo, em níveis municipal, estadual e federal devem dar atenção especial às suas especificidades uma vez que as atividades turísticas podem ter representatividade no tempo-espaço de lazer da população brasileira.

Em relação aos dados provenientes das Figuras 2 e 3 e seus cruzamentos com a categoria “faixa etária” podemos afirmar que tais questões confirmam as discussões realizadas por autores como Camargo (2003), Dumazedier (1980a) e Marcellino (2006). Na infância, a vivência, via de regra, é realizada com o acompanhamento de uma pessoa, geralmente adulta, da família, situação que leva a criança a ter seu tempo de lazer diretamente relacionado ao tempo de lazer de outra pessoa. Apesar da constante transformação que a sociedade vem passando ao longo dos anos, na fase adulta aparecem com ênfase as dificuldades decorrentes das obrigações profissionais, bem como das demais obrigações associadas a essa fase da vida, enquanto na velhice as dificuldades também podem ser ressaltadas, principalmente decorrentes da condição social a que os idosos são submetidos, com o afastamento da sociedade e das questões relacionadas à fragilidade da saúde. Além disso, é importante destacar as ocorrências das barreiras para o lazer, que segundo Marcellino (2006) são fatores que limitam quantitativa e qualitativamente o lazer em suas diferentes possibilidades para determinados grupos sociais, privilegiando alguns grupos em detrimento de outros.

5 Mais detalhes sobre a pesquisa podem ser encontrados em ARAÚJO, M. H. M. de. Pesquisa sobre o lazer da Classe Comerciária Paulistana. Sesc: São Paulo, 1971.

Em relação ao cruzamento da questão “O que faz nas férias?” e a renda, os dados coletados apontam que nem sempre as atividades turísticas são desenvolvidas por pessoas provenientes das classes sociais com maior poder aquisitivo. Uma possível explicação para a questão acima, talvez, seja o fato das atividades turísticas na pesquisa serem entendidas de forma ampla (CAMARGO, 2003; GASTAL, MOESCH; 2007) diferente do conceito regularmente utilizado por parte dos estudiosos que entende essas atividades a partir do afastamento das pessoas de seu local de moradia por um período maior de 24 horas consecutivas e inferior a um ano.

Assim, as respostas apontam como atividades turísticas uma diversidade de vivências, como acampar, passear pela cidade com o namorado ou filhos ou pelo bairro ou pela cachoeira, ir à praia com a família ou com o filho, viajar ou viajar para a casa de praia ou viajar para a casa da avó, entre outras possibilidades. É interessante notar que as respostas apontam diferentes questões, muitas delas vinculadas às realidades locais onde os formulários de entrevistas foram aplicados, fato que explicaria a diversidade de respostas e sua vinculação às atividades turísticas dentro do contexto no qual as perguntas foram realizadas, tais como passear na roça, sentar no banco do calçadão, ir para a granja, tomar banho na bica, tomar banho de rio ou ir à beira do rio, passear de metrô, entre outros apontamentos.

A região Sudeste apresenta maior índice de respostas sobre a realização de vivências turísticas quando os dados são cruzados com as diferentes faixas de renda da pesquisa. Situação inversa pode ser apontada em relação às regiões Norte e Centro-Oeste que apresentam o menor índice de respostas, dados que permitem apontar a necessidade de que as políticas para a área (BENI, 2007; CAMARGO, 1985; DUMAZEDIER, 1980b; GASTAL, MOESCH, 2007; MARCELLINO, 2001, 2008; PANOSSO NETTO, ANSARAH, 2009; PANOSSO NETTO, TRIGO, 2009; REQUIXA, 1980) focalizem suas atenções e ações principalmente para essas regiões.

Outra questão da pesquisa foi saber “O que as pessoas gostariam de fazer nas férias”. Se os dados anteriores apontados já colocavam as atividades turísticas como uma opção de lazer das mais importantes na vida das pessoas, os dados desta segunda questão reafirmam a relevância dessas atividades e a necessidade de que mais e melhores políticas específicas na área devem ser implantadas, a fim de atender às necessidades de vivência das atividades turísticas para a população como um todo. Aqui destacamos a diferença entre o querer e fazer das pessoas em relação às atividades turísticas, uma vez que se o fazer aponta 27% das realizações, o querer apresenta o índice de 80% das intenções.

Tal descompasso nas respostas das duas questões pode estar relacionado ao restrito entendimento do lazer nas políticas públicas, aliado ao fato de que algumas vivências de lazer são pouco oferecidas, como as vivências turísticas a partir de políticas públicas, dificultando às pessoas a possibilidade de escolha entre as várias opções, ocasionando, conforme Marcellino (2006), a realização das mesmas vivências de lazer no cotidiano, além do fato das atividades turísticas necessitarem, em grande parte, de recursos financeiros para que possam ser realizadas.

Assim, em relação aos impedimentos para a realização das atividades turísticas, a principal questão, portanto, diz respeito à barreira econômica, questão já apontada por Marcellino (2006) e Requixa (1977) como um dos fatores que impedem tanto quantitativa quanto qualitativamente a apropriação das atividades turísticas no âmbito do lazer por parte das pessoas, fatores injustos que devem ser minimizados por políticas públicas específicas na área.

Assim, os desequilíbrios existentes entre as representações e concretizações do lazer do brasileiro devem ser objeto de desenvolvimento de ações específicas na área (BENI, 2007; CAMARGO, 1985; DUMAZEDIER 1980b; GASTAL, MOESCH, 2007; MARCELLINO, 2001, 2008; PANOSSO NETTO, ANSARAH, 2009; PANOSSO NETTO, TRIGO, 2009; REQUIXA, 1980) que tenham como objetivo discutir e implementar mecanismos que venham a minimizar as discrepâncias entre o que as pessoas fazem e aquilo que gostariam de fazer no lazer em seu período de férias.

Referências

- ARAÚJO, M. H. M. de. **Pesquisa sobre o lazer da Classe Comerciaría Paulistana**. Sesc: São Paulo, 1971.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 12. ed., São Paulo: Senac, 2007.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.
- _____. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro, 2010.
- CAMARGO, L. O. L. **Política de lazer. Estudos do lazer**. São Paulo: Sesc, n. 1, p. 03-07, 1985.
- _____. **O. O que é lazer**. 3. ed., São Paulo: Brasiliense, 2003.
- DUMAZEDIER, J. **Valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo: Sesc, 1980a.
- _____. **Planejamento de lazer no Brasil: a teoria sociológica da decisão**. São Paulo, 1980b.
- GASTAL, S.; MOESCH, M. M. **Turismo, Políticas Públicas e Cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.
- GOMES, C. L. **Lazer, trabalho e educação: Relações históricas, questões contemporâneas**. 2. ed. rev. amp. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- ICC/ESOMAR. **Código ICC/Esomar de Conduta em Pesquisa de Mercado e Pesquisa Social**. São Paulo: ABEP, 2008. Disponível em: <www.abep.org/Servicos/DownloadCodigoConduta.aspx?id=03>. Acesso em: 28 fev. 2014.
- JAFARI, J. Transfer of Knowledge to and within Tourism. Naples: Italy, 04 may 2015. **The t-Forum Global Conference – Tourism Intelligence in Action**.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.
- MARCELLINO, N. C. **Lazer e humanização**. Campinas: Papirus, 1983.
- _____. Políticas de lazer: mercadores ou educadores? Os cínicos bobos da corte. In: _____. **Lazer e Esporte**. Campinas: Autores Associados, 2001, cap. 1, p. 05-29.
- _____. **Estudos do lazer: uma introdução**. 4. ed. – Campinas: Autores Associados, 2006.
- _____. Espaços e equipamentos de lazer. In: _____. **Políticas Públicas de Lazer**. Campinas: São Paulo: Editora Alínea, 2008, p. 133-152.
- MOESCH, M. M. Turismo e Lazer: conteúdos de uma única questão. In: MARCELLINO, N. C. (Org.). **Formação e Desenvolvimento de Pessoal em Lazer e Esporte**. Campinas, SP: Papirus, 2003, p. 19-30.

- PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do Turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2012.
- PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. R. **Segmentação do mercado turístico**. Barueri: Manole, 2009.
- PANOSSO NETTO, A.; TRIGO, L. G. G. **Cenários do Turismo Brasileiro**. São Paulo: Aleph, 2009.
- PARKER, S. **A sociologia do lazer**. Rio de Janeiro, Zahar, 1978.
- REQUIXA, R. **Sugestões de diretrizes para uma política nacional de lazer**. São Paulo: Sesc, 1980.
- _____. Formas contemporâneas de uso do tempo livre: férias, fins de semana e turismo. In: _____. **O Lazer no Brasil**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1977, p. 67-71.
- REQUIXA, R.; CAMARGO, L. O. L. Brazil: a new cycle of modernisation. In: OLSZEWSKA, A.; ROBERTS, K. **Leisure and Lifestyle**: a comparative analysis of free time. London: Sage Publications Ltd., 1989, p. 85-96.
- SOUZA, A. de. **As 24 Horas do dia de um carioca**. Relatório de Pesquisa apresentado ao Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), Rio de Janeiro, 1975.
- TRIGO, L. G. G. **Turismo Básico**. 8. ed., Campinas: Papirus, 2009.
- _____. **A viagem, caminho e experiência**. São Paulo: Aleph, 2013.
- VEAL, A. J. **Metodologia da Pesquisa em Lazer e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.

Experiências de ressignificação de tradições carnavalescas em Podence e Ovar, Portugal

Experiences of re-signification of carnival traditions in Podence and Ovar, Portugal

Experiencias de resignificación de tradiciones carnavalescas en Podence y Ovar Portugal

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1148>

Marcos Luiz Filippim <marcoslupim@yahoo.com.br>

Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil.

Miguel Bahl <migbahl@gmail.com>

Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 24-out-2015

Aceite: 20-dez-2016

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

FILIPPIM, M. L.; BAHL, M. Experiências de ressignificação de tradições carnavalescas em Podence e Ovar, Portugal. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 155-170, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



RESUMO

O objetivo deste artigo consistiu em avaliar experiências de ressignificação de tradições carnavalescas nas localidades de Ovar e Podence, em Portugal. Na pesquisa, realizada em 2013, se adotou abordagem qualitativa, com delineamento de estudo de caso e foram empregadas técnicas como entrevistas narrativas, registros em caderno de campo, observação participante periférica e análise de documentos. Os resultados indicaram que os seguintes aspectos foram relevantes no processo de ressignificação das tradições em exame: influência do turismo, espetacularização e transformação de rituais em performances, textualizações acadêmicas e jornalísticas, seleção de conteúdos culturais pelos organizadores, e a própria natureza dinâmica das tradições. No entanto, constatou-se que apesar das manifestações culturais estarem sendo ressignificadas considerou-se a ressalva de que as mudanças de características se colocavam como alternativa ao seu desaparecimento uma vez que davam mostras de fragilização antes de serem reabilitadas como atrações turísticas.

Palavras-chave: Ressignificação de Tradições. Carnaval. Turismo Cultural. Carnaval em Portugal. Caretos de Podence.

ABSTRACT

The aim of this article consisted of evaluating experiences of re-signification of carnival traditions in the localities of Ovar and Podence, in Portugal. In the research, held in 2013, it was adopted a qualitative approach, with case study design, and techniques were employed, like narrative interviews, recordings in fieldwork notebook, peripheral participant observation and document analysis. The results indicated that the following aspects were relevant in the re-signification of the traditions in question: influence of the tourism, spectacularization and transformation of rituals in performances, academic and journalistic writings, selection of cultural contents by the organizers, and the own dynamic nature of the traditions. However, it was found that although the cultural manifestations are being re-signified, it was considered the reservation that the changes of characteristics were presented as alternative to their disappearance, once they showed weakening before being rehabilitated as touristic attractions.

Keywords: Re-signification of traditions. Carnival. Cultural Tourism. Carnival in Portugal. Caretos of Podence.

RESUMEN

El objetivo de este artículo consistió en evaluar experiencias de resignificación de tradiciones carnavalescas en las localidades de Ovar y Podence, en Portugal. En la investigación, realizada en 2013, se adoptó abordaje cualitativo, con delineamiento de estudio de caso y fueron empleadas técnicas como entrevistas narrativas, registros en cuadernos de campo, observación participante periférica y análisis de documentos. Los resultados indicaron que los siguientes aspectos fueron relevantes en el proceso de resignificación de las tradiciones en examen: influencia del turismo, espectacularización y cambio de rituales en performances, textualizaciones académicas y periodistas, selección de contenidos culturales por los organizadores y la propia naturaleza dinámica de las tradiciones. Sin embargo, se constató que mismo que las manifestaciones culturales estén siendo resignificadas se consideró la condición de que los cambios de características se ponían como alternativa a su desaparecimiento, una vez que daban muestras de fragilidad antes de ser rehabilitadas como atracciones turísticas.

Palavras clave: Resignificación de tradiciones. Carnaval. Turismo Cultural. Carnaval en Portugal. Careto de Podence.

Introdução

A pesquisa que deu origem a este artigo compõe um estudo mais amplo, acerca das tradições de Carnaval brasileiras e portuguesas. No caso específico deste trabalho são comunicados os resultados obtidos na investigação realizada em Portugal entre os meses de setembro e dezembro de 2013.

A proposta inicial do estudo consistia em discutir a conformação dos festejos de Carnaval no Norte de Portugal. No entanto, o pressuposto de que se tratava de um evento com características homogêneas nas diferentes localidades em que a manifestação apresentava alguma importância no âmbito da atração de visitação turística foi logo desfeita pelas primeiras leituras e coleta de informações de campo.

Ainda que a área espacial abrangida pelo estudo seja relativamente reduzida, a conformação dos festejos apresentou características completamente distintas entre si. Assim, julgou-se adequado estudar pelo menos duas vertentes do Carnaval no Norte português e foram eleitos os eventos de Ovar, no Litoral; e Podence, que se situa na Região de Trás-os-Montes. A escolha deu-se em função de que tais manifestações representavam modelos marcadamente diferentes entre si, mas que passaram, ambos, por um processo de resignificação de suas tradições carnavalescas. Na pesquisa aqui proposta se buscou evidências de alterações nessas festividades, decorrentes da diversidade de interesses e expectativas dos turistas que visitavam a região para participar do evento.

Nessa perspectiva, na investigação se propôs a responder as seguintes indagações: o formato da festa e a própria paisagem cultural eram influenciados pela visitação? Os organizadores de tais eventos realizavam, intencionalmente ou não, um esforço para manter ou reproduzir aspectos que julgavam ser autênticos ou tradicionais? Diante de tais considerações, o problema de pesquisa ficou assim erigido: como os organizadores percebiam e representavam o Carnaval e as expectativas dos frequentadores desse evento nas localidades de Ovar e Podence, em Portugal, e como isso alterava, ou não, o formato da manifestação?

O objetivo da investigação aqui relatada consistiu em avaliar experiências de resignificação de tradições carnavalescas nas localidades de Ovar e Podence, em Portugal. No que concerne à estratégia de pesquisa, adotou-se uma perspectiva qualitativa com delineamento de estudo de caso. Para Yin (2001), esse design de pesquisa consiste em uma investigação de natureza empírica em que se estuda um fenômeno dentro de seu contexto real em especial quando os limites entre o fenômeno e esse contexto não estão claramente definidos. Também foram empregadas técnicas como entrevistas narrativas, visitação aos locais selecionados, registros em caderno de campo, observação participante periférica e análise de documentos.

Os respondentes da entrevista foram os organizadores do Carnaval nas localidades selecionadas, aqui entendidos como gestores dos eventos, além de serem consideradas figuras ou autoridades relevantes para a manifestação cultural em exame. O critério de escolha foi a recorrência em que foram citados por populares como detentores de um profundo conhecimento acerca do objeto de estudo. Outro aspecto considerado foi a condição de comando ou influência na organização do evento. Raposo (2010) chama esses tipos de informantes de indivíduos “medulares” para a pesquisa.

Foram feitas entrevistas semiestruturadas nos meses de outubro e novembro de 2013, com o presidente do Grupo de Caretos de Podence, principal responsável pelo Carnaval local, que neste artigo será identificado como Informante 1, ou “INF. 1”, e com o vereador da Cultura e membro da extinta Fundação do Carnaval de Ovar, gestor público responsável pela organização do Carnaval na cidade, aqui

identificado como Informante 2, ou “INF. 2”. Além das entrevistas, que foram gravadas e transcritas, ocorreram inúmeras conversas informais e recolha de material de campo. Os depoimentos gravados tiveram duração média de cinquenta minutos cada e foram realizados em locais previamente escolhidos pelos respondentes.

Na estrutura deste trabalho se contempla, além desta nota introdutória, uma discussão sucinta acerca da origem e evolução dos festejos de Carnaval, seguida da caracterização da festa no Norte de Portugal, que corresponde à análise dos resultados obtidos. Seguem-se ainda as conclusões do estudo e, ao final, as referências utilizadas.

Os festejos de Carnaval: origem, evolução e etimologia

A origem dos festejos de Carnaval é controversa. Enquanto verifica-se que uma parcela dos historiadores situa evidências das manifestações ainda na Antiguidade, outra vertente sustenta que é mais adequado usar o termo para denominar a festa a partir da Idade Média.

De acordo com Muniz Júnior (2003), o Carnaval tem sua gênese em cerimônias pagãs da Antiguidade, sendo que há registros de sua ocorrência em diferentes culturas, como no Egito, Grécia, Roma, China e Índia. Os rituais envolviam homenagens a deuses e semideuses dessas civilizações, tais como, Baco, Pan, Saturno e o irreverente Momo que, segundo Franchini e Segnanfredo (2007, p. 472), pode ser qualificado como a “[...] personificação do Sarcasmo. Entre os gregos é uma divindade feminina, filha da Noite e irmã das Hespérides. Entre os romanos, é o deus da alegria e dos festejos”.

Martins (2009) lembra que no Egito Antigo era promovida uma festa durante o plantio em homenagem à Deusa Ísis, protetora da natureza, para garantir uma boa colheita. De forma análoga, na Babilônia, a chegada da primavera era comemorada com uma festa em homenagem a Marduk, o Deus Supremo. Nesse período, a escravidão era abolida temporariamente. Além disso, durante os 11 dias dos festejos, era empossado um rei (em caráter excepcional), que ao final seria açoitado e sacrificado para que a divindade permitisse a fertilidade das sementes.

Na Grécia, ainda de acordo com Martins (2009), o culto a Dionísio seria oficializado sob o governo de Psístrato (605-527 a.C.). Nessa celebração, organizada por camponeses, se realizavam procissões conhecidas como Dionisiadas nas quais uma embarcação com rodas (carrum navalis) transportava a imagem do deus. O mesmo autor assinala que a insólita composição de carro e navio simbolizava a ideia de que Dionísio havia chegado a Atenas pelo mar, mas seria acompanhado pelos sátiros (semideuses que habitavam a floresta e possuíam pés de bode). No cortejo do carro, em que vinham homens e mulheres nus dançando em festa, seguia uma multidão de pessoas mascaradas e um touro que posteriormente seria sacrificado em um templo onde se consumava o casamento de Dionísio com a polis (hierogamia) o que iria proporcionar a fecundação coletiva (MARTINS, 2009).

O mesmo autor prossegue explicando que entre os romanos eram realizadas as Saturnálias, em honra ao Deus da Agricultura, Saturno, que teria sido expulso do Olimpo por defender a igualdade entre os homens e era saudado no início da primavera para festejar a liberdade e, nessas ocasiões, os escravos assumiam o lugar de seus senhores. Ainda para Martins (2009), na Roma Antiga eram celebradas as Luperciais, em homenagem ao Deus Pã. Como se pode constatar, é possível identificar alguns pontos de convergência entre as concepções das festas na Antiguidade: há uma recorrência da ideia de fertilidade

garantida por uma divindade como contrapartida à homenagem prestada no ritual. Além disso, outro elemento comum consiste na flexibilização provisória de normas sociais e mesmo da hierarquia de poder, como é o caso da abolição da escravidão e escolha de um rei para governar extraordinariamente durante os festejos.

No entanto, convém lembrar que essa aparente anomia tem um caráter provisório, como se fosse uma condição de exceção em relação ao cotidiano. Além disso, tanto em suas origens na Antiguidade quanto nas manifestações contemporâneas, o Carnaval pode funcionar como um elemento de reforço da ordem social (MARTINS, 2009; RAPOSO, 2010).

Assim, se estabelece um paradoxo entre a percepção corriqueira da festa como vetor de contestação do status quo, já que ela parece funcionar como elemento de contenção das pulsões sociais e, em última análise, uma forma segura e controlada de lidar com essas tensões. Assim como a origem da festa em si, também a raiz etimológica da palavra “Carnaval” é controvertida. Martins (2009) apresenta algumas hipóteses de explicação para o surgimento do termo. Segundo esse autor, a palavra Carnaval pode ser a contração da expressão *carrum navalis*, usada para qualificar os carros navais utilizados nas festas dionisíacas gregas nos séculos VII e VI a.C. Embora essa explicação também seja compartilhada por vários historiadores, ainda são aventadas outras possibilidades:

[...] outros autores colocam sua origem em Gregório I em 590 d.C., o qual transportou o início da Quaresma para a quarta-feira antes do sexto domingo que precede a Páscoa. Ao sétimo domingo, denominado quinquagésima, deu o nome de ‘domenica ad carne lavandas’, expressão que seria sucessivamente abreviada para ‘carne levale’, ‘carne levamen’, ‘carnevale’ e ‘carnaval’ de acordo com os vários dialetos italianos [...]. A terça-feira Mardi-Gras, seria a noite de Carnaval, ou seja, a noite da permissão de se comer carne antes dos 40 dias de jejum (Quaresma) (MARTINS, 2009, p. 130).

Em seu exame etimológico para o surgimento do termo, Martins (2009) também levanta a possibilidade de que a palavra Carnaval venha da junção de “Kane” ou “Karth” que significa “lugar santo”, e “Val” ou “Wal”, cujo significado é “morto”. O mesmo autor explica que, quando composta, a expressão pode ser entendida como “procissão dos deuses mortos”, ou a procissão realizada pelas almas do Purgatório em busca de purificação, no dia de Ano Novo.

A relação com o calendário religioso também é levantada na proposição de Rosário (2008, p. 26) para esclarecer o surgimento do termo na era cristã: “[...] a palavra *Carnisvalerium*: *Carnis*, de carne, *valerium*, de adeus, ou seja, apontaria o ‘adeus à carne’ em função da quadra seguinte, a Quaresma, onde a carne não é permitida na alimentação dos cristãos”.

Assim exposto, se verifica que a simbiose entre religioso e profano se revela inclusive nas raízes etimológicas da palavra Carnaval e de sua equivalente “Entrudo”, termo mais utilizado no âmbito das festas realizadas no meio rural português para denominar a entrada da Quaresma (ROSÁRIO, 2008).

Essa polêmica tem gerado grandes debates entre os estudiosos do tema, como assinala Raposo (2010), para quem os esforços para descobrir as origens do Carnaval passam pela etimologia, que remete ao latim *carnelevare* ou *carnevale* (adeus à carne) e pela “[...] ciclicidade e calendarização – articulação dos tempos e ritmos sazonais, agrícolas, religiosos e sociais – ou pela sua eficácia ritual – decorrente de componentes ritualistas de sociedades antigas da Mesopotâmia, Grécia e Roma” (RAPOSO, 2010, p. 79).

O mesmo autor também observa que a articulação com a civilização europeia produziu práticas de origens variadas ao longo do tempo e que, embora mantenham relativa uniformidade de calendário, apresentam formas de manifestação muito distintas.

Podence, seus caretos e o Carnaval

Antes de se discorrer sobre a caracterização da tradição carnavalesca de Podence, pareceu pertinente descrever sinteticamente a localidade e seu entorno. Segundo informações colhidas na página na Internet da Câmara Municipal de Macedo de Cavaleiros (2013), a Freguesia de Podence pertence, desde 1878, ao Concelho de Macedo de Cavaleiros, Distrito de Bragança, na Região de Trás-os-Montes, Nordeste de Portugal. No mesmo sítio eletrônico consta que anteriormente, em 1832, a aldeia chamava-se Freguesia de Nossa Senhora da Purificação e pertencia ao Concelho de Bragança. Em 1852 passou a pertencer ao Concelho de Izeda e Comarca de Chacim, até 1878, quando passou à jurisdição de Macedo de Cavaleiros que assim permanecia até o momento em que este estudo foi realizado. Na mesma fonte constava ainda que a freguesia possuía uma área superficial de 1.433 ha, onde estavam vivendo 357 residentes e votavam 380 eleitores (CÂMARA MUNICIPAL DE MACEDO DE CAVALEIROS, 2013). O fato de haver mais eleitores que residentes pareceu revelador, já que presumivelmente a população menor de 18 anos não estava inscrita no cadastro eleitoral, o que indicaria que uma parcela significativa dos votantes não morava na aldeia, informação confirmada por um dos informantes (INF. 1, 2013). Isso sugeriu supor que mesmo os migrantes ainda estavam mantendo uma relação de pertença com sua terra natal.

Conforme Raposo (2010), a localidade destacou-se no passado pela produção de gêneros agrícolas como castanha, morango, centeio, trigo, batata e uva, mas estava marcada pela imigração e êxodo rural, e pode ter perdido entre 7% e 12% de sua população no período intercensitário entre 1991 e 2001.

Ao lado das atividades agrícolas e agropastoris, o turismo pareceu despontar como atividade econômica de alguma relevância, já que, conforme constante na página eletrônica da Câmara Municipal, havia duas unidades de Turismo Rural na aldeia, a Quinta da Moagem João do Padre e a Quinta do Azibo. Além disso, a mesma fonte indicava que se situava ali a Praia da Ribeira e o espaço que abrigaria o Campo de Golfe do Município, no Azibo. Ainda no âmbito do turismo, os Caretos de Podence constituíam um atrativo importante: “A sua singular tradição etnográfica, ligada à figura do Careto, é o ex-libris da freguesia, que poderá ser apreciado por alturas dos festejos carnavalescos na povoação e na Casa do Careto” (CÂMARA MUNICIPAL DE MACEDO DE CAVALEIROS, 2013).

O Carnaval de Podence é frequentemente qualificado como uma das manifestações do gênero mais autênticas e tradicionais em Portugal (ROSÁRIO, 2008; RAPOSO, 2010), ainda que os conceitos de “autenticidade” e “tradição” possam ter conotações polissêmicas.

O evento caracteriza-se fundamentalmente pela saída dos Caretos às ruas da aldeia, à época do Carnaval (RAPOSO, 2010). O mesmo autor explica que o termo “careto” é usado para designar o mascarado que, em Podence, sai às ruas com uma fantasia característica, posteriormente adaptada em casaco e calça (no passado tratava-se de uma manta) cobertos de franjas de lã colorida e acrescida de um capuz também feito da mesma lã e uma máscara de lata, que eventualmente também pode ser de couro ou madeira. A fantasia completa-se com chocalhos e adereços que são a ela pendurados.

Os chocalhos que o careto leva consigo atendem a um objetivo, conforme esclareceu um dos entrevistados da presente investigação:

Os caretos, o objetivo deles, são as mulheres solteiras acima de tudo, é chocalhar as mulheres, o ritual da fertilidade é bater com o chocalho nas nádegas das raparigas, é isso que move o careto, na sua gênese e ritual. É por isso que o careto é só homem, que está interdito ao sexo feminino [...] (INF. 1, 2013).

Assim, a composição da fantasia apresenta uma correlação com o ritual executado pelo careto, daí a necessidade dos chocalhos. No mesmo sentido, o colorido da roupa e a própria *performance* dos mascarados pretendem funcionar como um mecanismo de sedução, conforme sugeriu o entrevistado (INF. 1, 2013): *“O careto, com a sua forma de estar, a sua liberdade espontânea, todo seu misticismo que envolve essa figura e a sua cor, sua alegria, faz com que as pessoas, neste caso as mulheres, se sintam atraídas por estes trajes, por esta figura!”*

Nesse sentido, os caretos descrevem a si próprios como figuras enigmáticas, sedutoras, diabólicas e misteriosas, contendo em sua página oficial na Internet, versões em diferentes línguas, o que se considerou como uma evidência que se tratava de uma estratégia de divulgação dirigida aos visitantes estrangeiros. Além disso, também destacaram a coexistência de elementos mágicos, profanos e religiosos e a tipicidade da indumentária, aspectos que fariam da visita ao evento de Podence uma experiência única e fascinante (ASSOCIAÇÃO DOS CARETOS DE PODENCE, 2013).

A sedução despertada pelos Caretos pode paradoxalmente encobrir também outros sentimentos, como o medo e o terror, já que as figuras têm uma natureza misteriosa e não estão sujeitas a nenhuma espécie de regramento moral, como assinala Rosário (2008, p. 38): *“aos olhos do povo, o mascarado representa o diabo [...] Dado existirem espaços onde os mascarados não podem fazer o seu exercício, como o adro da igreja e a própria igreja, estes locais servem de refúgio às moças e aos garotos, que têm medo de ser perseguidos”*.

A mesma autora sugere que a origem dos caretos está vinculada aos ciclos da natureza, como nas festas de Carnaval da Antiguidade:

Estamos perante uma forma insólita de ritual carnavalesco, onde o binómio ‘Careto/rústico transmontano’ é garantia para uma fascinante experiência, ímpar na sedução e mistério. Mas, o que são afinal os Caretos? Os Caretos são personagens que representam figuras diabólicas e misteriosas, que todos os anos, desde tempos que se perdem na história, saem à rua no dia de Entrudo, aparecendo em magotes barulhentos, espalhando o terror, excitação e riso. A aparição dos Caretos de Podence, no Carnaval, simboliza a despedida do Inverno e louva a chegada da Primavera. O Carnaval é, assim, um rito entre o pagão e o religioso. Por um lado, temos os excessos do vinho, comida, etc., como nas antigas saturnais romanas e, por outro lado, o início da Quaresma, um período de contenção no calendário religioso (ROSÁRIO, 2008, p. 60).

O esvaziamento demográfico da região, decorrente da migração e emigração, assim como as influências externas e a dinâmica de urbanização quase levaram à extinção da tradição do Entrudo Chocalheiro, conforme assinalam Raposo (2010) e Rosário (2008), entre outras fontes.

O rápido processo de desaparecimento do ritual foi interrompido por acontecimentos que geraram certa visibilidade externa à aldeia de Podence e provocaram uma resignificação do Carnaval. Nesse sentido, parece relevante mencionar a produção do filme “Máscaras”, de Noémia Delgado, em 1976 (MÁSCARAS, 2013); a publicação de vários textos de antropólogos e outros intelectuais; a construção da Casa do Careto e as sucessivas apresentações do Grupo de Caretos em eventos e festivais, a partir de 1985 (RAPOSO, 2010). Perguntado sobre as causas da fragilização do ritual a partir da segunda metade do século XX, o presidente do Grupo de Caretos de Podence explicou:

Deve-se a dois fatos principais que foi a imigração [...] e depois a Guerra Colonial levou os jovens para pontos da África na defesa das colónias, e esta situação fez com que a tradição praticamente ficasse nas cinzas e só a partir de 1975, com a rodagem do filme de Noémia Delgado, ‘As Máscaras’, é que a tradição começa a ter uma nova dinâmica, e a partir de 1985, os caretos dão o primeiro salto fora do seu território natural, que foi a primeira deslocação a Coimbra e a partir daí os convites chegam de todo lado, a nível nacional e internacional com várias passagens por... Carnaval de Nice, Carnaval de Arezzo, em Itália, deslocações a Disneylandia, Paris, vários eventos em Espanha [...].

Não é fácil conciliar isso porque o pessoal aqui é um pessoal que faz disto um gosto e um orgulho de ser caretos e muitas vezes não temos disponibilidade para as solicitações (INF. 1, 2013).

A visibilidade proporcionada pelo filme, pelas excursões dos caretos e pelas próprias publicações acadêmicas gerou um interesse turístico pelo ritual transmuntano, assim como despertou a atenção da imprensa, que passou a cobrir o evento e outras atividades dos caretos. Esse novo contexto provoca o ressurgimento do Entrudo que, embora tenha chegado à beira do desaparecimento, ganha um novo fôlego e novos contornos (INF. 1, 2013; RAPOSO, 2010).

A ideia de certo exotismo e de um retorno a rituais com uma aura de mistério passa então a atrair turistas interessados em sua tipicidade e na possibilidade de assistir a uma manifestação pretensamente genuína e imune à dinâmica de uniformização cultural (RAPOSO, 2010). No entanto, o autor também pondera que na exata medida em que o evento se turistifica, ele passa a apresentar novas feições e funcionalidades, perdendo sua característica ritual para assumir uma natureza performática.

No contexto das recentes transformações no mundo rural nas últimas décadas, os campos semânticos destas performances são amplamente alargados, agora resgatadas do seu anunciado declínio. Elas estão claramente ligadas a realidades contemporâneas como o turismo e a mercadorização cultural. A visibilidade destas comunidades emerge lado a lado com uma crescente demanda de exotismo e autenticidade. Tal como as reivindicações folcloristas de 'autenticidade' da cultura popular, estes recentes processos de turistificação revelam a procura de um 'passado nostálgico e genuíno' no contexto do consumo turístico global da pós-ruralidade (RAPOSO, 2011, p. 131).

A inevitável perda de espontaneidade do evento foi percebida inclusive pelos seus promotores, como é possível observar pelos depoimentos colhidos. No entanto, pondera-se que essa seja a alternativa para a continuidade da manifestação.

[...] acho que... se não houvesse essa manifestação, hoje a tradição... penso que não existia, teria desaparecido completamente. Há antropólogos que... que muitas vezes até nos criticam por este modelo, que nós implementamos... [...] analisando a tradição no contexto de há vinte ou trinta anos era diferente, isso é uma evolução natural, [...] mas também as coisas têm que evoluir, [...] a tradição também teve que evoluir, mas dentro daqueles rituais autênticos e genuínos, para que ela possa, neste caso, passar de geração em geração chegando até ao século XXI e o objetivo é que ela também tenha continuidade, e acho que este modelo é o modelo certo para que esta tradição tenha a continuidade devida. [...]. Os tempos não são bons, mas nós temos uma grande força que é o símbolo do careto... o careto faz com que as pessoas venham até nós e que quem esteja cá também goste de receber e também proporcionar aqui uma grande alegria e uma grande emoção nos três dias do evento (INF. 1, 2013).

Como é possível inferir a partir do fragmento transcrito, o organizador do evento percebeu que a visibilidade conferida pela visitação e audiência do evento provocaram alterações na sua configuração. Observa, no entanto, que a dinâmica era previsível ou em suas palavras, "natural" (afinal tudo muda, especialmente no que tange ao universo em transição do entrevistado). A crítica dos antropólogos puristas, mencionada no depoimento, pareceu ser assimilada de maneira compreensiva, em que pese o fato de que o discurso do presidente do Grupo dos Caretos revelar que fazia uma relação de custo-benefício e ponderava que o resultado dessa equação implicava em optar entre o que reputava como evolução ou o completo desaparecimento da manifestação.

Assim, o entrevistado manifestou acreditar que o turismo determinava uma resignificação interna e externa do evento, que perdeu algumas de suas características rituais e passava a apresentar uma natureza performática.

O Carnaval “tropical” em Ovar

A apresentação das características do Carnaval de Ovar e a construção de uma tradição carnavalesca na cidade serão precedidas de uma caracterização sucinta do município.

A cidade de Ovar pertence ao Distrito de Aveiro e localiza-se na área Norte da região central de Portugal, conforme informações colhidas no Instituto Nacional de Estatística (2013), onde também constava que o município possuía uma população de 55.398 habitantes (INE, 2013).

No sítio eletrônico da Internet da Câmara Municipal de Ovar (2013) constava que a ocupação da área onde se situa a cidade remonta à Pré-História, já que as condições da região eram favoráveis ao estabelecimento de comunidades humanas primitivas. Nesse sentido, registra-se que “[...] uma linha de costa muito diferente da atual, uma zona lagunar propícia à caça e à pesca, solos leves e fáceis de trabalhar devem ter constituído, ao longo dos séculos, fatores de atração e de fixação de habitantes” (CÂMARA MUNICIPAL DE OVAR, 2013). Em que pese tal possibilidade, na mesma fonte se indicava que a efetiva ocupação humana da área ocorreu a partir do século XI, sendo provável que Ovar originou-se da fusão de aldeias próximas. O grande impulso demográfico aconteceria a partir do século XVIII, com a introdução de novas técnicas de pesca e conservação do pescado, ainda segundo informações do mesmo órgão público. Esse quadro, no entanto, sofreria alterações a partir do século XX:

O secular quadro rural e piscatório foi profundamente subvertido, no século XX, com a industrialização que, acelerara sobretudo a partir das décadas de 50 e 60, transformou Ovar num concelho totalmente diferente, onde mais de metade da população activa se emprega no sector secundário. Atualmente, Ovar é um concelho industrial com um leque muito variado de atividades (CÂMARA MUNICIPAL DE OVAR, 2013).

Além da inequívoca importância da atividade industrial, o turismo também pareceu despontar como alternativa de desenvolvimento da região. Nesse sentido, o Carnaval de Ovar vinha sendo considerado como uma das mais relevantes manifestações desse gênero em Portugal (COLARES PINTO, 1993; INF. 2, 2013) e o município também reunindo “[...] vastas áreas propícias ao mais diversificado tipo de atividades turísticas: quilômetros de praias enquadradas por pinhal e a beleza ímpar da Ria de Aveiro” (CÂMARA MUNICIPAL DE OVAR, 2013).

Ainda que o Carnaval de Ovar tenha origens mais remotas, a literatura local costuma apontar o ano de 1952 como a gênese do “Carnaval Organizado”, feito recorrentemente atribuído a José Maria Fernandes Graça, Aníbal Emanuel da Costa Rebelo e José Alves Torres Pereira (COLARES PINTO, 1993; FERNANDES; ROCHA; RODRIGUES, 1993; VAZ PINTO, 2011).

A ruptura paradigmática representada pela organização do Carnaval gerou registros ambíguos, por vezes elogiosos e por outras levantando o problema classificado no fragmento abaixo como perda de espontaneidade da manifestação:

Em 1952 dá-se, certamente com as melhores intenções, a ‘domesticação’ do Carnaval. Sonhou-se [...] uma festa que cumprisse dois objetivos: a ‘institucionalização’ da alegria carnavalesca e a exploração do Carnaval como cartaz turístico poderoso. O futuro demonstraria que os dois fins são inconciliáveis e que qualquer um deles, só por si – quanto mais os dois ao mesmo – era suficiente para matar o que de espontâneo, genuíno e puro havia na louca alegria dos vareiros. Mesmo o Carnaval Sujo, se não tivesse morrido às suas próprias mãos, vítima dos seus inevitáveis exageros, teria sossobrado (sic) às leis e regulamentos que foram aparecendo, não por vontade de quem brinca, mas pela de quem manda que se brinque e como se brinca (COLARES PINTO, 1993, p. 14).

Em que pese a constatação da inevitável perda da aludida espontaneidade decorrente do que o autor chamou de “domesticação” do Carnaval e sua progressiva mercantilização, aspectos que também foram compartilhados por populares ouvidos informalmente no trabalho de campo desta pesquisa, o próprio autor irá afirmar em tom apoteótico, no desfecho do mesmo texto, que “[...] o Carnaval de Ovar, mau grado as corruptelas e importações, é, sem dúvida nenhuma, **o maior e o mais português de todos os carnavais portugueses**” (COLARES PINTO, 1993, p. 17 – Grifo do autor).

Um exame superficial do Carnaval de Ovar faz crer ao observador que o modelo da festa em tudo se assemelha ao evento congênere do Rio de Janeiro, no Brasil, guardadas, evidentemente, as proporções. Os desfiles das escolas de samba com suas alegorias; coreografias; fantasias; sambas-enredo animados por baterias que, por sua vez, seguem uma beldade escolhida como “Rainha”, são alguns dos traços comuns aos modelos carioca e vareiro de Carnaval. Mesmo no plano abstrato, durante a pesquisa de campo constatou-se um clima de rivalidade entre os componentes das diferentes agremiações que disputam o título de campeões do Carnaval, tanto de um lado do Atlântico, como no outro.

Como o Brasil é um país de colonização portuguesa, seria plausível supor que na conformação das Festas de Momo no Rio de Janeiro os seus organizadores tivessem se inspirado no evento de Ovar, não fosse o fato de que tal modelo foi delineado antes na cidade brasileira que na portuguesa, conforme Colares Pinto (1993). Assim, observa-se aqui um fenômeno em que a criatura influencia o criador, por assim dizer, já que o Carnaval foi introduzido no Brasil por meio dos portugueses, mas retorna às terras lusitanas, pelo menos no caso de Ovar, com a formatação que lhe foi dada na ex-colônia (COLARES PINTO, 1993).

A observação de fotografias dos eventos permite concluir que inclusive os figurinos mínimos das passistas (biquínis ou top less com pinturas e adereços), que parecem naturais no Carnaval “tropical” tupiniquim, assumem contornos aparentemente pouco confortáveis quando adotados em Ovar, pois seu evento ocorre no inverno europeu.

Em que pesem as semelhanças aqui assinaladas, uma observação mais detalhada também evidencia algumas especificidades do Carnaval vareiro em relação ao carioca. Os grupos carnavalescos que desfilam em Ovar, embora lembrem os blocos brasileiros, usam fantasias muito elaboradas e, em alguns casos, até alegorias (no Brasil os carros alegóricos são quase exclusivamente apresentados por Escolas de Samba e não pelos blocos). Além disso, esses pequenos grupos, que raramente excedem aos vinte componentes, escolhem um tema e executam uma performance teatralizada na apresentação (INF. 2, 2013). Nesses casos, as músicas utilizadas não têm uma relação necessária com os clássicos gêneros do Carnaval (como o samba e as marchinhas), sendo frequente o uso da “*pop music*”, inclusive em línguas diversas do português, como é possível observar em filmes produzidos pela extinta Fundação de Carnaval de Ovar (2012).

Apesar das transformações operadas na formatação dos grupos carnavalescos, estes parecem usufruir de um estatuto de originalidade ou singularidade local, mesmo nos primeiros estudos sobre o tema realizados na cidade:

Os grupos são, ainda, a ligação ao espírito inicial. Mas, vindo de fora ou germinando no seu interior, o ritmo e a cor de todos são cada vez mais ‘canarinhos’. Dizem os ‘espertos’ na matéria que se trata de recuperar o que, há cinco séculos, levamos para o lado de lá do Atlântico e que os nossos irmãos brasileiros desenvolveram, enriqueceram e ‘viraram’ neste mexer envolvente, absorvente e trepidante. De tal maneira trepidante que nem os nossos característicos gigantes e cabeçudos aguentaram... e foram embora de vez, ao fim talvez de trinta anos (COLARES PINTO, 1993, p. 17).

Em que pese o fato de o autor escrever o trecho transcrito para compor o prefácio de um livro acerca da história do Carnaval organizado em Ovar, em uma edição pretensamente apologética (a obra “O Carnaval de Ovar: 1952-1993” é uma publicação comemorativa, com o objetivo de promover o evento da cidade), não se pode menosprezar a ironia que subjaz ao discurso de Colares Pinto (1993). Esse caráter fica evidente quando alude ao desaparecimento de características entendidas como tradicionais da configuração anterior da manifestação, como os gigantones (grandes bonecos de personalidades influentes), que teriam sido solapados pelo novo formato do evento, marcadamente influenciado pelo modelo brasileiro.

Perguntado sobre tais mudanças e a aparente proximidade com o Carnaval brasileiro, um dos responsáveis pela organização da festa na cidade argumentou:

Sim [confirmando que houve mudanças], em termos de organização. O conceito é o mesmo, [...] e depois [...], talvez há vinte e poucos anos que apareceram as escolas de samba. Algo que de alguma forma torna-se polêmico porque, com respeito ao Carnaval do Brasil, há sempre uma crítica da aproximação ao carnaval brasileiro, que não tem a ver conosco em algum sentido... Até acho que nós também temos muito a dizer sobre o que se passa no... nomeadamente no Rio... sobre o carnaval, não é, nossos antepassados, é outra história... mas aqui foi algo que apareceu novo há cerca de vinte e poucos anos, eu não consigo precisar. Naturalmente que a perspectiva veio valorizar também o Carnaval de Ovar, e portanto temos cerca de quatro escolas de samba, que existem neste momento. Mas diria que aquilo que é mesmo a nossa referência é o carnaval que nós chamamos de grupos carnavalescos ou grupos de passarela que é um carnaval que tem interação com as pessoas, onde há um tipo de vestimenta cômica, sempre mais neste sentido, de interagir [...]. Portanto, nesse nível há evolução sim nas técnicas, nos métodos de trabalho e etc. O conceito é mais ou menos o mesmo... foi-se perdendo algumas coisas boas, antigas, e foi-se ganhando outras... conhecimento. (INF. 2, 2013).

Outra particularidade de Ovar consiste nas manifestações individuais de pessoas que se apresentam com placas onde são escritas anedotas e críticas à situação econômica e a figuras políticas locais, do país ou mesmo internacionais (INF. 2, 2013). Nesse sentido, o próprio Rei Momo e a Rainha do Carnaval, escolhidos entre os moradores da cidade, também fazem um pronunciamento jocoso e, por vezes, “decretam” a prisão ou condenação de figuras públicas envolvidas em ilícitos administrativos (FUNDAÇÃO DO CARNAVAL DE OVAR, 2012). Esse tipo de manifestação parece estar presente desde a gênese do Carnaval, como mencionou um dos entrevistados desta investigação:

[...] nós tínhamos um hábito que ainda estamos conseguindo que é [sic] as piadas ... são interlocutores que levavam uma placa, iam disfarçados de alguma coisa... que neste momento criticavam de alguma forma, mas havia a nossa polícia do Estado, da ditadura que era a chamada PIDE [Polícia Internacional e de Defesa do Estado, órgão de repressão à oposição durante a ditadura portuguesa] que estava atenta e que identificava e que se visse alguma coisa que não percebesse ou que não... censurava... censura! (INF. 2, 2013).

O discurso do entrevistado indicou que, ainda que estivessem sujeitos às retaliações, os foliões aproveitavam-se das fantasias de Carnaval para, de alguma forma, contestar o regime ditatorial. A prática parece persistir nas manifestações contemporâneas, como se infere a partir das mencionadas placas com anedotas de caráter crítico. No entanto, no que tange aos enredos das Escolas de Samba, observou-se uma opção por temas mais amenos, como se constatou nos enredos adotados pelas agremiações nas últimas edições do evento (FUNDAÇÃO DO CARNAVAL DE OVAR, 2012).

O esforço de organização dos festejos de Carnaval, iniciado em 1952, foi evoluindo e ganhando contornos de um evento minuciosamente planejado, na medida em que ganhou importância econômica, midiática e passou a figurar como um dos principais atrativos turísticos da cidade (COLARES PINTO, 1993).

De acordo com informações disponíveis na página da Câmara Municipal de Ovar (2013), na qual se discorria acerca das seis décadas de Carnaval organizado na cidade, contemporaneamente o município contava com quatro escolas de samba, cada qual com cerca de 150 componentes e 20 grupos que, por sua vez, dividiam-se em duas categorias: Grupos de Passarela e Grupos Carnavalescos. Essa divisão remonta ao ano de 1992 e atende à necessidade de estabelecer critérios para avaliação e premiação dos grupos:

Os prêmios monetários atribuídos aos Grupos e Escolas de Samba são, na verdade, insignificantes, mas a vontade de apresentar o melhor trabalho e de o ver reconhecido, faz com que as classificações sejam levadas muito a peito. Para uma melhor avaliação, em 1992 dividem-se os grupos em duas categorias: Passerelle e Carnavalescos. Também em 1992, surge um novo grupo cujos elementos (todos do sexo feminino) são quase todos ex-participantes em Escolas de samba: As Joanas d'Arco da Velha. Estas meninas integram o curso introduzindo, com grande sucesso, uma forma de desfile cuidadosamente organizada que rapidamente foi assimilada pelos restantes grupos da categoria Passerelle (OVAR, 2013 – Grifos do autor).

A divisão dos grupos por gênero revela um certo conservadorismo moral à época da criação das categorias, já que aparentemente a execução de coreografias por pessoas do sexo masculino era vista com algumas ressalvas (INF. 2, 2013). No entanto, resquícios desses traços ainda parecem subsistir:

E se nós dividirmos os tais Grupos de Carnaval e os de Passarela, os de passarela é um grupo... embora haja homens e mulheres em ambos, mas os de passarela é um grupo mais vocacionado para trajes mais elegantes, mais costura... muito ricos, mais ricos! [...] Predominantemente feminino. E onde se entende bem e faz sentido essa questão de ter uma coreografia ensaiada, e até algo que é muito importante em termos depois de votação final (INF. 2, 2013).

Assim, os chamados Grupos de Passarela ainda permaneceram com uma formação quase exclusivamente feminina, enquanto nos Grupos de Carnaval predominavam os homens:

Na parte dos grupos carnavalescos o que é então, a maior parte, onde então entra a piada e é mais gostoso [...] acaba por ser engraçado porque... imaginar homens... e agora é misto, mas a maioria também é homem aí... a fazer um... de dançarinos, entrar ali encaixadinhos... é uma festa onde há exageros não é? Isso também é uma forma de tornar a coisa cômica, né? Mas evoluiu para aí em algum sentido... na minha forma de ver, às vezes é prejudicial porque as pessoas também gostam dessa interação, e todas vezes isso não acontece (INF. 2, 2013).

A tendência de apresentação de coreografias ensaiadas mesmo pelos grupos carnavalescos encontrava algumas resistências, mesmo ao gestor público que concedeu a entrevista, que pareceu temer pela perda da interação com o público e da espontaneidade original desses grupos.

Em setembro de 2013, no transcurso da atividade de campo da presente investigação, a estrutura física do Carnaval de Ovar passou por uma importante modificação. Conforme Oliveira (2013), na ocasião ocorreu a inauguração da chamada “Aldeia do Carnaval”, um conjunto de 24 pavilhões, destinados a acolher as quatro escolas de samba e os 20 grupos que desfilam na cidade. A mesma fonte acrescentou que, além dos pavilhões, havia ainda três armazéns, duas oficinas, enfermaria, instalações sanitárias privadas e comuns e um palco para realização de shows e eventos. Esse equipamento também apresentava semelhanças com a Cidade do Samba, no Rio de Janeiro, estrutura onde funcionam os barracões das escolas de samba cariocas, conforme se constatou em visita realizada durante a pesquisa.

A Aldeia do Carnaval viria a servir como base para a montagem das fantasias, alegorias e ensaios das escolas e grupos pela primeira vez para o Carnaval de 2014 (INF. 2, 2013). Os integrantes das escolas pareciam estar satisfeitos com o fato de dispor de um pavilhão sem a necessidade de pagar aluguel, mas queixavam-se da dimensão deste (a área, de aproximadamente 150 m² é igual para grupos e escolas de samba). Além do aspecto funcional, em relação aos ensaios e preparação das fantasias, o espaço também poderia servir de local para realização de eventos, como assinalou um dos gestores públicos ligados à esfera cultural na cidade:

A festa tem dois momentos. Tem um momento que é o chamado desfile de Carnaval... e que toda gente tem acesso, é pra isso que todos nós trabalhamos, todos nós porque isso envolve dois mil participantes, portanto pessoas que participam mesmo do Carnaval, mais os familiares, na cidade de Ovar mesmo, envolve muita gente no âmbito do Carnaval. Pronto, nós tínhamos antigamente as sedes próprias, espaços diferentes alugados, com menos condições de que as que viram, neste momento estamos concentrados no que chamamos a 'Aldeia do Carnaval' e portanto essas pessoas participam durante dois, três meses, vamos lá, na organização e na execução dos fatos, mas também em momentos de relax... esses... vem junto à cidade, ao centro da cidade ... onde se organizam algumas festas, onde as pessoas se juntam, comem e bebem... (INF. 2, 2013).

Na visita de campo, realizada em outubro de 2013, foi possível observar que a Aldeia estava afastada da cidade cerca de 4 km, o que causava alguma dificuldade de acesso e limitava a interação, segundo depoimentos informais de populares. Em contrapartida, os mesmos informantes também assinalaram que essa distância permitia que festas ou ensaios se prolongassem pela noite e madrugada, já que se situava em uma zona industrial. Integrantes dos grupos relataram que a localização da aldeia em área distante do centro deveu-se às reclamações e conflitos com uma parcela dos moradores, em função do barulho. Por outro lado, os donos de bares e cafés se ressentiam pela perda de clientes decorrente da mudança no local dos ensaios.

O desfile é realizado em uma das ruas da cidade, sendo que recentemente havia sido transferido do Centro Histórico para uma avenida mais afastada (que dava acesso à Aldeia do Carnaval) onde eram montadas arquibancadas provisórias para as quais o acesso era pago (INF. 2, 2013).

Alguns populares referiram em conversas informais que as mudanças recentes alteraram a concepção de Carnaval da cidade. Através da observação de campo se colheu expressões como: "Quando o Carnaval não era um negócio..."

Verificou-se, no entanto, haver um sensível esforço, tanto de representantes do poder público como das Escolas e Grupos em valorizar a população local como protagonista do Carnaval, embora se admitisse as influências externas no modelo do evento. Nesse sentido, eram recorrentes as críticas ao Carnaval da vizinha cidade de Estarreja, que, na opinião dos vareiros interpelados pela pesquisa, adotava práticas diversas das de Ovar na escolha dos Reis e Rainhas. Ali, estes seriam selecionados entre celebridades da televisão e cinema, inclusive e especialmente artistas da Rede Globo de Televisão, já que as novelas da emissora, na ocasião, eram muito populares em Portugal (INF. 2, 2013). Quando perguntado acerca da cobertura da imprensa ao Carnaval de Ovar, um dos entrevistados aludiu às estratégias usadas pelos vizinhos:

[...] não temos tirado grande proveito da televisão, não temos isto também pelo fato de as televisões terem interessado por carnavais onde têm como elemento de referência o chamado "Rei do Carnaval" famosos [...]! Alguns até das novelas brasileiras [...]. São muito populares por aqui, portanto numa tentativa de deslocação das pessoas com o intuito de ver e, se calhar não tanto o Carnaval ... pessoalmente sempre fui contra, nós em Ovar sempre tivemos essa figura do rei de gente nossa, daqui da casa, e sempre apostamos naquilo que é o nosso trabalho [...], naturalmente o que sentimos de mídia não tem tanto interesse como terá outro qualquer. Portanto, há alguma deficiência, algumas coisas que temos identificadas, mas que trabalhamos no sentido de melhorar, mas, comunicação é feita através de redes sociais, internet e cartazes que são espalhados [...]. Privilegiar sempre... gente da terra! É quase um estatuto que temos aqui. Gente da terra! (INF. 2, 2013).

Em outro ponto da conversa, respondendo sobre o que considerava ser singularidade do Carnaval local, o entrevistado reforçou a preferência pela utilização de moradores da cidade como protagonistas da festa: "*Eu poderei dizer que é utilizar a gente da casa [...]. Temos aqui vizinho, o Carnaval de Estarreja, que por norma utilizam Rei alguém que... 'compram' pra esta festividade! E nós, desde a gênese, o Rei e a Rainha do Carnaval são pessoas de cá, da casa!*" (INF. 2, 2013). O mesmo tipo de observação também estava sendo frequente em fóruns de discussão sobre o tema na Internet e nas redes sociais eletrônicas da região.

Além dos desfiles na avenida, que acontecem nas noites de domingo e terça-feira, também havia pequenos grupos que saiam fantasiados pelas ruas e bares da cidade no período de Carnaval (INF. 2, 2013).

Ainda de acordo com o entrevistado (INF. 2, 2013), havia ocasiões em que o desfile de Carnaval era suspenso ou cancelado em uma ou duas noites em razão de intempéries meteorológicas, o que revelava parte das dificuldades da adoção de um Carnaval “tropical” no período que corresponde ao inverno europeu.

No caso de Ovar, pareceu evidente a ocorrência de um processo de hibridização cultural na formação da festa, especialmente quando se avalia a inserção de elementos típicos do Carnaval brasileiro, e particularmente carioca.

Conclusão

A realização do presente estudo proporcionou algumas possibilidades de interpretação do processo de ressignificação das tradições de Carnaval no Norte de Portugal. Entre outros aspectos, pode-se mencionar a influência do turismo sobre as manifestações culturais, a espetacularização e transformação de rituais em performances, a importância das textualizações acadêmicas e jornalísticas sobre as festividades, as diferentes velocidades em que as mudanças ocorrem, o papel dos organizadores na seleção de conteúdos culturais e a própria natureza dinâmica das tradições que possibilita sua invenção e ressignificação.

Entre os aspectos observados, notou-se que os organizadores realizavam um esforço para moldar a festa segundo aquilo que acreditavam ser as expectativas dos visitantes e, dessa forma, considerou-se ser possível afirmar que o turismo estava tendo um papel ativo na definição dos contornos da manifestação que gradativamente vai perdendo seu caráter de ritual e se transformando em uma performance, ou seja, de certa forma é espetacularizada.

À perda de autenticidade, no entanto, contrapõe-se o argumento de que a ressignificação da manifestação parece ser a alternativa ao seu desaparecimento. As evidências observadas demonstraram que, especialmente no caso de Podence (mas também em Ovar) o Carnaval dava mostras de fragilização antes de ser reabilitado, por assim dizer, como atração turística.

Além disso, pareceu não haver uma tradição em forma pura – original ou autêntica; todas teriam sido inventadas em determinado momento ou fruto da dinâmica interativa entre culturas e práticas sociais. Mesmo o que aparentemente não havia se alterado, na realidade passava por transformações, que em alguns casos não são percebidas em função da velocidade em que ocorrem e das estratégias adotadas para simular a perpetuação dessa “tradição”.

As diferentes experiências das festas de Carnaval aqui delineadas sugerem que algumas manifestações ou arranjos foram menos suscetíveis aos efeitos da dromocracia, como Trivinho (2005) denomina a velocidade da dinâmica cultural. Em ambos os casos, no entanto, os promotores adotaram discursos e práticas de patrimonialização e tentaram criar uma imagem de manutenção de traços pretensamente autênticos, singulares e tradicionais dos eventos.

No caso de Podence, que se trata de uma aldeia rural situada em uma das áreas mais remotas de Portugal e que estava atravessando um processo de profundas transformações típicas de um contexto de pós-ruralidade (RAPOSO, 2010), a velocidade da mudança ou o desaparecimento de antigas práticas culturais pareceu causar algum desconforto entre os moradores remanescentes e os migrantes. Assim, essas pessoas aparentemente buscavam no Carnaval e na saída dos Caretos uma espécie de contato nostálgico com algo que não existe mais, um retorno às raízes ligado à memória afetiva que se tem em relação ao lugar. Para atender a essa demanda, essas manifestações são recriadas sob uma aura de autenticidade que atrai também os turistas interessados em sua tipicidade.

Nesse processo de recriação, os organizadores estavam levando em conta sua própria experiência como frequentadores de antigas edições da festa e fazendo uma seleção subjetiva e relativamente arbitrária do que lhes parecia relevante, já que eles próprios mantinham uma relação emocional com a manifestação, o que se refletia sobre o modelo que tentavam imprimir ao evento (RAPOSO, 2010).

Para os efeitos da pesquisa, importa menos a autenticidade de fato das manifestações que a atribuição desse estatuto pelos visitantes na relação que desenvolvem com o lugar. Em outros termos, considerando que nenhuma tradição é perene, no sentido de que necessariamente sofre as alterações determinadas pela dinâmica da história, o que efetivamente interessa à análise é a impressão que os turistas tenham de que estão experienciando um evento tradicional e autêntico e não a inalcançável e idealizada pureza de uma manifestação já extinta na sua forma anterior.

Referências

ASSOCIAÇÃO DOS CARETOS DE PODENCE. Sítio Oficial dos Caretos de Podence. 2013. Disponível em: <<http://caretosdepodence.no.sapo.pt/>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

CÂMARA MUNICIPAL DE MACEDO DE CAVALEIROS. Página Eletrônica Oficial. Disponível em: <www.cm-macedodecavaleiros.pt>. Acesso em: 08 nov. 2013.

CÂMARA MUNICIPAL DE OVAR. Página Eletrônica Oficial. Disponível em: <<http://www.cm-ovar.pt>>. Acesso em: 25 nov. 2013.

COLARES PINTO, A. H. Memória do Carnaval. In: FERNANDES, R.; ROCHA, A; RODRIGUES, D. **Carnaval de Ovar: 1952 – 1993**. Santa Maria da Feira: Gráfica Feirense, 1993. Cap. 1, p. 10-18.

FERNANDES, R.; ROCHA, A; RODRIGUES, D. **Carnaval de Ovar: 1952 – 1993**. Santa Maria da Feira: Gráfica Feirense, 1993.

FILIPPIM, M. L. **A invenção de uma tradição carnavalesca: o carnaval de Matinhos – Paraná (Brasil) sob a perspectiva dos organizadores**. 2015. 191 f. Tese (Doutorado) – Curso de Geografia, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba: 2015.

FRANCHINI, A. S.; SEGANFREDO, C. **As 100 melhores histórias da mitologia: deuses, heróis, monstros e guerras da tradição greco-romana**. 9. ed. Porto Alegre: L&PM, 2007.

FUNDAÇÃO DO CARNAVAL DE OVAR. **Carnaval Ovar 2012**. Realização de Guilherme Terra. Ovar: Fundação do Carnaval de Ovar, 2012. 1 DVD, son., color.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Portal do INE**. Disponível em: <https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main>. Acesso em: 26 nov. 2013.

MARTINS, J. S. A Carnavalização do quotidiano: uma perspectiva psicossocial. **Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, v. 6, p. 128-134, 2009.

MÁSCARAS. Direção de Noémia Delgado. Lisboa: Centro Português de Cinema, 1976. (116 min.), son., color. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=6WjcZND1oOM>>. Acesso em: 24 nov. 2013.

MUNIZ JÚNIOR, J. O universo místico do Carnaval. Santos: Novo Milênio, 28 jan. 2003. Número Especial – Carnaval, p. 1-4. Disponível em: <<http://www.novomilenio.inf.br/festas/carnao5.htm>> Acesso em: 05 nov. 2013.

OLIVEIRA, S. D. Ovar tem uma aldeia onde o Carnaval já chegou, para ficar sempre presente. **Público**. Lisboa, p. 24-24. 15 set. 2013. Disponível em: <<http://www.publico.pt/local-porto/jornal/ovar-tem-uma-aldeia-onde-o-carnaval-ja-chegou-para-ficar-sempre-presente-27092810>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

OVAR. Câmara Municipal. **Seis décadas de Carnaval organizado**. Disponível em: <<http://www.carnaval.ovar.net/node/28>>. Acesso em: 26 nov. 2013.

RAPOSO, P. **Por detrás da máscara**: ensaio de antropologia da performance sobre os caretos de Podence. Lisboa: Instituto dos Museus e da Conservação, 2010.

_____. Virando o outro em Podence: máscaras da pós-ruralidade. **Revista Antropolítica**. Niterói: Universidade Federal Fluminense, n. 30, p. 131-149, 2011.

ROSÁRIO, M. E. do. **Nós por cá**: tradições do nordeste transmontano. 122 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Mestrado em Cultura Portuguesa, Universidade de Trás-os-montes e Alto Douro. Vila Real: Portugal, 2008.

TRIVINHO, E. Introdução à dromocracia cibercultural: contextualização sociodromológica da violência invisível da técnica e da civilização mediática avançada. **Revista Famecos**. Porto Alegre: n. 28, p. 63-77, dez. 2005.

VAZ PINTO, D. P. **O turismo em Ovar entre 1945 e 1960**. 139 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de História Contemporânea, Faculdade de Letras, Porto, Portugal: Universidade do Porto, 2011.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

O turismo no espaço rural como atividade complementar de geração de renda e ocupação não agrícola no Corede das Hortênsias do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil

El turismo en el espacio rural como actividad complementaria de generación de ingresos y empleo rural no agrícola en el Corede das Hortênsias do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil

Rural tourism as a complementary activity of income generation and non-agricultural rural employment in Corede das Hortênsias of the State of Rio Grande do Sul, Brazil

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n1.2017.1150>

Rafael Lima de Souza <rafael@giraomundo.br>

Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil.

Eurico de Oliveira Santos <eurico58@terra.com.br>

Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil.

Humberto Thomé-Ortiz <humbertothome@hotmail.com>

Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), Toluca, México.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 25-out-2015

Aceite: 12-dez-2016

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

SOUZA, R. L. de; SANTOS, E. O.; THOMÉ-ORTIZ, H. O turismo no espaço rural como atividade complementar de geração de renda e ocupação não agrícola no Corede das Hortênsias do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 171-186, abr. 2017.

REALIZAÇÃO



Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social



PPGTUR - UFF



IABS

APOIO INSTITUCIONAL



COPPE UFRJ



UFF
Universidade Federal Fluminense

EDIÇÃO



EDITORA IABS

PATROCÍNIO



FAPERJ
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

RESUMO

Entre os resultados das transformações que aconteceram no meio rural, com a entrada das atividades não agrícolas como fonte de renda para as famílias rurais, o turismo é uma delas. Nesse turismo, o habitante urbano interage com o meio ambiente rural, com uma suposta possibilidade de que as famílias rurais aumentem seus rendimentos e também diversifiquem suas atividades. Existem poucos estudos que analisam, quantitativa e qualitativamente as características dos empregos e a renda gerada pelas atividades turísticas. O objetivo desta pesquisa foi descobrir se o turismo no espaço rural pode ser considerado uma atividade para geração de renda no meio agropastoril no Corede das Hortênsias, bem como determinar se existe um padrão de geração de emprego nos setores primário e terciário. Os resultados mostram que houve um aumento nos rendimentos das famílias e que a maioria das vagas de emprego é temporária devido à sazonalidade da atividade. Concluímos que o turismo é uma atividade complementar que contribui para a economia rural da zona estudada.

Palavras-chave: Turismo no espaço rural. Agroturismo. Empregos temporários rurais. Censo. Corede. Hortênsias. Rio Grande do Sul.

ABSTRACT

As a result of the transformations occurring in rural areas, it is necessary to include non-agricultural activities as a source of income for the peasant families, one of these activities is tourism. Rural tourism allows interaction between the urban population and rural areas and presupposes the possibility for rural families to increase their income and diversify their activities. Despite this, there are few studies that analyze, quantitatively and qualitatively, the characteristics of employment and income generated by tourism. The objective of the research was to determine if rural tourism can be considered an activity for the generation of non-agricultural income in COREDE das Hortênsias, as well as to determine the pattern of job creation in the primary and tertiary sectors. The results show that tourism increased family income and that most of the jobs generated are temporary due to the seasonal nature of the activity. It is concluded that tourism is a complementary activity that contributes to the rural economy in the study area.

Keywords: Tourism in rural areas. Agritourism. Nonfarm rural employment. Census. COREDE. Hortênsias. Rio Grande do Sul.

RESUMEN

Como resultado de las transformaciones ocurridas en el medio rural, es necesaria la inserción de actividades no agropecuarias como fuente de ingresos para las familias campesinas, siendo una de esas actividades el turismo. Este tipo de turismo, además de permitir la interacción entre el habitante urbano y el medio ambiente rural, supone la posibilidad de que las familias rurales aumenten sus ingresos y diversifiquen sus actividades. Pese a ello, existen pocos estudios que analicen, cuantitativa y cualitativamente, las características del empleo y los ingresos generados por la actividad turística. El objetivo de la investigación fue averiguar si el turismo en el espacio rural puede considerarse una actividad para la generación de ingresos no agropecuarios en el COREDE de las Hortênsias, así como determinar el patrón de generación de empleos de los sectores primario y terciario. Los resultados muestran que la actividad aumentó los ingresos de las familias y que la mayoría de los empleos generados son temporales debido a la naturaleza estacional de la actividad. Se concluye que el turismo es una actividad complementaria que contribuye a la economía rural en la zona de estudio.

Palavras clave: Turismo en el espacio rural. Agroturismo. Empleo temporal rural. Censo. COREDE. Hortênsias. Rio Grande do Sul.

Introdução

A vida urbana, na contemporaneidade, vem acompanhada pelo constante desgaste físico e psicológico das pessoas, associado ao estilo de vida global das grandes cidades. Esses são os principais motivos do desejo de fugir do cotidiano e da cada vez mais frequente busca pela natureza, do reencontro com lugares que fizeram parte da história pessoal dos turistas. Em sintonia com essa dinâmica moderna e a falta de perspectiva na agricultura e na pecuária, processo que teve início na década de 1960, a partir da mecanização do campo, a utilização de insumos agrícolas industrializados e seleção de sementes, vislumbrando a exportação, tornou-se insustentável a condição de pequenos produtores, o que resultou no êxodo rural e na inversão da pirâmide populacional rural e urbana. Deve-se considerar também a atração das cidades pelo processo de industrialização.

A falta de políticas públicas e a importância, cada vez menor, da agricultura familiar na ocupação produtiva, fizeram com que uma grande parcela da população do campo entrasse em elevada estagnação econômica. Assim, a busca por atividades complementares à produção agropecuária se mostrou como uma das possibilidades desses produtores para garantirem a sobrevivência (FAO, 2014).

Novos arranjos econômicos passaram a configurar o cenário do campo quando o conceito de ruralidade passou a fazer parte do imaginário de preservação da natureza, dando-se na forma de práticas relacionadas às atividades não agrícolas como, por exemplo, a industrialização de produtos agropecuários, prestação de serviços, como pode ser o turismo.

Segundo Schneider (2003a, p. 22):

[...] o que está acontecendo, no entanto, é que o rural não mais se resume à atividade econômica agrícola, pois a ele passaram a incorporar-se, nas leituras analíticas e nas representações sociais, outras dimensões como a natureza, as famílias rurais, as paisagens, o patrimônio cultural e as tradições, entre outras.

Com base na inserção da atividade turística no campo, seja na forma de turismo rural, seja na forma de agroturismo, foi realizado este estudo em uma região específica do estado do Rio Grande do Sul, onde a prática do turismo no espaço rural começou a ser explorada, procurando identificar as particularidades da região e tentando evidenciar as diferentes percepções dos proprietários rurais em relação à atividade. Nosso objeto de estudo foi o Conselho Regional de Desenvolvimento (Corede)¹ das Hortênsias. O Corede das Hortênsias, localizado na Região Funcional de Planejamento 3, foi criado em 1991, e é composto por sete municípios: Cambará do Sul, Canela, Gramado, Jaquirana, Nova Petrópolis, Picada Café e São Francisco de Paula. Encontra-se próximo à Região Metropolitana de Porto Alegre e ao Centro Regional de Caxias do Sul, que acabam por polarizar seus principais serviços.

O objetivo deste estudo foi verificar se o turismo no espaço rural pode ser considerado atividade complementar de geração de renda e ocupação não agrícola na região, bem como estabelecer o perfil da geração de emprego e renda nos setores primário e terciário no Corede.

Este artigo está dividido em quatro partes, na primeira apresenta-se a introdução, na segunda parte o aporte bibliográfico com o intuito de elucidar conceitos como a Pluriatividade, a Atividade não Agrícola e

¹ Para contribuir para o crescimento e desenvolvimento regional foram criados os Conselhos Regionais de Desenvolvimento (Coredes). São associações civis, sem fins lucrativos, criadas pelo governo do estado por meio da Lei n. 10.283 do dia 17 de outubro de 1994. Os Coredes buscam uma coordenação geral entre os diferentes atores sociais, políticos e econômicos das regiões, fomentando uma organização. (Santos, et al., 2014).

o Turismo no Espaço Rural. Na terceira parte fala-se a respeito da metodologia aplicada, na quarta parte foram apresentados os resultados da pesquisa e, para finalizar, as considerações finais.

A pluriatividade

A pluriatividade é um fenômeno que se caracteriza pela combinação de múltiplas atividades profissionais de pessoas pertencentes a uma mesma família. Normalmente, a pluriatividade acontece quando membros que compõem famílias rurais mesclam atividades agrícolas com outras formas de emprego em atividades não agrícolas. Fuller (1983), um dos pesquisadores que iniciaram a discussão desse tema, coloca que a ideia de pluriatividade possibilita analisar com clareza a maneira como o trabalho é organizado pelas famílias rurais, em diferentes tipos de atividades, também, possibilita a criação de distintos padrões, individuais e coletivos, de como se dá a distribuição do trabalho rural.

Esse fenômeno pressupõe a mistura de duas ou mais atividades, sendo uma delas sempre a agricultura. Essa interação entre atividades distintas tende a intensificar de acordo com a complexidade das relações entre os agricultores e o ambiente social e econômico em que estiverem inseridos. Schneider (2003a, p. 91) corrobora:

[...] um fenômeno através do qual membros das famílias de agricultores que habitam no meio rural optam pelo exercício de diferentes atividades, ou mais rigorosamente, optam pelo exercício de atividades não agrícolas, mantendo a moradia no campo e uma ligação, inclusive produtiva, com a agricultura e a vida no espaço rural [...]

Nas três últimas décadas, a agricultura do Rio Grande do Sul, bem como a dos demais estados do sul do Brasil, conheceu um desenvolvimento econômico sem precedentes em sua história. Esse desenvolvimento, o mesmo que ocorreu na maior parte dos países desenvolvidos, foi marcado pelo surgimento de novas tecnologias, pela utilização em larga escala de maquinário e insumos, pela introdução de variedades de plantas e animais de alto rendimento por meio de alterações biogenéticas. O resultado desse avanço, por um lado, foi um grande crescimento na produção agrícola, em especial, dos grãos como a soja e o milho, que geraram um ganho na quantidade colhida em relação à área plantada.

Por sua vez, com esse desenvolvimento tecnológico, o tempo gasto pelos produtores rurais nas atividades agrícolas diminuiu, trazendo a necessidade de buscar outras fontes de renda. As propriedades rurais estudadas apresentam poucos trabalhadores e existe a necessidade de diversificar as atividades produtivas por meio do turismo.

A partir daí, algumas formas de agricultura que antes eram muito condenadas, como a agricultura em tempo parcial, passaram a ser aceitas como condição imperativa para a reprodução do espaço rural. É nesse contexto que surge a pluriatividade como agente de mudanças da economia rural, dando um novo sentido ao processo de produção rural (MATTEI, 2005).

Segundo Anjos (2003), a inserção da tecnologia reflete diretamente na capacidade de absorção e retenção da população rural ativa e ocupada. O mesmo autor acrescenta que é possível que essa parcela da população que fica restrita às atividades agrárias não precise, necessariamente, sair do seu lugar de origem, assim, buscando no próprio espaço rural alternativas de atividades fora do bojo da agricultura.

Esse processo pode ser evidenciado na Espanha por meio da seguinte citação:

Análogamente a lo ocurrido en otros países modernos, inmersos en lo que podría ser conceptuado como la crisis del paradigma urbano-industrial, se experimentan hoy en el medio rural español tendencias hacia la desagrarización de la actividad productiva y económica, y a la tercerización de la misma; es decir, la agricultura pierde peso en el conjunto de las actividades que se desarrollan en dicho medio, en el que se está produciendo una paulatina diversificación económica, con la consiguiente extensión de la pluriactividad y la multifuncionalidad. (RUBIO, 2010, p. 271)².

É importante que essas famílias deixem de lado o costume de viver unicamente de atividades agrícolas e consigam abrir um leque de possibilidades, pois “admite-se não ser mais possível assegurar ingressos econômicos suficientes a todas as famílias baseados somente na agricultura” (ANJOS, 2003, p. 73).

Dessa forma, a partir de tais transformações que o espaço rural vem sofrendo, deu-se a utilização de termos como: “part-time farming”, ou agricultura de tempo parcial e pluriatividade, entretanto reconhece-se o risco da divisão das atividades tradicionais do campo, tendendo a construir um processo de rururbanização.

Atividades não agrícolas

Diversos foram os fatores que colaboraram para a emergência das atividades não agrícolas; esse processo de transformação estrutural pode ser dividido em três fases distintas (SCHNEIDER, 2003b). A primeira delas, iniciada na década de 1970, quando os governos militares empreenderam uma inédita transformação de algumas regiões agrárias brasileiras, decorrente do que se chama de “urbanização do campo”, um processo resultante de um transbordamento das cidades e de trabalho urbano para áreas rurais situadas em seu entorno. O processo de urbanização do campo se deu por meio da expansão de novas atividades que pouco ou nada tinham a ver com a produção agropecuária. Referem-se a novas ocupações ligadas ao lazer e ao ócio, atividades especialmente ligadas à prestação de serviços (THOMÉ, 2008, 2010) e sobre o papel das residências secundárias no imaginário e simbólico das populações urbanas (CORREA, 2016).

A segunda fase seria decorrente da crise do próprio setor agrícola, particularmente a partir das dificuldades enfrentadas pelo setor agroexportador instaladas no início da década de 1990. A queda dos preços não apenas afastou os interessados em obter lucro com o negócio agrícola como diminuiu, rapidamente, as rendas gerais na agricultura brasileira.

A terceira fase, o período mais recente, impôs uma nova realidade política e econômica ao meio rural, com uma drástica diminuição no intervencionismo do Estado e muitas mudanças sociais e produtivas originadas, em sua maioria, da liberalização comercial, os efeitos disso possuem magnitude sem precedentes. De acordo com Schneider e Fialho (2000, p. 5):

Os efeitos sociais resultantes dessas mudanças variaram de região para região e pode-se arrolar, entre outros, uma forte modificação demográfica no meio rural, com a diminuição constante do número de famílias dedicadas às atividades propriamente agrícolas, o que repercutiu sobre a estrutura de ocupação e força de trabalho rural.

² “À semelhança do que aconteceu em outros países modernos, imersos no que pode ser conceituada como a crise do paradigma urbano-industrial, hoje, na zona rural espanhola, existe uma tendência para a desagrarização da produção e da atividade econômica, e para a terceirização da mesma; ou seja, a agricultura perde peso em todas as atividades que ocorrem nesse ambiente, que está atualmente passando por diversificação econômica gradual, estendendo assim a pluriatividade e multifuncionalidade”.

Existem, também, outras razões apontadas como responsáveis pela emergência das atividades não agrícolas no meio rural brasileiro. Uma delas está ligada ao processo de descentralização e interiorização de determinados tipos de indústrias, especialmente de bens de consumo não duráveis, como têxteis, vestuários e calçados (SCHNEIDER, 2003).

Nas grandes mudanças da agricultura é de grande valia destacar alguns estudos a respeito do crescimento das atividades não agrícolas no meio rural como uma tendência em determinadas áreas. Schneider (2003) destaca que de fato a agricultura já não é mais sinônimo de exclusividade rural e observa que, nas regiões chamadas essencialmente rurais, são os setores não agrícolas que oferecem, cada vez mais, as maiores possibilidades de empregos no meio rural. Entretanto, as transformações da nova ruralidade podem-se também entender como penetração dos modelos econômicos dominantes no espaço rural. Nossa posição reconhece o caráter ambíguo das novas atividades rurais, por uma parte existe risco de perder a identidade rural e, por outra, a necessidade de gerar processos de transformação socioeconômica para a sociedade rural.

Turismo no espaço rural

A gama de denominações destinadas às atividades turísticas que são desenvolvidas no espaço rural traz a necessidade de se utilizar a generalização “Turismo no Espaço Rural” (TER). Os autores Roque e Mendonça (1999, p. 145) defendem a utilização desse termo genérico para definir “toda maneira turística de visitar e conhecer o ambiente rural, enquanto se resgata e valoriza a cultura regional”.

Já Oxinalde considera sinônimos os termos Turismo Rural e Turismo no Espaço Rural (apud SILVA; VILARINHO; DALE, 2000, p. 16) quando define que “turismo rural engloba modalidades de turismo, que não se excluem e que se complementam, de forma tal que o turismo no espaço rural é a soma do ecoturismo e turismo verde, turismo cultural, turismo espontâneo, agroturismo e turismo de aventura”.

Crosby e Moreda (1996) se valem dos termos “turismo em áreas rurais” e “turismo rural” com equivalência e os definem como qualquer atividade relacionada ao turismo que se desenvolva no meio rural, ainda, considerando como parte deste todas as áreas naturais inclusive litorâneas. Para Zimmermann (2000, p. 130):

As atividades turísticas nos meios naturais tem recebido uma proliferação de termos, que fazem referências ao turismo rural: turismo de interior, turismo verde, turismo diferente, turismo alternativo, turismo rural e ecológico e por aí afora. Evidentemente, cada atividade possui características próprias, que, dependendo das características geomorfológicas do espaço podem estar juntas, sob a denominação genérica de turismo rural.

Ainda, no caderno Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural:

Entende-se Turismo no Espaço Rural como um recorte geográfico, [...] as muitas práticas turísticas que ocorrem no espaço rural não são, necessariamente, Turismo Rural, e sim atividades de lazer, esportivas ou ócio de cidadãos que ocorrem alheias ao meio que estão inseridas (BRASIL, 2003, p. 7).

Pode-se aduzir que, para além da proliferação de todos esses termos utilizados, o próprio termo “turismo rural” pode ser analisado sob uma nova ótica. De acordo com Froehlich e Rodrigues (2000), na atualidade, fica muito complicado que as dualidades rural/urbano, tradicional/moderno e cidade/campo sejam levadas como verdade, isso porque, segundo os autores, houve um “transbordamento” do que se considerava urbano para o rural, fazendo com que as características de ambos se sobrepusessem. Isso

ocorre em diversos lugares do mundo como, por exemplo, na Espanha, como se pode observar na citação de Pérez-Díaz:

[...] se produjo un proceso de transformaciones en la sociedad rural española, cuyas formas de vida, hábitos y pautas culturales fueron poco a poco dejando de lado su tradicional carácter rural y autárquico-localista, a la vez que eran penetradas, cada vez con mayor intensidad, por lo urbano (PÉREZ-DÍAZ, 1983, p. 255)³.

Anos mais tarde, Toledo (1998) acrescenta alguns fatores que ajudaram a dissolver as fronteiras entre o rural e o urbano. O autor aponta que:

[...] las demarcaciones territoriales rural/urbano cada vez son menos nítidas y más difusas, de tal forma que, en las actuales sociedades modernas avanzadas, el cambio tecnológico, la transmisión de la información y de la cultura, los nuevos medios de transporte, y, en definitiva, el proceso general de globalización en el que estamos inmersos, tienden a disolver progresivamente las fronteras socioeconómicas entre tales demarcaciones (TOLEDO, 1998, p. 172)⁴.

Corroboram essa construção Del Grossi e Silva (2002) ao analisarem a crescente urbanização do meio rural, processo denominado “Novo Rural”, onde “um conjunto de atividades não agrícolas, ligadas à moradia, ao lazer e a várias atividades industriais e de prestação de serviços são inseridas no espaço antes destinado exclusivamente à produção agrícola” (DEL GROSSI; SILVA, 2002, p. 5).

Rodrigues (2000) traz exemplos práticos que reforçam a ideia de falência da dualidade entre o urbano e o rural, ela cita bairros rurais que, ao serem decretados distritos, devido a um desmembramento municipal, são considerados urbanos, ainda que apresentem características tipicamente rurais. Para essa autora, até mesmo o termo “turismo” deve ser repensado em muitos casos que não envolvem pernoite como, por exemplo, chácaras alugadas para festas e empreendimentos de pesque e pague. Em nosso ponto de vista é um fenômeno amplo que pode representar risco e oportunidades para as comunidades rurais, por isso a importância de conhecer seu papel na geração de emprego e renda complementar nas atividades tradicionais do campo.

Nos últimos anos, houve vários artigos científicos que abordam a importância do turismo no espaço rural para a geração de renda (BLANCO, 2004; MANOSSO; SOLOMÉ; CARVALHO, 2010; PELLIN, 2004; SILVA; DE FRANCISCO; THOMAZ, 2010).

O presente estudo aborda a relação entre turismo e a geração de renda, delimitando o objeto do estudo ao Corede como espaço de análise, ao mesmo tempo que mostra as contribuições do setor primário e terciário para o desenvolvimento econômico do espaço rural. Um estudo similar já foi desenvolvido em outra região da Metade Sul do estado do Rio Grande do Sul, Brasil (SANTOS; VIANNA; GULLO, 2012).

3 “[...] houve um processo de transformações na sociedade espanhola rural cujos estilos de vida, hábitos e padrões culturais foram lentamente deixando de lado seu tradicional caráter rural, local e autárquico, enquanto o campo era penetrado, com maior intensidade, pelo urbano”.

4 “Os limites territoriais rural/urbano são cada vez menos claros e mais difusos, de modo que nas sociedades modernas, a mudança tecnológica, a transmissão de informações e cultura, novos meios de transporte, e, em última instância, o processo geral de globalização em que estamos imersos, tendem a dissolver gradualmente fronteiras socioeconômicas entre essas demarcações”.

Metodologia

Esta pesquisa teve como objeto de estudo a região do Conselho Regional de Desenvolvimento das Hortênsias, que faz parte dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento do Estado do Rio Grande do Sul. Esses Conselhos caracterizam-se por ser um fórum de discussão e decisão a respeito de políticas e ações que visam ao desenvolvimento regional e foram criados oficialmente pela Lei 10.283, de 17 de outubro de 1994 (COREDE, 2010a; COREDE, 2010b).

O Corede das Hortênsias é composto por sete municípios (Cambará do Sul, Canela, Gramado, Jaquirana, Nova Petrópolis, Picada Café e São Francisco de Paula), abrange uma área territorial de 6.261,7 km², possui população total de 128.865 habitantes e sua densidade demográfica é de 20,4 hab./km². O Produto Interno Bruto – PIB per capita (em 2010) foi de R\$ 17.474, de acordo com os dados da Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul (FEE, 2011).

O tipo de pesquisa escolhido para o desenvolvimento deste trabalho foi quali-quantitativo de natureza exploratória. Segundo Malhotra (2006), a pesquisa pode ser classificada como exploratória ou conclusiva. A pesquisa exploratória tem como principal objetivo ajudar a compreender a situação-problema enfrentada pelo pesquisador (BOAVENTURA, 2004).

O problema de pesquisa do presente estudo está ligado à visão geral de uma situação que envolve a compreensão das limitações e possibilidades do turismo no espaço rural como atividade complementar de geração de renda e ocupação não agrícola nas propriedades rurais ativas, em relação à atividade turística, do Conselho Regional de Desenvolvimento (Corede) das Hortênsias, no estado do Rio Grande do Sul, Brasil. As respostas obtidas não são conclusivas, mas têm por objetivo compreender uma situação para, posteriormente, levantar hipóteses que poderão ser testadas.

A pesquisa exploratória é a mais adequada ao objetivo deste estudo porque provê critérios e compreensão, o processo de pesquisa é flexível e não estruturado, e a análise dos dados primários é qualitativa (SILVERMAN, 2009). A amostra obteve-se mediante o método não probabilístico da bola de neve (BERG, 2006), a partir do qual foram determinadas as propriedades rurais que encontram-se envolvidas nas atividades turísticas.

Nessa perspectiva, a pesquisa foi realizada em duas etapas, a primeira etapa foi de caráter exploratório para investigar as propriedades existentes e ativas no Corede das Hortênsias que se enquadrariam neste estudo. Para isso, foram utilizados dados disponibilizados pela Secretaria Estadual de Turismo, pela administração do Corede, pelas prefeituras dos municípios, bem como pelas Secretarias de Turismo dos municípios onde foram feitas as pesquisas e ainda informações dos proprietários rurais.

Os empregos gerados pelo desenvolvimento da atividade turística foram divididos em duas categorias:

A. Empregos diretamente relacionados com a direção e o funcionamento da indústria turística.

B. Empregos indiretos criados pelo turismo, que surgem derivados do montante de recursos obtidos pelas atividades produtivas dos residentes locais.

No segundo momento foram visitados todos os estabelecimentos (censo) citados a seguir e que se encontravam ativos no período de setembro a novembro de 2014 para a realização de uma entrevista semiestruturada com os proprietários. Detectou-se que os municípios de Gramado e Picada Café não possuem propriedades rurais ativas em relação à atividade turística cadastrada na Setur – RS.

Tabela 1 – Lista das propriedades ativas do Corede das Hortênsias

Propriedades	Localização
Pampa Rural, Pesca e Lazer	Cambará do Sul
Pousada das Corucacas	Cambará do Sul
Eco parque Sperry	Canela
Parque Fazenda da Serra	Canela
Pousada Fazenda a Casa do Morro	Jaquirana
Pousada Bienenfreund	Nova Petrópolis
Pousada Verde Vale	Nova Petrópolis
Recanto dos Pioneiros	Nova Petrópolis
Fazenda Hotel Invernadinha	São Francisco de Paula
Fazenda Remanso do Faxinal	São Francisco de Paula

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

As entrevistas foram realizadas com perguntas abertas e fechadas, elaboradas especialmente para este estudo, e foram investigados os seguintes tópicos:

- Dados de identificação dos proprietários e da propriedade;
- Caracterização dos atrativos das propriedades;
- Informações sobre a atividade primária;
- Informações sobre a infraestrutura;
- Empregos fixos e temporários;
- Potencial turístico da propriedade;
- Motivação e permanência na atividade turística;
- Perfil e motivação dos turistas que frequentam a propriedade;
- Situação conjuntural com o setor primário;
- Comentários pessoais e conversas complementares.

As respostas às questões fechadas foram tabuladas e analisadas a partir das categorias de respostas apresentadas nas entrevistas, analisando-se de forma descritiva conforme a frequência de respostas apresentadas a cada categoria. As abertas foram analisadas mediante análise de conteúdo.

A análise qualitativa envolve duas atividades centrais: (1) desenvolvimento da consciência de que dados podem ser examinados e como eles podem ser descritos e explicados; (2) desenvolvimento de uma série de atividades práticas adequadas aos tipos de dados e grandes quantidades que deverão ser examinadas (GIBBS, 2009).

A atividade 1 compreende vários estilos analíticos para a explicação do problema, como a descrição densa (GEERTZ, 2003), que demonstra riqueza do que está acontecendo e enfatiza a forma como isso envolve as interações. A atividade 2 compreende as etapas práticas que deverão ser cumpridas para que a análise de conteúdo seja possível.

Foram cumpridas as seguintes etapas práticas determinadas por Silverman (2009):

1. Documentação e transcrição das entrevistas com os proprietários rurais;
2. Pré-análise dos dados coletados;
3. Codificação e categorização dos dados por meio da seleção das informações relevantes e categorização dos dados de acordo com os construtos a serem estudados;
4. Interpretação dos dados por meio da análise dos dados extraídos da etapa anterior;
5. Elaboração do relatório de resultados por meio da explicitação de evidências e consolidação de resultados comparativos, que mostrem a relação entre diferentes modelos produtivos rurais, a atividade turística e o emprego.

Resultados

Não é todo empreendimento turístico que tem por objetivo direto a geração de emprego, mas, com certeza, esse é um dos resultados mais comuns, isso porque o turismo, por ser uma atividade que pertence ao setor de serviços, tem como característica gerar novas vagas de trabalho e diferentes tipos de ocupações.

No local estudado encontramos três modelos diferentes de propriedades rurais produtivas:

- 1) Um modelo tradicional em que se desenvolvem as atividades de agricultura e pecuária;
- 2) Um modelo turístico em que se desenvolvem as atividades exclusivamente do turismo;
- 3) Um modelo misto onde se desenvolvem as atividades de agricultura, pecuária e do turismo.

Nos três modelos existem diferenças de modalidades dos empregos; podemos classificá-los de empregos Fixos e Temporários. Entende-se por emprego fixo aquela modalidade em que o trabalhador tem Carteira de Trabalho assinada pelo dono da terra, entre os trabalhos que desenvolvem as pessoas que trabalham encontram-se: capataz, peão, caseiro, cozinheira, aguador e tratorista. Já os empregos temporários são aqueles que não têm nenhum vínculo de trabalho permanente, os trabalhadores são contratados em alguns meses do ano, entre as tarefas desenvolvidas por estes encontram-se esquiladores⁵, safristas⁶, domadores⁷, recreacionistas e alambradores⁸.

Segundo o que foi verificado no Corede das Hortênsias, grande parte dos empregos diretos gerados pela atividade turística exige mão de obra pouco qualificada, o que quase sempre também representa salários mais baixos. Lage e Milone (2000) esclarecem que, por essa razão, o turismo torna-se uma atividade com

5 Um esquilador é o profissional que trabalha na tosquia de carneiros, ou seja, quem corta os pelos dos carneiros para tirar a lã ou mesmo para prepará-los para exposições. O termo esquilador é comumente usado no estado do Rio Grande do Sul.

6 O safrista é a pessoa física que presta serviço a empregador rural mediante contrato de safra, isto é, o contrato dependente de variação estacional na atividade agrária.

7 O domador é a pessoa responsável pelo processo pelo qual o cavalo passa antes de aceitar ser montado pelo cavaleiro. A doma de cima é aquela que consiste em encilhar o animal e montá-lo, ensinando os comandos para direcionar o animal, realizar transições e controle da velocidade.

8 É uma profissão muito antiga, do campo. É o profissional que constrói as cercas de arame.

potencial para ser explorada nas áreas rurais, uma vez que a população rural, em geral, é pouco qualificada e muitas vezes receptiva a esses baixos níveis de ganho monetário.

Por mais contraditório que pareça, esse fato pode ser visto como um ponto positivo da atividade, pois a absorção, principalmente, da mão de obra mais jovem residente no meio rural, pode, inclusive, reduzir ou retardar a saída desses jovens para a cidade, diminuindo bastante o êxodo rural. Para Carneiro (2008, p. 21), “encontram-se, sobretudo para os jovens rurais, oportunidades de postos de trabalho alternativos e/ou complementares, que colaborariam para que estes permanecessem no campo através da pluriatividade”; o autor mostra a ambiguidade do turismo rural enquanto a qualidade e a quantidade dos empregos gerados, o qual justifica a pertinência de pesquisar o impacto do turismo nas economias rurais.

Na Tabela 2, há um comparativo entre o número de empregos fixos e temporários nas propriedades investigadas. Como se pode notar em relação ao número total de vagas oferecidas, 42,1% são temporárias para os três modelos. No tocante a empregos fixos, Veiga explica a pequena ocorrência da dupla jornada de trabalho do modelo dois da seguinte forma: “[...] principalmente porque o sucesso desses negócios resulta justamente da redução de subemprego de mão de obra familiar em função do simultâneo aproveitamento de oportunidades complementares de geração de renda”. (VEIGA, 2002, p. 209).

No modelo 1, detectou-se a predominância dos empregos fixos gerados pelo setor primário, tradicionalmente esse setor conta com trabalhadores de confiança das famílias que dedicam suas vidas à propriedade. Também a ocorrência de empregos temporários, isso acontece graças ao período da safra da uva na região.

No modelo 3, observou-se um volume muito grande de vagas temporárias geradas pelo turismo, isso ocorre pela falta de vínculo empregatício, visto que os proprietários rurais ainda reclamam da sazonalidade da atividade turística. Percebeu-se nas entrevistas que esses trabalhadores são chamados nos períodos de alta temporada ou quando há necessidade de mais mão de obra. Ainda no modelo três, individuou-se que o turismo ainda gera poucos empregos fixos, mesmo que a atividade exercida na região seja, em sua absoluta maioria, o turismo rural.

Tabela 2 – Número de vagas de empregos fixos e temporários

MODELO 1 Pecuária e Agricultura (emp. fixo)	MODELO 2 Pecuária, Agricultura e Turismo (emp. fixo)	MODELO 3 Turismo (emp. fixo)	Total de Vagas em Empregos Fixos
59,09% (26)	9,09% (4)	31,81% (14)	100% (44)
Pecuária e Agricultura (emp. temporário)	Pecuária, Agricultura e Turismo (emp. Temporário)	Turismo (emp. temporário)	Total de Vagas em Empregos Temporários
18,75% (6)	9,37 (3)	71,87% (23)	100% (32)
Total Fixo + Temp.	Total Fixo + Temp.	Total Fixo + Temp.	Total de Vagas em Empregos Fixo + Temp.
42,10% (32)	9,21% (7)	48,68% (37)	100% (76)

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014

Na Figura 1, pode-se observar que o setor que mais emprega no Corede das Hortênsias, nas propriedades rurais ativas, em relação à atividade turística, é o setor terciário com quase 49% das vagas, somado aos trabalhadores que possuem jornada dupla e atuam tanto no setor primário quanto no terciário, chegando-se a 58% dos empregos. Esse dado aponta para a especialização do turismo rural na região e corrobora a hipótese de que o turismo é uma alternativa na geração de emprego e renda nas áreas rurais dos municípios visitados.

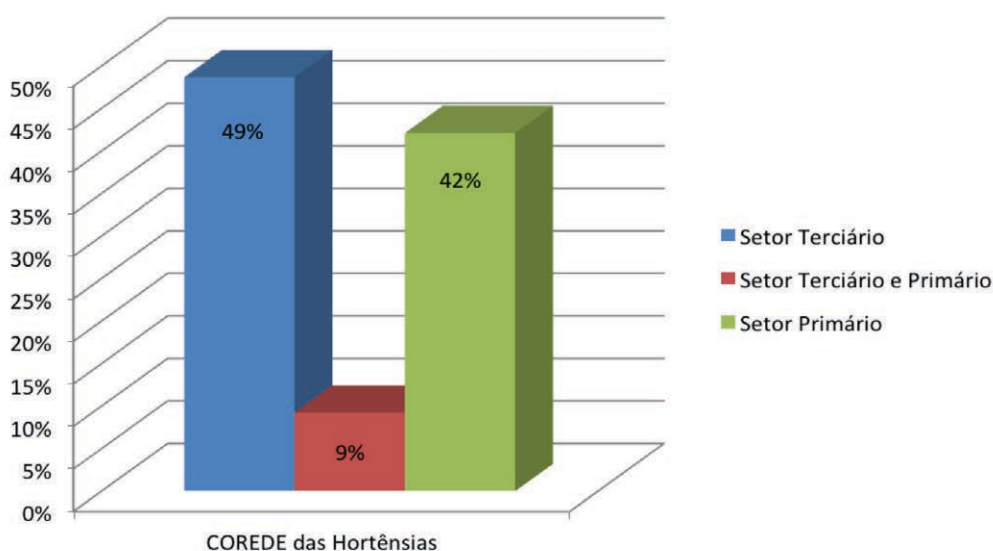


Figura 1 – Setorização dos empregos gerados

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014

A Figura 2 ilustra a quantidade de empregos fixos e temporários gerados pelo turismo no Corede das Hortênsias. Ainda verifica-se um maior número de empregos temporários respaldado na falta de constância do rendimento gerado pela atividade; a sazonalidade do turismo foi citada por grande parte dos entrevistados como sendo o maior entrave para novas contratações.

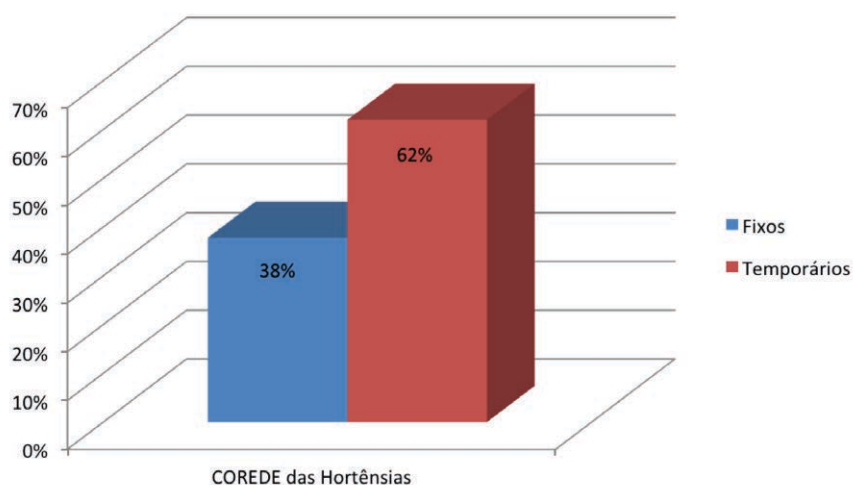


Figura 2 – Quantidade de empregos fixos e temporários

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014

Pode-se observar na Figura 3 a média salarial dos trabalhadores das propriedades estudadas. Foi realizado um comparativo desses valores com o Departamento Intersindical de Estudos Econômicos, Sociais e Estatísticos (DIEESE, 2015) no mês em que as entrevistas foram realizadas a fim de se estabelecer um critério de análise dos salários praticados na região. Cabe salientar que os valores são expressos em dólares por ser um indexador mais durador, para isso, a conversão foi feita a partir de dados retirados da “web page” do Banco do Brasil, cuja média anual (2014) do dólar foi de R\$ 2,54.

No gráfico que segue, observa-se que a média salarial dos empregos fixos e temporários praticada no Corede das Hortênsias é inferior ao indicado pelo Dieese, conforme citado:

A pesquisa da Cesta Básica Nacional (Ração Essencial Mínima), realizada hoje pelo Dieese, em dezesseis capitais do Brasil, acompanha mensalmente a evolução de preços de treze produtos de alimentação, assim como o gasto mensal que um trabalhador teria para comprá-los. Outro dado importante da pesquisa são as horas de trabalho necessárias ao indivíduo que ganha salário mínimo, para adquirir estes bens. O salário mínimo necessário, também divulgado mensalmente, é calculado com base no custo mensal com alimentação obtido na pesquisa da Cesta (DIEESE, 2015).

Percebeu-se que a média salarial dos empregos temporários é mais alta do que a praticada nos empregos fixos, isso se dá porque os proprietários preferem pagar um pouco a mais nos períodos em que precisam mais dos serviços desses colaboradores do que manter o vínculo empregatício durante todo o ano e enfrentar dessa forma a sazonalidade.

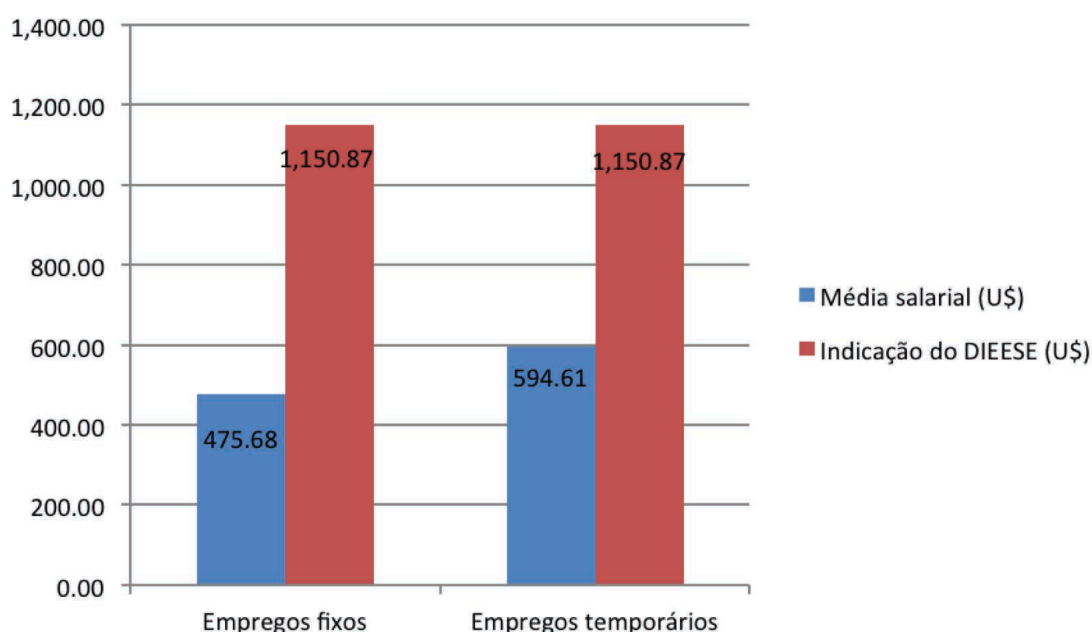


Figura 3 – Média salarial praticada no Corede das Hortênsias.

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

De acordo com os dados obtidos, pôde-se traçar um perfil dos proprietários rurais da região e chegar a um significativo aumento da participação feminina nesse processo, lugar antes ocupado apenas por homens. Quanto ao grau de escolarização, verificou-se que os proprietários possuem formação elevada e, ao constatar que nenhum tem formação na área do turismo, é possível inferir que isso não é um fator que influencie no início da atividade na propriedade.

Considerações finais

A fim de responder ao objetivo proposto por esta pesquisa, que era o de estabelecer o perfil da geração de empregos fixos, temporários e renda nos setores primário e terciário no Corede das Hortênsias do estado do Rio Grande do Sul, Brasil, percebeu-se que a atividade turística é geradora de empregos e renda para essas famílias e comunidade mesmo que, na maioria das vezes, com empregos temporários. Veiga (2002) confirma essa afirmação ao colocar que o setor terciário tem oportunizado geração de renda e empregos, enquanto nos setores primário e secundário, a necessidade de trabalho reduz-se. Na região estudada, o turismo gerou 37 vagas de emprego, sendo 14 fixas. As outras 23 temporárias em muitos casos são realizadas na forma de jornada dupla pelo trabalhador do primeiro setor.

De acordo com os dados analisados, detectou-se que os trabalhadores que possuem vínculo empregatício nos estabelecimentos ganham menos dos que aqueles que trabalham temporariamente. E isso ocorre porque os proprietários preferem driblar a sazonalidade da atividade turística contratando menos colaboradores e sempre que necessário chamando extras para cobrir as funções que são necessárias.

Enfim, este estudo revelou que o turismo no espaço rural é uma alternativa de geração de emprego e renda nas propriedades rurais do Corede das Hortênsias, de tal forma que o turismo rural é a tipologia mais encontrada, na qual a fonte essencial da família é proveniente do terceiro setor, dos serviços. A pesquisa também revelou o perfil da geração de renda tanto no primeiro como no terceiro setor e, ainda, casos em que os dois setores se juntam em uma dupla jornada de trabalho. Como esta pesquisa se deteve ao olhar dos proprietários rurais, sugere-se a realização de futuros estudos que incluam também a visão do turista em relação ao turismo rural e agroturismo praticados no Corede das Hortênsias.

A maioria dos empreendimentos estudados mostra que as atividades primárias são sua maior fonte de renda e o turismo é somente uma atividade complementar, o que permite deduzir que o ser humano continua acreditando que a produção agropastoril é mais importante que as atividades terciárias, entretanto, o turismo permite gerar alguns recursos importantes para a reprodução material e simbólica da ruralidade.

Referências

- ANJOS, F. S. **Agricultura familiar em transformação: os colonos-operários de Massaranduba (SC)**. Pelotas: UFPEL, 2003.
- BERG, S. Snowball sampling – I. In: **Enciclopedia of Statistical Sciences**. New York: Willey, 2006. p. 528-532.
- BLANCO, E. S. O turismo rural em áreas de agricultura familiar: as “novas ruralidades” e a sustentabilidade do desenvolvimento local. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 4, n. 3, p. 44-49, 2004.
- BOAVENTURA, E. **Metodologia da Pesquisa**: monografia, dissertação, tese. São Paulo: Atlas, 2004.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas**. 2003 – 2007. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

CARNEIRO, M. J. De terra de plantação à terra de lazer. In: _____. **Ruralidades Contemporâneas, modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Maua X, 2008, p. 23-50.

COREDES. **Pró-RS IV**. Propostas estratégicas para o desenvolvimento regional do estado do Rio Grande do Sul. Passo Fundo: Passografic, 2010.

_____. Fórum dos Coredes do Rio Grande do Sul. In: XIII ENCONTRO ANUAL DE AVALIAÇÃO E PLANEJAMENTO DOS COREDES. CARTA DE SÃO BORJA. **Anais...** Porto Alegre: Governo do Rio Grande do Sul, 2010b.

CORREA, L. A segunda residência como indutora da urbanização em áreas litorâneas na contemporaneidade. **GEO UERJ**. Rio de Janeiro, n. 28, p. 291-307, 2016.

CROSBY, A.; MOREDA, A. **Desarollo y gestión del turismo em áreas rurales y naturales**. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística, 1996.

DEL GROSSI, M.; SILVA, J. G. **O novo rural**: uma abordagem ilustrada. Londrina: IAPAR, 2002.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS. **Cesta Básica Nacional**. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION. **Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas**: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2014. Costa Rica: Cepal, FAO, IICA, 2014.

FROELICH, J. M.; RODRIGUES, I. Atividade turística e espaço agrário: considerações exploratórias sobre o município de Restinga Seca (RS). In: ALMEIDA, J. A. de J.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2000, p. 85-110.

FULLER, A. M. Part-time farming and the farm family: a note for future research. **Sociologia Ruralis**. London, v. 23, n. 1, p. 5-9, 1983.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. **Dados 2011**. Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/>>. Acesso em: 09 abr. 2014.

GEERTZ, C. **La interpretación de las culturas**. Barcelona: Gedisa, 2003.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

MANOSSO, F. C.; SALOMÉ, M. V.; CARVALHO, A. T. de. Turismo rural na região norte do estado do Paraná: conceito e prática. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 10, p. 24-35, 2010.

MATTEI, L. A relevância da família rural como unidade de análise nos estudos sobre pluriatividade e desenvolvimento rural. In: XLIII ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL. **Anais...** Ribeirão Preto: Sober, 2005, p. 137-165.

PELLIN, V. A atividade turística no espaço rural catarinense. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p. 1-8, 2004.

RODRIGUES, A. B. Turismo Eco-Rural: interfaces entre o ecoturismo e o turismo rural. In: ALMEIDA, J. A. de J.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2000, p.111-126.

ROQUE, A.; MENDONÇA, M. C. Bases para a produção do turismo no espaço rural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL - 1999. **Anais...** Piracicaba: Fealq, 1999.

RUBIO, P. Modelización de los cambios y evolución reciente del sistema rural español. **Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (AGE)**. España, n. 54, p. 203-235, 2010.

SANTOS, E. de O. et al. El papel de Turismo em el Espacio Rural de São José dos Ausentes, Brasil. **El Periplo Sustentable**, v. 27, p. 21-53, 2014.

SANTOS, E.; VIANNA, S.; GULLO, M. C. R. Evolución de la renta, empleo y sueldos en propiedades rurales que ofrecen Agroturismo y Turismo rural en la Mitad Sur de Río Grande do Sul, Brasil (1997-2011). **El periplo sustentable**. Toluca, n. 23, p. 27-47, 2012.

SCHNEIDER, S. **A pluriatividade na agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2003a.

_____. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Rev. Bras. Ci. Soc.** São Paulo, v. 18, n. 51, p. 99-122, 2003b.

SCHNEIDER, S.; FIALHO, M. A. V. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, J. A. de J.; RIEDL, M. **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: Edusc, 2000, p. 14-50.

SILVA, J. G.; VILARINHO, C.; DALE, P. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A. de J.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2000, p. 15-62.

SILVA, N.; FRANCISCO, A. C. de. THOMAZ, M. S. Turismo rural como fonte de renda das propriedades rurais: um estudo de caso numa pousada rural na região dos Campos Gerais no estado do Paraná. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 10, p. 22-37, 2010.

SILVERMAN, D. **Interpretação de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

THOMÉ, H. Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología la economía y la cultura. **Convergencia**. Toluca, v. 47, n. 15, p. 237-261, 2008.

_____. Turismo en áreas rurales, hacia un enfoque de espacios compatibles entre el campo y la ciudad. **Artículos y Ensayos de Sociología Rural**. Texcoco, n. 9, p. 65-78, 2010.

TOLEDO, V. M. Estudiar lo rural desde una perspectiva interdisciplinaria: el enfoque ecológico-sociológico. In: **Globalización, crisis y desarrollo rural en América Latina: memoria de sesiones plenarias**. México: Universidad Autónoma Chapingo, Colegio de Postgraduados, 1998. 172p.

VEIGA, J. E. **Cidades Imaginárias: o Brasil é menos urbano do que se calcula**. Campinas: Autores Associados, 2002

ZIMMERMAN, A. Planejamento e organização do turismo rural no Brasil. In: ALMEIDA, J. A. de J.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2000, p. 127-142.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO

