



DESAFIOS E DINÂMICAS ESPACIAIS DO **TURISMO RECEPTIVO**

Anderson Pereira Portuguez
Giovanni de Farias Seabra
Carmen Regina Dorneles Nogueira
(organizadores)



**Anderson Pereira Portuguez
Giovanni de Farias Seabra
Carmen Regina Dorneles Nogueira
(organizadores)**

**DESAFIOS E DINÂMICAS ESPACIAIS DO
TURISMO RECEPTIVO**

Ituiutaba, MG
2020



© Anderson Pereira Portuguez, Giovanni de Farias Seabra, Carmen Regina Dorneles Nogueira, 2020.

Editor da obra: Mical de Melo Marcelino.

Arte da capa: Anderson Pereira Portuguez.

Diagramação: David Luiz Pereira Leite.

Editora Barlavento

CNPJ: 19614993000110. Prefixo editorial: 5109 / Braço editorial da Sociedade Cultural e Religiosa Ilê Àse Babá Olorigin.

Rua das Orquídeas, 399, Residencial Cidade Jardim, CEP 38.307-854, Ituiutaba, MG.
barlavento.editora@gmail.com

Conselho Editorial da Editora Barlavento – Grupo Turismo:

Dra. Mical de Melo Marcelino (Editora-chefe)

Profa. Maria Izabel de Carvalho Pereira (Revisora).

Pareceristas:

Prof. Dr. Ricardo Lanzarini

Prof. Dr. Rosselvelt José Santos

Prof. Dr. Antonio de Oliveira Júnior

Profa. Cláudia Neu

Prof. Dr. Giovanni F. Seabra

Prof. Drnd. Bruno de Freitas

Prof. Dr. Jean Carlos Vieira Santos

Desafios e dinâmicas espaciais do turismo receptivo. Anderson Pereira Portuguez / Giovanni de Farias Seabra / Carmen Regina Dorneles Nogueira. Ituiutaba: Barlavento, 2020, 506 p.

ISBN: 978-65-5109-001-1

- 1.** Espaço. **2.** Turismo. **3.** Cultura. **4.** Hospitalidade.
2. I. PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **II.** SEABRA, Giovanni de Farias.
III. NOGUEIRA, Carmen Regina Dorneles.

Data de publicação e postagem da obra: 21 de Maio de 2020.

Todos os direitos desta edição foram reservados aos autores, organizadores e editores. É expressamente proibida a reprodução desta obra para qualquer fim e por qualquer meio sem a devida autorização da Editora Barlavento. Fica permitida a livre distribuição da publicação, bem como sua utilização como fonte de pesquisa, desde que respeitadas as normas da ABNT para citações e referências.

AGRADECIMENTOS AOS APOIADORES



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA –
CAMPUS PONTAL**



INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS DO PONTAL



PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA - UFU



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
GEOGRAFIA DO PONTAL – ICH/UFU**



EDITORA BARLAVENTO

SUMÁRIO

A Base Comunitária do Turismo no Baixo Rio Branco, Estado de Roraima, Amazônia Setentrional, Brasil

GIOVANNI DE FARIAS SEABRA 8

Turismo, Conhecimento e Reflexões Teóricas: um estudo de obras instigadas pelos contextos econômico, social e cultural

JEAN CARLOS VIEIRA SANTOS

MIRIAN PEREIRA GAUTÉRIO BIZZOTTO..... 34

Política Pública de Turismo como fator de promoção do Desenvolvimento Local e Regional

TANIZE DAMIAN PIZZUTI DA SILVA

CARMEN REGINA DORNELES NOGUEIRA..... 62

Voluntariado em Megaeventos Esportivos: um ensaio bibliográfico brasileiro

ARTHUR MENDES SOUSA

FILLIPE SOARES ROMANO 111

Políticas Públicas e Turismo: acessibilidade em espaços públicos

CLÁUDIO GABRIEL SOARES ARAÚJO

LISIANNE SABEDRA CEOLIN

CARMEN REGINA DORNELES NOGUEIRA..... 146

Vantagem Competitiva de um Destino Turístico: uma análise de Natal/RN (Brasil) na percepção dos turismólogos

DAENE SILVA DE MORAIS LIMA 176

Análise das ofertas de City Tour Histórico pelas agências receptoras de Fortaleza

MÁRCIA MARIA BEZERRA DE SOUSA

KARINE MARCULINO INÁCIO 198

Turismo Industrial: um estudo de caso do Polo Industrial no Município de Maracanau – CE

AMANDA MENDES DE CASTRO

MÁRCIA SOUSA..... 220

A atividade turística da Favela do Vidigal pela percepção local

FAUSI KALAOUM 256

O Projeto de Venda da Cidade Carioca e o Desenvolvimento do Turismo nas Favelas: o Morro Cantagalo

LORENE MONTEIRO MAIA 287

Meu Nome é Favela, Meu Nome é Quilombo: cartografias (in)visíveis do turismo carioca e buziano

MILENA MANHÃES RODRIGUES

TANIA MARIA DE FREITAS BARROS MACIEL

ANA MARIA MARQUES SANTOS..... 311

A comunicação como elo entre o turismo, a história e memória do patrimônio missioneiro

CARMEN REGINA DORNELES NOGUEIRA

JULIANA ROSE JASPER

MARIANA NOGUEIRA HENRIQUES

NADIR LURDES DAMIANI..... 333

Imagens Fundantes do Nordeste: de região açucareira, algodoeira-pecuarista aos espaços idílicos de lazer litorâneo

FREDERICO DO NASCIMENTO RODRIGUES

EUSTÓGIO W. C DANTAS..... 357

“Somos Herança da Memória”: as narrativas reproduzidas no tour da experiência em Vassouras

CAROLINA MARA TEIXEIRA..... 397

Uma discussão sobre o vinho e o turismo no horizonte do Vale dos Vinhedos e da Campanha Gaúcha

VANESSA MANFIO

VINÍCIO LUÍS PIEROZAN..... 444

Cultura, memória e o mito do Caboclo Bernardo na Foz do Rio Doce: notas sobre a fé, a festa e o turismo entre 2010 e 2020

ANDERSON PEREIRA PORTUGUEZ..... 470

Sobre os organizadores494

Sobre os autores.....496

A BASE COMUNITÁRIA DO TURISMO NO BAIXO RIO BRANCO, ESTADO DE RORAIMA, AMAZÔNIA SETENTRIONAL, BRASIL

Giovanni de Farias Seabra

Introdução

O relato em tela é fruto das observações e experiências adquiridas no transcurso do Projeto Baixo Rio Branco: potencialidades e vivências, da Universidade Federal de Roraima, com destaque nos trabalhos de campo realizados nos meses de outubro de 2018 e maio de 2019. A pesquisa inclui denso levantamento bibliográfico e cartográfico, possibilitando compreender a dinâmica socioambiental e econômica microrregional, com destaque no turismo comunitário.

O Baixo Rio Branco está localizado nas fronteiras meridionais do estado de Roraima com o noroeste do estado do Amazonas, tendo como limites planetários o céu, a floresta e as águas, elementos estes que, quando combinados, florescem na infinitude da paisagem equatorial.

Após levantamentos bibliográficos, cartográficos e documentais, iniciamos a primeira expedição em outubro de 2018, durante a estação seca. Partindo do pequeno porto, a jusante de Caracaráí, constatamos a riqueza pesqueira do rio Branco, de águas claras¹, quando observamos a grande

¹ Na Amazônia se distinguem os rios de águas claras (rio Branco) e os rios de águas escuras (rio Negro); os primeiros possuem uma fauna aquática abundante, fruto da grande quantidade de matéria orgânica transportada; ao

quantidade de redes de pesca, abandonadas e dependuradas nos barrancos e nas copas das árvores às margens do rio Branco, atadas a centenas de garrafas pets. Os vasilhames plásticos, agora inservíveis, são utilizados como boias para a sustentação das malhas, na estação das águas, com o objetivo ambientalmente e ecologicamente perverso de recolher toneladas de peixes em curto espaço de tempo no rio Branco e seus afluentes, como também igarapés, furos, paranás e lagos². Os célebres barcos *geleiros* sobem os rios arrastando as malhas de 100 a 300 metros de comprimento, aprisionando peixes de todos os tamanhos, e também tracajás, tartarugas, jacarés e botos. Estruturadas num arranjo hídrico de *vasos comunicantes*, as comunidades dependem umas das outras e todas são subservientes aos grandes centros regionais, mesorregionais e microrregionais de Boa Vista, Caracará e Santa Maria do Boiaçu (Roraima); Manaus, Barcelos, Novo Airão e Moura (Amazonas).

No período de 15 a 31 de maio de 2019, realizamos a segunda expedição exploratória, no período de quinze dias, com o objetivo de conhecer e vivenciar experiências nos povoados restantes e ainda mais remotos. Integrando a equipe, desta vez ampliada, além dos expedicionários da viagem anterior, um pesquisador da Universidade Federal de Roraima, três pesquisadores da Universidade de Rondônia, uma gestora ambiental e uma consultora socioambiental, além dos tripulantes. Após percorrer 140 quilômetros na rodovia 174, de

passo que o segundo grupo possui recursos pesqueiros escassos, em virtude da carga reduzida de substâncias orgânicas.

² Os furos são canais fluviais ligando dois rios; os paranás constituem braços de rio contornando ilhas; os igarapés denominam rios pequenos.

Boa Vista à Caracaraí (RR), a expedição seguiu por vias fluviais mais de mil quilômetros, partindo de Vista Alegre (Caracaraí), chegando à foz do rio Branco no rio Negro, nas proximidades do Parque nacional de Anavilhamas (Amazonas), e daí seguimos até o extremo da expedição, no alto rio Jauaperi. Desde o rio Negro, continuamos navegando nos rios Xeurini e Jufari, além de uma série de canais e furos, com uma parada no município de Moura (AM), e em seguida subindo o rio Jauaperi, até a comunidade de Xixuaú (Rorainópolis, RR). A logística incluiu uma embarcação de maior porte, com apoio de duas lanchas, tripulação, serviço de bordo e 11 pesquisadores; ademais as condições climáticas eram favoráveis, uma vez que o rio estava cheio, sem formação de praias e bancos de areia, facilitando a navegação.

O Baixo Rio Branco

Serpenteando ao longo de 1300 quilômetros, o rio Branco é o maior curso d'água de Roraima e principal afluente do rio Negro, o qual, por sua vez, é o mais importante tributário da margem esquerda do rio Solimões, donde recebe a denominação de rio Amazonas. O Baixo Rio Branco (figura 1) se inicia na comunidade de Vista Alegre, próxima à sede municipal de Caracaraí, e tem sua foz no Rio Negro (Amazonas), ao sul do arquipélago de Anavilhamas, no estado do Amazonas, percorrendo uma distância estimada em 388 km (FREITAS, 2012).

Figura 1: O Baixo Rio Branco na estação seca.
Vila de Sacaí, Roraima.



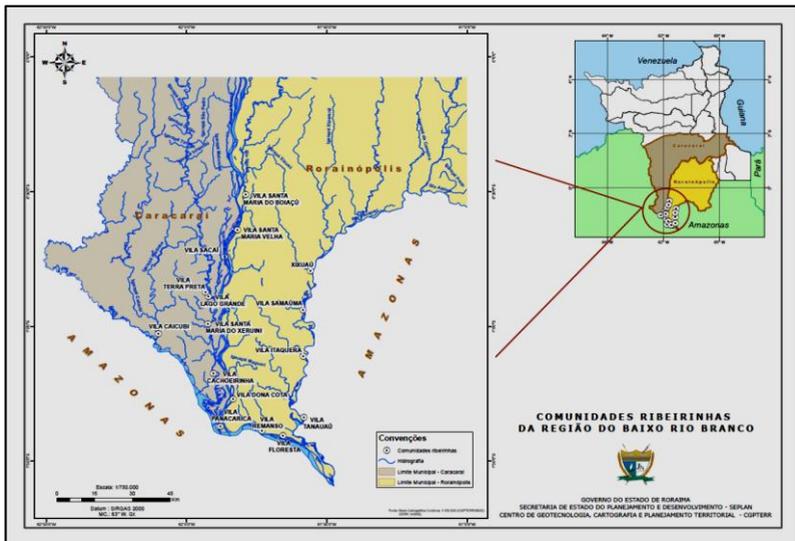
Fonte: Giovanni de Farias Seabra (2018).

Quanto ao termo *comunidades ribeirinhas*, no trabalho em tela utilizamos as categorias gravadas no Decreto Federal nº 6.040, de 07 de fevereiro de 2017, que instituiu a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais (PNPCT), em particular o Artigo 3º, inciso (s) I a II, que trata sobre os povos e comunidades tradicionais, territórios tradicionais e desenvolvimento sustentável. (BRASIL, 2007a). Os ribeirinhos são, portanto, comunidades tradicionais que vivem em agrupamentos humanos dispersos e localizados, como o próprio termo sugere, ao longo dos rios, seus tributários e nas bordas dos lagos, mantendo uma relação particular com a natureza, sobretudo com os rios e a florestas, traduzida na incorporação de saberes conexos aos ciclos naturais e os componentes ecossistêmicos locais. No vocabulário amazônico, morar em várzea, significa habitar um terraço fluvial inundável e suspenso até 20 metros no nível da

água na estação seca. Por conseguinte, na estação das águas, em algumas semanas o caudal transborda nas margens, invadindo as residências, escolas, igrejas e estabelecimentos comerciais construídos no piso das várzeas.

Algumas comunidades, umas mais e outras menos, incorporaram objetos e valores culturais obtidos com o fenômeno da globalização, sobretudo em decorrência da maior facilidade de comunicação, o uso de tecnologia moderna, e absorção de novos hábitos e alimentos industrializados. Ao adquirirem os costumes mundializados os ribeirinhos tornam-se menos tradicionais e mais globais. Mesmo com acesso às informações e notícias de outras regiões e países, os caboclos preferem permanecer onde estão receosos de não poderem garantir a subsistência e prosperidade nos grandes centros urbanos. São poucas as famílias com recursos, ou que mobilizam esforços surpreendentes para encaminhar os filhos aos centros maiores, como Manaus, Boa Vista, Caracará e Rorainópolis, onde são oferecidos cursos de segundo grau e de ensino superior. Nesse contexto, apreender a dinâmica de uso e apropriação dos territórios ribeirinhos, em particular relacionada ao modo de produção e à qualidade de vida, nos impele a uma análise da realidade social vinculada aos arranjos produtivos locais, às práticas sustentáveis e à gestão pública. As comunidades possuem relações comerciais associadas à economia das cidades de Rorainópolis, Caracará, Manaus e outros vilarejos hierarquicamente estruturados. No município de Rorainópolis encontram-se as vilas de Santa Maria do Boiaçu, Santa Maria Velha, Remanso, Floresta, Bela Vista, Itaquera, Samaúma, Xixuaú e Dona Cota. Por outro lado, Sacaí, Canauní, Lago Grande, Terra Preta, Cachoeirinha, Caicubí e Panacarica estão situados no município de Caracará (mapa 1).

Mapa 1: Localização das comunidades visitadas no Baixo Rio Branco.



Fonte: SEPLAN (2019).

Metodologia

Considerando que o objeto de estudo, o Baixo Rio Branco compreende um vasto território a ser descoberto através da pesquisa científica, optamos por uma abordagem metodológica indutiva, possibilitando analisar os componentes sistêmicos para a compreensão da totalidade. O eixo metodológico conduz ao arranjo espacial do território a ser pesquisado, sendo este a expressão fenomênica da estrutura ambiental e socioeconômica, permitindo conhecer as contradições que regem dinâmica espacial. Em sua vertente humanística, a metodologia induz a captar a percepção que os moradores têm do ambiente em que

vivem, ou seja, as potencialidades e vivências, materializadas no modo de vida e nos arranjos produtivos locais.

O procedimento operacional baseou-se no levantamento bibliográfico e cartográfico, e uso de geotecnologias, como drone, gps, tendo como suporte entrevistas com as lideranças locais e moradores, e registros fotográficos para uma melhor compreensão do território, o povoamento e as relações socioambientais. Desse modo, as visitas às comunidades foram pautadas, sobretudo, nos modos de produção, educação básica e fundamental, educação ambiental e na qualidade de vida dos ribeirinhos. Optamos por coletar as informações demográficas junto às lideranças locais e moradores mais antigos, com entrevistas e gravações de vídeo, e também desfrutando momentos de vivências com adultos, jovens e crianças (figuras 2 e 3).

Figura 2: Processos interativos e vivências com as comunidades Terra Preta e Sacai.



Fonte: Roberto Carlos Caleffi (2019).

Figura 3: Processos interativos e vivências com as comunidades Terra Preta e Sacaiá.



Fonte: Roberto Carlos Caleffi (2019).

No decorrer das expedições ao Baixo Rio Branco compreendemos a estrutura do povoamento ribeirinho e suas conexões economicamente hierárquicas, onde os principais polos mesorregionais são as cidades de Boa Vista, Caracará e Rondonópolis (Roraima) e Manaus, no Amazonas. Os polos atrativos microrregionais, por sua vez, são as vilas ribeirinhas com maiores adensamentos populacionais e serviços, representadas pelas localidades de Santa Maria do Boiaçu (Rorainópolis, RR); Novo Airão, Moura e Barcelos (Amazonas). Tais núcleos urbanos exercem grande influência nos povoados e vilas, e, por isso, denominamos *circuito superior* da economia urbana (SANTOS, 2008). As comunidades ribeirinhas de menor porte, em área ocupada e

efetivo populacional correspondem regionalmente ao *circuito inferior* da economia urbana (SANTOS, op. cit.).

Nas extensas áreas da bacia hidrográfica vivem populações típicas da Amazônia brasileira que se alimentam basicamente, dos produtos da floresta, dos rios e dos roçados, de acordo com a estação das águas e da seca. As atividades estão associadas à pesca, à caça, à cultura de subsistência, em particular, o plantio da mandioca para a produção da farinha (figura 4), ao extrativismo da castanha do Brasil, do cupuaçu, do açaí, dentre outros. Tais atributos naturais são fundamentais para a qualidade de vida, geração de emprego e renda, e o bem-estar das populações. Nas comunidades, as casas (figura 5) são de madeira, construídas em sua maioria no modelo arquitetônico de palafita, devido ao regime de cheia dos rios.

Figura 4: Casa de farinha.



Fonte: Giovanni de Farias Seabra (2019).

Figura 5: Habitações típicas em palafitas.



Fonte: Giovanni de Farias Seabra (2019).

Turismo Comunitário e qualidade de vida

Os problemas ambientais seguem aumentando geometricamente no Planeta, ocasionados e impulsionados com a aceleração do consumo, verificada tanto em segmentos sociais privilegiados como nas camadas menos favorecidas, acarretando aumento no gasto de energia e agravando a poluição dos ares, rios, mares e reservas aquíferas subterrâneas (SEABRA, 2013). A educação ambiental enfatiza a qualidade de vida e a sustentabilidade. Porém, na pós-modernidade, o bem estar está associado à aquisição de bens de consumo diversos *descartáveis* e *duráveis*. No Baixo Rio Branco o consumo é restrito, o dinheiro é raro e circula restritamente, sendo comum o escambo, uma prática medieval em voga na Amazônia do terceiro milênio.

Por outro lado, as comunidades do Baixo Rio Branco estão direta e indiretamente relacionadas às áreas protegidas da natureza, uma vez que alguns vilarejos localizam-se no interior de unidades de conservação ou tangenciados por outras. As áreas protegidas do Baixo Rio Branco de domínio federal são o Parque Nacional do Viruá, a Floresta Nacional Anauá, a Estação Ecológica Niquiá e a Reserva Extrativista Rio Branco – Jauaperi; são também encontradas na região a Área de Proteção Ambiental Baixo Rio Branco (estadual); e a Estação Ecológica Caracaraí (municipal).

A RESEX Rio Branco – Jauaperi está localizada entre Rorainópolis (RR) e Novo Airão (AM), contendo 581.173 hectares, no chamado Corredor Central da Amazônia - CCA. O entorno das unidades de conservação é habitado pelos grupos indígenas Yanomami e Waimiri-Atroari. No interior e bordas das áreas protegidas vivem as populações tradicionais ribeirinhas, cujo acesso, na maioria das vezes, somente é possível pelo ar ou pela água. Nas áreas protegidas da natureza a maior parte dos produtos comercializados é retirada *in natura* dos rios, igarapés, lagoas e da floresta, como peixes, quelônios, répteis, mamíferos, aves, madeiras, lenha, óleos e sementes.

Alguns setores das reservas extrativistas e áreas de proteção ambiental, sobretudo rios, igarapés e lagos, são reservados ao ecoturismo internacional e à pesca esportiva de luxo, cujos consumidores são atraídos pelo marketing turístico amazônico comunitário. São *os ecos do turismo*, (SEABRA, 2004), uma vez que as comunidades são muito pouco ou quase nada beneficiadas, quando comparado aos vultosos recursos captados pelas empresas de turismo e organizações não governamentais que operam com o turismo *comunitário*.

No tocante à educação ambiental e qualidade de vida nas comunidades ribeirinhas, em quase todas as vilas são observados o reaproveitamento de carcaças de eletrodomésticos, latas, garrafas pet e outros utensílios que servem como objetos utilitários, decorativos e brinquedos. Em algumas vilas existe o cuidado na varrição dos terrenos, limpeza das casas e ornamentos das varandas com arranjos de flores, e as panelas ariadas. Velhas canoas desativadas são transformadas em canteiros para o cultivo de temperos, ervas e hortaliças (figura 6), numa combinação harmoniosa com as palafitas.

Figura 6: Reutilização de velhas canoas para cultivo de hortaliças.



Fonte: Claudia Neu (2019).

Os ambientes das escolas, mesmo humildes, acanhados e escuros, são mantidos limpos e decorados com cartazes

transmitindo mensagens educativas e ambientais, ao passo que as crianças são orientadas a manterem o asseio pessoal e a limpeza da escola, sendo educadas para deixarem as sandálias na porta do colégio (figura 7). A mesma conduta é adotada nas suas casas, como hábito contumaz nas vilas ribeirinhas.

Figura 7: sandálias das crianças acomodadas na porta da escola.



Fonte: Giovanni de Farias Seabra (2019).

O índice de satisfação da população do Baixo Rio Branco é alto, pois noventa por cento dos entrevistados asseguram que preferem viver onde estão. As crianças são alegres e se divertem com as brincadeiras infantis e banhos de rio. O rio, a floresta e o solo, lhes oferecem o peixe, a caça, o açaí, a castanha, a mandioca, a farinha, a madeira para a construção das casas e barcos, medicamentos naturais e tudo o que é preciso para viver.

Em levantamento efetuado junto à população tradicional do rio Jauaperi foram catalogados 280 indivíduos arbóreos, pertencentes a 137 espécies botânicas úteis aos povos da floresta. As plantas eram agrupadas nas categorias alimento, construção, medicina, tecnologia de caça e pesca, tecnologia de transporte, tecnologia de artesanato e combustível (AMMANN, 2014).

O isolamento das comunidades, as longas distâncias fluviais percorridas, as dificuldades logísticas, a educação básica inexistente ou precária, a ausência de saneamento, a elevada incidência de doenças, o ineficaz atendimento médico, a escassez de água potável, e a pobreza são fatores que impulsionam o índice de Desenvolvimento Humano – IDH para baixo. A rede de esgoto é inexistente em todas as comunidades, onde constatamos a presença unânime da fossa negra, importante meio de contaminação, construída de forma rústica. Eventualmente algumas famílias são beneficiadas com a instalação de fossas secas, permitindo condições higiênicas e sanitárias mais adequadas.

Nos últimos meses de 2018 e início de 2019, a Fundação Nacional de Saúde (FUNASA) instalou em algumas comunidades equipamentos para abastecimento de água potável Salta – Z. No entanto, na maioria das vilas existem problemas técnicos e, em alguns casos, sequer o sistema foi instalado. Como regra geral, os moradores usam baldes e botijões para o transporte, pois o sistema não inclui encanamento. Porém, na maioria das vilas a água é consumida diretamente do rio sem qualquer tratamento; o fato diz respeito inclusive à água servida aos alunos nas escolas. Por conseguinte, existe elevado endemismo de doenças de veiculação hídrica, bem como

mortalidade por viroses e diarreias, relacionadas ao consumo inadequado da água do rio e à falta de saneamento básico.

Dialeticamente, práticas e equipamentos modernos são utilizados paralelamente às técnicas de produção artesanal. De um lado, meios de hospedagem de luxo (figura 8), lanchas velozes, equipamentos de pesca de última geração, primeiros socorros, sistemas de iluminação e refrigeração disponíveis aos turistas. Já os ribeirinhos se utilizam das *rabetas*³, pequenas canoas de uso popular, uso de ferramentas simples no dia-a-dia, a pesca artesanal, o cultivo de mandioca e as casas de farinha. Algumas comunidades se destacam por manterem afinidades com os grandes centros emissores do turismo do país e do exterior, sobretudo Santa Maria do Boiaçu e Xixuaú. As comunidades de Santa Maria Velha, Sacaiá, Canauinin, Lago Grande e Terra Preta são consagrados destinos turísticos para pesca esportiva (figura 9). Por isso têm uma interatividade maior com Caracaraí e Santa Maria do Boiaçu.

³ Rabetas são canoas rústicas providas de pequenos motores de popa.

Figura 8: Equipamentos de hospedagem.
Terra Preta, Rorainópolis.



Fonte: Giovanni de Farias Seabra (2019).

Figura 9: Lancha de apoio para pesca esportiva.
Terra Preta, Rorainópolis.



Fonte: Giovanni de Farias Seabra, 2019.

Entre os povoados do Baixo Rio Branco, Santa Maria é a mais bem servida de equipamentos e serviços. Todavia, no porto (figura 10), os barcos são amarrados uns aos outros e nas toras flutuantes, pois não existe um simples trapiche para atracamento das embarcações. No lugar do píer uma grande voçoroca ameaça engolir a rampa de acesso ao povoado (SEABRA, 2019). No principal logradouro (figura 11), onde ocorrem festejos e encontros comunitários, postes esquecidos e entulhados são utilizados como bancos pelos usuários dos tênues sinais de internet gratuita.

Figura 10: Porto de Santa Maria do Boiaçu vulnerável às voçorocas.



Fonte: Giovanni de Farias Seabra (2019).

Figura 11: em lugar da praça, postes abandonados no principal logradouro da vila.



Fonte: Giovanni de Farias Seabra (2019).

Existe também uma pista de pouso que atende aos vôos regulares dos turistas e um posto policial. As duas escolas de ensino fundamental e médio permaneceram fechadas durante quase todo o período letivo de 2019, pois os professores alegam as longas distâncias a serem percorridas desde Rorainópolis, onde fixaram residência. Por efeito demonstração, e motivos semelhantes, os docentes estão ausentes na maioria das escolas ribeirinhas. Ademais, as instalações precárias, a falta de material escolar e da merenda, inviabilizam a regularidade das aulas.

Os insetos, mosquitos e carapanãs acentuam a vulnerabilidade dos ribeirinhos de todas as idades; sendo comuns as doenças de pele e erupções cutâneas causadas pelos insetos. Contraditoriamente, os ribeirinhos produzem e comercializam o óleo e vela de andiroba, repelente natural

encontrado abundantemente na floresta. O hospital pouco oferece em termos de medicamento, dispondo quase e tão somente de remédios para pressão e diabetes. Esparadrapo, mercúrio e materiais para primeiros socorros não existem. Os dois médicos, *sem fronteiras*, um cubano e o outro peruano, que trabalham em Santa Maria, alternam-se a cada quinze dias, e prestam todo tipo de atendimento, inclusive partos. Nas outras 15 localidades as crianças vêm ao mundo pelas mãos das parteiras.

É importante ressaltar que a *metrópole* Santa Maria do Boiaçu funciona como um ímã centralizador dos serviços básicos de saúde e segurança em relação às comunidades vizinhas, exercendo forte atração sobre Santa Maria Velha, Sacaiá, Canauinin, Lago Grande e Terra Preta. As demais, localizadas na confluência com o rio Negro, ou às margens do rio Jauaperi (RR), estão voltadas para Manaus, Barcelos, Novo Airão e vila de Moura, no estado do Amazonas.

Na vila de Sacaiá, onde vivem 230 habitantes, são corriqueiros os ataques dos morcegos contra os ribeirinhos, principalmente crianças. No decorrer da primeira expedição, quando pesquisadores e a equipe de apoio dormiam nas redes em uma marcenaria de barcos, sobre palafitas e sem paredes, houve o assédio dos morcegos na madrugada. Foram vitimados o coordenador do projeto, o jornalista e o piloto do barco. Mesmo sendo comuns as incursões dos morcegos hematófagos em Sacaiá e em outros povoados ribeirinhos, a medicação só foi possível dias depois, quando as vítimas foram atendidas em Boa Vista.

Entre as comunidades visitadas, Itaquera é uma das mais limpas e bem cuidadas, onde as casas são adornadas com artefatos decorativos elaborados com material reciclado.

Segundo os moradores, a comunidade recebeu três prêmios da OSCIP – Organização da Sociedade Civil Doutores das Águas, pela prática sustentável. Contraditoriamente aos prêmios ambientais recebidos, o rio Jauaperi é a principal fonte de água para consumo, no qual a cor escura e o sabor da água são as principais reclamações; os sintomas de diarreia são atribuídos à qualidade da água consumida. Quando é possível, os enfermos são transportados para os municípios de Rorainópolis, em Roraima, ou Novo Ayrão, no estado do Amazonas.

A comunidade de Xixuaú, com 60 habitantes, entre crianças jovens, adultos e idosos é conhecida nos meios de comunicação e nas redes sociais por desenvolver o turismo ecológico e a educação ambiental. É um dos povoados mais remotos da Amazônia, localizado no alto rio Jauaperi, inserida na Reserva Extrativista Rio Branco – Jauaperi e nas cercanias da Reserva Indígena Waimiri-Atroari. O *orelhão*, de uso gratuito, permite a comunicação da comunidade e turistas com qualquer parte do mundo. As ruas são limpas e algumas residências exibem recipientes destinados à deposição de lixo selecionado. No entanto, a equipe de pesquisadores observou moradores queimando e enterrando os resíduos sólidos, e também produzindo carvão para uso nos fogões residenciais. A baixíssima renda dos comunitários impede a compra o gás de cozinha devido ao alto preço dos botijões e o transporte.

A escola municipal, com aproximadamente 12 alunos matriculados, estava fechada como quase todas as outras do Baixo Rio Branco. Já o posto de saúde encontra-se desativado por falta de medicação e profissionais. Atualmente, o atendimento médico à população é realizado por um agente de saúde e, eventualmente, pelos *doutores das águas*. As principais enfermidades estão relacionadas diretamente com a ausência de

saneamento básico e a água consumida do rio Jauaperi, assim como em Itaquera, Samaúma e outros povoados. Uma parcela dos nativos está vinculada à Cooperativa Agroextrativista do Xixuaú-Coopxixuaú, coordenada pela bióloga italiana Emanuela Evangelista, que opera o ecoturismo através da organização não governamental ONLUS Amazônia. Outros moradores estão atrelados a um projeto turístico da Associação Amazônia, dirigido pelo escocês Christopher Clark. Todavia, nesse lugar remoto, como inúmeros outros lugarejos amazônicos, empoderamento dos nativos é coisa que não existe. O poder é compartilhado entre os dois estrangeiros, ambos, direta e indiretamente, vinculados a organizações não governamentais internacionais.

Entre os projetos desenvolvidos na região constam o Botânica Comunitária Xixuaú-Xiparinã, com apoio da ONG Amazon Charitable Trust, sediada em Londres, em parceria com o INPA - Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Manaus), e o Royal Botanic Gardens (Londres). O ecoturismo é apoiado internacionalmente pela Associação Amazônica ONLUS, que capta recursos e doações no exterior, sob o argumento de proteger a floresta, os índios e os caboclos. As vultosas somas arrecadadas pelas instituições pouco chegam aos ribeirinhos, o que é evidenciado no contraste dialético entre o padrão econômico e social dos estrangeiros, quando comparados à baixa qualidade de vida dos nativos.

Quase como súditos, os ribeirinhos prestam serviços aos líderes comunitários estrangeiros (figura 12), trabalhando como guias, pilotos de barcos, camareiros, cozinheiros, garis e também na construção e manutenção dos equipamentos de hospedagem (figura 13).

Figura 12: Transporte de folhas para cobertura de equipamentos turísticos.



Fonte: Giovanni de Farias Seabra (2019).

Figura 13: Chalés para acomodação dos turistas (Xixuaú).



Fonte: Giovanni Seabra (2019).

Os Ecos do Turismo

Desde os anos 1970 vários projetos econômicos em nível federal e estadual foram implantados na Amazônia. Decorridos cinquenta anos, o cenário socioambiental e econômico amazônico tem sido agravado com o avanço da devastação ambiental, concentração da renda e exploração perversa da mão-de-obra local. Os grandes projetos regionais, com incentivos econômicos federais, estaduais e internacionais abrangem um vasto leque de atividades, como a exploração madeireira e mineral, essências florestais, agropecuária, pescados e o turismo.

No entanto, os projetos de desenvolvimento têm sido pautados pela degradação ambiental e exclusão social, a exemplo do turismo, dito *comunitário*.

O turismo sustentável deve ser focado na melhoria da qualidade de vida da população local, garantindo às famílias a educação, energia, água potável, esgotamento sanitário, assistência na saúde e dentária, tratamento e destino final dos resíduos sólidos. Todavia, o estado de vulnerabilidade em que se encontram as comunidades do Baixo Rio Branco, principalmente no tocante ao saneamento básico, abastecimento de água, saúde, educação e energia elétrica constata a perpetuação do modelo econômico socialmente excludente. O turismo não foge à regra, visto que os recursos destinados ao bem estar dos nativos são pífios ou inexistentes, por parte das operadoras de turismo e o governo em níveis municipal, estadual e municipal.

Os programas e ações da gestão pública, quando existem, ocorrem pontualmente, via-de-regra, em razão de troca por votos, sendo insuficientes para atender as necessidades

emergenciais das comunidades. A vacância aberta pela ausência das políticas públicas abre espaço para a instalação de organizações e instituições exploradoras dos recursos florestais, culturais e humanos, com o objetivo principal de obter lucros elevados a custos reduzidos. Os rendimentos familiares básicos e suplementares são oriundos das microformas de arranjos produtivos locais, cujos insumos são colhidos na roça, no rio e na floresta.

Referências

AMMANN, S. Etnobotânica de Árvores e Palmeiras em Três Comunidades Ribeirinhas do Rio Jauaperi, na Divisa entre Roraima e Amazonas. Dissertação de Mestrado. Manaus: INPA, 2014.

BRASIL. *Decreto nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007*. Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6040.htm>. Acesso em: 03 de outubro de 2019. 2007a.

BRASIL. Lei Nº 11.445, de 5 De Janeiro de 2007. *Política Nacional de Saneamento Básico*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Lei/L11445.htm>. Acesso em: 03 de outubro de 2019. 2007b.>

BRASIL. *Lei nº 9.433, de 8 de Janeiro de 1997*. Política Nacional de Recursos Hídricos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9433.htm>. Acesso em: 03 de outubro de 2019.

DEWAR, E. *Uma demão de verde*. Os laços entre grupos ambientais, governos e grandes negócios. (2ª Edição). Rio de Janeiro: Capax Dei Editora, 2007. 503p.

DOUTORES DAS ÁGUAS. *Portal Doutores das Águas*. Disponível em: <<https://www.doutoresdasaguas.org.br>>. Acesso em 16/10/2019, às 13:20.

EXPEDIÇÃO KATERRE. *Portal Expedição Katerre*. Disponível em: <<http://www.katerre.com/portal>>. Acesso em 09/10/2019, às 15:00.

FREITAS, A. *Geografia e história de Roraima*. Boa Vista: DLM, 2012.

GUAZZELLI, A. C. *Organização comunitária diferencia Xixuaú*. Novembro de 2008. Disponível em: <https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/areas_prioritarias/amazonia1/nossas_solucoes_na_amazonia/exp/expedicao_mariua_jauaperi/blog/?16420>. Acesso em: 09/10/2019, às 14:00.

IBGE. Caracarai – Panorama. *Portal IBGE Cidades*. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rr/caracarai/panorama>>. 2019. Acesso em: 24 de julho de 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. *Mapa físico do estado de Roraima*. Disponível em: <<https://mapas.ibge.gov.br/bases-e-referenciais/bases-cartograficas.html>>. Acesso em: 26 de julho de 2019.

RODRIGUES, V. K. M. “Comunidades Tradicionais”: uso e apropriação do território em ilhas federais do rio Uraricoera-RR. Universidade Federal de Roraima. Instituto de Geociências. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Dissertação de Mestrado. Boa Vista (RO), 2016.

SANTOS, M. *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos*. (2ª edição). São Paulo: Edusp, 2008. 433p.

_____. *A natureza do espaço: espaço e tempo: razão e emoção*. 3ª edição. São Paulo: Hucitec, 1999.

SEABRA, Giovanni F. *Baixo Rio Branco, Roraima: o Brasil dos esquecidos*. Brasília: Notibrás, maio, 2019.

_____. Educação ambiental: conceitos e aplicações. In SEABRA, Giovanni F. *Educação Ambiental: conceitos e aplicações*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2013.

_____. *Ecos do Turismo: o turismo ecológico em áreas protegidas*. Campinas: Editora Papirus, 2004.

_____. *Pesquisa Científica: o método em questão*. Brasília: Editora da UnB, 2001.

TUAN, Y. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo: DIFEL, 1980.

XIXUAÚ AMAZON ECOLODGE. *Special Trips to the Amazon Forest*. Disponível em: <<https://www.amazontrip.info/web/en/special-trips-in-amazon>>. Acesso em 14/10/2019, às 14:30.

**TURISMO, CONHECIMENTO E REFLEXÕES
TEÓRICAS:
um estudo de obras instigadas pelos contextos econômico,
social e cultural**

Jean Carlos Vieira Santos

Mirian Pereira Gautério Bizzotto

Introdução

Este capítulo objetiva suscitar uma discussão acerca das obras *Turismo nos países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios* (2014), que é a mais recente obra de turismo do mundo português organizada por Carlos Costa, Filipa Brandão, Rui Costa e Zélia Breda, *Introdução ao Turismo* (2001) e *Turismo em Portugal: sucessos e insucessos* (2012), ambas de Licínio Cunha. São coletâneas que buscam ampliar o debate e dar maior visibilidade aos trabalhos de pesquisadores envolvidos com a produção e apropriação dos espaços, territórios e paisagens pelo turismo.

Esses livros são, em boa parte, produtos de diversas reflexões e dimensões teóricas acerca da atividade turística, provocando abordagens que instigam diversos questionamentos como: o turismo e lazer podem conquistar a sua própria escala de valores e dar origem a diferentes correntes turísticas no âmbito da geografia, economia, gestão, sustentabilidade e áreas afins? Quais motivações, além do cunho educativo/investigativo, são inerentes às pesquisas de espaços turísticos em diferentes países de língua portuguesa? Como as

pesquisas desenvolvidas no mundo lusófono trazem contributos importantes para a multiplicidade de questões e ações convergentes e divergentes que o debate a respeito do turismo suscita?

Nesse caso, cabe destacar que este capítulo buscará apresentar os valores conceituais, científicos e a sensibilidade de diferentes autores que partilham suas vivências e experiências acerca do estudo do turismo, expressando fecundas ideias de natureza teórica e metodológica. Para os estudiosos aqui apresentados, o turismo representa uma alternativa socioeconômica, no âmbito da cidadania, de geração de emprego e fonte de renda, do desenvolvimento de base local, da sustentabilidade, da promoção do desenvolvimento econômico e cultural.

Concomitante às obras evidenciadas, foram verificados outros trabalhos que contribuíram significativamente para ampliar o diálogo aqui apresentado. Essas leituras mostram que o turismo é “atualmente um setor estratégico do desenvolvimento das sociedades, concretizando fluxos de pessoas e bens que, em nível mundial e europeu, assume uma importância apenas ultrapassada por setores globalizados” (SILVA, PERNA, 2005, p. 449).

A leitura dessas obras mostra que o turismo é um fenômeno espacial, cujo desenvolvimento exige atuações multidisciplinares sobre variáveis econômicas, sociais, ambientais e institucionais. A escala sobre a qual essas ações são planejadas e executadas tem por denominador comum a delimitação de um território, o qual geralmente corresponde a uma região minimamente identificada de oferta e comercialização turística. O investimento turístico, ao dotar a região de infraestruturas, tem forçosamente de balizar o sentido

e dimensão desse investimento por critérios de organização territorial, tendo atenção à multiplicidade de atividades que nesse se localizam.

Portanto, este capítulo tem como ponto de partida uma abordagem conceitual do mundo lusófono, buscando alargar o debate em torno de questões e experiências que envolvem inúmeros pesquisadores do turismo em diferentes contextos globais, preocupados em apresentar contribuições científicas a essa área do conhecimento. Desse modo, fundamentado em Boaventura (2007), o capítulo utiliza o método analítico que representa um considerável efeito indutivo de pensar e dialogar com diferentes autores, sendo um instrumento didático, pois a aprendizagem se centraliza passo a passo. O método:

[...] analítico é utilizado por intermédio da leitura das paisagens regionais, do vivido e dos aspectos percebidos durante os trabalhos [...], a fim de se compreender os aspectos humanos e as limitações de cada lugar ou atrativo turístico. [...] utilizando também os métodos de interpretação e de pesquisa. Uma visão da realidade, da ciência e do movimento. (SANTOS, 2013, p. 15)

O caminho metodológico adotado para o desenvolvimento deste trabalho consiste numa revisão bibliográfica sobre o estudo e a investigação do turismo no mundo português, com vistas a conhecer suas partes conceituais. Desse modo, as diferentes teorias extraídas de obras com renomados autores é um recurso muito importante e útil para a academia desvendar as lógicas do desenvolvimento sustentável e as potencialidades de turismo e lazer que existem em cada lugar ou destino de visitação.

Aportando na introdução ao turismo: escala de valores e correntes turísticas

O autor português, Licínio Cunha, é uma das principais referências do estudo e investigação do turismo em Portugal, sempre procurou despertar nos diversos sujeitos presentes nas academias científicas um debate que valorize as questões espaciais, políticas, sociais e econômicas ligadas à atividade turística e sua sustentabilidade. Dessa forma, o conteúdo do livro *Introdução ao Turismo* indica que cada tipo de turismo possui a sua própria escala de valores e origina correntes turísticas próprias, mas dois ou mais tipos podem combinar-se na mesma viagem. Inicialmente a obra sublinha que as:

[...] mais diversas razões que o homem sempre se movimentou de uns locais para outros mas, porque o fazia livremente, não havia necessidade de o identificar por qualquer designação particular. A necessidade de uma expressão para designar o indivíduo que se desloca só se verificou quando o homem se tornou sedentário, conduzindo a noção de territorialidade e fronteira. A partir daí, passou a chamar-se hóspede (hospites em latim, ou xénos em grego), viandante, viajante ou forasteiro. (CUNHA, 2001, p.15)

Essas expressões mantiveram-se durante séculos para designar qualquer pessoa que se deslocasse, com objetivos pacíficos, independentemente da razão porque o fazia. Só quando as deslocções das pessoas, por motivos de prazer, de cultura ou de repouso, alcançaram caráter de regularidade, dando origem a atividades econômicas, é que passou a haver a necessidade de designá-las por uma expressão própria.

De acordo com Cunha (2001), não se conhece o momento exato de aparecimento da palavra, mas é geralmente aceito que

tem origem nas viagens que os ingleses se habituaram a realizar no continente europeu, para complemento da sua educação, sobretudo a partir do final do século XVII, durante as quais realizavam a *Grand Tour*. Aqueles que participaram nesta viagem passaram a ser conhecidos por turistas (*tourists*) e a atividade a que deram origem passou a designar-se por turismo (*tourism*). Alguns autores:

[...] identificam o ano de 1760 (FUSTER, 1967), como aquele em que a palavra *tour* aparece documentalmente, mas é a partir da publicação, em 1838, das *Mémoires d'un Touriste de Stendhal* que se generaliza a expressão turista (*touriste*). Em Portugal, Eça de Queiroz utiliza a palavra *touriste* no seu romance “Os Maias”, editado em 1888, na forma francesa porque a palavra não sido ainda transposta para a língua portuguesa o que só se verificou a partir do início do século XX. (CUNHA, 2001, p.15)

O termo “visitante do dia (*same-day-visitor*), em substituição do termo excursionista, é todo o visitante que não passa a noite no local visitado” (CUNHA, 2001, p.19). Na vertente espacial, a obra aporta em diferentes discussões associadas à presença da atividade turística em regiões, territórios e lugares, um exemplo, é a ênfase dada ao turismo interior, que agrupa o turismo interno ou doméstico e o receptor, abrangendo, portanto, o turismo realizado dentro das fronteiras de um país, tanto por residentes como por não residentes.

Nessa lógica é estabelecida uma diferença entre turismo cultural e turismo histórico, reservando o primeiro para as relações das pessoas com os estilos de vida (*old style*) e, o segundo, para as atrações provocadas pelas glórias do passado. Essa reflexão é dada a impossibilidade de separar a cultura da história, pois incluem-se no turismo cultural as viagens provocadas pelo desejo de ver coisas novas, de aumentar os

conhecimentos, conhecer as particularidades e os hábitos doutros povos, conhecer civilizações e culturas diferentes, do passado e do presente, ou ainda a satisfação de necessidades espirituais (religião).

Os centros culturais, os grandes museus, grandes monumentos religiosos (catedrais, mesquitas, templos budistas), os locais onde se desenvolveram no passado as grandes civilizações do mundo, os grandes centros de peregrinação, o pitoresco ou cor local ou a cultura camponesa constituem as preferências dos turistas que se deslocam pelos motivos acima referidos. Podemos ainda incluir neste tipo as viagens de estudo. (CUNHA, 2001, p.49)

A cultura foi desde sempre um dos mais importantes fatores de desenvolvimento do turismo e torna-se, cada vez mais, acentuada: grande parte das viagens realizam-se para destinos que dispõem de fatores culturais notáveis, tais como os locais históricos, monumentos, centros arqueológicos, centros de peregrinação, concentrações de caráter étnico e muitos outros. Alguns destes fatores podem “ser criados artificialmente em qualquer parte (caso dos museus), mas outros estão profundamente ligados aos locais onde se desenvolveram (locais históricos ou centros arqueológicos, por exemplo) e outros estão ligados à maneira de viver de cada povo (tradições)” (CUNHA, 2001, p.122).

Deste modo a cultura e os bens culturais exercem uma forte atração podendo, por si sós, dar origem à criação de destinos turísticos. No entanto, as deslocamentos de pessoas, com hábitos, comportamentos e níveis culturais diferentes das populações dos locais visitados podem transformar-se num agente de aculturação e contribuir para o abandono ou para artificialização das culturas existentes. É certo que o turismo

permite satisfazer necessidades de caráter espiritual e cultural, contribuindo para melhorar os índices culturais e sociais das pessoas, mas pode também ser um agente de aculturação e de destruição da autenticidade.

De acordo com Cunha (2001), muitas vezes, o turismo é um fator de desenvolvimento e de aproveitamento e valorização da cultural, como acontece em Portugal com a recuperação de monumentos, edifícios de caráter histórico e de valor arquitetônico, através da criação de pousadas e do turismo de habitação. No entanto, é preciso lembrar que o modo de vida de cada povo é influenciado pelas suas tradições, pela cultura e pela história, em que o patrimônio artístico de cada país e de cada lugar converte-se em símbolo representativo. Pode-se, então, dizer que a arte, os monumentos e a cultura constituem um fator de incremento do turismo.

Ainda na concepção espacial, Cunha (2001) destaca que, para as localidades, o turismo é um meio para alcançar objetivos de desenvolvimento, de bem-estar e de riqueza coletiva. Para elas pode constituir uma alternativa ou um complemento para atingir objetivos de progresso econômico e social e, nessa medida, constitui-se como uma orientação para as políticas de investimento e para a definição de prioridades. Essa atividade estabelece inter-relações e interdependências profundas com todos os setores: inter-relações porque se relaciona com a generalidade das atividades humanas e, interdependência porque depende de quase todas elas e muitas das existentes dependem do turismo com cada vez maior intensidade.

À medida que o turismo se desenvolve e abrange a generalidade das populações de todos os estratos sociais e de todos os grupos etários, mais intensas e mais estreitas são as relações que estabelece. Nesse contexto, os sistemas políticos

oferecem uma ampla gama de influências que, de modo mais ou menos decisivo, determinam o aumento ou a diminuição das viagens. Os sistemas políticos e as suas alternativas de poder, a estabilidade política e a ordem pública, o controle e os estímulos ao turismo são fundamentais não só para a decisão da viagem, mas também para a adoção de uma política geral de apoio à expansão do turismo.

A dimensão política do turismo, isto é, a importância de que desfruta em nível político é também

resultado do seu impacto econômico e do seu reconhecimento como fator de desenvolvimento. Este aspecto assume maior relevância nos países em que o turismo é o principal ou é importante dinamizador da atividade econômica. (CUNHA, 2001, pp.120-121)

Nesse viés econômico, surge a análise e o conceito sobre os hotéis que se caracterizam como fundantes em destinos turísticos. Um contributo relevante da obra é inerente ao conceito de hotéis econômicos (*hard budget*) que nasceu em 1985 nos EUA, mas rapidamente se estendeu à Europa, em especial à França, baseado nos conceitos de conforto, calma e limpeza.

São os designados supermercados de dormir, caracterizados por métodos de construção modernos, “especialmente pela utilização de materiais pré-fabricados, quartos de pequena dimensão (normalmente nove metros quadrados), máxima tecnologia, mínimo de empregados, sem restaurante e localização junto das estradas de acesso às grandes cidades” (CUNHA, 2001, p.205). O objetivo desses negócios é oferecer uma dormida por pouco dinheiro.

Alguns serviços modernos, tecnológicos e de lazer existentes em hotéis: “Serviços tecnológicos: telefone,

mini-bar, tomada para computador, antena de satélite, internet, fax, acesso a multimídia. Serviços modernos: tais como o secretariado, centro de negócios, salas de reuniões e de seminários, serviços para automóveis. Serviços de lazer: além das tradicionais piscinas, têm-se campo de tênis, jogos, sauna, sala de ginástica, clube de criança, etc. (CUNHA, 2001, pp.208-209)

A obra enfatiza que as cadeias hoteleiras são normalmente criadas por instituições financeiras, companhias aéreas ou operadores turísticos com o fim de diversificarem os seus investimentos financeiros e as atividades econômicas da empresa ou proceder a uma integração vertical ou horizontal dos seus negócios. Entre os exemplos de redes, são citadas: Accor – sociedade francesa, com milhares de hotéis (Novotel, Mercure, Ibis, Formule 1, entre outros); *Bass hotel & Resorts* – cadeia inglesa (*Holiday-in, Plaza*, entre outros); *Starwood* – cadeia norte americana (*Sheraton, Westin*, etc).

Em outro pensamento, do transporte associado ao turismo, Cunha (2001) lembra que os transportes são componentes do sistema que garante a ligação entre a residência e o local do destino, constituindo um subsistema complexo que integra as vias e os meios de transporte, as instalações e os equipamentos nos locais de partida e de chegada bem como as estruturas organizativas.

De acordo com Cunha (2001, p.327), “o turismo, por definição, pressupõe a deslocação, que é uma das suas características essenciais, e por conseguinte, o transporte faz parte integrante do sistema turístico”. É o transporte que permite o acesso ao destino a partir da residência habitual dos visitantes bem como as deslocações no seu interior e que, portanto, permite a movimentação das pessoas sem a qual não há turismo.

Concluindo a obra expõe que na maior parte dos países a administração pública “organiza-se segundo uma estrutura hierárquica, de cima para baixo, que inclui um nível responsável pela política de âmbito nacional e níveis de responsabilidade que vão do âmbito regional ao âmbito local” (CUNHA, 2001, p.425). No entanto, no início de século XXI, os cidadãos e os consumidores passaram a ser mais conscientes e mais exigentes quanto à qualidade e eficácia que lhes têm de ser prestadas pela administração pública: transportes, saneamento, planejamento, defesa do ambiente, telecomunicações e qualificação profissional. Verifica-se, hoje, que a liberalização dos mercados, a globalização e os avanços tecnológicos conduzem ao aumento da competitividade, obrigando à adoção de novas estratégias e à tomada de decisões mais rápidas.

Aportando na teoria turismo em Portugal: sucessos e insucessos

A obra de Licínio Cunha (2012) introduz uma discussão sobre o turismo e áreas afins, trazendo importantes contributos para o mundo acadêmico, bem como para os sujeitos e atores locais, para as políticas públicas e demais organizações envolvidas com as atividades ligadas ao turismo, lazer e hotelaria, pois fornece uma análise relativa ao estado da arte de espaços e lugares turísticos lusitanos e europeus. São apresentados debates que envolvem tanto as organizações internacionais, como os Estados, mostrando que o turismo começou a ser encarado como um meio de obtenção de vantagens econômicas, ambientais, culturais e sociais, o que se relaciona com o pensamento geográfico.

Uma das concepções assinaladas no livro diz respeito às expressões “turista” e “turismo”, surgidas com o romantismo e que, segundo o autor, só começaram a ser utilizadas a partir de meados do século XIX. Durante muitos anos, a palavra *touriste* aplicou-se exclusivamente aos viajantes ingleses que se deslocavam à Europa e, por décadas, o turista só podia ser inglês, tal expressão se alargou aos estrangeiros em geral somente depois.

A primeira definição oficial de turista foi elaborada em 1937 pela Sociedade das Nações, cuja Comissão Econômica estabeleceu que, “para tornar mais comparáveis as estatísticas turísticas internacionais” (CUNHA, 2012, p. 45), tal expressão deve, em princípio, ser interpretada como “toda a pessoa que viaja por uma duração de 24 horas e menos de um ano, para um país diferente do da sua residência” (CUNHA, 2012, p.45). Só em 1983 que a Organização Mundial de Turismo passou a incluir o conceito de visitante e, conseqüentemente de turista, às deslocções dos residentes no seu próprio país, desde que qualificáveis como turísticas.

De acordo com Cunha (2012), a evolução das viagens que deram origem ao turismo moderno, desde o início no século XVII até finais do século passado, podem caracterizar-se quanto à orientação geográfica dos fluxos turísticos por dois grandes tipos de movimentos organizados em função das motivações dominantes dos viajores: um marcadamente individualista e itinerante; e outro constituído por famílias e/ou pequenos grupos que se dirigiam para lugares precisos com intuito de ali desfrutarem de benefícios que os locais ofereciam.

O primeiro movimento listado por Cunha (2012) pode ser designado como nomadismo turístico, que começa com as viagens dos ingleses ao continente europeu, para satisfação da

curiosidade e complemento da educação durante um longo período de tempo (demoravam até três anos) em que visitavam, principalmente, a França, a Suíça e Itália, era a *Grand Tour* que se impôs no Reino Unido durante todo o século XVIII, que se prolongou para outros países da Europa em meados do século XIX.

O segundo movimento, designado por sedentarismo, desenvolve-se no século XIX com as deslocções de pessoas para as estâncias balneares e terapêuticas (banhos de mar e termas), montanhas e zonas de clima temperado, em busca do repouso, da cura para os seus padecimentos da vida mundana, de um ambiente tonificante ou simplesmente para gozar dos encantos da natureza. Munido de argumentos, o autor aponta que tal movimento, por conduzir à permanência em locais bem determinados, origina os primeiros destinos turísticos caracterizados pela existência, no seu espaço territorial, de atrativos que respondem a motivações pessoais.

Já no final do século XX, nasce um terceiro movimento determinado pela procura de produtos escolhidos fundamentalmente pela sua capacidade de resposta às necessidades concretas e em função das possibilidades que oferecem na obtenção da máxima satisfação pessoal: golfe, aventura, turismo de saúde, cruzeiros, cultura, desportos de inverno, *city breaks* etc. É o “movimento que, na atualidade, dá maior consistência aos destinos turísticos e constitui o paradigma do desenvolvimento turístico designado por ‘pós-fordista’” (CUNHA, 2012, p. 66).

Ao constatar a realidade e a trajetória dos movimentos apontados na obra, pode-se considerar bem ilustrativas e pertinentes as palavras do autor, no que tange ao aproveitamento das condições e dos excepcionais recursos que a natureza, o

clima, as tradições e os monumentos artísticos oferecem aos planejadores do setor e permitem a promoção das atividades de turismo e lazer nos espaços, lugares e regiões. Em outras palavras, Cunha argumenta que o:

Turismo é a menos custosa e a mais lucrativa das exportações, ao mesmo tempo que se apresenta como inesgotável porque os bens e serviços que os turistas consomem não saem das fronteiras do país e lá continuam os museus, as paisagens, as estâncias de repouso e de tratamento e as outras condições de atração. (CUNHA, 2012, p. 103)

Outra ordem importante e indispensável para a construção do livro foi a abordagem que destaca o ensino na área de turismo, que nasceu na Suíça com a fundação, em 1893, da primeira escola hoteleira em *Aochy*, mas, verdadeiramente, só começou a ser organizado a partir de 1914, quando, na Itália, o ENIT – *Ente Nazionale per L'Industria Turistica*, inscreveu, entre os seus objetivos, a preparação do pessoal da hotelaria. Àquela altura, as profissões turísticas eram reduzidas e pouco iam além da hotelaria e das que eram exercidas nas raras agências de viagens existentes, visto que a formação turística se limitava à preparação dos empregados destinados aos hotéis.

Em Portugal, no ano de 1958, foi criada em Lisboa uma pequena escola designada Escola Alexandre de Almeida (nome do pioneiro da hotelaria portuguesa e da formação profissional), mas com uma capacidade formativa muito reduzida e instalada num edifício em condições inapropriadas para os seus fins. De fato, a obra oferece um panorama geral da gênese hoteleira europeia.

O livro de Licínio Cunha (2012) sublinha também a II Conferência Mundial do Turismo de Manila, que ocorreu em

1980 e possui uma base argumentativa clara e extensa, sobretudo na Declaração elaborada ao final do evento. O paradigma do desenvolvimento do turismo passou a colocar em plano idêntico os aspectos sociais, políticos, econômicos, culturais, educativos e ambientais, quando anteriormente havia apenas a importância econômica, em especial no que se refere às incidências sobre a balança de pagamentos.

Nesse contexto, os fatos mais significativos da Conferência foram os desenvolvimentos posteriores no seguimento das recomendações formuladas. Tendo como base essas recomendações, em 1985, foram aprovados a Carta do Turismo e o Código do Turista; em 1995, a Carta do Turismo Sustentável; e, em 1999, o Código Mundial de Ética do Turismo. A Carta de Turismo merece especial atenção, visto que estabelece um conjunto de obrigações para os Estados com vistas a defender e valorizar o turismo, além de proteger, no interesse das gerações presentes e futuras, o ambiente turístico, seja ele humano, social e cultural, que constitui o apanágio de toda a humanidade.

Cunha (2012, p.349) assevera que a “promoção turística, desde sempre, é uma função do Estado e é levada a cabo pelos diversos organismos”. Nesse debate o autor destaca que as políticas, as medidas ou as obras realizadas pelo Estado nunca ou raramente são objetos de avaliação rigorosa, salvo as poucas exceções em que há intervenção do Tribunal de Contas, e daí nascem a dúvida, a descridibilização e a fácil negação da validade das suas iniciativas. Essas, por sua vez, poderiam (ou deveriam) ser continuadas ou repetidas; não o são porque, sem ser avaliadas, é fácil contestá-las ou negar o seu interesse. Despende-se dinheiro em obras, frequentemente de duvidoso

interesse público, muito acima do que seria aceitável, mas ninguém é responsabilizado.

No que diz respeito à temática tratada, o turismo em Portugal e na Europa, o autor enfatiza com riqueza de detalhes que à medida que os padrões que caracterizavam as formas de produção e distribuição das sociedades industriais deram lugar à chamada sociedade pós-moderna, surgiram alterações que modificaram profundamente os modos de vida e os comportamentos dos consumidores turísticos.

Outra vertente de análise diz respeito ao caráter “ambiental” que passou a adquirir importância e preocupação sem precedentes. Para Cunha (2012), as causas ecológicas obtiveram um estatuto próprio que influenciou as decisões dos governantes. Sem embargo, porém, ainda estão longe de integrar os modos de vida individuais: a proteção do ambiente é reconhecida como um valor da sociedade, e as pessoas aderem ao discurso da proteção do ambiente, mas desde que não afete o seu comodismo.

Há de se afirmar, ainda, que nem todos os discursos mais inflamados ou convincentes levam as pessoas a reduzirem a utilização dos seus automóveis e o consumo desnecessário de água ou energia, a evitar o desperdício ou a desfrutar das florestas sem danificá-las. Mas eles também não levam os governos a assumir a grande responsabilidade que lhes cabe na aplicação de políticas que conduzam à redução das emissões de carbono para a atmosfera, as quais provocam alterações climáticas que ameaçam a sobrevivência da humanidade.

Apesar disso, do ponto de vista da obra, é inquestionável que as mudanças operadas na sociedade no final da década de 1980 e no início dos anos 1990 deram origem às alterações

profundas no turismo: a procura democratizou-se, tornou-se mais sofisticada e mais exigente, alteraram-se as mentalidades dos agentes produtores e surgiram novas formas de encarar o desenvolvimento dos destinos. Os turistas passaram ser mais exigentes e a qualidade transformou-se em fator de decisão das viagens que, por sua vez, adquiriram maior capacidade de seleção dos destinos.

Para Cunha (2012), um dos acontecimentos mais marcantes dessa época é o desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação, bem como sua associação com os sistemas globais de distribuição criados durante a década anterior. A consciência de que o turismo e o ambiente estabelecem fortes relações de interdependência não é nova, surgindo antes da percepção dos efeitos que a atividade humana provoca sobre as mudanças climáticas. Ela

Começou, no entanto, a ser mais vinculada a partir de 1960 quando se iniciou a massificação turística a que destinos respondem com a transformação das costas marítimas em vastos solários caracterizados por grandes concentrações urbanas. Surgiram, nessa altura, os primeiros alertas para os efeitos nefastos que o turismo poderia provocar sobre o ambiente, alguns com uma grande carga catastrófica, e outros com a preocupação de encontrar de encontrar vias de compatibilização entre o desenvolvimento turístico e o ambiente. (CUNHA, 2012, 456)

Conforme os argumentos teóricos de Cunha, a partir do designado relatório *Brundtland*, adotado em 1987, a Organização Mundial de Turismo definiu os conhecidos princípios de sustentabilidade que passaram a constituir o referencial fundamental para o desenvolvimento turístico. Houve ainda a Agenda 21, adotada na conferência da ONU sobre o Ambiente e Desenvolvimento no Rio de Janeiro, em

1992, como um plano de ação para assegurar o futuro sustentável do planeta.

Em outras palavras, segundo o autor, a Agenda 21 para as viagens e turismo afirma que essa atividade tem interesse em proteger os recursos naturais e culturais que são núcleos do seu negócio, apresentando meios para fazê-lo. Além disso, tal Agenda tem potencial para promover melhorias sociais, econômicas e ambientais substanciais, bem como contribuir significativamente para o desenvolvimento sustentável das comunidades e dos países receptores de turismo. Para as organizações governamentais, administrações nacionais do turismo e empresas, o objetivo global consiste em estabelecer sistemas e procedimentos que contribuam para que o desenvolvimento sustentável da atividade turística seja sempre considerado no processo de decisão.

Desse modo, Cunha (2012) argumenta, em seu discurso teórico, que o desenvolvimento turístico passou, pelo menos nos princípios, a ser sinônimo de desenvolvimento sustentável, criando-se a convicção generalizada que o turismo precisa ser sustentável; porém, permanece em aberto a questão de como garantir isso, mostrando contradições entre o discurso feito pelo autor e a realidade analisada. É uma questão crucial porque, após 40 anos dos primeiros alertas, tem-se o seguinte: O turismo, na realidade, tem sido desenvolvido de forma sustentável e subordina-se aos princípios da sustentabilidade?

Nesse entremeio, a base argumentativa é que a Agenda 21 apresentava objetivos globais e específicos de áreas prioritárias de ação até 2005, mas não há indicadores nem sinais evidentes de que as medidas propostas tenham sido realizadas. Aliás, o fiasco da conferência de Copenhague, realizada em dezembro de 2009, sobre a mesma questão de se suscitar uma onda de

renovada esperança, esclarece que os reais interesses em garantir o desenvolvimento sustentável são piedosos, mas não efetivos.

A partir dos apontamentos feitos, a ideia central do autor reside no fato de que o turismo é uma atividade em contínua expansão em vários sentidos: os fluxos turísticos aumentaram na década de 1990 ao ritmo de mais de 20 milhões de turistas internacionais em cada ano e, até 2020, deverão atingir mais que o dobro; cada vez afluem mais investimentos para a atividade alargando o leque dos negócios atuais e futuros; todos os anos, países e regiões têm elegido o turismo como alternativa de desenvolvimento, criando formas de atração desconhecidas no passado recente.

Só para satisfação das necessidades classificadas como turísticas, atravessarão fronteiras de todos os países do mundo cerca de cinco milhões de pessoas por dia, num só sentido, mas, ao considerar os visitantes domésticos, os movimentos diários de pessoas geradas pelo turismo não estarão abaixo dos 25 milhões por volta de 2020. Os efeitos ambientais resultantes dessa gigantesca movimentação de sujeitos e dos equipamentos primordiais são necessariamente colossais e obrigam avaliação para garantir respostas adequadas tanto mundialmente como em cada país.

Os avanços no domínio da sustentabilidade são medíocres e não se traduzem em ações significativas. A conciliação da preservação do ambiente com a sua utilização é de responsabilidade das autoridades locais, regionais, à medida que assumem uma ação direta e permanente perante o turismo. Contudo, quase sempre obcecadas por mais receitas fiscais e outras contrapartidas menos óbvias, essas atividades são, em regra, primazia à construção imobiliária em detrimento do

desenvolvimento sustentável, sem interiorizar que a preservação e a valorização do ambiente são uma das mais importantes condições de competitividade dos destinos. As regiões e os municípios não podem ambicionar o desenvolvimento do turismo nos seus territórios sem previamente garantir as condições para a sustentabilidade e o permanente monitoramento. Isso não é, todavia, o que em geral se verifica.

Conforme Cunha (2012), a partir do momento em que passaram a ter percepção de que as iniciativas para a proteção do ambiente constituem um valor acrescentado aos produtos que oferecem, muitos empresários passaram a assumir, voluntária e deliberadamente, que as questões ambientais constituem um recurso de que podem tirar proveito. Para o autor, é indispensável que a sustentabilidade do turismo deixe de ser apenas uma preocupação ou um conceito abstrato para ser um conceito jurídico, uma filosofia e uma ética de vida. O respeito pelo ambiente tem de fazer parte do sistema de valores das sociedades.

Em vez de visualizar o ambiente como um entrave ou uma fonte de constrangimentos, o turismo terá de encará-lo como forma de oportunidade. É indispensável um contínuo e permanente esforço para garantir a conciliação do crescimento do turismo com a proteção e valorização dos ambientes natural e cultural. Entre as mudanças apontadas por Cunha está a mudança do eixo econômico UE/EUA para o eixo Brasil/Ásia/Pacífico que, segundo ele, será acelerado, e a geografia turística irá se alterar conforme a mudança dos fluxos turísticos.

Aportando na teoria turismo nos países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios

Turismo nos países lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios é a mais recente obra de turismo organizada pelos docentes Carlos Costa, Filipa Brandão, Rui Costa e Zélia Breda, da Universidade de Aveiro (UA/Portugal). Publicada pela Escolar Editora (Lisboa), ela aborda as temáticas gestão, competitividade, estratégias e planejamento dos territórios turísticos. Nesse livro procura-se delinear opções estratégicas e produtos modernos, cuja expansão possa ser feita com deferência e dentro de um quadro de sustentabilidade dos territórios turísticos da lusofonia.

Esse trabalho reúne investigações desenvolvidas por um conjunto de pesquisadores articulados diretamente com as relações do turismo em diferentes territórios, com textos de autores como João Albino Silva, Antônio Matias, Pedro Pintassilgo, Fernanda Cravidão, Luiz Gonzaga Godoi Trigo, Alexandre Panosso Netto, Nuno Fazenda, Manuel Vong, Patrícia Oom do Valle, Ana Maria Ferreira, entre outros. Sem medo de exagerar, podemos afirmar que já nas primeiras páginas do livro os autores enfatizam que o turismo deve ser visto no futuro, no âmbito de um paradigma moderno de gestão e planejamento de pessoas, da sustentabilidade, do patrimônio e da cultura, pois é um fenômeno civilizacional suportado pela cultura, pela história, pelos povos e pela língua.

Para esses renomados estudiosos, a atividade turística representa uma alternativa socioeconômica, no âmbito da cidadania, de geração de emprego e fonte de renda, do desenvolvimento sustentável, da promoção do desenvolvimento econômico e cultural nas bases local e regional, da conservação

de recursos naturais, históricos e patrimoniais que contribuem para a criação e o desenvolvimento de produtos turísticos diversificados, respondendo a diversos tipos de motivações e a mercados cada vez mais alargados.

A reflexão de Costa (2014) volta-se à compreensão de que o conhecimento em turismo emerge dentro de “tensões” de conhecimento de duas grandes escolas: o espaço (geografia) e a economia. Tais áreas têm apresentado contributos centrais na criação e estruturação do conhecimento em turismo e são indubitavelmente as duas grandes correntes de conhecimento que contribuem para a emergência do turismo como área científica.

Desse modo, os autores dos capítulos iniciais abrem os debates textuais, defendendo que o turismo é hoje uma das principais indústrias a nível mundial e assume, como um dos seus objetivos, a criação de valor para milhões de consumidores turísticos em contextos geográficos e culturais diversos. Por meio do planeamento, da produção e da distribuição de bens e serviços crescentes complexos, diversificados e globalizados, o turismo potencia a criação de empregos, os retornos de investimentos, as receitas fiscais e o próprio desenvolvimento de países e regiões.

Enfatiza-se a compreensão de que os turistas, à semelhança de qualquer consumidor, adquirem os produtos turísticos e outros bens e serviços que têm à sua disposição, de forma a maximizar a satisfação ou utilidade que recebem do consumo, dada a sua restrição orçamental. É apontado que o produto turístico pode assumir a natureza de um bem (ex.: artigo de artesanato), serviço (ex.: visita guiada) ou ainda de uma combinação de ambos (ex.: refeição num restaurante).

O capítulo de autoria da geógrafa Cravidão (2014) consiste no entendimento de que existe hoje uma cultura planetária que promove novas relações com o tempo, o passado e o território. Essa cultura apela às experiências, a uma atração quase nostálgica, a uma identidade social e territorial. Concordando com a autora, os sítios, os lugares, os territórios adquirem novas dimensões simbólicas e afetivas.

Trata-se da crítica necessária ao desenvolvimento da atividade turística, em que as ligações entre o turismo e os territórios nos parecem particularmente importantes no tecido das práticas turístico-culturais da sociedade contemporânea. É nesse sentido que as novas cumplicidades entre turista/visitante e o lugar representam, para a sociedade contemporânea, um elo entre a tradição e a modernidade e, por isso, uma ligação em construção permanente. Nas designadas “áreas marginais”, essa atividade cativa, também, um número maior de turistas.

O turismo é um território de memórias, materiais e imateriais, mas também uma teia de contradições. Para muitos, a viagem é um emaranhado de fronteiras entre o imaginário e o concreto, entre o real e a ficção, em que o lugar adquire cada vez mais um valor simbólico. E é aqui que o turismo tem um campo completamente aberto para se desenvolver.

Dada a importância do setor do turismo na economia dos países, é fundamental a intervenção e participação do setor público, o qual desempenha um papel central na dinamização e alavancagem do turismo, através da criação e disponibilização de infraestruturas básicas e equipamentos de suporte que permitam o seu crescimento e desenvolvimento nos destinos. Nessa reflexão o setor público:

[...] desempenha, também, um papel fulcral na coordenação e orientação estratégica do turismo, dado

que define a política e a estratégia a seguir, sendo responsável pela sua implementação, através de medidas e ações que promovam o seu crescimento e desenvolvimento. O envolvimento do setor público no turismo depende da ideologia e cultura do país, da dependência econômica do país face a este setor e o estado de desenvolvimento do turismo. (COSTA; COSTA, 2014, pp.133-134)

O setor público desempenha um conjunto de funções centrais no turismo – que não competem à iniciativa privada, entre elas estão: coordenação, legislação e regulamentação, financiamento, planejamento, educação e formação. Considerando o caráter multidisciplinar e a própria horizontalidade do turismo, “é central a intervenção do setor público na implementação de uma política do turismo que defina linhas de orientação claras para todos os agentes envolvidos, direta ou indiretamente nessa atividade” (COSTA; COSTA, 2014, p.136).

Enquanto isso, o capítulo de Trigo e Panosso Netto (2014) aponta um debate sobre o Brasil e sua riqueza e pluralidade de culturas. Destacam-se as imponentes esculturas em cerâmica de Francisco Brennand, em Pernambuco, e as feiras de artesanato em Salvador, Aracaju ou Fortaleza. São apresentadas, ainda, novas práticas culturais que alcançaram ecos internacionais e enriqueceram o cotidiano de milhões de pessoas pelo país, tornando-se atrativos turísticos, domésticos e internacionais de grande relevância.

Em outro capítulo, Vong, Valle e Silva (2014) apresentam resultados preliminares da pesquisa em desenvolvimento referente ao turismo em Timor-Leste. Eles analisam a sustentabilidade ambiental e apresentam o turismo rural e o ecoturismo:

[...] como tipologias de turismo com particular interesse, na medida em que permitam promover a vida social, econômica e cultural dos habitantes locais, preservando a sustentabilidade ambiental. Estas formas de turismo poderão tirar partido das condições naturais do território, mas também do seu rico e variado patrimônio cultural, incluindo a atitude acolhedora das comunidades locais. (VONG; VALLE; SILVA, 2014, p.409)

A autora Ana Maria Ferreira enfatiza o rico debate do turismo cultural em relação ao turismo criativo. Seu capítulo traz para o centro da discussão não só a problemática da cocriação, a qual perpassa atualmente, de modo transversal, muitas áreas do saber, mas também a necessidade urgente de se valorizar a criatividade e a inovação como fatores críticos de desenvolvimento, assim como agentes primordiais da distinção dos destinos turísticos. O turismo:

[...] criativo exige o envolvimento ativo no processo criativo de modo a poder estabelecer um engajamento e uma troca com a população e a cultura local. Exige uma relação entre o processo criativo e o destino, ancorando-o na cultura, na criatividade e na identidade local, e na cocriação entre visitantes e a população local. (FERREIRA, 2014, p.94)

Nesse contexto, é assinalada a concepção de que o turismo criativo baseia-se na experiência, no participar e no aprender (não se deve observar apenas os ícones ou alguém a pintar ícones, mas antes frequentar um curso sobre pintura de ícones no destino). Defende-se o turismo criativo como a próxima geração do turismo cultural que exige o envolvimento ativo no processo criativo, de modo a estabelecer um engajamento e uma troca com a população e a cultura local. Diante disso, é exigida uma relação entre o processo criativo e o destino, ancorando-o

na cultura, na criatividade e na identidade local, assim como na cocriação entre os visitantes e a população local.

Considerações Finais

Munido de argumentos econômicos, os autores apresentados demonstram que são múltiplos os efeitos do turismo sobre a economia e as estratégias de desenvolvimento econômico, sendo comumente apontados como mais importantes aqueles que contribuem para o aumento da produção, do emprego, da diversificação. Para o autor diversas atividades existem porque o turismo existe (seguros de viagem, cartões de pagamento, consultorias, lavanderias, aeroportos, terminais de cruzeiros, produção de artigos de viagens, fabricação de meios de transporte e de cruzeiros, intermediação de imobiliária turística, *catering*, reparação de barcos, artesanato etc.).

A obra *Turismo em Portugal: sucessos e insucessos* encontra nas escalas local e global, nas regiões, países e no continente europeu um campo fértil para novas abordagens e diálogos acerca do turismo e de suas relações com diferentes setores econômicos, sociais, culturais e ambientais. Ela traz contributos à geografia, ao turismo, à economia e às áreas afins, sustentada pela interseção entre elementos espaciais diversos e estudos que aportam na via do destino turístico, com suas formas organizacionais, dinâmicas e articulações de sujeitos sensibilizados, atores públicos e privados, além de redes endógenas e exógenas. Fazer a leitura desse livro é mergulhar nas profundas, inquietas e intensas leituras do texto de Licínio Cunha, sendo tal literatura útil para diferentes profissionais do

mundo acadêmico interessados nas manifestações espaciais e econômicas da atividade turística.

O livro *Turismo nos países lusófonos* é resultante de diferentes experiências e análises, apresentando os contornos de uma pesquisa coletiva que, por sua vez, aprofunda a problemática do turismo nos diversos países de língua portuguesa, trazendo exemplos lusófonos relevantes e de evidente contributo científico. Ao ler a obra, é possível compreender quais as contradições, as densidades, os sentidos, os conhecimentos, os jogos e as estratégias que cercam os territórios turísticos nesses países.

Espera-se que a análise das obras aqui apresentadas amplie o conhecimento dos leitores sobre as potencialidades teóricas desse campo investigativo e contribua para o aprofundamento de estudantes, professores e pesquisadores interessados no conhecimento da atividade e fenômeno turismo. No entanto, confessamos que este artigo apresentou apenas uma fração mínima do que é produzido nas diversas academias espalhadas pelo mundo português e que lacunas acerca de outros referenciais teóricos e metodológicos serão percebidas. Contudo, apesar das fragilidades textuais, a janela teórica que se expôs neste artigo mostra que se depender das diferentes concepções apresentadas o debate é inesgotável.

Referências

BOAVENTURA, E. M. *Metodologia de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2007.

COSTA, C. Gestão estratégica do turismo: evolução epistemológica dos modelos e paradigmas, e tendências para o turismo. IN: COSTA, C.; BRANDÃO, F.; COSTA, R.; BREDAS, Z. *Turismo nos países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios*. Lisboa: Escolar Editora, 2014. pp. 19-40.

COSTA, C.; BRANDÃO, F.; COSTA, R.; BREDAS, Z. *Turismo nos países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios*. Lisboa: Escolar Editora, 2014.

COSTA, R.; COSTA, C. Avaliação de políticas públicas em turismo. IN: COSTA, C.; BRANDÃO, F.; COSTA, R.; BREDAS, Z. *Turismo nos países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios*. Lisboa: Escolar Editora, 2014. pp. 133-145.

CRAVIDÃO, F. Velho(s) território(s): novo(s) turismo(s). IN: COSTA, Carlos; BRANDÃO, F.; COSTA, R.; BREDAS, Z. *Turismo nos países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios*. Lisboa: Escolar Editora, 2014. pp. 59-69.

CUNHA, L. *Introdução ao turismo*. Lisboa: Editorial Verbo, 2001.

CUNHA, L. *Turismo em Portugal: sucessos e insucessos*. Lisboa: Soares Artes Gráficas/Edições Universitárias Lusófonas, 2012.

FERREIRA, A. M.. Turismo como fato de Regeneração e desenvolvimento de meios urbanos e rurais: do turismo cultural ao turismo criativo. IN: COSTA, C.; BRANDÃO, F.; COSTA, R.; BREDAS, Z. *Turismo nos países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios*. Lisboa: Escolar Editora, 2014. pp. 85-99.

SANTOS, J. C. V. *Região e Destino Turístico*: sujeitos sensibilizados na geografia dos lugares. São Paulo: All Print Editora, 2013.

SILVA, J. A.; PERNA, F. Turismo e desenvolvimento auto-sustentado. COSTA, J. S. (Coord.). *Compêndio de Economia Regional*. Coimbra: Gráfica de Coimbra/APDR, 2005. pp. 449-472.

TRIGO, L. G. G.; NETTO, A. P. Planejamento e gestão do turismo no Brasil: história, atualidade e perspectivas. IN: COSTA, C.; BRANDÃO, F.; COSTA, R.; BREDÁ, Z. *Turismo nos países Lusófonos*: conhecimento, estratégia e territórios. Lisboa: Escolar Editora, 2014. pp. 273-291.

VONG, M.; VALLE, P. O.; SILVA, J. A. Turismo em Timor-Leste: presente e futuro. IN: COSTA, C.; BRANDÃO, F.; COSTA, R.; BREDÁ, Z. *Turismo nos países Lusófonos*: conhecimento, estratégia e territórios. Lisboa: Escolar Editora, 2014. pp. 399-410.

POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO COMO FATOR DE PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL E REGIONAL

Tanize Damian Pizzuti da Silva

Carmen Regina Dorneles Nogueira

Introdução

A política de turismo, articulada no sentido de uma ação empreendida com um objetivo específico, existe, de um modo geral, quando há uma atividade turística ou se o Estado a propõe como uma nova estratégia de desenvolvimento do país, e é formalmente constituída através de um documento norteador para a concretização das ações do governo. O governo, em suas três instâncias, federal, estadual e municipal estabelece prioridades e determina os objetivos de forma a atender as demandas da sociedade através dos seus recursos disponíveis, realizando intervenções através da implementação de ações, projetos e programas. Nesse sentido, surgem as políticas públicas para tratar dos problemas e demandas da coletividade.

As políticas públicas estão sempre embasadas em uma determinada legislação, sendo que cada ente federado tem a autonomia de criar suas próprias políticas públicas, implementando-as conforme a sua realidade local, desde que as mesmas estejam em conformidade com outras legislações superiores. Quanto ao turismo, por exemplo, tem-se uma legislação norteadora, a Lei n. 11.771/2008, que juntamente com a Constituição Federal, deve ser observada por todos os entes

federativos. A origem da implementação de uma política pública de turismo está relacionada aos planos do governo federal, estadual e municipal, aliadas às necessidades e aos problemas de uma comunidade.

No texto constitucional, o único artigo em que o turismo figura de forma direta, expressando uma normatização, é no Art. 180, o qual pontua que “a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 1988, p. 78). Assim, trata do turismo como um fator de desenvolvimento social e econômico do Estado, incumbindo tanto à União, quanto aos Estados, Municípios e Distrito Federal a criação de condições para o incentivo e promoção de atividades turísticas ao longo do território brasileiro.

Entretanto, é possível identificar que o turismo figura, de forma indireta, ligado ao lazer. Nesse sentido, faz-se necessário trazer à tona a fundamentalidade dos direitos sociais, a qual pressupõe que onde há um direito em um Estado, que envolva garantias de políticas públicas para o desenvolvimento de um país, deve haver também a intervenção do Estado através de uma gestão governamental comprometida com as normas e a sociedade. No caso do direito ao turismo, ele figura relacionado ao direito ao lazer, contido no Título II – Dos Direitos e Garantias Fundamentais - Capítulo II – Dos Direitos Sociais – Art. 6º:

São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. (BRASIL, 1988, p. 6)

Ademais, discutir o turismo é reconhecer os benefícios desta atividade para o desenvolvimento de uma comunidade, seja em aspectos econômicos (geração de emprego, aumento de renda), sociais (bem-estar, lazer, melhora na qualidade de vida), culturais (interação e diversidade de diferentes culturas), educacionais (expansão de conhecimento), quanto em outros que se apresentam na trajetória da política pública desse setor. Somado a esses aspectos, a expansão da atividade turística também se configura importante, uma vez que o tema é reconhecido pela sociedade como um instrumento para promover o crescimento e o desenvolvimento regional e local do destino turístico, possibilitando, assim, que sejam aproveitadas as diversidades oferecidas pela cultura e história do município.

Além dos benefícios, é relevante apontar que a atividade turística também pode trazer problemas para a comunidade quando implementada sem o devido planejamento para orientar e executar a política pública proposta. Essa falta de planejamento pode acarretar degradação ambiental, patrimonial, influências na cultura local, problemas no trânsito, especulação de preços nos diversos setores econômicos de um município. Por isso, é importante uma política pública bem estruturada. Não obstante, é de suma importância estudar políticas relacionadas ao turismo, pois o mesmo integra-se ao rol de direitos fundamentais, os quais proporcionam o bem-estar aos cidadãos, apresentado, na Constituição Federal, na forma de lazer.

Políticas públicas e turismo

Os estudos na área de políticas públicas tiveram como berço os Estados Unidos, nos anos 50, e vem se aprimorando nas últimas décadas. Na Europa a preocupação com o campo das políticas ganha força nos anos 70. Assim, a política pública, enquanto área de conhecimento e disciplina acadêmica surge nos EUA, mas com ênfase nos estudos sobre a produção do Estado. Já na Europa, seu surgimento teve a origem na análise sobre o Estado e suas instituições mais do que na produção dos governos (FREY, 2000; SOUZA, 2006).

A definição de políticas públicas pode ser resumida como as ações do governo para alcançar os objetivos e, assim, garantindo que sejam atingidos os fins para os quais o Estado foi criado, dando melhores condições para atingir uma melhoria na qualidade de vida compatível com a dignidade humana (DIAS e MATOS, 2012). No entendimento de Secchi (2012, p. 2), “uma política pública é uma diretriz elaborada para enfrentar um problema público” e possui duas funções, a primeira como uma ação pública para atender a coletividade e a segunda como uma resposta para um problema público.

Transpondo a definição de Dye (2010), que conceitua política pública como algo que o governo decide fazer ou não, para a realidade brasileira acerca do turismo, verifica-se que em 2003 foi criada uma política de regionalização do turismo para reunir os municípios com características similares e, dessa forma, estimular o turismo em âmbito local e regional, atendendo, assim, ao dispositivo do Art. 180 da CF. Essa política denominada Programa de Regionalização do Turismo – PRT foi lançada pelo governo federal e normatizada após um período de execução e avaliação do programa através da

Portaria n. 105, de 16 de maio de 2013 (BRASIL, 2013b). Tal política pública atende ao princípio da regionalização da atividade turística previsto pela Política Nacional de Turismo, referenciada na Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008 (BRASIL, 2008).

Dessa forma, fica evidenciado que o governo federal atendeu, dentre um conjunto de princípios trazidos pela Política Nacional de Turismo, aquele que versa sobre a regionalização, ou seja, o Estado optou por agir em favor da regionalização, normatizando-a através da criação de um programa para que os governos estaduais e municipais desenvolvessem mecanismos para a implantação das políticas estratégicas de execução do PRT. Assim, com o apoio dos estados e municípios, o governo federal pretende cumprir os objetivos propostos nos planos de ação do PRT e, conseqüentemente, o Estado cumprirá com seu dever estabelecido no Art. 180 da Constituição Federal.

As constantes mudanças que ocorrem na sociedade, desde o início do século XXI, devido à globalização e a revolução tecnológica, de forma acelerada por motivos econômicos, culturais, ambientais, tecnológicos dentre outros, acarretam novas necessidades ou problemas, que exigem do Estado maior agilidade nas respostas para atender essas demandas (BENI, 2006). Essas novas demandas resultam em novas políticas públicas e novas áreas de intervenção do Estado, como o caso da política pública de turismo, em que o governo federal busca atender as demandas com programas para o desenvolvimento local e regional, respeitando as diversidades locais e agindo de forma integrada com o governo estadual e municipal.

Para contribuir com o exposto no parágrafo anterior, traz-se o entendimento de Bobbio (2000), que expõe que para atender a uma política pública, o Estado, dentro da sua esfera

política, ora se apresenta como um sujeito; onde os atos da política tratam de comandar algo que reflita em todos os membros de um grupo social, ter o exercício de domínio exclusivo de determinado território, legislar com normas válidas e gerar e distribuir recursos dentro da sociedade; ora se apresenta como objeto, dentro de uma esfera da política de ações, defendendo, mantendo, ampliando e até mesmo extinguindo suas atividades. O autor também menciona que o uso da força é uma condição necessária, mas não suficiente para a existência do poder político, ou seja, do Estado (BOBBIO, 2000).

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 objetivou resgatar o Estado de Direito, encarregado pela norma constitucional de oferecer serviço público ao cidadão para a garantia e gozo dos direitos fundamentais e separar os poderes com suas respectivas competências de atuação diante das normas brasileiras. A atuação da Federação através de suas características distintivas e da descentralização dos poderes propõe autonomia aos entes federados para governar, dentro do seu espaço geográfico, à democracia e os direitos fundamentais, à luz do princípio da dignidade humana, conforme consta no art. 1º, inciso III, da Constituição Federal (PIOVESAN, 2015).

Faz-se necessário incorporar ao estudo uma visão da fundamentalidade dos direitos sociais, como todo e qualquer direito em um Estado, que envolva garantias de relevância para o desenvolvimento de um país e também intervenção do Estado, positivados em uma constituição. A Constituição Federal brasileira contextualiza o turismo no Título II – Dos Direitos e Garantias Fundamentais - Capítulo II – Dos Direitos Sociais – Art. 6º: são “direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a

previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição” (BRASIL, 1988, p. 6).

A partir do exposto, observa-se que o turismo pode ser claramente identificado como um direito social já que o mesmo se relaciona ao lazer, o qual está posto no rol elencado no Art. 6º da Carta Magna. Isso, pois, o turismo pode ser gerador de bem-estar para população, como, por exemplo, através de propostas de atividades desportivas e/ou turísticas, através de produtos desta natureza disponíveis nas localidades ou da criação de atrativos turísticos de acordo com as regiões turísticas.

O Estado brasileiro, na expectativa de incluir todos os anseios da sociedade na regulamentação do processo de implementação de políticas públicas em diversas áreas e com forte traço de descentralização e gestão participativa no Brasil, aprovou a Constituição Federal de 1988, com destaque para o Art. 6º que elenca os direitos sociais. Entretanto, o turismo também figura de forma direta em um artigo específico, Art. 180, do texto constitucional, no qual está posto a seguinte redação: “a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 1988, p. 78). O referido texto estabelece para todas as instâncias governamentais as mesmas atribuições de promoção e de incentivo, porém não deixa clara a atuação de cada nível do governo, mas evidencia o turismo como um setor de relevância para a atividade do desenvolvimento social e econômico do país, de responsabilidade de todas as esferas governamentais.

Diante disso, o Estado deve garantir os direitos fundamentais, oferecendo mecanismos necessários para que os cidadãos brasileiros sejam assistidos com os direitos

constitucionais. Entretanto, para que as políticas públicas direcionadas a garantir esses direitos sejam implementadas elas dependem do agir do poder público, de ações desenvolvidas pela administração pública em nome do Estado e do aporte de recursos financeiros. Fatores esses que levarão aos resultados estabelecidos, transcendendo os instrumentos legais dos planos gerais e dos programas específicos.

Para melhor elucidar o que foi tratado anteriormente com relação ao turismo na Constituição Federal, tem-se a síntese no quadro a seguir:

Quadro 1: Constituição Federal e sua relação com o turismo.

Artigos C.F/88	Relação com o Turismo
Artigo 1º do Título I - Dos Princípios Fundamentais	Como um dos princípios fundamentais em que trata da dignidade humana e a livre iniciativa da atividade
Artigo 6º do Título II - Direitos e Garantias Fundamentais	Como um direito social na forma de lazer
Artigo 180º do Título VII - Da Ordem Econômica e Financeira	Como um fator de desenvolvimento social e econômico

Fonte: Dados da pesquisa.

Salienta-se, então, a importância do Estado brasileiro no reconhecimento do turismo como um direito fundamental, na medida em que ele é posto no texto constitucional tanto como um direito social, quanto como um fator de desenvolvimento social e econômico. Para, dessa forma, o Estado estabelecer prioridades e determinar os objetivos que atendam os anseios da população no que concerne ao turismo, buscando alcançar o

bem estar e atender as demandas da sociedade através dos seus recursos disponíveis. Nesse sentido, surgem as políticas públicas para tratar dos problemas e demandas da coletividade através da “utilização de metodologias que identifiquem as prioridades, racionalizando a aplicação de investimentos e utilizando o planejamento como forma de se atingir os objetivos e metas predefinidos” (DIAS; MATOS, 2012, p. 14).

Políticas públicas nacionais de turismo: trajetória brasileira

Antes da Constituição de 1988, a ação do Estado com relação às políticas públicas da área do turismo ocorreu de maneira gradativa com a criação de decretos que normatizavam as ações do setor, ao invés da proposição de programas específicos para o desenvolvimento do turismo. O próximo quadro tem o objetivo de demonstrar a trajetória das políticas públicas do governo federal no cenário brasileiro da política de turismo.

Quadro 2: Trajetória da Legislação do Turismo.

Lei	Descrição/ Normativa	Aplicabilidade
Decreto-lei n. 406/1938	Dispõe sobre a entrada de estrangeiros no território nacional.	Autorização governamental para a atividade de venda de passagens aéreas, marítimas e rodoviárias.
Decreto-lei n. 1.915/1939	Cria o Departamento de Imprensa e Propaganda e dá outras providências.	Vinculação da Divisão do Turismo ao departamento federal, com objetivo de organizar e fiscalizar o turismo interno e externo.

Decreto-lei n. 2.440/1940	Regula as atividades das empresas e agências de viagens e turismo.	Trata das agências de turismo, viagens coletivas de excursão e impõe algumas obrigações para o seu funcionamento.
Decreto n. 44.863/1958	Institui a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR).	Estabelecia atribuições com relação a coordenação de atividades turísticas, estudos e movimentação de turistas e realização de inventário das áreas de interesse turístico.
Decreto-lei n. 48.126/1960	Aprova o Regimento da Comissão Brasileira de Turismo.	Expressa que a Combratur é o primeiro esforço de articulação do governo federal, de uma política do turismo.
Decreto-lei n. 55/1966	Define a Política Nacional de Turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo, e dá outras providências.	Cria a Embratur com a finalidade incrementar o desenvolvimento da indústria do turismo. Expressa que a política nacional do turismo engloba as atividades privadas ou públicas, de forma coordenada ou isolada, desde que apresente interesse no desenvolvimento econômico do país. Cria o Conselho com o propósito de formular, fiscalizar e dirigir essa política.
Decreto-lei n. 60.224/1967	Regulamenta o Decreto-lei n. 55, de 18 de novembro de 1966.	Política Nacional do Turismo será formulada e executada pelo Sistema Nacional do Turismo.
Lei n. 6.505/1977	Dispõe sobre as atividades e serviços turísticos; estabelece condições para o seu funcionamento e fiscalização.	Expressa que somente as empresas cadastradas na EMBRATUR, poderão explorar serviços turísticos.

Decreto-lei n. 93.607/1986	Disciplina a aplicação dos recursos dos Fundos de Investimento, de que trata o Decreto-lei nº 1.376, de 12 de dezembro de 1974, e dá outras providências.	Retraiu os incentivos à atividade do turismo.
Decreto-lei n. 2.294/1986	Dispõe sobre o exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos e dá outras providências.	Expressa que são livres o exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos.
Lei n. 8.181/1991	Dá nova denominação à Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), e dá outras providências	A Embratur passa a ser Instituto Brasileiro de Turismo e com a finalidade de formular, coordenar, executar e fazer executar a Política Nacional de Turismo. Com essa lei é a primeira vez que o turismo é visto como fator de desenvolvimento, como fonte de renda e geração de empregos, ordenando as ações públicas e uso dos seus recursos.
PRODETUR/NE	Programa de Ação para o Desenvolvimento do Nordeste	Programa de infraestrutura básica e turística para desenvolver polos turísticos. Principal instrumento de desenvolvimento regional orientado para mapear e organizar o espaço físico do litoral nordestino.
Plano Nacional de Municipalização do Turismo – 1994	Nova postura do governo federal com relação às políticas públicas, sintonizada com a ideia de descentralização.	No PNMT não se observou a contrapartida institucional de autonomia de poder (para os estados e municípios) ou mesmo de recurso financeiros.
Ministério do Turismo – 2003	Organização governamental criada para desenvolver e estimular o turismo	O Ministério do Turismo inova na condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico.

Programa de Regionalização do Turismo (PRT) - 2004	Política estratégica de regionalização do turismo.	Substituiu o PNMT e foi implantado em 2004, sofreu uma avaliação que possibilitou as novas diretrizes que foram lançadas em 2013.
Lei n.11.771/2008	Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei no 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei no 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências.	Tratada como a Lei Geral do Turismo, dispõe sobre a Política Nacional do Turismo e disciplina a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos.

Fonte: Dados da pesquisa.

Os próximos anos da política, até o final da década de 40, foram marcados por grande intervencionismo estatal, com um sistema de dominação do Estado sobre a sociedade que se destaca por uma vigorosa centralização político-administrativa, com forte viés autoritário, sendo chamado de “Estado Novo”. Nessa época, o Governo Vargas expressa a clara intenção em exercer forte controle sobre o conjunto de informações a serem divulgadas no país e no cenário internacional, também foi marcada pela ausência de preocupação dos gestores públicos em contemplar as diversidades regionais em detrimento do turismo internacional (ARAÚJO, 2012).

Ainda de acordo com o autor, em 1958, pela primeira vez um órgão surge e tenta imprimir uma ação de planejamento no turismo, com a criação da Comissão Brasileira do Turismo. Já

no ano de 1962, o órgão é extinto, sem conseguir aplicar efetivamente uma política nacional do turismo. No ano de 1966, período que vigorava um regime autocrático e ditatorial da política econômica, o executivo tinha a prerrogativa de editar leis fora do controle do Judiciário e do Legislativo e o decreto-lei era o principal instrumento legal, sendo utilizado para regular e intervir na vida social, política e econômica da sociedade.

Neste cenário, a política nacional do turismo, através a criação do Decreto-lei n. 55/1966, estabeleceu as diretrizes para a elaboração da política do turismo e criou o Conselho Nacional do Turismo (CNTUR) e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), ambos surgindo com a missão de liderar o setor em busca de sua identidade e autonomia. Observa-se que o primeiro órgão, previsto no Art. 4 do referido Decreto-lei, foi criado para formular, coordenar e dirigir a política nacional de turismo, enquanto o segundo órgão está posto no Art. 11 e enumeradas as suas atribuições no Art. 13, dentre as quais consta a de “fomentar e financiar diretamente as iniciativas, planos, programas e projetos que visem o desenvolvimento da indústria do turismo” (BRASIL, 1966, p. 3).

Na década de 80, período da redemocratização, o turismo sofre uma redução da centralização das ações do Estado através da EMBRATUR, com a instituição do Decreto n. 2.294/86, onde dispõe que é livre o exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos (BRASIL, 1986b). Assim, fica evidente, que no período de 1930 até a Constituição de 1988, vários decretos e resoluções surgiram para tratar dos assuntos relacionados ao turismo, mas nenhum deles abordando de forma intensa a questão dos direitos fundamentais, conforme demonstrado no quadro 3. Além disso, a maioria das políticas de turismo ocorreu na esfera federal, isso porque houve um longo

período no sistema político brasileiro, governado por um sistema autoritário, em que as decisões advinham do governo federal, de forma a focar no turismo como alternativa para incrementar a economia e não como uma forma de proporcionar o bem-estar para os cidadãos.

A partir da promulgação da Constituição Federal, em 1988, o Brasil foi marcado por uma gestão descentralizada e participativa, momento em que política de turismo teve alguns propósitos, tais como: democratização do turismo nacional e a contemplação das peculiaridades locais com a formulação de políticas adequadas e específicas para cada região (ARAÚJO, 2012). Em 1991, a Lei n 8.181/91 deu nova denominação para a Empresa Brasileira de Turismo, passando a ser denominada de Instituto Brasileiro do Turismo, porém mantendo a mesma sigla, EMBRATUR. Tal autarquia foi criada com a finalidade de “apoiar a formulação e coordenar a implementação da política nacional do turismo, como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 1991, p. 1).

No mesmo ano, surge o primeiro programa de apoio ao turismo, chamado de Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR/NE), cujo objetivo consistia no desenvolvimento do turismo regional através de investimentos em infraestrutura. Porém, os investimentos foram concentrados na região Nordeste do país devido ao potencial turístico das praias nordestinas, dessa forma consolidando a região como uma importante destinação turística em âmbito nacional e internacional (CANDIOTTO; BONETTI, 2015).

Segundo Cavalcanti e Hora (2002), ainda na década de 90, surge o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) como uma importante política pública do turismo na medida em que se fundamenta como uma nova postura do

Estado, o qual está sintonizado com a descentralização das políticas públicas brasileiras e, de forma democrática, consolidando a participação da comunidade na condução das políticas, programas e ações locais voltadas ao desenvolvimento do turismo. O PNMT buscava incentivar os municípios a organizarem-se para o turismo, porém alguns estudiosos alertam para o fato de que o programa caminhou para a descentralização, mas, em muitos aspectos, desconsiderou as condições específicas de cada realidade nas suas ações (CAVALCANTI; HORA, 2002).

Segundo Trentin e Fratucci (2011), em 1994, foi institucionalizado o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), partindo do âmbito nacional para o municipal, com o pressuposto de que:

[...] é na escala das comunidades locais que é possível estabelecer-se um nível participativo mais ativo e efetivo, uma vez que a proximidade dos cidadãos com os governantes locais é bem maior, o PNMT apresentava-se como uma resposta. “vigorosa” a esta necessidade de conscientização, estímulo e capacidade dos vários agentes – públicos e privados – que compõem a estrutura do município. (TRENTIN; FRATUCCI, 2011, p. 841)

Ainda de acordo com os autores, esse programa definia as condições para uma nova organização do sistema de turismo em âmbito local, de forma descentralizada, utilizando-se da forma de participação cidadã de acordo com a previsão na Constituição Federal de 1988, mas não contava com apoio financeiro direto para a execução das ações (TRENTIN; FRATUCCI, 2011).

Para estes autores, apenas em 2003, com a criação do Ministério do Turismo (Mtur), que o setor encontrou amparo para às suas atividades através de um órgão federal específico e

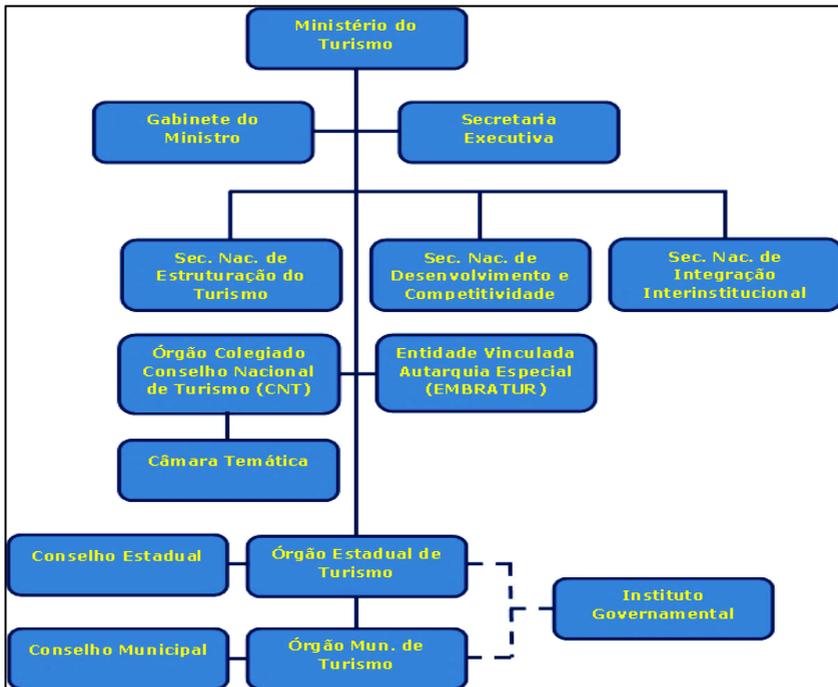
de forma estruturada. Dentre as suas propostas, há um destaque para a descentralização das atividades turísticas com objetivo de impulsionar o desenvolvimento local e regional das regiões com perspectivas turísticas.

Percebe-se, então, que essa inovação na conduta das políticas públicas tem como destaque a aplicação de um modelo de gestão descentralizada através da mobilização dos agentes públicos, privados e a sociedade civil com o propósito de garantir a execução das metas do turismo nacional. Entretanto, para que a definição e a execução das políticas públicas de turismo sejam concretizadas é de suma importância que o Estado, como um ator governamental, atue através de uma estrutura institucional de forma integrada com os demais órgãos governamentais (estadual e municipal) e com a sociedade.

Em 2008, é aprovada a Lei 11.771/2008, que se apresenta como um marco na legislação do turismo brasileiro, revogando leis e acrescentando novas normativas ao setor. Essa legislação dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e traz um novo formato de funcionamento da gestão brasileira do turismo dentro do Sistema Nacional do Turismo para, dessa forma, visualizar a estrutura institucional do governo federal. Não obstante, dispõe sobre a Política Nacional do Turismo, reafirmando o compromisso de uma política de desenvolvimento e regionalizada, conforme trata o Art. 4, Parágrafo Único: “a Política Nacional de Turismo obedecerá aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável” (BRASIL, 2008, p. 1). Tais princípios contribuíram para o fortalecimento do Programa de Regionalização do Turismo, criado em 2004, o qual é objeto de análise desta pesquisa.

Ademais, a Lei 11.771/2008 estabelece que o Ministério do Turismo, juntamente com os segmentos públicos e privados, inclusive pelo Conselho Nacional do Turismo (CNT), elabore o Plano Nacional do Turismo (PNT), contendo metas e programas que devem ser revisados a cada 4 (quatro) anos. A referida lei também instituiu, em seu Art. 8, o Sistema Nacional do Turismo (SNT), com o objetivo de promover o desenvolvimento das atividades do setor do turismo de forma sustentável através da coordenação e integração das iniciativas oficiais com as do setor produtivo. Esse objetivo foi criado com a seguinte pretensão: atingir as metas estabelecidas pelos Planos Nacionais do Turismo; melhorias na qualidade dos serviços turísticos; promover a regionalização do turismo, através da descentralização da gestão e estimular a integração dos diversos segmentos do setor (BRASIL, 2008). Para desenvolver essas ações, o SNT tem os seguintes órgãos que tratam das políticas de turismo e estão representados na figura 1:

Figura 1: Sistema Nacional do Turismo – Representação da Estrutura Institucional.



Fonte: Adaptado pela autora, com dados de Brasil (2019).

O Sistema Nacional do Turismo tem como órgão central para coordenar o setor do turismo o Ministério do Turismo (MTur). Porém, esse depende de outros para efetivar as ações de sua política, sendo assim, na sequência, traz-se a descrição das responsabilidades dos órgãos pertencentes ao Sistema:

- Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo: órgão responsável em atuar na infraestrutura turística e no planejamento, ordenamento, estruturação e gestão das regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro.

- Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade: órgão responsável em promover eventos, produtos, regulação e qualificação do turismo, de forma responsável com o meio ambiente.
- Secretaria Nacional de Integração Interinstitucional: tem o objetivo de articular políticas e ações integradas, definindo áreas especiais de interesse turístico e promovendo a gestão integrada do patrimônio mundial cultural e natural no Brasil.
- Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR): órgão responsável pela promoção, no marketing e no apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.
- Conselho Nacional do Turismo: atribuição de assessorar na formulação e na aplicação da Política Nacional de Turismo e dos planos, programas, projetos e atividades dela derivados (BRASIL, 2019).
- Com relação aos órgãos Estaduais de Turismo e Municipais de Turismo: ambos têm o compromisso de colaborar na efetivação das ações propostas pelo governo federal, de acordo com as suas particularidades com relação ao turismo local.

Através dessa estrutura do SNT, pode-se identificar a evolução das atividades iniciadas em 2003, quando da criação do órgão exclusivo para as questões do turismo. As políticas implementadas pelo governo federal refletiram em uma nova ferramenta política para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil. Para fins de compreensão das suas particularidades, traz-se uma síntese das políticas públicas relacionadas ao turismo implementadas após a criação do MTur,

em 2003. Sendo assim, o quadro a seguir apresenta uma evolução das políticas públicas federais com o propósito de contextualizar o objeto de análise desta pesquisa, o Programa de Regionalização do Turismo (PRT):

Quadro 3: Evolução das Políticas Públicas de Turismo após a criação do Ministério do Turismo.

Ano/Período	Políticas Públicas Nacionais
2003/2007	Plano Nacional do Turismo
2004	Programa de Regionalização do Turismo
2003/2006	Plano Aquarela
2005	Plano Cores
2008	Regulamentada a Política Nacional do Turismo através da Lei n. 11.771
2007/2010	Plano Nacional do Turismo - Uma Viagem de Inclusão
2013/2010	Plano Nacional do Turismo - O turismo fazendo muito mais pelo País
2013	Diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo
2018/2022	Plano Nacional do Turismo - Mais emprego e renda para o Brasil

Fonte: Dados da pesquisa.

Apartir da criação do Ministério do Turismo surgem os planos nacionais, sendo pioneiro o Plano Nacional do Turismo (PNT) 2003/2007. Tal plano visou fortalecer o setor do turismo incrementando a sua qualidade e aumentando a sua competitividade através da divulgação de seus produtos e serviços em escalas nacional e internacional. Além disso,

apostou na qualificação do produto turístico, na estruturação dos destinos brasileiros e focou em diversificar a oferta e qualificação do mercado de trabalho (ARAÚJO, 2012).

Na cronologia dos fatos, ainda em 2003, o governo incluiu o Plano Aquarela 2003/2006, que complementou as ações do turismo, focando na promoção internacional do turismo, ou seja, em um plano de marketing para divulgação do setor turístico no exterior e o Plano Cores, lançado em 2005, com o objetivo de promover o turismo em âmbito nacional (GALDINO; COSTA, 2011).

Passado esse período, surge o Plano Nacional do Turismo 2007/2010 – Uma Viagem de Inclusão, seguindo os passos do anterior, porém com algumas atualizações, acrescentando a inclusão social no processo da atividade turística de forma a proporcionar melhores condições na prática turística, buscando ações para fortalecer o desenvolvimento regional. Somado a isso, um dos seus macroprogramas, Regionalização do Turismo, surgiu com a proposta de incentivar a interação entre os municípios e, através do Prodetur, fornecer apoio financeiro visando estimular o desenvolvimento regional. Desse modo, tal programa sai do escopo da região Nordeste e assume o papel de um programa de nível nacional (BRASIL, 2007).

Já o Plano Nacional do Turismo 2013/2016 – O turismo fazendo muito mais pelo País apresentou orientações e estratégias com perspectivas de potencializar o turismo no que concerne ao desenvolvimento sustentável, ambientalmente equilibrado e socialmente inclusivo. Dentre as suas diretrizes, figura a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo, a participação e o diálogo com a sociedade, o incentivo à inovação e ao conhecimento e a regionalização (BRASIL, 2013a). Assim, percebe-se que a inserção da

regionalização nas diretrizes é resultado de uma ação integrada que teve início em 2003 e se intensificou ao longo dos anos, tendo como pretensão reconhecer o espaço regional e “a segmentação do turismo, construído e implementado pelos próprios atores públicos e privados nas diversas regiões do país, constitui uma estratégia facilitadora do desenvolvimento territorial integrado” (BRASIL, 2013a, p. 56).

O plano que vigora atualmente é o Plano Nacional do Turismo 2018/2022 – Mais emprego e renda para o Brasil, que tem como objetivo principal ordenar as ações do setor público, o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo. Traz em suas diretrizes o fortalecimento da regionalização por acreditar que o caminho já traçado foi bem sucedido, justificando, então, a sua continuidade para transformar o turismo em uma das atividades econômicas prioritárias do país. Já as demais, tratam da melhoria da qualidade do setor e do incentivo à inovação por acreditar que ambas são essenciais à competitividade e sobrevivência dessa atividade e à promoção da sustentabilidade para o alcance de um futuro melhor (BRASIL, 2018a). No decorrer dessa trajetória já desenhada, houve a criação de um importante programa voltado para o desenvolvimento regional. Desse modo, entre a criação do Ministério do Turismo, em 2003, e a aprovação da Lei Geral do Turismo, em 2008, o governo federal implementou o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), que foi produto da evolução do Programa Nacional de Municipalização do Turismo, o qual buscou dinamizar a atividade turística em âmbito municipal. Dessa forma, observa-se que a regionalização foi contemplada em todos os planos nacionais do turismo e, com o passar dos anos, foi ganhando força até se tornar a diretriz central para o desenvolvimento do turismo brasileiro através da implementação do PRT. Para melhor visualização das políticas

públicas nacionais do turismo em vigor, o quadro 5 traz uma síntese das atuações e objetivos de cada uma delas:

Quadro 4: Demonstrativo das atuais Políticas Públicas Nacionais do Turismo.

Políticas Públicas	Atuação do Programa	Objetivo
Programa de Regionalização do Turismo	Trabalha a convergência e a interação de todas as ações desempenhadas pelo MTur com estados e municípios.	Apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no país, de forma regionalizada.
Qtur – Qualificação Nacional no Turismo	Amplia o conhecimento dos diversos segmentos do setor para melhoria da qualidade dos serviços prestados.	Fomentar a oferta de cursos de qualificação e aperfeiçoamento profissional em diferentes áreas de profissionais que integram a cadeia produtiva do turismo.
Prodetur+turismo	Contribui para a estruturação dos destinos brasileiros, pelo fomento do desenvolvimento local e regional por meio de parceria com estados e municípios.	Apoiar os setores públicos e privados no acesso a recursos provenientes de financiamentos nacionais e internacionais para viabilizar a execução de projetos na área do turismo.
Cadastur	Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no turismo. Permite o acesso aos programas de qualificação e também de financiamentos.	Visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor.

Fonte: Dados da pesquisa.

Essa nova estratégia de política pública tem o propósito de executar a atividade do turismo em escala descentralizada e regionalizada. Assim, permitindo que os municípios com

pequeno potencial turístico possam ser incorporados a regiões turísticas de acordo com a similaridade dos seus atrativos, repercutindo, desse modo, no desenvolvimento nacional, regional e municipal do território brasileiro.

Na sequência, aborda-se cada uma dessas políticas públicas, com exceção do PRT, que será desenvolvido de forma detalhada no próximo item por se tratar do objeto de análise desta pesquisa. Através do Programa Qualificação Nacional do Turismo - Qtur, o governo propõe a capacitação dos envolvidos, direta ou indiretamente, nas atividades de suporte ao setor do turismo. Como estratégia, adota a capacitação da população no atendimento ao turista através de cursos *online* e de treinamentos para gestores das políticas do turismo através da Plataforma de Engajamento e Aprendizagem - PEA, do Ministério do Turismo. Outra estratégia é a parceria com o Ministério da Educação através da oferta de cursos de capacitação e qualificação dos jovens do ensino médio, a partir do segundo ano, por meio de cursos como o Pronatec e o Curso Médio Tec na área de turismo (BRASIL, 2018c).

Quanto à política pública denominada Prodetur+Turismo, essa visa contribuir para a estruturação dos destinos turísticos brasileiros por meio do fomento ao desenvolvimento local e regional através do apoio com recursos financeiros nacionais e internacionais. Desse modo, pretende-se qualificar as propostas locais contribuindo para alinhá-las com as ações do PRT. Diante disso, os municípios brasileiros dispõem de subsídios do governo para investimentos no setor do turismo, porém a principal exigência para a participação no programa Prodetur é estar incluído no Mapa do Turismo, sobre o qual será discorrido no próximo item (BRASIL, 2019c).

Já o Cadastur oferece diversas oportunidades e vantagens às empresas cadastradas e serve, também, como importante fonte de consulta para os turistas. Os empreendimentos cadastrados contam com financiamentos em bancos oficiais, apoios em eventos, incentivos de participação nos programas do governo e, principalmente, adquirem visibilidade para o seu negócio no *site* do Cadastur (BRASIL, 2019d).

Frente ao exposto, verifica-se que essas políticas nacionais de turismo voltadas para a gestão descentralizada e regionalizada proporcionam autonomia aos municípios para implementarem políticas públicas que atendam as particularidades locais e regionais, almejando a expansão do setor turístico. Porém, cabe uma ressalva quanto à liberdade de ação dos municípios, que deve estar apoiada e orientada pelo MTur.

Programa de Regionalização do Turismo (PRT)

O Estado figura como o responsável pelo planejamento e pela coordenação das ações para implementação da política pública de turismo. O turismo, por sua vez, figura como uma alternativa para o desenvolvimento regional e como uma atividade de “consumo” de tudo que existe em um determinado lugar, território ou região. Para melhor compreender essa concepção de consumo de um espaço territorial, cita-se a contribuição de Cruz (2002):

O turismo pode ser caracterizado como atividade de consumo do espaço, e é por esse consumo dos espaços pelo turismo que se gestam os territórios turísticos [...] Dessa forma, o território do turismo representa uma fração funcional do espaço que, apropriado por diferentes atores sociais e constituído pela identidade de sua

comunidade, passa a ser visto como resultante de um processo de turistificação do lugar, resultado da “convergência de diferentes fatores (sociais, econômicos, culturais) e não, simplesmente, de seus atributos naturais. (CRUZ, 2002, p.17-19 apud MACHADO; TOMAZZONI, 2011, p. 30)

Além disso, como afirma Castells (1999 apud MACHADO; TOMAZZONI, 2011). é necessário ter uma visão ampla acerca da ideia de espaço:

Ao tratar a ideia de espaço, é fundamental entender que seu conceito transcende o entendimento, apenas natural, sendo resultado, também, de construções culturais, uma vez que os processos diários de convivência e identidade, construídos na experiência de vida das pessoas, “ficam enraizados, em lugares, em sua cultura, em sua história”. (CASTELLS, 1999, p.440 apud MACHADO E TOMAZZONI, 2011, p. 229)

Para adentrar na temática de regionalização, trazem-se os preceitos de Dreher e Salini (2008) que pontuam o seguinte:

[...] regionalização do turismo é entendida como uma decisão, que possibilita incrementar o poder atrativo dos destinos turísticos, visando maior integração entre os municípios, para formatar um produto turístico regionalizado. (DREHER; SALINI, 2008, p. 5 apud MACHADO; TOMAZZONI, 2011, p. 233)

Essa integração dos municípios que possuem diferentes níveis de preparação e potencialidades turísticas pode resultar no desenvolvimento regional do turismo, ou seja, das denominadas regiões turísticas, através da implantação de ações estratégias para o desenvolvimento de suas potencialidades locais. Dito de outra forma, a regionalização possibilita impulsionar os atrativos turísticos da região de forma que a integração entre os

municípios resulte na formatação de um produto turístico regionalizado. Acrescenta-se a questão da comunidade local no aspecto de reconhecimento dos seus municípios como integrantes de uma região turística e também como agentes participantes e parceiros do processo de regionalização (MACHADO; TOMAZZONI, 2011).

A atual Política Nacional do Turismo, estabelecida pela Lei n. 11.771/2008, tem dentre os seus princípios a regionalização do turismo. Uma das políticas públicas estratégicas para a execução dessa política nacional é o Programa de Regionalização do Turismo - PRT - Roteiros do Brasil, o qual se constitui em um programa estruturante do Ministério do Turismo, atendendo recomendações da Organização Mundial do Turismo – OMT (BRASIL, 2008). Tal programa foi criado em 2004 em substituição ao Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT, para suprir as falhas relacionadas ao desenvolvimento do turismo em âmbito municipal (PNMT).

Além disso, foi adotado como uma nova estratégia voltada à integração de municípios, a qual tem como foco as ações para o desenvolvimento em âmbito regional. Após nove anos em vigência, o programa passou por uma avaliação e reestruturação em 2013, sendo que a partir de tais ações originou-se a Portaria n. 105/2013, que foi criada com o seguinte objetivo:

Fica instituído o Programa de Regionalização do Turismo com o objetivo de promover a convergência e a articulação das ações do Ministério do Turismo e do conjunto das políticas públicas setoriais e locais, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo no Brasil, de forma regionalizada e descentralizada, alinhado aos princípios da Política Nacional de Turismo,

estabelecidos pela Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008. (BRASIL, 2013b, p. 1)

Essa portaria estabelece em seu Art. 1º, Parágrafo único, as quatro novas diretrizes como estratégia para o desenvolvimento do turismo, composta por: objetivos, modelo de gestão, eixos de atuação e estratégias de implementação. Na primeira diretriz, contém os objetivos a serem cumpridos na execução do PRT, tais como: a mobilização e articulação de ações e programas do MTur, o estabelecimento dos parâmetros para categorização dos municípios, o apoio na formulação e gestão dos planos turísticos, a disponibilização dos meios para qualificação dos profissionais e serviços da área, a identificação das necessidades de infraestrutura das regiões, dentre outros. No quadro a seguir, demonstra-se o modelo de gestão trazido pela portaria para que o PRT seja executado entre os entes institucionais e a sociedade civil. Conforme o quadro 5, fica estabelecido a gestão de cada órgão com seus conselhos ou fóruns e os interlocutores. Através desses interlocutores, o PRT pode ser efetivamente colocado em prática, uma vez que são eles que recebem as orientações do MTur para o planejamento, implementação, acompanhamento e avaliação das ações em âmbitos estadual, regional e municipal.

Na sequência (quadro 6), aborda-se a terceira diretriz, os eixos de atuação, que é apresentado na portaria como sendo 8 eixos estruturantes, os quais representam, de forma prática e aplicável, o funcionamento do ciclo de desenvolvimento e produção de atividades, bens e serviços turísticos nas regiões e municípios de atuação do PRT.

Quadro 5: Gestão compartilhada do programa de regionalização do turismo.

Âmbito	Instituição	Colegiado	Executivo
FEDERAL	Ministério do Turismo – MTur	Conselho Nacional de Turismo – CNT	Comitê executivo
ESTADUAL	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SEDETUR	Conselho Estadual de Turismo – Conetur	Interlocutor Estadual
REGIONAL	Instância Governamental – Conselhos Regionais de Desenvolvimentos – COREDEs		Interlocutor Regional
MUNICIPAL	Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer – SMCTEL	Conselho Municipal de Turismo – COMTUR	Interlocutor Municipal

Fonte: Dados da pesquisa.

Quadro 6: Eixos estruturantes do PRT.

Eixos de atuação	Desenvolvido para	Objetivo
1 - Gestão descentralizada do turismo	Efetivar a gestão de forma a articular e responder às demandas do setor, através do fortalecimento da participação social e integração com as políticas públicas.	<ul style="list-style-type: none"> - sensibilizar a comunidade; - apoiar ações para fortalecer o SNT; - apoiar a produção de material didático.

<p>2 - Planejamento e posicionamento de mercado</p>	<p>Coletar dados para subsidiar o planejamento e desenvolvimento dos produtos turísticos a partir de elementos de identidade da oferta, observando as características do público-alvo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - apoiar a implementação de planos; - realizar estudos para fortalecer; produtos/roteiros turísticos.
<p>3 - Qualificação profissional, dos serviços e da produção associada ao turismo</p>	<p>Inovar e estimular a competitividade de produtos e serviços, através de u setor formalizado, regulado, qualificado e diversificado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - mobilizar o cadastramento no Cadastur; - qualificar profissionais e empresas.
<p>4 - Empreendedorismo, captação e promoção de investimentos</p>	<p>Consubstanciar em oportunidades a serem potencializadas ou em riscos a serem minimizados nas atividades, as dimensões econômicas, tecnológicas, empresariais, políticas e sociais.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - promover incentivos fiscais e tributários; - estabelecer parcerias público – privadas.
<p>5 - Infraestrutura turística</p>	<p>Tornar o ambiente favorável para o desenvolvimento do turismo, através de estratégias de infraestrutura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - equipamentos turísticos, acesso aos locais turísticos.
<p>6 - Informação ao turista</p>	<p>Oferecer ao turista, informações, seguras, atualizadas e completas sobre atrativos turísticos, eventos, infraestrutura, serviços e acessos a história da região e município.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - guias e mapas turísticos, sinalização turística, banco de imagens e vídeos, redes sociais e mídias.

7 - Promoção e apoio à comercialização	Articular a cadeia produtiva do turismo com profissionais e serviços qualificados.	- campanhas promocionais e publicitárias, produção de materiais promocionais.
8 – Monitoramento	Conduzir ações e projetos a partir de prioridades, análises de demandas e ofertas associadas às capacidades institucionais, de recursos técnicos, financeiros e de pessoas.	- medir os resultados e impactos das atividades de turismo.

Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação a quarta e última diretriz, a implementação, chega-se a um ponto relevante para a condução deste estudo de análise de implementação do PRT em São Borja/RS. As estratégias previstas na Portaria n. 105/2013 para a implementação desse programa de regionalização, são as seguintes:

MAPEAMENTO, que define o território a ser trabalhado. O Mapa do Turismo Brasileiro é a base territorial de atuação dessa política para o desenvolvimento do turismo.

CATEGORIZAÇÃO, que divide os municípios constantes no Mapa do Turismo Brasileiro, de acordo com o desempenho de suas economias do turismo.

FORMAÇÃO, que prevê a capacitação de gestores públicos e a publicação de cartilhas de orientação para o desenvolvimento do turismo.

FOMENTO À REGIONALIZAÇÃO, que prevê o apoio financeiro do MTur aos estados, regiões e municípios na implantação de seus projetos.

COMUNICAÇÃO, que engloba a constituição de uma rede nacional de interlocutores do Programa, facilitando a interação das ações em prol do desenvolvimento do turismo.

MONITORAMENTO, etapa que avalia a evolução do Programa e garante eventuais correções de rumo. (BRASIL, 2013b, p. 3)

Cabe destacar que essas estratégias de implementação do PRT são assessoradas por documentos orientadores criados pelo MTur, com a finalidade de auxiliar no agrupamento dos municípios em regiões com as mesmas perspectivas turísticas. O próximo quadro apresenta as orientações das estratégias para a execução do PRT:

Quadro 7: Estratégias para a implementação do PRT.

Estratégica	Finalidade
Mapa do Turismo Brasileiro	Instrumento responsável pela definição da área – o recorte territorial e agrupa os municípios com atrativos ainda não muito conhecidos e perspectivas comuns para o turismo da região.
Categorização	Instrumento para identificar o desempenho da economia do setor nos municípios inseridos nas regiões que integram o Mapa do Turismo Brasileiro.
Conselho Municipal	É um colegiado de entidades representativas da comunidade e do setor público e tem como responsabilidade assessorar na definição e implementação das políticas municipais de turismo.

Regionalização: sensibilização e mobilização	<p><u>Sensibilização</u> - é o primeiro passo para que uma comunidade inicie sua organização em torno do interesse comum de gerar desenvolvimento por meio da atividade turística.</p> <p><u>Mobilização</u> - é reunir o poder público, empresários, sociedade civil, agentes de fomento e instituições de ensino em torno de um objetivo comum, que será alcançado mediante o empenho, a participação e a união de todos os setores da sociedade.</p>
Institucionalização da Instância de Governança Regional	É o estabelecimento formal de uma organização que possa tomar decisões e orientar o desenvolvimento turístico de uma região, de forma sustentável.

Fonte: Dados da pesquisa

Políticas públicas estaduais de turismo: histórico estadual

Poucas informações com relação à regionalização do turismo em âmbito estadual encontram-se disponibilizadas. Porém, Machado e Tomazzoni (2011) trazem uma ideia do processo da regionalização turística estadual, as quais foram organizadas no quadro a seguir:

Quadro 8: Trajetória estadual das políticas públicas de turismo.

Período	Política Pública	Proposta
1950	Criação do primeiro órgão oficial do turismo	Funcionamento adiado por falta de recurso
1959	RS - pioneiro na criação de um órgão oficial de fomento do turismo	Destinava recursos adequados para a instalação e funcionamento do turismo

1971	Criada a Secretaria de Turismo	Com competência de formular e executar a política de turismo do Estado.
1976	Plano Estadual de Turismo	Documento antigo e abordou a regionalização dividindo o estado em zonas turísticas. Identificadas conforme aspectos geo-topográficos, étnico-culturais e econômicos. Subdivido em sete zonas turísticas.
1983-1985	Elaboração do documento Turismo: Estratégia de Ação 1983/1985	Previa orientar o Poder Público Municipal quanto à sua função específica de turismo racionalmente delimitada: regional, estadual, nacional e/ou internacional. Zoneamento turístico fundamentado em nível nacional pela indicação da EMBRATUR.
1984	Extingue a Secretaria do Turismo	Gestão é transferida para a Secretaria da Indústria e Comércio - SETUR-RS.
1985	Lançado o documento Turismo-RS Ações Básicas de Desenvolvimento	Objetivo de identificação dos pólos turísticos como: turisticamente desenvolvido, em vias de desenvolvimento ou potencialmente viáveis para o desenvolvimento turístico.
1986	Lançado o documento Subsídios para a Regionalização Turística do Estado	Para suprir a necessidade de outros estudos para definir a regionalização turística, com base em subsídios como paisagens naturais, história cultural e economia.
1991	Política sistematizada no Plano de Desenvolvimento da Indústria do Turismo	Organizado em quatro programas: ampliação da demanda turística; organização e desenvolvimento da oferta turística; manutenção na qualidade da matéria-prima e regionalização turística.

1991-1994	Conselhos Regionais de Desenvolvimento (COREDEs)	Juntamente com a FAMURS, serviram de base para a organização espacial do turismo. Foram criadas 22 regiões turísticas agrupadas por características e identidades locais, considerando as potencialidades comuns de desenvolvimento.
1995-2003	Implantação do Fórum Estadual do Turismo e dos 24 Fóruns Microrregionais	Resulta em ações integradas e de planejamento em conjunto com entidades do setor, universidades, representantes do Sistema "S", órgãos públicos, privados e não-governamentais.
2003	Equipe da SETUR-RS	Foi integrada ao MTur e parte dos programas do RS passa a ser referência para os projetos nacionais, como a proposta de Regionalização do Turismo.
2004-2009	O Estado adotou os conceitos de região e microrregião, abolindo a ideia de zonas turísticas.	Atualização do mapeamento e mudança de zonas para regiões turísticas.
2007	Lei n.12.845/2007	Institui a Política Estadual de Fomento ao Turismo Rural no Estado do Rio Grande do Sul.
2013	Cria a Lei n. 14.371 – Política Estadual de Turismo.	Dispõe sobre a Política Estadual de Turismo, cria o Sistema Estadual de Turismo e o Plano Diretor de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul.
2013	Decreto n. 50.798/2013	Dispõe sobre a estrutura básica da Secretaria do Turismo.

2015	Lei n. 14.762/2015	Dispõe da nova estrutura administrativa do Estado e inclui o turismo na Secretaria do Turismo, Esporte e Lazer – SETEL. Para atuar na área do turismo tem-se Departamento de Fomento da Secretaria Cultura Turismo, Esporte e Lazer SEDACTEL.
2019	Lei n. 15.246/2019	Cria a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SEDETUR.

Fonte: Dados da pesquisa.

Verifica-se, no quadro apresentado, que o estado do Rio Grande do Sul foi pioneiro nas tratativas dos assuntos relacionados ao turismo, com a primeira tentativa em 1950, mas só se consolidando na segunda tentativa, em 1971, a partir de um órgão responsável pela atividade. Em 1976, já constava no Plano Estadual de Turismo a preocupação em organizar o turismo em zonas conforme critérios estabelecidos pelo governo. Mais tarde, em 1986, criou-se um documento, Subsídios para a Regionalização Turística do Estado, para fortalecer a forma de definição da regionalização e a separação das zonas conforme novos critérios. Com isso, demonstra-se o processo contínuo das políticas públicas estaduais do turismo referentes à regionalização.

Na década seguinte, dos anos 90, surgiram os Conselhos Regionais de Desenvolvimento (COREDES) para dar suporte ao crescimento das potencialidades comuns das regiões e, assim, estimular o desenvolvimento das diversas áreas das políticas públicas estaduais do turismo. Em 2003, em decorrência da experiência dos servidores, a equipe responsável pelo turismo no estado foi integrada ao MTur pelo fato de já ter em andamento uma proposta de regionalização do turismo.

Já em 2013, foi instituída a Lei n. 14.371/2013, criada com a finalidade de dispor sobre a Política Estadual de Turismo, a qual traz, em seu Art. 3 que a mesma deverá obedecer aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e também do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável do turismo estadual. Dentre os objetivos elencados no Art. 5º da referida lei, estão o de direcionar as ações para promover as potencialidades e produtos turísticos em âmbito regional e estadual, em cooperação com os municípios; o de desenvolver o turismo em todas as regiões do Estado e o de ampliar o fluxo turístico e o tempo de permanência do turista no Estado (RIO GRANDE DO SUL, 2013b).

Em 2015, com a mudança do governador do estado, o órgão responsável pelo turismo ganha denominação de Secretaria do Turismo, Esporte e Lazer – SETEL, e passa a abarcar mais duas áreas, a do esporte e a do lazer, com o objetivo de coordenar e executar a política estadual de turismo. Em 2019, com outra mudança no governador do estado, surge uma nova configuração do órgão do turismo, na medida em que o mesmo é retirado da SETEL e passando a integrar a também nova Secretaria de Desenvolvimento. A unificação dessas duas pastas, regulamentada pela Lei n. 15.246/2019, cria oficialmente a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo - SEDETUR, com o propósito de uma política voltada à promoção do desenvolvimento estadual, a ampliação dos fluxos turísticos e a permanência do turista no estado. Ainda em parceria com a Secretaria de Finanças, a SEDETUR assume a responsabilidade em promover e executar políticas de incentivos fiscais voltadas ao desenvolvimento regional e setorial e incrementar o turismo.

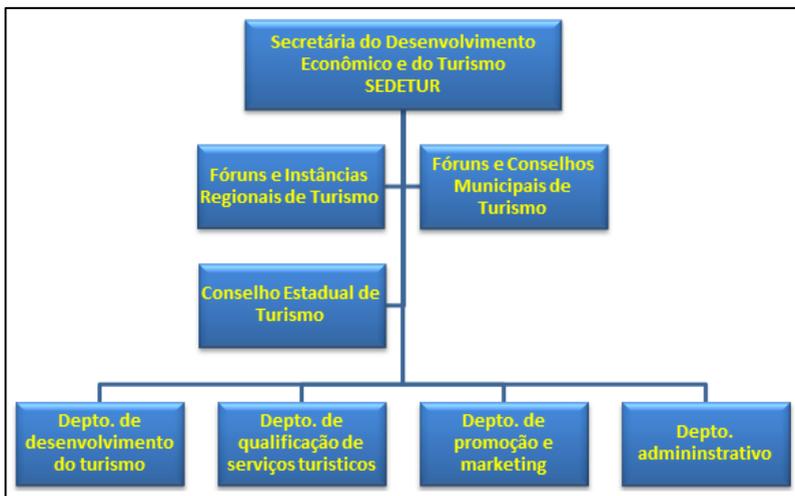
Vale frisar que esses objetivos estão alinhados com a política nacional para o fortalecimento do PRT, sendo que essa intenção de regionalização do turismo no estado figura de forma clara no Art. 15 da lei em comento:

A Regionalização é a estratégia de execução da Política Estadual de Turismo e tem como base a localização geográfica que estabeleça a organização de afinidades econômicas, políticas, sociais, históricas, culturais e naturais para o planejamento coordenado e participativo da estruturação, ampliação, diversificação e qualificação da oferta turística gaúcha. (RIO GRANDE DO SUL, 2013b, p. 4)

Assim, como o governo federal, o estado do Rio Grande do Sul também conta com um sistema de turismo, o Sistema Estadual de Turismo (SET), criado para promover a gestão descentralizada, integrada e articulada para o desenvolvimento do turismo, tendo como objetivo formular e executar as políticas públicas estaduais referentes ao turismo.

Em virtude da última reestruturação das secretarias estaduais do Rio Grande do Sul, em 2019, é possível visualizar a seguinte estrutura do Sistema Estadual de Turismo – SET, que conta com o Conselho Estadual de Turismo - CONETUR, um órgão de assessoramento e consultoria que trata de assuntos do turismo. Já os Fóruns e Instâncias Regionais de Turismo são organizações formais que auxiliam a implementação de programas, projetos e planos para o desenvolvimento da atividade turística. Ainda conforme a Lei n. 14.371/2013, poderá integrar o sistema os Fóruns, os Órgãos Municipais e/ou os Conselhos Municipais de Turismo (RIO GRANDE DO SUL, 2013b; BRASIL, 2019h). Esse sistema possui a seguinte estrutura:

Figura 2: Sistema Estadual de Turismo – SET.



Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Rio Grande do Sul (2013a, 2013b) e Brasil (2019h).

Cabe ressaltar que o governo estadual segue, em suas normativas, a Política Nacional do Turismo, a qual está prevista no Decreto n. 50.798/2013, que dispõe sobre a estrutura básica do órgão responsável pelo turismo, sendo que, dentre as suas competências, pode-se identificar duas delas relacionadas à regionalização:

II - promover e divulgar as potencialidades turísticas regionais e estadual, em cooperação com os Municípios, e desenvolver o turismo nas Regiões do Estado; V - ampliar os fluxos turísticos e a permanência dos turistas nacionais e estrangeiros no Estado, mediante a promoção e apoio ao desenvolvimento do produto turístico estadual. (RIO GRANDE DO SUL, 2013a, p. 2)

Diante do exposto, percebe-se que o estado do Rio Grande do Sul, além de ser pioneiro em propor ações de forma regionalizada, desde muito cedo esteve preocupado em normatizar ações nesse sentido, dessa forma contribuindo com a política do PRT. Além disso, verificou-se, através das legislações estaduais, que a cooperação dos Municípios como forma de concretizar as ações de regionalização do turismo é um fator preponderante para o estímulo do desenvolvimento das regiões turísticas.

Políticas públicas municipais de turismo: município de São Borja/RS

Com relação à esfera municipal, verifica-se que o município de São Borja/RS, objeto de trabalho, dispõe de poucas normativas relacionadas às políticas públicas do turismo. As normas editadas até o momento estão listadas no quadro a seguir, com suas respectivas finalidades:

Quadro 9: Políticas públicas de turismo do município de São Borja/RS.

Legislação	Qual a Finalidade?
Lei n. 701/1972	Cria o Conselho Municipal de Turismo de São Borja – COMTURSB.
Lei n. 792/1975	Isenta Impostos Municipais para hotéis, motéis e agências de turismo.
Lei Orgânica Municipal/1990	Município instituirá política municipal de Turismo e definirá as diretrizes a observar nas ações públicas e privadas, com vistas a promover e incentivar o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.

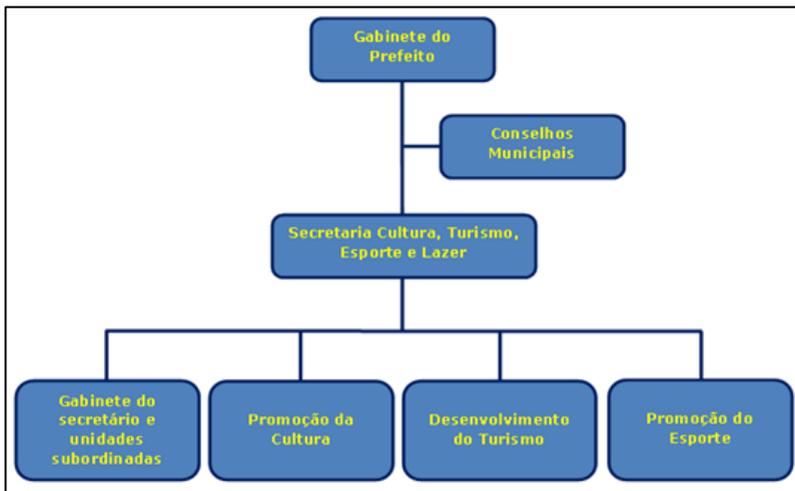
Lei n. 2834/2001	Cria o Conselho Municipal do Turismo.
Lei n. 2835/2001	Cria o Fundo Municipal de Desenvolvimento do Turismo.
Decreto n.17.916/2018	Nomeia membros do Conselho Municipal de Turismo- representantes do órgão público, hotéis e restaurantes, IFES, entidades tradicionalistas, entre outros.

Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação ao quadro 9, observa-se que as políticas públicas de turismo não avançaram, uma vez que apenas foi criado o Conselho Municipal de Turismo e o Fundo Municipal de Desenvolvimento do Turismo. É importante destacar que o Conselho Municipal de Turismo foi criado duas vezes, a primeira em 1972 e a segunda em 2001, permanecendo desativado até 2018, quando foram retomadas as atividades desse órgão.

O órgão municipal responsável pelo turismo é designado de Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer, que em sua estrutura institucional possui, além da unidade responsável pelo turismo, mais três unidades de atuação. E, além disso, conta com o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) para dar suporte à pasta. A seguir, apresenta-se o organograma do funcionamento da referida secretaria:

Figura 3: Organograma da Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer de São Borja/RS



Fonte: Elaborado pela autora (2019), baseado em Prefeitura Municipal de São Borja (2019).

Considerações finais

A oferta turística tem se diversificado buscando atender ao perfil cada vez mais exigente de turistas que tem valorizado as culturas locais e suas peculiaridades ao escolher seus destinos turísticos. Nesse sentido, a política pública que visa atender as demandas da sociedade pode vir a constituir-se em um elemento de promoção do desenvolvimento local e regional, no âmbito do turismo a partir da implementação de leis e programas que promovam a criação de condições para o incentivo e promoção de atividades turísticas nas diferentes comunidades brasileiras.

A origem da implementação de uma política pública de turismo está relacionada aos planos do governo federal, estadual e municipal, aliadas às necessidades e aos problemas de uma comunidade. A ação do governo passa por um processo de formulação e implementação das políticas públicas a partir do estabelecimento de prioridades, objetivos e metas a serem alcançadas. Essas metas traçam o caminho para se chegar a um resultado concreto, sanar necessidades de uma comunidade, propor a resolução ou enfrentamento/redução de um problema público através da implantação de uma política pública.

A implementação de uma política pública será influenciada pelos atores que atuam no referido setor a qual a política é dirigida. No caso do turismo são identificados atores governamentais (políticos, burocratas e os órgãos de gestão de turismo nos âmbitos federal, estadual e municipal) e não governamentais (rede de hotelaria, gastronômica, associação de artesãos, empresários da estrutura turística, agências de turismo, meios de comunicação).

Em relação a aplicabilidade da política pública, de modo especial do Programa de Regionalização de Turismo constatou-se que tem a finalidade de incrementar a atratividade do turismo regional, além da pretensão de instigar os municípios das regiões turísticas a buscarem alternativas para aprimorar a experiência turística do visitantes e, assim contemplar o desenvolvimento local e regional.

Referências

ARAÚJO, Cíntia Möller; CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. Dimensão político-institucional de turismo no Brasil. In: BENI, Mario Carlos. *Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters*. Barueri: Manoele, 2012.

BENI, Mário Carlos. *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2006.

BOBBIO, Norbert. *Teoria geral da política: a filosofia política e as lições dos clássicos*. Trad. Daniela Beccaccia Versiani. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

BRASIL. *Decreto-Lei n. 2.294*, de 21 de novembro de 1986. Dispõe sobre o exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos e dá outras providências. Brasília, 1986b. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/De12294impressao.htm. Acesso em: 22 fev. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Ações e Programas*. Brasília, out. 2018c. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/acoes-e-programas.html>. Acesso em: 8 fev. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Cadastur: fazendo o turismo legal*. Brasília, 2019d. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/sou-turista/inicio>. Acesso em: 22 abr. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Institucional*. Brasília, 2019. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/institucional.html>. Acesso em: 17 jul. jul. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Lei n. 11.771*, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e dá outras providências. Brasília, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11771.htm. Acesso em: 16 nov. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Lei n. 11.771*, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e dá outras providências. Brasília, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11771.htm. Acesso em: 16 nov. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo 2007-2010*. Brasília, 2007. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf. Acesso em: 15 dez. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e mais renda para o Brasil*. Brasília, 2018a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/mtur-pnt-web2.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil: 2013-2016*. Brasília, 2013. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf. Acesso em: 16 dez. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Portaria n. 105*, de 16 de maio de 2013. Brasília, 2013b. Institui o Programa de Regionalização do Turismo e dá outras providências. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/portaria-n-105-de-16-de-maio-de-2013>. Acesso em: 8 fev. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Portaria n. 105*, de 16 de maio de 2013b. Brasília, 2013b. Institui o Programa de Regionalização do Turismo e dá outras providências. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/portaria-n-105-de-16-de-maio-de-2013>. Acesso em: 8 fev. 2019.

BRASIL. Presidência da República. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*, de 05 de outubro de 1988. Brasília, 1988. Disponível em: <http://forumeja.org.br/sites/forumeja.org.br/files/constituicaoafederal1988.pdf>. Acesso em: 14 set. 2017.

BRASIL. Presidência da República. *Decreto Lei n. 55*, de 18 de novembro de 1966. Define a política nacional de turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo, e dá outras providências. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-55-18-novembro-1966-371224-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 12 dez. 2018.

BRASIL. Presidência da República. *Lei n. 8.181*, de 28 de março de 1991. Dá nova denominação à Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), e dá outras providências. Brasília, 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8181.htm. Acesso em: 22 fev. 2019.

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessoa; BONETTI, Lucas Araújo. Trajetória das políticas públicas de turismo no Brasil. *Revista Turydes: Turismo e Desarrollo*, n. 19, dez. 2015. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/politicas.html>. Acesso em: 22 abr. 2019

CAVALCANTI, Keila Brandão; HORA, Alberto Segundo Spindola da. Política de turismo no Brasil. In: REJOWSKI, Miriam; GOMES, Cristina Marques; SILVEIRA, Adalgiso Silva (org.). *Turismo em análise*, v. 3, n. 2. São Paulo: ECA/USP, 2002.

DIAS, Reinaldo; MATOS, Fernanda. *Políticas públicas: princípios, propósitos e processos*. São Paulo: Atlas, 2012.

DYE, Thomas. Mapeamento dos modelos de análise de políticas públicas. In: HEIDEMANN, Francisco G.; SALM, José Francisco; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. *Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise*. Brasília: Editora UnB, 2010.

FREY, Klaus. *Políticas públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil*, n. 21, 2000. Disponível em: <<http://www.pgedf.ufpr.br/downloads?Artigos%20PS%20Mest%202015/ELS/FM-KLAUS%20FREY%20%20FM%202.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2017.

GALDINO, Letícia Cristina Fernandes; COSTA, Michele Leandro da. Análise das principais políticas públicas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, v. VI, n. 3, 2011. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5815/4526>. Acesso em: 15 mar. 2019.

MACHADO, Álvaro Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luis. A regionalização turística do Rio Grande do Sul e sua contribuição como referência para a gestão regionalizada do turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 5, n. 2, p. 226-247, ago., 2011. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/386>. Acesso em: 12 mai. 2019.

PIOVESAN, Flávia. Justiciabilidade dos direitos sociais e econômicos: desafios e perspectivas. In: CANOTILHO, J. J. Gomes; CORREIA, Marcus Gonçalves; CORREIA, Érica Paula Barcha (coord.) *Direitos fundamentais sociais*. São Paulo: Saraiva, 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO BORJA. *Secretaria de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer*. São Borja, 2019. Disponível em: <https://www.saoborja.rs.gov.br/index.php/cultura-turismo-esporte-e-lazer>. Acesso em: 14 jun. 2019.

RIO GRANDE DO SUL. Assembleia Legislativa. Gabinete de Consultoria Legislativa. *Lei n. 14.371*, de 27 de novembro de 2013. Dispõe sobre a Política Estadual de Turismo, cria o Sistema Estadual de Turismo e o Plano Diretor de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013b. Disponível em: www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/LEI%2014.371.pdf. Acesso em: 23 abr. 2019.

RIO GRANDE DO SUL. Assembleia Legislativa. Gabinete de Consultoria Legislativa. *Decreto n. 50.798*, de 30 de outubro de 2013. Dispõe sobre a Estrutura Básica da Secretaria do Turismo. Porto Alegre, 2013a. Disponível em: <http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/DEC%2050.798.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2019.

SECCHI, Leonardo. *Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise e casos práticos*. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 8, n.16, jul./dez., 2006.

TRENTIN, Fábila; FRATUCCI, Aguinaldo César. Política Nacional de Turismo no Brasil: da municipalização à regionalização. *Book of Proceedings – International Conference on Tourism & Management Studies*, v. I, Algarve, 2011. Disponível em: https://www.academia.edu/8408968/BOOK_OF_PROCEEDINGS_VOL_I_INTERNATIONAL_CONFERENCE_ON_TOURISM_and_MANAGEMENT_STUDIES_ALGARVE_2011_COLLABORATIVE_DESTINATION_MARKETING. p 839-848. Acesso em: 22 abr. 2019.

VOLUNTARIADO EM MEGAEVENTOS ESPORTIVOS: um ensaio bibliográfico brasileiro

Arthur Mendes Sousa

Fillipe Soares Romano

Introdução

Em 2 de outubro de 2009 a cidade do Rio de Janeiro venceu o processo de seleção para sediar os Jogos da XXXI Olimpíada, também conhecidos como Jogos Olímpicos de Verão, no ano de 2016. Na data, a escolha da Cidade sede foi motivo de comemoração na Capital fluminense e para o Comitê Olímpico Brasileiro (COB) foi o momento de coroação do sonho olímpico brasileiro, que teve início em princípios da década de 1990. Com a escolha, a Cidade começou a se preparar para receber os megaeventos que estavam por ocorrer, Jogos Pan-Americanos (2007), Jogos Militares (2011), Copa das Confederações (2013), Copa do Mundo (2014) e as Olimpíadas e Paralimpíadas de Verão (2016), durante todo o processo de seleção e nos anos que se seguiram, um dos quesitos fundamentais para escolha do Rio de Janeiro foi a questão do legado que os Jogos deixariam para a Cidade.

A definição de legado esportivo para a literatura ainda é nebulosa e os conceitos apresentados não são consolidados, porém, o ponto de intersecção do próprio documento do Comitê Olímpico Internacional – COI (2012), não define a palavra legados, mas apresenta duas vertentes para análise, o legado

tangível e o legado intangível, este último, objeto de análise da presente pesquisa.

O presente ensaio objetiva apresentar parte dos diferentes conceitos de megaeventos esportivos e legados, especificamente, publicações acadêmicas nacionais referentes aos programas de voluntariado em megaeventos, compreendidos dentro do escopo de legados sociais. A investigação acerca dos megaeventos auxilia a compreensão do universo acadêmico da área, com saturação ou dispersão desses estudos.

Esta pesquisa tem caráter descritivo e exploratório, sendo fundamentada em dados publicados, resultantes de análise bibliográfica inicial que contempla os divergentes conceitos sobre megaeventos, voluntariado e legados. Através do método de análise documental e bibliográfica referente aos megaeventos esportivos, as palavras-chave utilizadas na busca foram: megaeventos; legados; legados intangíveis; legados sociais; voluntariado; voluntário; turismo. As bases de dados consultadas para desenvolvimento do trabalho foram: *Periódicos CAPES*; *Scielo* e *ScholarGoogle*.

O artigo encontra-se estruturado do seguinte modo: a primeira seção refere-se à contextualização dos megaeventos esportivos, especificamente aos jogos olímpicos, focado no histórico e nas relações com o Brasil (Rio de Janeiro) como cidade-sede dos megaeventos. A segunda seção de caráter teórico, apresenta interface do turismo com os megaeventos esportivos e, por fim, apresenta a seção analítica sobre os referenciais bibliográficos nacionais acerca do voluntariado em megaeventos esportivos. Em seguida, a descrição dos procedimentos metodológicos empregados na pesquisa. As considerações finais ressaltam as considerações encontradas em razão do objetivo.

Megaevento, Jogos Olímpicos e o Brasil: conceitos E relações

A oportunidade de sediar os Jogos da XXXI Olimpíada, trouxeram à cidade do Rio de Janeiro perspectivas amplas em relação ao futuro da cidade maravilhosa. Em 2 de Outubro de 2009, após vencer as cidades de Chicago (Estados Unidos), Tóquio (Japão) e Madri (Espanha), o dossiê apresentado ao Comitê Olímpico Internacional (COI), consagrou a candidatura do Rio de Janeiro a sediar os Jogos Olímpicos de Verão no ano de 2016. A partir desta data, a cidade passa a se preparar para um marco importante em sua história, ser a sede oficial dos primeiros Jogos Olímpicos da América do Sul.

Faz-se importante destacar que o sonho olímpico brasileiro surge no início da década de 1990 – com o projeto Brasília 2000, que coroaria as comemorações dos 500 anos do descobrimento, resultando em uma tentativa frustrada. O Brasil se apresentou para concorrer ao direito de sediar os Jogos Olímpicos em mais dois momentos que, assim como a primeira tentativa, decorreram em fracasso: falamos aqui dos Jogos de 2004, quando o Rio de Janeiro aparece pela primeira vez como cidade postulante já em 1996, sendo eliminada na primeira fase; e também dos Jogos de 2012, quando numa disputa interna com São Paulo, o Rio de Janeiro sustentado pelo título de cidade turística, levou a melhor e se apresentou oficialmente como cidade postulante, porém, mais uma vez, não passou pela primeira fase.

Nota-se ausência de candidatura nos Jogos Olímpicos de 2008, sediados em Pequim (China), justificado pela necessidade de um projeto forte, o Brasil passa a buscar expertise para desenvolvimento de sua candidatura e, para isso, aposta nos

Jogos Pan-Americanos e Parapan-Americanos Rio 2007 como meio de demonstrar a preparação da cidade para sediar uma olimpíada e outros eventos e competições de grande porte.

Ao longo do caminho em busca dos Jogos Olímpicos, o Rio de Janeiro foi adquirindo forças em sua candidatura, baseado não apenas em 2007, mas também nas conquistas advindas de outros megaeventos esportivos, a saber: os Jogos Mundiais Militares de 2011 (reunindo cerca de 6000 atletas de 88 países diferentes, em 20 modalidades esportivas); a Copa das Confederações FIFA 2013; e a Copa do Mundo FIFA 2014, tendo sido sede da final das duas competições. Mas afinal de contas, o que são megaeventos esportivos?

Quase todos os dias nos deparamos com este termo nos veículos de comunicação, nos discursos dos políticos, dos administradores e dos empresários, mas também do homem comum. Podemos dizer que, com um misto de admiração, traduzida nos discursos triunfalistas a respeito da organização da Copa do Mundo e, especialmente, dos Jogos Olímpicos como 'prova' do caráter de potência emergente do Brasil, e espanto, corporificado nas críticas ao volume de recursos públicos investido nestes eventos, nas suspeitas sobre sua gestão, na preocupação com as instalações específicas e a infraestrutura necessária, entre outras questões, o país se viu e se vê na condição e na responsabilidade de sediar os dois maiores eventos esportivos mundiais no curto intervalo de dois anos (TAVARES, 2013, p.11, grifo do autor).

Definitivamente essa é uma pergunta com difícil resposta consolidada ao analisar a bibliografia existente sobre a temática, entretanto, apresentaremos a seguir alguns conceitos frequentemente utilizados. Primeiramente, deixamos claro que a denominação 'megaeventos esportivos' utiliza o termo

‘esportivos’ por apresentar outros tipos de megaeventos como shows musicais, reuniões econômicas e sociais, entre outros, além do prefixo ‘mega’ pois nem todos os eventos podem ser assim definidos, visto que existem muitas definições para o termo megaeventos, como ‘gigaeventos’ (MÜLLER, 2015), ‘grandes eventos’, ‘pequenos e médios’ eventos, por exemplo. Esclarecido tal fato, delimita-se a discussão ao termo megaeventos esportivos.

Com base no referencial teórico prévio, a definição de Roche (1994) mantém-se atual por abordar os termos ‘duração’, ‘resultados permanentes’ e ‘local sede’, onde megaevento é “um acontecimento de curta duração, com resultados permanentes nas cidades e/ou países que o sediam e está associado à criação de infraestruturas e facilidades para o evento” (ROCHE, 1994, p.19), posteriormente atualizado em algumas questões, nas quais definem os megaeventos de maneira mais completa.

“Megaeventos são eventos de larga escala cultural (incluindo comerciais e esportivos) que tem uma característica dramática, apelo popular massivo e significância internacional. Eles são tipicamente organizados por combinações variáveis de governos nacionais e organizações internacionais não governamentais e ainda podem ser ditos como importantes elementos nas versões ‘oficiais’ da cultura pública” (ROCHE, 2001 apud ALMEIDA, MEZZADRI e MARCHI JR., 2009, p.179).

Já para Hall (2006) a definição de ‘megaeventos’ relaciona-se diretamente com a grandiosidade de público, com definição de público-alvo, além de suas interfaces políticas, midiática e criação de infraestruturas, além do impacto econômico local.

Alguns autores não conceituam os megaeventos esportivos, entretanto, utilizam as semelhanças existentes e consolidam algumas ações, como por exemplo, pertencerem a um campo de elevado interesse; a demanda de investimentos para alcançar adequada infraestrutura urbana; construções de infraestruturas específicas e de mobilidades; atendimento às necessidades das entidades organizadoras, atraindo e demandando um número significativo de verbas e investimentos em diversos setores econômicos, promovendo efetivas e profundas transformações nos aspectos sociocultural, organizacional e desportivo, além de atingir o setor de serviços, de turismo, de geração de empregos, de consumo, de arrecadação de impostos e de financiamentos. (SEIXAS, 2010; FERNANDES e FERNANDES, 2008; REIS, 2008; RODRIGUES et al., 2008; ROMANO et al., 2015).

De acordo com Silva, Braga e Romano (2016) o setor turístico é um dos principais legados desses megaeventos, onde “os produtos turísticos – como passagens aéreas, rodoviárias, diárias hoteleiras, refeições, souvenirs e serviços em geral – são vendidos no atacado e consumidos em grande escala” (MATIAS, 2008; OLIVEIRA, 2002; SILVA, BRAGA e ROMANO, 2016, p.641). Os diversos elementos ligados aos megaeventos são articulados diretamente com a proposta de desenvolvimento urbano e o segmento turístico, quanto à criação de infraestrutura e facilidades para sua realização, que podem e devem ser estendidas a todos atores sociais envolvidos.

Dentro da perspectiva apresentada por French (1997) onde existem quatro benefícios com a realização de megaeventos considerando a infraestrutura; economia; marketing turístico e desenvolvimento urbano, a palavra ‘legado’ destaca-se como um

dos principais fatores de benefícios para realização dos megaeventos, o qual discorreremos a posteriori.

Para melhor compreensão do trabalho, utilizamos a definição de DaCosta (2008) que no âmbito nacional vêm se consolidando como referencial sobre megaeventos esportivos, define ‘megaevento esportivo’ como uma competição que, para ser realizada, necessita de grande aporte financeiro, logístico e humano; poder de atração midiática e periodicidade de 4 anos e que os países-sede apresentem garantias de realização desses megaeventos, nos âmbitos econômico, político e de infraestrutura.

Os possíveis legados de megaeventos esportivos

Desde a concepção do documento de candidatura, um item em especial destacou-se dos demais, a noção de “legado”, o que os jogos deixariam para a cidade após sua realização. Esse destaque deve-se ao processo de escolha dos Jogos de 2012 sediados em Londres, o conceito legado não se apresentava como pré-requisito para a escolha da cidade sede até então, de fato, é a partir desse processo que o COI insere em seus quesitos de avaliação, o tópico “legado”. O discurso acerca do legado referindo o mesmo pela vertente única positivista, ignorando ou não apresentando os aspectos negativos que podem ocorrer para o desenvolvimento de uma atividade.

Se, em Barcelona, a realização dos Jogos Olímpicos foi utilizada para catalisar projetos já inseridos em seu plano de reestruturação urbana, no Rio de Janeiro o planejamento da cidade e a prioridade dos investimentos públicos passam a ser determinados pelo projeto do evento. Com ênfase exacerbada ao mercado, o conjunto

de intervenções proposto no projeto Rio 2016 não apresenta um objetivo claro de reestruturação global e articulada da cidade, nem contempla a possibilidade do uso racional dos recursos públicos para o benefício do conjunto de seus habitantes. (OLIVEIRA e GAFFNEY, 2010, s/n.)

A criação de um termo que atendesse demandas de longo prazo, foi incluído a partir de 2002, quando o Comitê Olímpico Internacional apresentou o termo “legados de megaeventos esportivos” (SOUZA e PAPPOUS, 2013). Nesse documento apresenta-se somente a definição de dois tipos de legados, os tangíveis e intangíveis,

Na recorrente perspectiva de que megaeventos proporcionam legados positivos e negativos quanto aos bens tangíveis – investimentos com retorno duradouro ao invés de altos gastos para resultados provisórios –, é unânime a necessidade de um planejamento consistente para potencializar os pontos positivos e neutralizar os negativos (ALMEIDA, MEZZADRI e MARCHI JR., 2009, p.189).

Apesar de não haver consenso no conceito de legados, usufruímos do conceito de Gratton e Preus (2008) no qual compreendem o legado como “estruturas planejadas e não planejadas, positivos e negativos, intangíveis e tangíveis, criados através de um evento esportivo que permanecem após o evento” (GRATTON e PREUSS, 2008, p.1924).

Conceito que diverge do entendimento de Marcellino (2013), que descreve os megaeventos como parte integrante de políticas de esporte e lazer, resultando em ações que podem ser classificadas em positivas e negativas, visando minimizar o segundo ponto. Outra definição existente é apresentada por Raeder,

o conceito de legado é definido como “um conjunto de bens materiais e imateriais que se conformam como permanências sócio espaciais no tecido urbano decorrentes das ações compreendidas por conta da implementação de um megaevento” (RAEDER, 2008, p.206).

Ao analisar o referencial teórico sobre megaeventos esportivos, os conceitos de legados e impactos acabam sendo utilizados como sinônimos de maneira errônea. O pioneirismo de Tavares (2013) visa diferenciar os conceitos, sendo legado atrelado a ações permanentes, de caráter positiva, apoiadas nos conceitos sustentáveis e analisados a longo prazo; os impactos são ações mais imediatas tanto em longevidade quanto temporal.

Muito para além do esporte, estima-se que os megaeventos esportivos no período 2007-2016 tenham trazido ao Brasil um inegável impacto em termos de legado para diversos setores, entre eles o de melhorias nos aeroportos, portos e transporte terrestre; na mobilidade urbana; na infraestrutura da cidade; na criação de leis de sustentabilidade e acessibilidade; na melhoria da inteligência da segurança do país; na melhoria dos serviços médicos; nas melhorias nas áreas de energia, telecomunicação e tecnologia da informação, entre outros (UVINHA, 2016, p.728).

Se por um lado o legado físico para a cidade mostrou-se aquém do esperado – nota-se que muitos dos equipamentos construídos ou modernizados para o evento foram perdendo suas características e, caindo em desuso, acabaram por se deteriorar, como os casos do Estádio Olímpico João Havelange (Engenhão), Estádio Jornalista Mário Filho (Maracanã) e ainda o Parque Aquático Maria Lenk –, no que diz respeito ao legado social, a principal conquista foi, talvez, o surgimento e avanço

de uma série de movimentos e organizações pró-cidade, buscando uma maior fiscalização e participação da população nas tomadas de decisões e controle das transformações a ocorrerem na cidade.

Os legados sociais abordam em sua maioria estudos sobre a percepção dos visitantes/residentes perante a realização do megaevento, além das questões referentes ao mercado de trabalho, atividade que correlaciona com o presente objeto de pesquisa, o voluntariado e experiência profissional como legado (MARIVOET, 2006).

Esses dados empíricos e as abordagens teóricas que nos levaram a eles, sugerem finalmente confirmação da natureza intangível por parte do papel dos voluntários em megaeventos esportivos, o que basicamente indica a pertinência de novos estudos, sobretudo em proveito da futura implementação do programa de voluntários da Copa do Mundo 2014 (PENA, 2013, p.45).

O voluntariado em megaeventos esportivos é compreendido como legado intangível, onde técnicas são aplicadas para alcançar qualidade na execução do trabalho e essas experiências/aprendizados que podem ser aplicados para evolução profissional, proporcionando amadurecimento e crescimento na sociedade e no mercado de trabalho (PENA, 2013).

Numa perspectiva de linha do tempo referente a publicações nacionais acerca de megaeventos esportivos, podemos citar o livro organizado por Rodrigues et al. (2008), nomeado “Legados de megaeventos esportivos”, coletânea de estudos sobre diferentes áreas aproveitando o momento dos megaeventos no país, livro de mesmo nome lançado em 2013 por Nelson Carvalho Marcellino com discussão acerca do lazer.

O livro pioneiro foi organizado por Kátia Rubio (2007) discutiu acerca dos impactos na população local e o legado social para os cidadãos do país-sede. Já Santos Júnior, Gaffney e Ribeiro (2015) monitoraram os impactos dos megaeventos através da rede Observatório das Metrôpoles.

Ainda que não se perca de vista a crítica sobre a restrita participação popular e científica na preparação em longo prazo para sediar tais megaeventos, o conhecimento científico precisa se desenvolver. De modo geral pudemos observar que ainda faltam subsídios técnicos independentes dos interesses dos realizadores dos eventos para aferir os legados econômicos e sociais. (ALMEIDA, MEZZADRI e MARCHI JR., 2009, p.189).

Existe uma grande defasagem na definição de conceitos aceito pelos pesquisadores, entretanto, podemos apontar algumas semelhanças encontradas no referencial teórico, dentre essas Romano (2018, p.44) apresenta que “a compreensão de que os legados não estão ligados diretamente relacionados ao sucesso esportivo do megaevento, mas sim, dos benefícios que esse megaevento pode proporcionar à população”.

Procedimentos metodológicos

O conteúdo de análise desta pesquisa é a produção científica sobre voluntariados nos artigos publicados em periódicos acadêmicos brasileiros na área de turismo e das ciências humanas, publicados nas bases de dados consultadas.

Esta pesquisa tem caráter descritivo e exploratório, resultantes de uma análise bibliográfica inicial que contempla os divergentes conceitos sobre megaeventos; olimpíadas; legados.

Estudos de revisão, que consistem em organizar, esclarecer e resumir as principais obras existentes, bem como fornece citações completas abrangendo o espectro de literatura relevante em uma área. As revisões de literatura podem apresentar uma revisão para fornecer um panorama histórico sobre um tema ou assunto considerando as publicações em um campo (VOSGERAU e ROMANOWSKI, 2014, p.167).

Referente ao enfoque bibliográfico, utilizou-se das palavras-chave na busca: megaeventos; legados; copa do mundo; olimpíadas; voluntariado; voluntário; turismo. As bases de dados consultadas foram: Periódicos CAPES; Scielo e ScholarGoogle. Os dados recolhidos dessas bases foram analisados, em um primeiro momento, através do título, palavras-chave e resumo dos artigos e dissertações. Os trabalhos selecionados foram lidos na íntegra e utilizados de acordo com a necessidade da pesquisa.

A abrangência não é tão importante quanto o foco em determinada questão ou assunto em mente, enquanto se interroga a bibliografia buscando ideias e pensamentos que possam ajudar a definir a pesquisa. O pesquisador precisa estar aberto a ideias novas e úteis, mas não pode ser levado a áreas que se distanciem da questão ou do assunto de interesse (VEAL, 2011, p.187).

Em um universo de 435 artigos encontrados no total, sendo esses 256 artigos encontrados no buscador ‘*Scielo*’; 42 artigos encontrados no buscador ‘*Periódicos Capes*’ e 137 artigos encontrados no buscador ‘*Google Acadêmico*’, separou-se 16 trabalhos que apresentam o termo voluntário/voluntariado no título do trabalho, desse total, apenas 11 artigos foram selecionados por corroborar diretamente com a temática do presente trabalho.

Como foi levantado um número pequeno de periódicos especializados em turismo e também um restrito número de artigos sobre megaeventos, utilizou-se do referencial teórico da área das ciências humanas, especialmente os artigos da área de educação física, que provavelmente, seja a área com maior aporte bibliográfico na temática de legados e megaeventos esportivos. Em contrapartida, como a quantidade de artigos publicados sobre megaeventos nos periódicos especializados é reduzida, optou-se por análises qualitativas que indicassem as especificidades dos artigos.

Voluntariado e os megaeventos

A primeira aparição da atividade de voluntariado ocorre em 1997, a Organização das Nações Unidas (ONU) define através do PNUD que o ano de 2001 seria o ano do voluntariado, com ações que fomentavam a valorização desse tipo de trabalho, consequentemente, essas atividades se espalharam por todos os países de base ONU gerando encontros internacionais.

A ideia de voluntário divulgada pela ONU tinha a seguinte diretriz: I) Construir respeito, confiança, solidariedade e reciprocidade; II) Benefício mútuo; III) Contribuir ao desenvolvimento e direitos humanos; IV) Atingir os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio; V) Criar um ambiente favorável para o comprometimento cidadão através do desenvolvimento de políticas de voluntariado, legislação de apoio e outras infraestruturas. (PNUD, s/d).

Segundo a legislação brasileira, por meio da Lei nº 9.608 de 1998, o trabalho voluntário é caracterizado como uma

atividade não remunerada, prestada por pessoas físicas a uma entidade pública ou instituição privada sem fins lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social. A lei aponta, ainda, que esta forma de trabalho não gera vínculo empregatício e nem obrigações de natureza trabalhista, previdenciária ou afim (BRASIL, 1998, s/p).

Estudos acadêmicos internacionais sobre o trabalho voluntário em eventos esportivos têm crescido na última década, mas ainda são relativamente escassos. ‘No Brasil, uma consulta à base de dados Spell, que congrega uma ampla gama de publicações ligadas às áreas de administração, contabilidade e turismo, resultou em 24 estudos sobre voluntariado, mas nenhum com foco em eventos esportivos’ (OLIVEIRA e COSTA, 2016, p.93).

Dentre as diversas conceituações referente ao termo voluntariado, apresenta-se a definição de Groppo e Zamarian (2009, p. 02) onde voluntariado é compreendido por um “conjunto de ações, desenvolvidas sem intento financeiro, ao menos manifesto, que envolvem algum tipo de doação (dinheiro, tempo, conhecimento, etc.)”, sendo o voluntário o sujeito que se engaja nessas ações para “se doar” e resolver problemas de determinado grupo de pessoas ou de determinada comunidade (BARBOSA, 2017, p.16).

Divergindo em alguns quesitos, a definição de Mendes e Sonaglio (2013) discute sobre a motivação dos voluntariados no benefício do próximo, promovendo melhorias a ti e sua comunidade, disponibilizado através de tempo, conhecimento e trabalho.

Trabalho voluntário, então, pode ser entendido como uma atividade em que o desempenho está alicerçado sob o uso

e gozo da autonomia do prestador do serviço ou trabalho, sem que receba qualquer contraprestação representada por remuneração ou busca de lucro. Trata-se de um trabalho de grandes responsabilidades, no que diz respeito a comprometimento e que exige muitas vezes profissionalismo e/ou especialização. (NAKANE, VIEIRA e RIOS, 2012, p.5).

O trabalho voluntário pode ser considerado um fenômeno social e cultural, que se altera com o decorrer dos anos, de acordo com o contexto no qual está inserido (SALAZAR, SILVA e FANTINEL, 2015). A razão para se voluntariar em determinada situação pode variar de pessoa para pessoa, podendo tender para o caráter altruísta de pensar no outro, ou em caráter egoísta na busca de ganho pessoal (MENDES, 2015, p.14).

Dentre as perspectivas de legados, para Tadini (2007) os voluntários através do seu trabalho são o elo entre os visitantes/participantes dos eventos e a população local. Entretanto, esse trabalho apesar de não ter retorno financeiro, geram custos ao evento com deslocamento, alimentação, hospedagem (PEREIRA, 2009), em contrapartida de um compromisso em melhoria de habilidades e crescimento.

É importante salientar que houve um importante imbróglgio referente ao trabalho voluntário envolvendo a legislação brasileira e a FIFA, pois perante a lei o trabalho voluntário só é permitido se for destinado a organizações públicas ou privadas sem fins lucrativos, o que gerou uma ação civil, perdida pois a entidade FIFA é sem fins lucrativos.

A compreensão do conceito de voluntário presume o ganho de conhecimento e habilidades que possam ser aplicadas em outros contextos, renunciando ao pagamento. Após síntese

de contextualização ao leitor, a seguir apresenta-se os resultados obtidos da pesquisa bibliográfica. Em um primeiro momento foram selecionados 16 trabalhos acadêmicos que utilizaram no título a palavra “voluntariado”, baseado em pesquisa nas bases de dados citadas anteriormente.

Quadro 1: Título, palavras-chave, autores, ano de publicação e tipo de trabalho.

Título	Palavras Chave	Autores	Ano Publicação	Tipo de Publicação
1. <u>Voluntariado</u> : legado de megaeventos esportivos	<u>Voluntariado</u> ; <u>Voluntário</u> Esportivo; Megaevento esportivo	Bianca Gama Pena	2013	Dissertação de Mestrado
2. <u>Voluntariado</u> e Megaeventos: Aproximações possíveis	<u>Voluntariado</u> ; Megaeventos	Ana Cláudia Couto et.al.	2015	Artigo Revista RBEL
3. Motivação, Satisfação e Comprometimento: um estudo sobre o trabalho <u>voluntário</u> em megaeventos esportivos	Trabalho <u>voluntário</u> ; megaeventos esportivos; motivação; satisfação no trabalho; comprometimento organizacional	Lúcia Barbosa de Oliveira; Fabio Pinaud Cerri Costa	2016	Artigo Revista Economia & Gestão
4. Turismo e <u>Voluntariado</u> : um estudo sobre as publicações em revistas científicas nacionais e internacionais	Turismo e hospitalidade; <u>voluntariado</u> ; turismo <u>voluntário</u> ; produção científica internacional; artigos de periódicos	Renê Corrêa do Nascimento	2012	Artigo da Revista Turismo em Análise

5. Turismo e <u>Voluntariado</u> : estudo sobre a experiência solidária no âmbito do turismo	Turismo; <u>Voluntariado</u> ; Turismo Voluntário; Um teto para meu país	Yousra Makanse; Marcelo Vilela de Almeida	2014	Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR
6. Volunturismo: uma abordagem conceitual	Turismo; <u>Voluntariado</u> ; <u>Volunturismo</u>	Thais Cristine Mendes; Kerlei Enele Sonaglio	2013	Revista Turismo Visão e Ação
7. O trabalho <u>voluntário</u> em tempos de Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016: um novo nicho lucrativo	<u>Voluntariado</u> ; Ideologia; Megaeventos	Themis de Farias Nascimento	2011	Anais de Eventos
8. O <u>Voluntariado</u> e os megaeventos esportivos no Brasil	Hospitalidade; Serviços; Stakeholders; <u>Voluntariado</u> ; Eventos	Nathalia Balancin Silva; Fernanda Almeida Sampaio; Fabiana das Neves Ribeiro	2014	Anais de Eventos
9. Trabalho <u>Voluntário</u> em Megaeventos: um estudo de caso da cidade de Porto Alegre-RS	Turismo; Megaeventos; Trabalho <u>Voluntário</u> ; Copa do Mundo FIFA 2014	Laís Rovisco Teixeira; Guilherme Bridi	2016	Artigo Revista Fólio – Jornalismo, Publicidade e Turismo
10. Voluntariado em Eventos Esportivos Especiais no Brasil: Uma análise da capacitação de <u>vo-</u> <u>luntários</u> promovida pelo Comitê Olímpico Brasileiro	Eventos Esportivos Especiais; Hospitalidade; <u>Voluntariado</u> ; Turismo	Rodrigo Fonseca Tadini	2007	Anais de Eventos

11. <u>Voluntariado</u> : a essência da hospitalidade como fator crucial para elevada performance dos megaeventos esportivos no Brasil	Eventos Esportivos; Jogos Mundiais Militares; <u>Voluntários</u> ; Altruísmo; Hospitalidade	Andréa Nakane; Francisco de Canindé Gentil Vieira; Gleiva Félix de Araújo Rios	2012	Revista TuryDes – Revista de Investigación en Turismo y desarrollo local
12. Análise do perfil socioeconômico e motivacional dos <u>voluntários</u> da Copa do Mundo FIFA 2014	Megaevento esportivo; Copa do Mundo FIFA Brasil 2014; <u>Voluntariado</u> ; Hospitalidade	Nathalia Corrêa Mendes	2015	Monografia
13. Pesquisa comparativa entre <u>voluntários</u> dos Jogos Pan-americanos Rio2007 e <u>voluntários</u> dos Jogos Olímpicos de Atenas2004	-	Verônica Perissé Nolasco et.al.	2008	Capítulo de Livro ‘Megaeventos Esportivos’
14. O Programa de gestão de <u>voluntários</u> técnicos do Remo para os Jogos Pan-americanos Rio2007	-	Andréa D’Aiuto; Julio Noronha	2008	Capítulo de Livro ‘Megaeventos Esportivos’
15. <u>Voluntariado</u> nos Jogos Pan e Para-pan-Americanos Rio 2007: uma análise do setor de relação e serviço aos Comitês Olímpicos Nacionais e Comitês Para-olímpicos Nacionais	-	Rodrigo Fonseca Tadini; Fernando Costa da Silva	2008	Capítulo de Livro ‘Megaeventos Esportivos’
16. Aplicação de Questionário como Instrumento de Pesquisa sobre <u>Voluntariado</u> Esportivo com validação por recepção Contínua e Múltipla	-	Verônica Perissé Nolasco; Lamartine DaCosta	2008	Capítulo de Livro ‘Megaeventos Esportivos’

Fonte: Autores, 2017.

Antes da análise de cada um dos artigos, é importante ressaltar que mesmo encontrados 16 artigos que utilizem a temática de megaeventos, turismo e voluntariado, cinco artigos foram descartados após leitura na íntegra, conforme descrito abaixo.

A pesquisa desenvolvida por Renê do Nascimento (2012) foi descartada devido ampliação do termo voluntariado tratado no artigo, extrapolando para outros âmbitos além dos megaeventos esportivos. Entretanto, ressalta-se a importância desse importante estudo que analisa as publicações em revistas científicas nacionais e internacionais corroborando com a área das ciências sociais, apresentando conceitos fundamentais da temática.

Nesse mesmo sentido, as pesquisas desenvolvidas por Thaís Mendes e Kerlei Sonaglio (2013) e Makanse e Almeida (2014), também foram descartadas por não correlacionar a temática dos megaeventos esportivos. Destaca-se o “novo” conceito apresentado, o ‘*volunturismo*’ que é a associação entre turismo e voluntariado, demonstrando as estratégias de intervenção e gestão do segmento turístico, diferenciando das questões do voluntariado por exemplo.

O décimo quarto e décimo quinto artigos, intitulados ‘O programa de gestão de voluntários técnicos do Remo para os Jogos Pan-Americanos Rio 2007’ e ‘Voluntariado nos Jogos Pan e Parapan-Americanos Rio 2007: Uma análise do setor de relação e serviço aos comitês Olímpicos Nacionais e Comitês Paraolímpicos Nacionais’, respectivamente, não foram considerados pela correlação indireta com o estudo e/ou publicação variada de um estudo já analisado.

O primeiro trabalho analisado desenvolvido por Bianca Gama Pena (2013) é parte da dissertação de Mestrado apresentado a Universidade do Estado do Rio de Janeiro para obtenção do título de Mestre em Educação Física, o trabalho é um compilado de três artigos científicos, dos quais o artigo intitulado ‘Capacitação de Voluntários Esportivos em Megaeventos no Brasil: do Amadorismo à Profissionalização’ recebeu atenção especial.

Discutido sob a ótica da oportunidade do voluntariado a receber uma capacitação/treinamento para atendimento em coerência às novas especificidades da demanda de serviços, necessidades mercadológicas e de qualificação da mão de obra, objetiva projeções de melhores empregos e oportunidades, melhorando e exercitando a capacidade de cidadão participativo.

Neste entendimento, o megaevento esportivo passa a ser um grande cenário de oportunidades para aplicação de conhecimentos, como um laboratório prático, a partir de um programa de treinamento de voluntários para as diversas atuações profissionais, no modelo de curso técnico profissionalizante reconhecido pela sociedade civil organizada, sobretudo pelas empresas (...) Enquanto cidadão participativo, o envolvimento como voluntário aprimora sua formação social através das ações coletivas desenvolvidas e gera uma satisfação pessoal ao perceber que está fazendo a diferença, auxiliando para a realização do evento (PENA, 2013, p.44).

O estudo apresenta uma série de estratégias que precisam ser priorizadas durante o processo de preparação dos voluntários para atuação, destaca-se: a mobilização e a estrutura necessária; o fomento à cultura do voluntarismo; reconhecimento do valor social do voluntariado; aporte financeiro investido nesses

indivíduos bem como os patrocínios e parcerias para esse investimento.

O segundo artigo analisado de autoria de Ana Cláudia Couto et al. (2015) objetivou entender as motivações para se voluntariar aos megaeventos. Usufruindo na metodologia, aplicação de 345 questionários na cidade de Belo Horizonte durante a realização da Copa do Mundo de 2014. Concluiu-se que o voluntariado é um processo socialmente construído e pode ser compreendido por diferentes formas pelos indivíduos, onde pessoas realizaram movimentos contrário ao voluntariado na competição e, entre os voluntários, as justificativas mais frequentes eram o prazer pela atividade e a melhora do currículo.

Fazendo uma comparação entre as respostas assinaladas pelos participantes da pesquisa e a listagem apresentada pelo programa Brasil Voluntário, que apresenta as 50 principais razões que motivaram as inscrições para se atuar como voluntários na Copa do Mundo de 2014, constatamos muitas semelhanças. Dos 50 motivos apresentados pelo programa, a maioria se relacionam a algum tipo de desenvolvimento pessoal, tais como: “mercado de trabalho, diferencial no currículo, descobrir novas habilidades, aprendizado, certificação, aprender e praticar novos idiomas, aprender sobre turismo, entre outras” (PORTAL BRASIL, 2014 apud COUTO et al. 2015, p.135).

O terceiro trabalho analisado é um artigo escrito por Lúcia de Oliveira e Fabio Costa (2016) que objetivou analisar motivações, satisfações e fatores associados ao comprometimento com a organização em megaeventos esportivos, entrevistando qualitativamente 15 voluntários dos jogos Pan-Americanos de 2007 e a gestora do programa de

voluntários. Os resultados demonstraram a simbologia e o sentimento de pertencimento de participação desse momento.

A literatura sobre voluntariado em megaeventos esportivos evidencia o recrutamento de um grande número de voluntários, com perfil bastante diferenciado, alocado a uma ampla gama de atividades, incluindo credenciamento de pessoas, recepção, transporte, segurança, cuidados médicos, atividades culturais e informações. (OLIVEIRA e COSTA 2016, p.94).

Para Nascimento (2012) o trabalho voluntário pode ser correlacionado à caridade, especialmente pela relação com as atividades religiosas e com as relações históricas resultados da interação entre ricos e pobres; patrões e empregados; assistidos e voluntários. (NASCIMENTO, 2012, p.267). Atualmente a percepção é alterada pelo ganho na qualificação, ganho de habilidades e otimização de valores e práticas que podem ser aplicadas à comunidade na qual pertence.

O sétimo estudo publicado por Themis Nascimento (2011) é um ensaio que discute o voluntariado como nova forma de lucro de grandes instituições em troca de trabalho temporário sem remuneração, característica e representativa da lógica produtiva do capital monopolista. Abordando as questões financeiras do evento desde os Jogos Olímpicos em 1932 nos Estados Unidos, pelo histórico do voluntariado, perpassando pelo trabalho voluntário correlacionado ao trabalho alienado.

O artigo intitulado ‘O Voluntariado e os megaeventos esportivos no Brasil’ publicado por Nathalia Silva, Fernanda Sampaio e Fabiana Ribeiro (2014) nos Anais do Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, tem por objetivo compreender uma suposta defasagem na mão de obra voluntária nos megaeventos e nas motivações desse indivíduo. Através da

revisão bibliográfica, entrevista e observação assistemática, resultou na necessidade de maiores informações e divulgação dos contratantes para estimular o voluntariado nesses megaeventos, constatou-se a motivação pessoal como principal fator para o voluntariado.

O artigo apresentado por Laís Teixeira e Guilherme Bridi (2016) destacou a importância do voluntariado para desenvolvimento e organização do evento Copa do Mundo 2014 na cidade de Porto Alegre/RS. Utilizando da ferramenta de questionário qualitativo com o coordenador geral FIFA dos voluntários, turistas e voluntários. Como resultado, os voluntários pesquisados sugerem maior número de voluntários com mais qualificação e, por conseguinte uma seleção mais rígida e, de maneira geral, o estudo constatou benefícios simultâneos para quem recebe e para quem oferece os serviços.

O trabalho apresentado por Rodrigo Tadini (2007) destaca-se por outros estudos publicados e citados anteriormente. O trabalho compreende o voluntário como um agente da hospitalidade, um interlocutor entre culturas, o estudo analisa sob a perspectiva da hospitalidade, o programa de voluntários do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), através do levantamento bibliográfico, pesquisa qualitativa e a observação participante, onde os resultados obtidos apontam para a necessidade de reformulação no processo de capacitação na busca de aprofundamento sobre questões como Olimpismo e Turismo, por exemplo.

É importante ressaltar que o artigo apresentado por Tadini (2007) é parte de sua dissertação de mestrado referente aos voluntários, nesse trabalho o autor discorre sobre a importância do manual dos voluntários que foi distribuído pelo Comitê

Olímpico Brasileiro com informações necessárias sobre os megaeventos esportivos.

O manual de voluntários do Comitê Olímpico Brasileiro, uma espécie de cartilha com as principais informações necessárias para o melhor desempenho dos voluntários, tem sido o principal material de consulta nos eventos esportivos do COB. Essa síntese aborda muitos temas fundamentais apresentados nas palestras de capacitação como: segurança, história da modalidade, regras, perfil dos atletas principais, entidades relacionadas, bem como outros assuntos complementares, mais específicos do evento como: datas, horários, local de realização, áreas de trabalho, equipamentos fornecidos, e a descrição das outras coordenações do evento. (TADINI, 2007, p.12).

Em estudo publicado por Andréa Nakane, Francisco Vieira e Gleiva Rios (2012), os autores analisam o voluntariado através da hospitalidade como fator crucial para elevada performance dos megaeventos esportivos. O principal objetivo foi investigar de que forma a gestão do voluntariado em megaeventos esportivos pode ampliar a cultura do voluntariado em Turismo no Brasil, além de traçar um perfil dos voluntários em eventos esportivos, visando novas estratégias para estimular essa demanda. Através de revisão bibliográfica e documental – abordando contextualizações sobre eventos esportivos e trabalho voluntário – e pesquisa de campo com uma amostragem de voluntários dos Jogos Mundiais Militares de 2011.

O artigo apresenta um importante histórico dos voluntários nos megaeventos brasileiros, ressaltando sua eficácia e eficiência pelos responsáveis pelos megaeventos, porém, contrabalanceando esses dados, discute que os três principais fatores de reclamações e abandono, sendo eles,

alimentação inadequada; abuso hierárquico e; transporte e logística ineficiente.

No que tange a observação participante nos Jogos Mundiais Militares em 2011, apresentou-se como perfil voluntariado 78% mulheres entre 18 a 24 anos, graduandos (68%). Como resultado da análise, produziu-se algumas reflexões referente ao voluntariado onde: I.) Qualquer indivíduo pode ser voluntário; II.) Aplicação de energia, criatividade e solidariedade em ser útil; III.) Abraçar uma responsabilidade e compromisso; IV.) Referência sempre a hospitalidade; V.) Valorização do trabalho pela sociedade e pelo indivíduo. E para alcançar tais objetivos espera-se condições de trabalhos dignos, através de normas e procedimentos que garantam desempenho adequado; treinamentos necessários e utilização dos princípios da hospitalidade.

A monografia apresentada por Nathália Mendes (2015) sob título ‘Análise do Perfil Socioeconômico e motivacional dos voluntários da Copa do Mundo FIFA 2014’. Com o objetivo de analisar o perfil socioeconômico e as motivações dos voluntários, que atuaram na Copa do Mundo FIFA Brasil 2014, em Brasília, realizou-se pesquisa quali-quantitativa através de entrevistas buscando-se apurar semelhanças, concepções e motivações acerca do voluntariado, concluiu que os voluntários buscam o crescimento profissional – e não possui caráter altruísta como o imaginado, compreendendo a hospitalidade pelo aspecto social e não comercial.

O Trabalho apresentado por Mendes (2015) destaca as correlações entre turismo, hospitalidade, megaeventos e voluntariado, abordando histórico dessas atividades e traçando um perfil variado no que tange os aspectos sociais e

econômicos, motivados pelo evento em si e com possibilidades de crescimento profissional e pessoal.

As próximas análises são referentes ao Capítulo 7 - Voluntários do Livro ‘Legados de Megaeventos Esportivos’ Organizado por Rodrigues et al. (2008) concebido durante o Seminário de ‘Gestão de Legados de Megaeventos Esportivos’ promovido pelo Ministério do Esporte e pelo CONFEF.

O primeiro artigo apresentado no livro é desenvolvido por Verônica Nolasco et al. (2008a) com objetivo de caracterizar e comparar voluntários dos jogos Pan-Americanos Rio 2007 e dos Jogos Olímpicos de Atenas 2004. Através de questionários online e de metodologia que permitia o estudo comparativo. O artigo concluiu que elevado índice de adesão foi causado pela oportunidade profissional, motivados por fazer parte de um evento internacional associado a autoestima e, traça um perfil de voluntário até 40 anos e que falam idiomas diversos e tenham no mínimo ensino médio completo.

Já a pesquisa desenvolvida por Verônica Nolasco e Lamartine DaCosta (2008b) denominada ‘Aplicação de questionário como Instrumento de Pesquisa sobre Voluntariado esportivo com validação por recepção contínua e múltipla’ com objetivo de reportar e validar questionários para a área de voluntariado esportivo em 5 fases distintas em diferentes eventos, legitimou a presente pesquisa onde o número de respondentes consolidaram a validade do questionário, além da importância de ter um documento padrão para legitimar estudos comparativos em outros megaeventos.

Considerações finais

O objetivo deste estudo foi analisar o conhecimento científico dos periódicos brasileiros quanto à produção acerca de megaeventos, legados e voluntários por meio de um estudo de revisão bibliográfica nas bases Periódicos Capes, *Scielo* e *Google Acadêmico*.

Dentre os 435 artigos publicados as bases de dados citadas, observou-se que apenas 11 artigos apresentavam a correlação entre os termos voluntários, megaeventos, legados, além de geralmente, encontrar o termo turismo enraizado nas análises. Essa análise demonstra restrita produção científica em livros, artigos, teses e dissertações em nível nacional, em contraposição a fase auge do Brasil como sede de megaeventos esportivos. Destaca-se que os procedimentos metodológicos adotados nesse trabalho tenham limitado os resultados analisados.

A partir das definições levantadas no referencial teórico, constata-se que é difícil conceituação unânime referente aos megaeventos esportivos e legados de megaeventos, nesse aspecto, muitos autores preferem não tomar um conceito único e pré-definido, porém, abordam os aspectos convergentes dos demais autores, como por exemplo, os legados tangíveis e intangíveis. Dos artigos publicados sobre a temática, percebe-se que poucos estudos se propõem a analisar os voluntários como parte dos legados de megaeventos, essa dificuldade deve-se possivelmente a interdisciplinaridade que a temática aborda, onde as pesquisas enfocam especificidades e não o voluntariado como objeto central. É importante destacar o trabalho que propõe um método avaliativo através de questionários, possibilitando análises comparativas entre diferentes eventos,

públicos e voluntários. Ressalta-se também que mesmo a baixa quantidade de artigos científicos que envolvam a temática, a questão do voluntariado está relacionada a definição de perfis e análise da motivação no desenvolvimento de seus respectivos trabalhos, fomentando um importante escopo dentro da temática de megaeventos.

[...]é possível supor que os trabalhos publicados não geraram materiais suficientes para mais de um artigo ou que os estudos não são resultantes de grupos de pesquisa que investigam a temática com continuidade e intensidade para produzir artigos com constância. (SILVA, BRAGA, ROMANO, 2016, p.650).

Este estudo aponta a necessidade de mais produção acerca de megaeventos, legados e voluntários, que tenham como fundamentação a importância de um segmento para o outro, bem como infinitas possibilidades de incremento de ações que permitam um benefício mútuo entre essas atividades. Vale ressaltar que o trabalho analisa somente artigos que enfoquem e utilizem voluntários ou voluntariado no título ou nas palavras-chave, além de análises em revistas nacionais, ressaltando e encorajando o desenvolvimento de pesquisas na área multidisciplinar, sendo necessários cada vez mais estudos críticos com análises aprofundadas na teoria e na realidade.

Referências

ALMEIDA, B. S.; Mezzadri, F. M.; Marchi Jr., W. Considerações Sociais e Simbólicas sobre sedes de megaeventos esportivos. *Revista Motrivivência*. Ano XXI, nº 32/33, p.178-192. jun-dez. 2009.

BARBOSA, L. A. (2017). *O voluntariado como experiência: uma análise dos jogos Rio 2016*. Monografia (Graduação), Bacharel em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

BRASIL. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº9.608, de 18 de fevereiro de 1998. *Dispõe sobre serviços voluntários e dá outras providências*. 1998.

COI – Comitê Olímpico Internacional (2002). *International Symposium on Legacy of the Olympic Games 1984-2000, Lausanne*. Conclusions and Recommendations. Lausanne.

COUTO, A. C.; Ribeiro, S. P.; Scopel, A. S.; Frois, R.; Lemos, K. M. Voluntariado e Megaeventos: aproximações possíveis. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*. Belo Horizonte, v. 2, n. 3, p. 123-138, set./dez. 2015.

D'AIUTO, A.; NORONHA, J. (2008). O programa de gestão de voluntários técnicos do remo para os jogos Pan-Americanos Rio 2007. In: RODRIGUES, R.P.; DACOSTA, L., PINTO, L.M. e TERRA, R. (2008). *Legados de megaeventos esportivos*. Ministério do Esporte. DF, Brasil. pp. 33- 45.

DACOSTA, L. Estado da arte do conhecimento sobre legados de megaeventos esportivos no exterior e no Brasil – Introdução aos temas e autores deste livro. In: Rodrigues, R. P.; Dacosta, L., Pinto, L. M. e Terra, R. 2008. *Legados de megaeventos esportivos*. Ministério do Esporte. DF, Brasil. pp. 33- 45.

FERNANDES, F.; FERNANDES, A. *Megaeventos Desportivos e Renovação Urbana Como Fatores de Indução ao Desenvolvimento Turístico*. 2008. Disponível em: http://www.uniban.br/pesquisa/iniciacao_cientifica/pdf/ciencias_humanas/admneg/megaeventos_turistico.pdf. Acesso em: 25 fev 2017.

FRENCH, S. (1997). Atlanta and the Olympics. *Journal of American Planning Association*, v.63m Issue 3, p.379.

GAFFNEY, C.; OLIVEIRA, N. G. Rio de Janeiro e Barcelona: os limites do paradigma olímpico. *Cuadernos Críticos de Geografía Humana*, Barcelona, v. 15, n. 895 (17). 2010.

GRATTON, C., PREUSS, H. 'Maximizing Olympic Impacts by Building Up Legacies'. *International Journal of the History of Sport*, 25 (14), 1922-1938. 2008.

GROPPO, L. A.; ZAMARIAN, M. J. Juventude e voluntariado: considerações sobre o novo modelo de participação social e os jovens no Brasil. 2009. *Anais do XIV Congresso Brasileiro de Sociologia*, realizado no Rio de Janeiro-RJ, de 28 a 31 de julho de 2009. Acesso em: 26 maio 2017.

HALL, C. M. Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: The thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism. In: HORNE, J e MANZENREITER, W. (orgs). *Sports mega-events: Social scientific analyses of a global phenomenon*. Oxford: Blackwell, p. 59-70. 2006.

MAKANSE, Y.; ALMEIDA, M.V. Turismo e Voluntariado: estudo sobre a experiência solidária no âmbito do turismo. *Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR*, Penedo, vol. 4, n.1, p. 35-51. 2014.

MARCELLINO, N. C. (org.). (2013). *Legados de megaeventos esportivos*. Campinas, SP: Papirus. (Coleção Fazer/Lazer).

MARIVOET, S. (2006). UEFA Euro 2004 Portugal: The Social Construction of a Sports Mega-Event and Spectacle. *The Sociological Review*, 127-143.

MATIAS, M. (2008). Os efeitos dos megaeventos esportivos nas cidades. *Turismo e Sociedade*. Curitiba, v. 1, n. 2, p. 175-198.

MENDES, N. C. *Análise do perfil socioeconômico e motivacional dos voluntários da Copa do Mundo FIFA 2014*. Monografia (graduação) – Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília. Brasília: 2015.

MENDES, T. C.; SONAGLIO, K. E. Volunturismo: uma abordagem conceitual. *Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica*, Vol. 15 - nº 2 - p. 185–205 / mai-ago. 2013.

MORAGAS, M. Evolution of the Olympic Volunteers in the Olympic Games. In: MC ALOON, John. *Volunteteers, Global Society and the Olympic Moviment*. Simpósio Internacional, Laussane. 2001.

MÜLLER, M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, DOI: 10.1080/02614367.2014.993333. 2015.

NAKANE, A.; VIEIRA, F. C; RIOS, G. F. (2012). Voluntariado: a essência da hospitalidade como fator crucial para elevada performance dos megaeventos esportivos no Brasil. *Revista TuryDes – Revista de investigación en turismo y desarrollo local*. Vol.5, n.12, junio/junho.

NASCIMENTO, R. C. (2012). Turismo e Voluntariado: um estudo sobre as publicações em revistas científicas nacionais e internacionais. *Revista Turismo em Análise*, vol.23, n.2, agosto.

NASCIMENTO, T. F. (2011). O trabalho voluntário em tempos de Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016: um novo nicho lucrativo. *Anais Eventos Marx e o Marxismo 2011: teoria e prática*. Universidade Federal Fluminense – Niterói – RJ.

NOLASCO, V. P.; DACOSTA, L. (2008a). Pesquisa comparativa entre voluntários dos Jogos Pan-Americanos Rio 2007 e voluntários dos Jogos Olímpicos de Atenas 2004. RODRIGUES, R.P.;

DACOSTA, L., PINTO, L.M. e TERRA, R. (2008). *Legados de megaeventos esportivos*. Ministério do Esporte. DF, Brasil.

NOLASCO, V. P.; DACOSTA, L. (2008b). Aplicação de Questionário como Instrumento de Pesquisa sobre Voluntariado esportivo com validação por recepção contínua e múltipla. RODRIGUES, R.P.; DACOSTA, L., PINTO, L.M. e TERRA, R. (2008). *Legados de megaeventos esportivos*. Ministério do Esporte. DF, Brasil.

OLIVEIRA, A. P. (2002). *Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização*. 4. ed. São Paulo: Atlas.

OLIVEIRA, L. B; COSTA, F. P. Motivação, Satisfação e Comprometimento: Um estudo sobre o trabalho voluntário em megaeventos esportivos. *E&G Economia e Gestão*, Belo Horizonte, v. 16, n. 42, jan./mar. 2016.

OLIVEIRA, N. G; GAFFNEY, C. (2010). Rio de Janeiro e Barcelona: os limites do paradigma olímpico. *Cuadernos Críticos de Geografía Humana*, Barcelona, v. 15, n. 895 (17).

PENA, B. G. (2013). Voluntariado: legado de megaevento esportivo. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Educação Física e Desportos, Rio de Janeiro. 74f.

PEREIRA, T.G. (2009). Eventos Esportivos e sua influência no contexto social. Monografia (Graduação) Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais.

PNUD - Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento do Brasil. (sem data). *Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento do Brasil*. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/UNV.aspx?indice=3>>. Acesso em: 29 out. 2016.

PREUSS, H. (2007). 'The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies'. *Journal of Sports & Tourism*, (12)3-4, 207-227.

RAEDER, S. Desenvolvimento urbano em sedes de Megaeventos Esportivos. In: Rodrigues, R.P.; Dacosta, L., Pinto, L.M. e Terra, R. *Legados de megaeventos esportivos*. 2008. Ministério do Esporte. DF, Brasil. pp. 200- 209.

REIS, A.C. 2008. Megaeventos e turismo: uma breve revisão. In Rodrigues, R.P.; DaCosta, L; Pinto, L.M.; Terra, R. *Legados de megaeventos esportivos*. Ministério do Esporte. DF, Brasil.

RIBEIRO, C. H. V.; Soares, A. J. G. e Dacosta, L. P. 2014. Percepção sobre o legado dos megaeventos esportivos no Brasil: o caso da Copa do Mundo FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos 2016. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*. Florianópolis, v. 36, n. 2, p. 447-466, abril/junho.

ROCHE, M. Mega events and urban policy. *Annals of Tourism Research*. 21, 1994, Nova York. Anais... Nova York: Pergamon Press.

RODRIGUES, R. P.; Dacosta, L., Pinto, L.M. e Terra, R. (2008). *Legados de megaeventos esportivos*. Ministério do Esporte. DF, Brasil.

ROMANO, F. S; VICO, R. P.; SILVA, A. C.; Uvinha, R. R. (2015). Megaeventos esportivos: Uma reflexão sobre os legados da UEFA Eurocopa. *Revista Podium, Sport, Leisure and Tourism Review*. v. 4, n. 3, setembro/dezembro.

ROMANO, F. S.; SILVA, A. C.; RODRIGUES, J. P. (2016). Animação Turística em Estádios Europeus de Futebol: Possibilidade de Uso dos Legados de Megaeventos Esportivos. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 21 (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/futebol.html>

SALAZAR, K. A.; SILVA, A. R.; FANTINEL, L. D. (2015). As Relações Simbólicas e a Motivação no Trabalho Voluntário. *RAM, Revista Administração do Mackenzie*, 16(3), Edição Especial. São Paulo, maio/jun.

SANTOS JÚNIOR, O.; GAFFNEY, C.; RIBEIRO, L. C. Q. ed. (2015). *Os impactos da copa do mundo 2014 e das olimpíadas 2016*. 1 ed. Rio de Janeiro: e-papers, 542p.

SEIXAS, J. “Os megaeventos na cidade: imagem social, política econômica e governança urbana”. *E-Metropolis: Revista Eletrônica de Estudos Urbanos e Regionais*, v. 2, n. 1, p. 4-9. 2010.

SILVA, A. C.; BRAGA, D. C.; ROMANO, F. S. Megaeventos e Turismo: Um Estudo Bibliométrico Dos Periódicos Brasileiros de turismo. *Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica*, Vol. 18, nº 2, p. 633-659. Set. 2016.

SILVA, N. B; SAMPAIO, F. A; Ribeiro, F. N. O voluntariado e os megaeventos esportivos no Brasil. *Anais de Eventos Fórum Internacional das Cataratas do Iguassu*. Foz do Iguacu/PR. 2014.

SOUZA, D. & PAPPOUS, S. (2013). Legados esportivos de megaeventos esportivos: uma revisão de literatura. *Motrivivência*, Ano XXV, 41, 42-56.

RIBEIRO, C. H.; SOARES, A. J; DACOSTA, L. P. Percepção sobre o legado dos megaeventos esportivos no Brasil: o caso da copa do mundo FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos Rio 2016. *Rev. Bras. Ciênc. Esporte*, Florianópolis, v. 36, n. 2, p. 447-466, abril/jun. 2014.

RUBIO, K. Ed. (2007). *Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social*. São Paulo: Casa do Psicólogo. ISBN 978-85-7396-588-9.

TADINI, R. F. Voluntariado em Eventos Esportivos Especiais no Brasil: uma análise da capacitação de voluntários promovida pelo Comitê Olímpico Brasileiro. *Anais de Eventos - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

TADINI, R. F.; DA SILVA; F. C. (2008). Voluntariado nos Jogos Pan e Parapan-Americanos Rio 2007: uma análise do setor de relação e serviço aos Comitês Olímpicos Nacionais e Comitês Paraolímpicos Nacionais. In: RODRIGUES, R. P.; DACOSTA, L; PINTO, L. M.; TERRA, R. *Legados de megaeventos esportivos*. Ministério do Esporte. DF, Brasil.

TAVARES, O. (2013). Megaeventos esportivos. *Revista Movimento*, v.17, n.3, jul-set. Porto Alegre, pp. 11-35.

TEIXERA, L. R.; BRIDI, G. (2016). Trabalho Voluntário em Megaeventos: um estudo de caso da cidade de Porto Alegre/RS. *Fólio - Revista Científica Digital - Jornalismo, Publicidade e Turismo*.

UVINHA, R. R. (2016). Turismo, Lazer e Megaeventos Esportivos no Brasil: relato de experiências sobre as Olimpíadas 2016. *Revista Turismo em Análise*, São Paulo, v.27, n.3, p. 714-731, dezembro.

VEAL, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. Tradução: Gleice Guerra, Mariana Aldrigui. São Paulo: Aleph.

VOSGERAU, D.; ROMANOWSKI, J. Estudos de revisão: implicações conceituais e metodológicas. *Revista Diálogo Educ.*, 14(41), 165-189. 2014.

POLÍTICAS PÚBLICAS E TURISMO: acessibilidade em espaços públicos

Cláudio Gabriel Soares Araújo

Lisianne Sabedra Ceolin

Carmen Regina Dorneles Nogueira

Introdução

O reconhecimento do princípio da dignidade da pessoa humana enquanto fundamento da liberdade, da justiça e da paz, no âmbito do direito internacional, completa sete décadas e provoca as mais variadas reflexões sobre sua efetividade (as quais ganharão recorte específico no decorrer deste trabalho). Fruto de discussões que surgiram desde a Revolução Francesa, mas que foram potencializadas na Segunda Guerra Mundial, ocorrida entre 1939 e 1945, a Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH), adotada e proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas (ONU) em 10 de dezembro 1948, torna-se septuagenária e resiste ao tempo na busca pelo impedimento de barbáries promovidas principalmente durante a segunda grande guerra.

Após a DUDH, a ONU ao longo do tempo continuou realizando discussões sobre os direitos humanos, discussões estas que geraram outros documentos no âmbito internacional. Em 1988, surge na esfera nacional outro documento de suma importância quando se trata de posições jurídicas imprescindíveis a uma vida digna. Em sua Constituição de 1988, O Brasil seguindo os preceitos da ONU, confirmou a Declaração

dos Direitos Humanos através do artigo 5º (não somente neste dispositivo), no qual apresenta os Direitos e Garantias Fundamentais, com a marca do ineditismo no cenário pátrio, como pontua Sarlet (2017).

A Constituição Federal foi a primeira a utilizar as expressões Direitos e Garantias Fundamentais como abrangendo as diversas espécies de direitos, que, de acordo com a terminologia e classificação consagra no direito constitucional positivo brasileiro vigente, (incluindo os direitos dos trabalhadores), os direitos de nacionalidade e os direitos políticos, os quais abarcam o estatuto constitucional dos partidos políticos e a liberdade de associação partidária. (SARLET, 2017, p.302)

Através da Constituição de 1988, o Brasil concebeu uma sucessão de leis que garantem direitos às crianças e adolescentes, aos idosos, às pessoas de etnias diversas e entre outros grupos, tornou em lei os direitos da pessoa com deficiência. No entanto, até a existência do Estatuto da Pessoa com Deficiência, alguns diplomas legais trataram de questões específicas e de normativas relativas às pessoas com deficiência, entre outros, se pode destacar:

- Lei No 7.853/1989: dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência, sua integração social, sobre a Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência (CORDE) institui a tutela jurisdicional de interesses coletivos ou difusos dessas pessoas, disciplina a atuação do Ministério Público, define crimes, e dá outras providências;
- Decreto Nº 3.298/1999: regulamenta a Lei Nº 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência,

consolida as normas de proteção e dá outras providências;

- Lei Nº 10.048/2000: dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica e outras providências;
- Lei Nº 10.098/2000: estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida e dá outras providências;
- Portaria MS/GM Nº 1.060/2002: instituiu a Política Nacional de Saúde da Pessoa com Deficiência;
- Decreto Nº 5.296/2004: regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida e dá outras providências;
- Decreto Nº 6.949/2009: promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de 2007.

Na atualidade, disciplina a questão o Estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei 13.146 de 6 de julho de 2015), cujo texto conceitua a pessoa com deficiência da seguinte forma:

Art. 2º Considera-se pessoa com deficiência aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação

plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas. (BRASIL, 2015, p.3)

Buscando proporcionar igualdade entre as pessoas, na contemporaneidade, os projetos e obras, sejam públicos ou privados, contemplam recursos de acessibilidade às pessoas com deficiência, proporcionando mais qualidade de vida e promovendo (ou buscando) a inclusão social com participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições. Assim, a DUDH, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 e uma série de decretos, leis, estatutos e normas devem justificar e orientar a implementação de recursos de acessibilidade nos espaços públicos destinados ao turismo.

As considerações finais alertam para a necessidade de, muito além de se conhecer os direitos concedidos a todas as pessoas e os direitos atribuídos a grupos específicos, é necessário cumprir as exigências legais e promover a proteção geral dos direitos humanos e a criação de um sistema de proteção de minorias. Neste contexto, se buscou dedicar uma atenção especial ao Estatuto da Pessoa com Deficiência. Imperioso exigir dos governos a sua aplicação na defesa destes direitos, contribuindo para sua efetivação.

Metodologia

Este estudo apresenta uma série de leis aplicadas à pessoa em seus múltiplos relacionamentos com outros indivíduos, seja no meio familiar, de trabalho ou mesmo na sociedade. Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva e, quanto aos meios a pesquisa é bibliográfica e documental. As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade

desenvolver, esclarecer conceitos e ideias. De acordo com Gil (2008), as pesquisas exploratórias “habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso” (GIL, 2008, p.27).

Este estudo tem por objetivo conhecer as políticas públicas dirigidas a inclusão das pessoas com deficiência, sobretudo na atividade turística praticada em espaços públicos. Apresenta uma visão geral dos ordenamentos jurídicos no âmbito internacional a partir da Declaração Universal dos Direitos Humanos que permitiram a materialização no ordenamento jurídico brasileiro dos Direitos e Garantias Fundamentais contidos na Constituição brasileira seguido pelos decretos, leis, estatutos e normas que concedem e tutelam os direitos para todas as pessoas e para grupos específicos, em nível nacional até chegarmos a Lei nº 13.146.

Caberá a partir de agora aprofundar os conhecimentos a respeito dos direitos da pessoa com deficiência buscando uma melhor qualidade de vida a partir do cumprimento da legislação. A inclusão social proporcionada pelos recursos de acessibilidade a serem implementados nos espaços públicos nada mais são do que a efetivação ou a materialização dos direitos originários da Declaração Universal dos Direitos Humanos e dos Direitos e Garantias Fundamentais contidos na Constituição brasileira.

Acessibilidade nos espaços públicos destinados ao turismo

Para compreendermos a dimensão do espaço público é necessário compreender o espaço urbano que se distingue na área de terras de um município pela concentração de elementos arquitetônicos e pela concentração do fluxo e de pessoas

residentes. Assim, a forma de exploração e uso das terras é característica visível capaz de diferenciar o espaço urbano.

Segundo Corrêa (1995), os usos definem áreas, como:

[...] o centro da cidade, local de concentração de atividades comerciais, de serviço e de gestão; áreas industriais e áreas residenciais, distintas em termos de forma e conteúdo social; áreas de lazer; e, entre outras, aquelas de reserva para futura expansão. Este conjunto de usos da terra é a organização espacial da cidade ou simplesmente o espaço urbano, que aparece assim como espaço fragmentado. (CORRÊA, 1995, p.7)

Esta fragmentação do espaço é condição da evolução história e do desenvolvimento do lugar. A concentração de capital, a atividade produtiva, as disputas sociais e o interesse da administração pública podem modificar o arranjo do espaço urbano.

A Administração Pública tem influência sobre a organização do espaço público através de um conjunto de instrumentos que o Estado dispõe para este fim: Corrêa (1995) destaca os seguintes meios: direito de desapropriação e precedência na compra de terras; regulamentação do uso do solo; controle de limitação dos preços das terras; limitação da superfície da terra de que cada um pode se apropriar; impostos fundiários e imobiliários que podem variar segundo a dimensão do imóvel, uso da terra e localização; taxação de terrenos livres, levando a uma utilização mais completa do espaço urbano; mobilização de reservas fundiárias públicas, afetando o preço da terra e orientando espacialmente a ocupação do espaço; investimento público na produção do espaço, através de obras de drenagem, desmontes, aterros, e implantação de infraestrutura; organização de mecanismos de créditos à habitação; e pesquisas,

operações-testes como materiais e procedimento de construção, bem como o controle de produção e do mercado deste material (CORRÊA, 1995, p.25).

O espaço público de acordo com Daroda (1012) é definido como:

[...] um elemento indissociável do espaço urbano. Em conjunto com a arquitetura e a natureza, as ruas, praças, parques, etc. Formam uma parte real da imagem da cidade. O Ambiente construído público no espaço urbano é um elemento representativo da cultura, economia e dos valores de um lugar; é a parte da identidade e da imagem urbana. (DARODA, 2012, p.17)

Assim, o espaço público, tem a capacidade de apresentar a história, a cultura, a economia e os valores locais através dos elementos existentes em cada lugar. A arquitetura, os artefatos, a natureza e a própria paisagem contribuem para representar esses elementos.

Pinto et al. (2014) afirmam que:

As representações culturais das paisagens estão intimamente interligadas nas transformações dos espaços humanizados e na edificação das identidades regionais, onde as relações de pertencimento dentro de um espaço social têm uma ligação indissociável com a questão de preservação, pois é preciso preservar para poder entender e compreender o patrimônio. Nesse sentido, podemos dizer que a cidade é como um livro; nela tem um texto, e para entendê-la é preciso saber ler e fazer as leituras corretas. (PINTO et al., 2014, p.22)

Os atrativos turísticos da cidade apresentam temáticas que vêm ao encontro do arranjo de identidades presentes no lugar. Este arranjo é constituído por fragmentos do patrimônio cultural

material e imaterial advindos de sua origem, evolução histórica e da própria localização geográfica do município.

Como explicado por Hall (2014), a identidade é o centro essencial do “eu” de uma pessoa ou localidade, sendo muitas vezes apresentadas como contraditórias ou não resolvidas. Essa multiplicidade de identidades revela que há uma profusão de construções acerca de símbolos e referências por parte das pessoas.

[...] a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identidade não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada. Esse processo é, às vezes, descrito como constituindo uma mudança de uma política de identidade para uma política de diferença. (HALL, 2014, p.16)

Enquanto Hall (2014) afirma que pode haver uma mudança da identidade de um lugar, Yázigi (2001), afirma que o lugar pode apresentar mais de uma identidade cultural. O autor se refere a um arranjo de diferentes traços de identidade componentes para a formação de uma personalidade.

[...] a personalidade, ou o conjunto de identidades do lugar, na vida cotidiana, tem sido entendida como relações sociais, instituições, arquitetura, urbanismo e toda a cultura material; costumes e vários outros itens que se repetem em todas as partes, como bem nos dão conta a sociologia, a antropologia e a etnologia. (YÁZIGI, 2001, p.30)

Ao concordar com ambos os autores, seja pela sucessão de uma identidade ou no arranjo de identidades presentes na localidade, o lugar turístico se apresenta como o espaço e o momento único de uma experiência real e direta. Esse lugar

apresenta formas, cores, texturas, sons, luz e contrastes diferentes em momentos diferentes podendo caracterizar o valor dado à cultura étnica, religiosa, laboral, à valores e costumes praticados e aceitos pela totalidade das pessoas residentes ou apenas por uma parte delas, formando nichos culturais.

Assim, é necessário adequar as condições dos espaços públicos a legislação e às necessidades das pessoas com deficiência. É necessário compreender não somente as diferenças entre direitos humanos e direitos fundamentais, mas também conhecer as características que permite o entendimento destes termos que serão abordados de maneira conjunta doravante. Os direitos humanos têm relação com as declarações, tratados e documentos de direito internacional onde o ser humano é o destinatário de direitos válidos universalmente e que correspondem a um conjunto de condições mínimas para uma vida digna.

Os direitos fundamentais têm relação com o direito positivo constitucional na esfera de um Estado determinado, estes direitos são regulamentados e controlados pelo próprio Estado através do Poder Judiciário. Enquanto a Declaração Universal do Direitos Humanos se dirige a toda a humanidade, os Direitos e Garantias Fundamentais contidos na Constituição brasileira, por exemplo, têm validade nos limites do Estado brasileiro (LOVATO e DUTRA, 2015, p. 2).

Tanto os direitos humanos como os direitos fundamentais serão abordados de maneira indireta pois serão relacionados aos temas que para melhor organização foram divididos em três elementos. O primeiro trata da Declaração Universal dos Direitos Humanos e da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, apresentando também estatutos e leis que descrevem, esclarecem e normatizam os direitos concedidos a

todas as pessoas e os direitos concedidos a grupos específicos que necessitam de proteção especial.

O segundo elemento apresenta Notas sobre a incorporação da CDPD no ordenamento jurídico brasileiro e seus efeitos. Para finalizar será abordado o Estatuto da Pessoa com Deficiência, contendo o Decreto 6.949, de 25 de agosto de 2009 (que Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de 2007), a Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015 que Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência e as NBR 9050 e NBR 16537 que estabelecem critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, adotada e proclamada pela Assembleia Geral da ONU na Resolução 217-A (III) de 10 de dezembro de 1948, trouxe o reconhecimento de uma série de direitos da pessoa humana, identificados como necessários ao relacionamento humano em meio a seus locais de vida e convivência coletiva no âmbito internacional. Em seu preâmbulo estão apresentados alguns motivos que levaram ao reconhecimento da dignidade inerente a todos os membros da família humana e dos seus direitos iguais e inalienáveis constituindo o fundamento da liberdade, da justiça e da paz no mundo.

Considerando que é essencial a proteção dos direitos do Homem através de um regime de direito, para que o Homem não seja compelido, em supremo recurso, à revolta contra a tirania e a opressão; Considerando que é essencial encorajar o desenvolvimento de relações amistosas entre as nações; Considerando que, na Carta, os povos das Nações Unidas proclamam, de novo, a sua fé nos direitos fundamentais do Homem, na dignidade e no valor da pessoa humana, na igualdade de direitos dos homens e das mulheres e se declaram resolvidos a favorecer o progresso social e a instaurar melhores condições de vida dentro de uma liberdade mais ampla; Considerando que os Estados membros se comprometeram a promover, em cooperação com a Organização das Nações Unidas, o respeito universal e efetivo dos direitos do Homem e das liberdades fundamentais; (ONU, 1948)

Estas considerações permitiram a escrita de trinta artigos que apontam os direitos proclamados para atingir todos os povos, homens e mulheres de todas as nações através do:

[...] ensino e pela educação, por desenvolver o respeito desses direitos e liberdades e por promover, por medidas progressivas de ordem nacional e internacional, o seu reconhecimento e a sua aplicação universais e efetivos tanto entre as populações dos próprios Estados membros como entre as dos territórios colocados sob a sua jurisdição. (ONU, 1948)

Neste contexto, alguns destes direitos apontados pela ONU em 1948 são reconhecidos na própria Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, Constituição esta que surge após a luta pela democracia no país e, sobretudo pelo enfraquecimento do regime militar que havia implantado uma ditadura em 1964. Ao romper-se o regime autoritário, foi

possível dar espaço à democracia, com eleições presidenciais e a redação de uma nova Carta Magna para a nação brasileira.

Assim, na Constituição de 1988, no Título II, encontramos os Direitos e Garantias Fundamentais, cujo artigo 5º estabelece que “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade” (BRASIL, 1988). Os incisos contidos neste artigo apresentam semelhanças e alinhamentos com relação à Declaração Universal dos Direitos Humanos (assim como outros direitos fundamentais que estão fora do chamado catálogo).

Neste particular, vale que se esclareça que o art. 5º, §2, da CF/88, determina que os direitos e garantias expressos na *Lex Fundamentalis* não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte. Como a DUDH não se caracteriza como um tratado, há discussão sobre seu enquadramento no referido dispositivo constitucional. Quanto ao ponto, concorda-se com a posição exarada por Sarlet, no sentido de que o aspecto material deve sobrepor-se:

[...] considerando o papel da Declaração da ONU no quadro normativo internacional, bem como levando em conta a ratio e o telos da norma contida no art. 5º, §2º, da CF, não nos parece razoável excluir – ao menos em princípio – os direitos fundamentais consagrados pela Declaração de Direitos da ONU, ainda mais quando se leva em conta que a maior parte das Constituições que a sucederam nela (e nos diversos pactos e convenções que integram o sistema internacional dos direitos humanos) buscaram inspiração quando da elaboração de seu próprio

“catálogo” de direitos fundamentais (SARLET, 2017, p. 339)

Mas a discussão é complexa. Para além das divergências sobre ser a DUDH abarcada pelo art. 5º, §2º, da CF/88, em razão de não se configurar como tratado, ainda há a questão sobre tratar-se o conteúdo do documento de norma com hierarquia constitucional ou não, uma vez incorporada ao ordenamento interno (embora declarações não sejam vinculantes). A maior parte da doutrina entende no sentido positivo (SARLET, 2017, p. 343).

Aqui, ressaltam-se os documentos internacionais que tenham sido submetidos ao procedimento previsto no art. 5º, §3º, da CF/88, destacado a seguir, mas que iremos abordar mais adiante.

Art. 5º [...] § 3º Os tratados e convenções internacionais sobre direitos humanos que forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais. (Incluído pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004) (BRASIL, 1988)

Os efeitos de se considerar as normas da DUDH como regras com hierarquia constitucional se revelam nas características dos direitos, dentre as quais pode ser destacada a universalidade, que se refere ao fato que tais direitos são destinados a todos os seres humanos, independentemente da raça, cor, credo ou ideologia assumida. Oliveira e Lazari (2018) afirmam que a universalidade deve ser compreendida à luz das diferenças, como se extrai da seguinte afirmação:

[...] não apenas defende a proteção equivalente a todos como também importa dizer que determinados grupos são mais necessitados e, portanto, devem receber maiores

doses de proteção por parte do Estado. Afinal, dentro da concepção de democracia, está a discussão entre minorias e maiorias, sendo sabido que as minorias, historicamente desprotegidas, necessitam de maior carga protetiva exatamente por fornecer um ideal de igualdade material (ou substancial). (OLIVEIRA e LAZARI, 2018, p. 74)

Após DUDH elaborada pela ONU, outros documentos internacionais também se mostraram fundamentais na proteção dos direitos humanos. Entre eles, Fischmann (2009, p. 158) destaca os seguintes:

- Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Racial (1965);
- Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos (1966);
- Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (1966);
- Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (1979);
- Convenção contra a Tortura e outros Tratamentos ou Penas Cruéis, Desumanas ou Degradantes (1984); e,
- Convenção sobre os Direitos da Criança (1989).

Assim como no âmbito da Organização das Nações Unidas, no Brasil, os debates em torno dos direitos da pessoa humana não ficaram somente na Constituição brasileira. Atualmente são encontradas outras leis que protegem os direitos de grupos especiais tratados por “minorias”, cujo conceito é assim compreendido por Oliveira e Lazari:

“Minoria”, neste sentido, pode ser vista com uma categoria relacional correspondente a todo grupo social

que possua traços relativamente indelévels cujos membros não possuem condições de fundirem-se em uma população homogênea e nela plenamente se adaptar. Isso pode ocorrer por peculiaridades étnicas, linguísticas, religiosas ou culturais que não sejam compartilhadas pela maior parte da sociedade. (OLIVEIRA e LAZARI, 2018, p. 59)

Para se preservar essa igualdade material, ocorreu a criação de leis destinadas a grupos específicos para colocar em “posição de equivalência e de proteção suficiente grupos que nem sempre gozam desta ótica protecionista. É dizer: tais diplomas não trazem privilégios a determinados setores, mas sim, atribuem equivalências de direitos entre maiorias e minorias” (OLIVEIRA e LAZARI, 2018, p. 75).

Para promover igualdade entre os grupos, o Estado promove desigualdades complementares amenizando as injustiças principalmente provocadas por aspectos étnicos, sociais e econômicos. Esta igualdade perante a lei promovida pelo Estado, é fundamental para a democracia no país e para a inserção e adaptação das minorias em meio a sociedade.

Entre outros diplomas normativos, pode-se destacar os seguintes: o Estatuto da Criança e do Adolescente – Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, o Estatuto da Juventude – Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, a Lei Maria da Penha – Lei 11.340, de 7 de agosto de 2006, o Estatuto do Idoso. Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003, o Estatuto da Igualdade Racial. Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010, o Código de Proteção e Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 e outros que conferem direitos a grupos colocando-os em equivalência de proteção. No entanto, para melhor exemplificar, se optou em ampliar os conhecimentos

sobre o Estatuto da Pessoa com Deficiência dada a necessidade de concluirmos o estudo a ser apresentado ao PPGPP da UNIPAMPA.

Notas sobre a incorporação da CDPD no ordenamento jurídico brasileiro e seus efeitos

A Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência foi o primeiro tratado internacional submetido ao procedimento previsto no artigo 5º, §3º, da Constituição Federal de 1988, segundo o qual “tratados e convenções internacionais sobre direitos humanos que forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais”, norma esta introduzida pela Emenda Constitucional n. 45, de 2004.

Assim, não restam dúvidas sobre seu caráter constitucional, o que aumenta a força normativa de tais direitos, posto que os direitos fundamentais possuem regime diferenciado com relação às demais normas constantes na CF/88, não podendo, por exemplo, ser objeto de emenda constitucional tendente à sua abolição, por se tratarem de cláusulas pétreas (art. 60, §4º, IV, CF/88). Tal força normativa repercute em alicerces mais sólidos para fins de implementação de políticas públicas, ponto de alta relevância.

Estatuto da Pessoa com Deficiência

Com base no Censo 2010, a Secretaria dos Direitos Humanos da Presidência da República apresentou as seguintes informações com relação à população brasileira. Atualmente “8,3% da população brasileira apresenta pelo menos um tipo de deficiência severa, sendo: 3,46% deficiência visual, 1,12% com deficiência auditiva severa, 2,33% com deficiência motora severa e 1,4% com deficiência mental ou intelectual” (BRASIL, 2010, p.6).

Antes de se tratar sobre a Lei nº 13.146/2015, se julgou necessário uma breve análise do Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009 que insere o Brasil no contexto internacional. Este Decreto promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência da ONU e seu Protocolo Facultativo, ratificados na forma do § 3º, do artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, destinado a estabelecer as diretrizes e normas gerais, bem como os critérios básicos para assegurar, promover e proteger o exercício pleno e em condições de igualdade de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais aplicados também as pessoas com deficiência, visando sua inclusão social e cidadania plena e efetiva. É o que se propõe no preâmbulo da Convenção Internacional, no qual consta que os Estados Partes assumem que

v) Reconhecendo a importância da acessibilidade aos meios físico, social, econômico e cultural, à saúde, à educação e à informação e comunicação, para possibilitar às pessoas com deficiência o pleno gozo de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais. (BRASIL, 2011, p.23)

Com este ato, o Brasil assume que fará o possível para que as pessoas com deficiência possam exercer a participação plena na sociedade em igualdade de condições com as demais, carecendo de recursos de acessibilidade nos espaços públicos e de uso público. Em consequência deste ato perante a ONU, coube ao Brasil, legislar em favor das pessoas com deficiência para a preservação dos direitos já discutidos em âmbito internacional.

A Convenção Internacional sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência, no Artigo 9, apresenta uma série de direitos para assegurar as pessoas com deficiência a acessibilidade de forma independente, permitindo-lhes a participação de forma plena dos aspectos da vida, seja no uso dos transportes, acesso a informação e comunicação, usufruindo de forma igual dos demais serviços oferecidos a população, acessando edifícios, rodovias, meios de transporte, escolas, residências, instalações médicas e locais de trabalho. Devem também ter acesso a serviços de emergência, podendo acessar as instalações e serviços abertos ao público ou de uso público, assegurando que entidades privadas e também públicas cumpram com as exigências mínimas de acessibilidade, proporcionando aos atores envolvidos uma formação em relação a acessibilidade, dotando os edifícios e outras instalações abertas ao público ou de uso público de sinalização Braille, oferecendo assistência humana e animal e serviço de mediadores, incluindo guias, leitores e intérpretes profissionais de língua de sinais, promovendo novos sistemas e tecnologias da informação e comunicação, inclusive internet, disseminando estes sistemas e tecnologias a um custo mínimo para que se tornem acessíveis (SECRETARIA DOS DIREITOS HUMANOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2011).

Por estes motivos, as entidades públicas e privadas devem conter instalações adequadas quanto à acessibilidade para as pessoas com deficiência, oferecer atendimento por pessoas qualificadas, que venham a satisfazer suas necessidades, os locais devem ser sinalizados permitindo a comunicação e o entendimento por parte da pessoa com deficiência, realizando desta forma, um serviço mais humanizado. De acordo com a DUDH, apensado no artigo 30 do Decreto nº 6.949, apresenta que

1.Os Estados Partes reconhecem o direito das pessoas com deficiência de participar na vida cultural, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, e tomarão todas as medidas apropriadas para que as pessoas com deficiência possam:

- a) Ter acesso a bens culturais em formatos acessíveis;
- b) Ter acesso a programas de televisão, cinema, teatro e outras atividades culturais, em formatos acessíveis; e
- c) Ter acesso a locais que ofereçam serviços ou eventos culturais, tais como teatros, museus, cinemas, bibliotecas e serviços turísticos, bem como, tanto quanto possível, ter acesso a monumentos e locais de importância cultural nacional. (BRASIL, 2009)

Se considerarmos como primeiro ato, o Decreto nº 6.949/2009, no segundo ato estará a Lei nº 13.146/ 2015, Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), destinada a assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais para a pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania. Os direitos concedidos às pessoas com deficiência promovem a inclusão em três níveis: Integração Social, Inclusão Social e Inclusão Educacional. Para

melhor entender estes termos, o Ministério Público do Trabalho (2011), apresenta as seguintes definições:

Integração Social – processo de favorecimento da convivência de alguém tido como diferente, com os demais membros da sociedade, tidos como supostamente iguais. Neste processo a pessoa portadora de deficiência, por seus próprios meios esforços, busca integrar-se à sociedade, que, simplesmente a recebe, sem ter se preparado para tanto.

Inclusão social - processo mais aperfeiçoado de favorecimento da convivência de alguém tido como diferente, com os demais membros da sociedade, tidos como supostamente iguais. Neste caso, a sociedade se prepara e se modifica para receber a pessoa portadora de deficiência, em todas as áreas do processo social (educação, saúde, trabalho, assistência social, acessibilidade, lazer, esporte e cultura).

Inclusão educacional - possibilidade de a criança ou adolescente portador de deficiência frequentar cursos regulares de ensino, e não apenas escolas de educação especial. (MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO, 2011, p. 14-15)

Trata-se de um público que demanda por integração e inclusão. É necessário que haja integração com as demais pessoas em meio a sociedade e também a inclusão educacional, proporcionando as pessoas com deficiência oportunidades diversas, que possibilitem acesso ao mercado de trabalho de forma digna e justa.

De acordo com o artigo 3º, I, da Lei n. 13.146/2015, a acessibilidade é entendida da seguinte forma:

I – acessibilidade: possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida. (BRASIL, 2015)

Como referido, a acessibilidade, conforme a Lei n. 13.146/2015, prevê ações de ordem pública e privada através da implantação dos recursos de acessibilidade em instalações e edificações públicas e de uso público. Assim, ainda em 2015, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) estabeleceu uma série de critérios e parâmetros técnicos a serem observados quanto ao projeto, construção, instalação e adaptação do meio urbano e rural, e de edificações às condições de acessibilidade, através da NBR 9050.

No estabelecimento desses critérios e parâmetros técnicos foram consideradas diversas condições de mobilidade e de percepção do ambiente, com ou sem a ajuda de aparelhos específicos, como próteses, aparelhos de apoio, cadeiras de rodas, bengalas de rastreamento, sistemas assistivos de audição ou qualquer outro que venha a complementar necessidades individuais. (ABNT, 2015, p.1)

A NBR-9050 visa proporcionar a utilização de maneira autônoma, independente e segura do ambiente, edificações, mobiliário, equipamentos urbanos e elementos à maior quantidade possível de pessoas, independentemente de idade, estatura ou limitação de mobilidade ou mesmo limitação de percepção. A ABNT, através da NBR-16537 estabeleceu os

critérios e parâmetros técnicos a serem observados para elaboração do projeto a instalação de sinalização tátil no piso, seja para construção ou adaptação de edificações, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade para a pessoa com deficiência visual ou surdo-cegueira, também corroborando para a promoção de segurança, orientação e mobilidade a todas as pessoas, principalmente àquelas com deficiência visual ou surdo-cegueira. (ABNT, 2016, p.1)

O Estado através de ações administrativas e do ordenamento jurídico promove a organização da sociedade de maneira que as responsabilidades sejam partilhadas entre o Estado, sociedade e família. De acordo com a Lei nº 13.146 podemos confirmar que há uma divisão de responsabilidades para melhor atender a pessoa com deficiência.

Art. 8º É dever do Estado, da sociedade e da família assegurar às pessoas com deficiência. Com prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à sexualidade, à paternidade e À maternidade, à alimentação, à habitação, à educação, à profissionalização, ao trabalho, à previdência social, à habitação e a reabilitação, ao transporte, à acessibilidade, à cultura, ao turismo, ao lazer, à informação, a comunicação, aos avanços científicos e tecnológicos, à dignidade, ao respeito, à liberdade, à convivência familiar e comunitária, entre outros decorrentes da Constituição Federal, da Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo e das leis e de outras normas que garantam seu bem-estar pessoal, social e econômico. (BRASIL, 2015)

Desta forma, o Estado, sociedade e família, devem assegurar às pessoas com deficiência a inclusão social através da promoção da acessibilidade, permitindo-lhes a participação de

forma plena dos aspectos da vida, com autonomia e segurança seja no uso dos transportes, acesso à informação e comunicação, usufruindo os serviços oferecidos a população, acessando edifícios, rodovias, meios de transporte, escolas, residências, instalações médicas e locais de trabalho. Devem também ter acesso a serviços de emergência, às instituições públicas e demais espaços públicos ou de uso público.

É dever do poder público de garantir o completo acesso em condições de igualdade, assegurar um sistema educacional inclusivo e ofertar recursos de acessibilidade, conforme previsto em lei, no que tange às escolas inclusivas. O Estado tem o dever de oferecer o ensino bilíngue, ou seja, em primeira língua a Libras e segunda língua o português.

Com a vigência do Estatuto da Pessoa com Deficiência, passa a ser direito fundamental dessas pessoas, de forma indiscutível, a participação na vida política do Estado, inclusive no que se refere ao direito de serem votadas para cargos públicos. No que tange ao direito de votar, por sua vez, a nova lei estabelece que seja dever do Estado, e, da Justiça Eleitoral, garantir que os procedimentos, as instalações, os materiais e os equipamentos para votação sejam apropriados, acessíveis a todas as pessoas e de fácil compreensão e uso, sendo vedada a instalação de seções eleitorais exclusivas para a pessoa com deficiência, regra prevista para não estigmatizar essas pessoas, inserindo-as de forma completa na sociedade.

Não restam dúvidas que o Estatuto da Pessoa com Deficiência, traz importantes avanços no reconhecimento de direitos fundamentais de uma parcela importante da população brasileira, ainda bastante discriminada e desprotegida. A nova lei determina que a inclusão aconteça por meio de competição, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, nos

termos da legislação trabalhista, na qual devem ser atendidas as regras de acessibilidade, o fornecimento de recursos de tecnologia assistiva e a adaptação razoável no ambiente de trabalho.

Além da inclusão social é necessário proporcionar a integração das pessoas com deficiência. O Decreto 3.298/1999, em seu artigo 1º afirma que a “Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência compreende o conjunto de orientações normativas que objetivam assegurar o pleno exercício dos direitos individuais e sociais das pessoas portadoras de deficiência”. (BRASIL, 1999)

Já em seu Artigo 3º, traz a conceituação de deficiência, deficiência permanente e incapacidade, confirmando a existência de uma diferença entre os conceitos.

Art. 3º: Para os efeitos deste Decreto, considera-se:

I - deficiência – toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica que gere incapacidade para o desempenho de atividade, dentro do padrão considerado normal para o ser humano;

II - deficiência permanente – aquela que ocorreu ou se estabilizou durante um período de tempo suficiente para não permitir recuperação ou ter probabilidade de que se altere, apesar de novos tratamentos; e

III - incapacidade – uma redução efetiva e acentuada da capacidade de integração social, com necessidade de equipamentos, adaptações, meios ou recursos especiais para que a pessoa portadora de deficiência possa receber ou transmitir informações necessárias ao seu bem-estar pessoal e ao desempenho de função ou atividade a ser exercida. (BRASIL, 1999)

A partir destes conceitos, é possível compreender que as pessoas com deficiência mesmo com suas diferenças são capazes de desempenhar atividades de trabalho, podendo tornarem-se aptas quando da oportunidade e dos recursos disponíveis para a função e considerados os limites individuais. As pessoas com deficiência possuem características humanas distintas, por isso necessitam de atenção especial, observada as limitações funcionais de cada indivíduo, requerem que o ambiente disponha dos recursos de acessibilidade necessários para possibilitar plena e efetiva participação na sociedade, buscando assim a hegemonia no tratamento e acessibilidade, garantindo a equiparação de oportunidades para todas as pessoas com deficiência.

Resgatando pontos enfrentados anteriormente, é importante que se tenha presente que todos estes direitos se alicerçam tanto em direitos consagrados como humanos quanto como, fundamentais, o que lhes confere regime diferenciado, e deve ser frisado quando pensadas e implementadas políticas públicas. Neste sentido, vale retomar a questão da hierarquia dos tratados, posto que o caminho para se chegar ao Estatuto da Pessoa com Deficiência passa pela DUDH e pela CDPD, ambos documentos internacionais incorporados à ordem interna brasileira:

A hierarquia dos tratados de direitos humanos na ordem jurídica interna brasileira, de acordo com a atual orientação do STF, é diferenciada de acordo com a forma de incorporação. Com efeito, os tratados incorporados antes da inserção do §3º no art. 5º da CF possuem hierarquia supralegal, prevalecendo, portanto, sobre toda e qualquer norma infraconstitucional interna, mas cedendo em face da CF. Por sua vez, os tratados aprovados pelo Congresso Nacional na forma do art. 5º,

§3º, da CF possuem hierarquia e força normativa equivalentes às emendas constitucionais (SARLET, 2017, p. 345)

Como é possível verificar, existem convergências e diferenças entre direitos humanos e direitos fundamentais, o que torna o entendimento sobre tais questões imperioso aos que se dedicam ao estudo dos direitos das pessoas com deficiência. Tais semelhanças e distinções acabam tendo efeito prático na vida das pessoas, sendo que muitas recorrem ao Poder Judiciário para que instrumentos internacionais já incorporados ao ordenamento interno, como é o caso da CDPD, sejam cumpridos.

Considerações finais

Passados 70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos e 30 anos da Promulgação da Constituição brasileira, vimos que o ordenamento jurídico que trata dos direitos concedidos a todas as pessoas e os direitos concedidos a grupos específicos que necessitam de proteção especial, concede e preserva direitos. Em nosso entendimento, a integração e a inclusão social das pessoas com deficiência devem ocorrer de muitas formas de maneira simultânea, principalmente utilizando ações educativas que complementem a legislação e a fiscalização.

Promover o acesso à saúde, a educação, a cultura e ao trabalho, como forma de participação plena na sociedade, aliado ao exercício de direito de ir e vir com mobilidade e segurança são ainda metas a serem alcançadas pela administração federal, estadual e municipal. Se de um lado, a sociedade cobra do

governo uma maior atenção para com as pessoas com deficiência, seja do setor privado quanto do setor público, de outro lado há responsabilidades que devem ser partilhadas entre o Estado, a sociedade e das famílias.

Vemos na Declaração Universal dos Direitos Humanos, na Constituição Federal, na Convenção dos Direitos da Pessoa com Deficiência e na Lei nº 13.146 de 6 de julho de 2015, uma série de elementos capazes de despertar a atenção e impulsionar a ação dos gestores públicos no sentido de concretizar ações capazes de promover a acessibilidade que este público tanto necessita para uma vida plena de direitos e deveres em nossa sociedade. Mesmo que haja dificuldades em atender plenamente as exigências legais na promoção da acessibilidade nos espaços públicos destinados ao turismo, por fim, caberá tanto ao Estado, quanto a sociedade e as famílias, promover a efetivação destes direitos já existentes no ordenamento jurídico internacional e brasileiro.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 9050 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos*. Disponível em:<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_24.pdf> Acesso em: 21 dez. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 16537 – Acessibilidade – Sinalização tátil no piso – diretrizes para elaboração de projetos e instalação*. Disponível em:<<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/a>

rquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_176.pdf> Acesso em: 21 dez. 2018.

BRASIL. *Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.741.htm> Acesso em: 12 dez. 2018.

BRASIL. *Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12288.htm> Acesso em: 12 dez. 2018.

BRASIL. *Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm> Acesso em: 12 dez. 2018.

BRASIL. *Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm> Acesso em: 12 dez. 2018.

BRASIL. *Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3298.htm> Acesso em: 21 dez. 2018.

BRASIL. *Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência*, 4ª. ed. Brasília, 2011.

BRASIL. *Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6949.htm> Acesso em: 12 dez. 2018.

BRASIL. *Cartilha do Censo 2010 – Pessoas com Deficiência*. Brasília: SDH-PR/SNPD, 2012.

CONSTITUIÇÃO (1988). *Constituição [da] República Federativa do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 1988.

CORRÊA, Roberto Lobato. *O espaço urbano*. São Paulo: Ática, 1995.

DARODA, Raquel Ferreira. *As novas tecnologias e o espaço público da cidade contemporânea*. Orientador: Enaldo N. Marques. 2012. 122 p. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/67063>> Acesso em: 05 nov. 2019.

FISCHMANN, Roseli, *Constituição Brasileira, Direitos Humanos e educação*. Revista Brasileira de Educação, v. 14, nº 40. jan/abr. ISSN 1413-2478 On-line version ISSN 1809-449X Universidade de São Paulo. Faculdade de Educação, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-24782009000100013&script=sci_abstract&tlng=pt> Acesso em: 02 jan. 2019.

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

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

LOVATO, Ana Carolina e DUTRA, Marília Camargo. Direitos Fundamentais e Direitos Humanos – Singularidades e Diferenças. Disponível em: <<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwih7MXp6d7fAhXCEJAKHWVGB5YQFjABegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fonline.unisc.br%2Ffacadnet%2Fana%2Findex.php%2Fsidsp%2Farticle%2Fdownload%2F13217%2F2323&usq=AOvVaw1ZHrfYSbyCHbxQ3FIIHKHZ>> Acesso em: 08 jan. 2019.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO. *A inserção da pessoa portadora de deficiência e do beneficiário reabilitado no mercado de trabalho*. Comissão de Estudos para Inserção da Pessoa Portadora de Deficiência no Mercado de Trabalho, Brasília, 2001. Disponível em: <http://www.pgt.mpt.gov.br/publicacoes/manual_ppd.pdf> Acesso em: 04 set. 2018.

OLIVEIRA, Bruna Garcia e LAZARI, Rafael de. *Manual de Direitos Humanos*, 4ª edição. Salvador, ed. Juspodvim, 2018.

ONU. *Declaração Universal dos Direitos Humanos*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO, Brasília, 1998. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000139423>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

PINTO, Muriel. et al. *As paisagens culturais como instrumento de educação patrimonial para as missões jesuítico-guarani: o caso de São Borja-Brasil*. IPHAN - Série Patrimônio Cultural e Extensão Universitária, n.5, nov. 2014.

SARLET, Ingo Wolfgang. *Teoria geral dos direitos fundamentais*. In: SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. *Curso de Direito Constitucional*. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2017. pp. 301-324.

YAZIGI, E. *A Alma do Lugar: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas*. São Paulo, Contexto, 2001.

VANTAGEM COMPETITIVA DE UM DESTINO TURÍSTICO: uma análise de Natal/RN (Brasil) na percepção dos turismólogos

Daene Silva de Moraes Lima

Introdução

O turismo vem se caracterizando como uma das principais atividades da sociedade contemporânea e do mercado global. É um setor importante para a economia, sendo uma atividade de expansão rápida, e que possibilita a abrangência de novos destinos, atrações e facilidades. Porém, no decorrer do tempo, o turismo sofreu inúmeras transformações e essas mudanças interferiram diretamente na aplicação e na gestão da atividade. E assim, o turismo tem se posicionado como uma atividade rentável para os destinos turísticos. (MORAIS *et al.*, 2014).

De acordo com estudos realizados pela *World Tourism Organization (UNWTO)*, as viagens internacionais de forma global aumentaram 6% em 2018, comparado com o ano anterior, resultando em 1,4 bilhão de deslocamentos. O continente Americano, registrou 217 milhões de chegadas internacionais em 2018, com resultados variados entre destinos. O crescimento foi liderado pela América do Norte, sendo os Estados Unidos posicionado com um crescimento rápido e expressivo do turismo, o que influenciou diretamente no número de desembarques de turistas internacionais. No ranking internacional, em segundo lugar está a América do Sul, caracterizado por uma economia emergente, estima-se um

crescimento duas vezes maior em relação a países economicamente avançados. A América Central e o Caribe ainda refletem os impactos dos furacões Irma e Maria, registrados em setembro de 2017. (UNWTO, 2019; PANROTAS, 2019).

Diante da notória contribuição econômica e social da atividade turística, pode-se destacar que no município de Natal esse segmento tem maior contribuição no Produto Interno Bruto, relacionando com mais de 50 atividades ligadas de forma direta e indireta ao setor. A cidade do Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, dispõe de um grande potencial turístico. A região integra ao Polo Costa das Dunas, região com belas dunas, praias, lagoas e rica gastronomia. A região é conhecida como Cidade do Sol, que dispõe de 400 km de litoral, e recebe mais de 2 milhões de turistas por ano (SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, 2019; SECRETARIA DE TURISMO DO RN, 2019).

Dados da Associação Brasileira de Indústria de Hotéis (2018), afirma que a cidade dispõe de 25 mil leitos, oferecendo uma ampla infraestrutura para atender a demanda de visitantes, sejam esses a lazer ou a negócios. A quantidade de leitos amplia as possibilidades de emprego no setor hoteleiro da cidade, com isso possibilita a redução da taxa de desemprego, por ser um destino que recebe turistas durante todo o ano.

Diante desse cenário, o turismo vislumbra-se com um posicionamento internacional, e assim, surge dependências de variáveis para aumentar a vantagem competitiva do destino turístico. (MONTANARI E GIRALDI, 2013). A vantagem competitiva determina que o destino crie valor e agregue produtos para se posicionar estrategicamente, e assim, possa participar do mercado e seja considerado como um destino competitivo diante dos concorrentes. Desenvolver estratégias

competitivas para a atividade turística, contribui com a divulgação de destinos, tornando o destino um atrativo turístico (SANTOS E RIBEIRO, 2016).

Dada a importância do assunto, o presente estudo tem como proposta analisar a percepção dos turismólogos residentes na cidade do Natal/RN, tendo como objetivo, avaliar se a cidade é um destino turístico competitivo, tendo como parâmetro o atual cenário da cidade. Pike (2008), apresenta em suas pesquisas, que o sucesso da posição estratégica de um destino turístico à nível internacional, depende de um conjunto de decisões que representam uma fonte de vantagem competitiva sobre outros destinos concorrentes.

Para atingir os objetivos da presente pesquisa, as estratégias utilizadas foram à pesquisa bibliográfica, a utilização de dados secundários (sites relacionados com o turismo da cidade, Ministério do Turismo e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE). A pesquisa alcançou uma amostra de 60 entrevistados, mediante aplicação de questionário semiestruturado, com a finalidade de compreender a percepção dos bacharéis em turismo residentes em Natal/RN.

A relevância do estudo é dada pela sua contribuição teórica para futuras pesquisas, dado que após a utilização de técnicas de mineração de dados, não foi encontrado artigos nas bases de dados Scopus, Web of Science e Science Direct que dispõe dessa temática apresentada no estudo. A pesquisa também contribuirá com o atual cenário de competitividade e inovação em que a cidade está se posicionando. Uma vez que o destino turístico de Natal/RN está no processo de transformação de um destino turístico tradicional para integrar ao roteiro nacional de um destino turístico inteligente. Em seguida, será

apresentado o marco teórico do estudo, a metodologia, os resultados e discussões, e por fim, as considerações finais.

A vantagem competitiva de um destino turístico

Segundo Kotler (2012), marketing “envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais”. O autor apresenta a definição da Associação Americana de Marketing (*American Marketing Association – AMA*) que define marketing como “um conjunto de conhecimentos e os processos de criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade como um todo”.

Na visão de Porter (1989), estratégia competitiva é o posicionamento favorável para estabelecer uma posição lucrativa e sustentável no mercado. Ainda para o autor, duas questões centrais devem ser observadas na estratégia competitiva. A primeira é a atratividade, considerando a rentabilidade a longo prazo e os fatores que influenciam a atividade, e a segunda questão central, é a posição competitiva para enfrentar os concorrentes dentro de um determinado segmento econômico.

A temática também é referenciada por outros autores, que apontam a importância da vantagem competitiva. Para Vasconcelos e Cyrino (2000), desenvolver estratégias competitivas contribuem de forma eficiente na construção de um serviço diferenciado, de modo a ser visto como único para os clientes. Moori, Nafal e Caldeira (2013) advogam que as melhorias contínuas são adaptadas a dinâmica do mercado.

Para o turismo, a vantagem competitiva possibilita que o destino estruture o seu diferencial no mercado, agregando valor aos produtos e serviços, e assim, obtenha o seu posicionamento no mercado, uma vez que setor do turismo é considerado uma das principais atividades econômicas a nível internacional. (MONTANARI & GIRALDI, 2013).

Dessa forma, a vantagem competitiva de um destino turístico é construída por alguns agentes que atuam desde o início do processo de planejamento e formatação, passando pelas estratégias de comercialização, até chegar a prestação de serviço de forma integrada, que através dessa conjunção, os destinos exploram suas potencialidades, otimizem recursos e reduzam os custos de marketing, através da formação dos clusters. (SILVA, 2004).

Beni (2003) afirma que o cluster turístico é a conjunção de atrativos localizados em uma mesma região ou espaço demográfico, que somam um diferencial para o turismo. Ainda para o autor, são “equipamentos e serviços de qualidade, de eficiência coletiva, de coesão social e política, de articulação da cadeia produtiva e de cultura associativa, e com excelência gerencial em redes de empresas que geram vantagens estratégicas comparativas e competitivas”. Para Cunha, S.K e Cunha, J.C.C (2004) algumas características devem ser incluídas dentro de um cluster, dos quais o autor cita à tecnologia, a competitividade, sustentabilidade ambiental e cultural, qualidade de vida e sinergia, como resultado de relações sistêmicas.

O turismo depende de vários agentes para a concretização da atividade, partindo dos atrativos naturais, históricos e culturais, chegando ao processo de motivação do indivíduo para o deslocamento. A imagem do destino turístico é despertada no

indivíduo antes da concretização do deslocamento, e a motivação pela viagem desperta a busca intencional por informações sobre o destino a ser visitado (CIPRIANO & SILVA, 2015).

Para obter vantagem competitiva sustentável é necessário observar as necessidades da demanda e respeitar os recursos naturais, culturais, sociais, para assim, alcançar o desenvolvimento econômico da localidade. Seguindo esse contexto, a adequação de recursos por meio de uma estratégia equilibrada, resultará positivamente de forma econômica aos integrantes da cadeia produtiva do turismo (SILVA, 2004).

Para Kotler *et al.* (2006), todos os destinos estão sujeitos a ciclos de crescimento e declínio internos, como também podem sofrer choques e forças externas. As forças internas são desencadeadas por mudanças que afetam a economia e assim, podem prejudicar os atrativos do destino. As três principais forças externas que afetam diretamente a atratividade do destino, são as seguintes: Rápidas mudanças tecnológicas, concorrência mundial e mudanças no poder político. Kotler *et al.* (2006) afirma que esses fatores externos podem exercer ou não controle, o que causa risco para o destino turístico.

Estudo realizado por Medeiros *et al.* (2017) sobre a imagem do Destino Turístico Natal, apresentou que o posicionamento do destino, influencia a motivação para o deslocamento de turistas e visitantes. Desta forma, o desenvolvimento de políticas públicas governamentais e incentivo de organizações privadas, são consideradas como estratégias competitivas para promoção de atrativos existentes, bem como a prospecção de novos produtos turísticos, que tornam o destino mais atraente e competitivo.

Estratégias competitivas sobre o cenário turístico da cidade do Natal/RN

Natal é a capital do estado do Rio Grande do Norte, e atualmente, é um dos destinos turísticos mais procurados do mundo, recebendo turistas brasileiros e estrangeiros durante todo ano. A cidade dispõe de um litoral com belíssimas praias, lagoas, dunas e áreas verdes, com grande destaque para a reserva da mata atlântica. A atividade turística é importante para o desenvolvimento econômico da cidade, sendo fonte geradora de emprego e renda, e assim, contribuindo com o Produto Interno Bruto (PIB) da cidade (PORTAL DO TURISMO, 2019).

O turismo é uma atividade promissora para o desenvolvimento local, e para alcançar o desenvolvimento desejado, é necessário criar estratégias através das potencialidades existentes no destino, partindo da perspectiva de aprimorar esses serviços e expandir novas oportunidades de negócios através da vantagem competitiva implementadas para o destino turístico. Partindo desse contexto, o turismo é um setor significativo, dinâmico e complexo, e influencia diretamente no desenvolvimento econômico, social, cultural, político e ambiental do destino do qual está inserido, o que aumenta a concorrência e a competitividade do segmento turístico, sendo um grande impulsionador para a vantagem competitiva do destino (MONTANARI E GIRALDI, 2013).

Beni (2006) cita que o produto turístico “é o resultado final dos equipamentos e serviços agregados aos recursos, capaz de satisfazer as necessidades de uma demanda específica”. A inovação é um componente importante para a atividade turística, através do lançamento de novos produtos e serviços. Importante

ressaltar, que a tecnologia tornou-se um forte aliado no processo de inovação, por contribuir no desenvolvimento, distribuição e consumo de produtos e serviços, aumentando o poder de consumo (SHETH, MITTAL E NEWMAN, 2001).

O turismo é uma atividade intensiva, que tende a gerar informação de forma ágil. Beni (2017) afirma que em poucas outras áreas de atividade, a produção, geração de resultados, processamento, aplicação e comunicação é tão importante para a operação do cotidiano, como é para o setor das viagens e turismo. Como o turismo envolve várias áreas, como operadoras de turismo, agências de viagens, companhias aéreas, hotelaria, alimentos e bebidas, lazer e entretenimento, guiamento turístico, locadoras de veículos, área de transporte, a tendência é impulsionar ainda mais a adesão da tecnologia da informação e comunicação nas organizações.

De forma explícita, a modernidade vem se destacando pelas mudanças tecnológicas nos dias atuais. Essas mudanças tecnológicas resultam em transformações da sociedade, como também no mercado. (BARRETTO, 2003). A tecnologia também contribuí de forma relevante, podendo mudar o comportamento de mercado e as expectativas do cliente. No turismo, a inovação tecnológica contribuí em vários aspectos. Melhora o acesso às informações, disponibiliza novas gerações de produtos e serviços, oferece ao turista maior flexibilidade e controle, e viabiliza a oferta de produtos personalizados (SHETH *et al.*, 2001).

Segundo Beni (2017), “As ferramentas de transmissão de informação e comunicação são indispensáveis para a operacionalização do tráfego como para o marketing turístico”. Diversos outros serviços estão relacionados de forma direta quanto indireta com a atividade turística. O consumidor, que

nessa perspectiva de estudo é o turista, é caracterizado como um indivíduo diversificado, que usufruí de produtos heterogêneos, interferindo na demanda turista do país, por meio dos aspectos econômicos, naturais, culturais e sociais.

Os produtos turísticos permitem que os destinos turísticos utilizem as mídias emergentes, contribuindo com o sistema de turismo (BENI, 2017). Com o intuito de promover o setor turístico, o Sebrae desenvolveu um estudo que considerou na atual conjuntura global, as grandes tendências das tecnologias digitais, da economia compartilhada e dos destinos inteligentes, com a perspectiva de impulsionar o desenvolvimento do setor. (SEBRAE, 2017).

Metodologia

Para a análise dos dados obtidos verifica-se que este estudo é de caráter qualitativo. Segundo Lakatos e Marconi (2002), “o estudo qualitativo é o que se desenvolve numa situação natural; é rico em dados descritivos, tem um plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada”.

O estudo caracteriza-se como descritivo-exploratório, e o tipo de pesquisa desenvolvida caracteriza-se como qualitativa, que segundo Poupert, *et al.* (2008), esse tipo de pesquisa busca familiarizar-se com pessoas e suas preocupações de modo a entender um determinado tema pré-definido. Vale ressaltar que na pesquisa exploratória, o autor já dispõe de um entendimento do assunto, e busca através da literatura afirmar aspectos relevantes e definições para contribuir com a construção da pesquisa.

Para atingir os objetivos da presente pesquisa, as estratégias utilizadas foram à pesquisa bibliográfica, a utilização de dados secundários (sites relacionados com o turismo na cidade, Ministério do Turismo, Sebrae) e a aplicação de questionário com turismólogos residentes na cidade. O público alvo da pesquisa, foi alcançado através de questionário, constituída por questões fechadas, realizada com turismólogos residentes na cidade do Natal/RN.

A partir do estudo, foi possível observar a percepção dos turismólogos em relação ao cenário turístico. Com o intuito de atingir uma maior amostra, utilizou-se o questionário eletrônico, através da ferramenta *Formulários Google*, o que possibilitou alcançar um número considerável de entrevistados, dando maior flexibilidade, e assim, tornou-se um ponto positivo para a pesquisa.

O acesso ao formulário estava restrito ao envio do link, sendo necessário o login de acesso através do endereço eletrônico, em que o entrevistado não poderia utilizar o mesmo link mais de uma vez. Nesse contexto, pode-se afirmar que esse critério de acesso ao formulário, contribuiu no que tange a credibilidade da pesquisa, evitando o entrevistado respondesse mais de uma vez o questionário.

Para alcançar o objetivo da pesquisa, elaborou-se um questionário, de forma semiestruturada, com perguntas abertas e fechadas, para analisar a percepção dos turismólogos sobre o destino turístico de Natal/RN. O questionário iniciou com questões que levou a compreender o gênero e idade do entrevistado (gênero e idade), e partindo para as questões que levaram diretamente ao foco da pesquisa.

No que se referi ao método de pesquisa, optou-se pela abordagem quantitativa. Segundo Flick *et al.* (2000), a pesquisa qualitativa leva o pesquisador a uma compreensão complexa do objeto de estudo, que através dos dados coletados, utiliza-se de variáveis e técnicas analíticas para compreensão, e após interpretados, resultam em textos. Quanto a análise e tratamento dos dados, foram realizados por meio de análise de conteúdo, que para Bardin (1977), essa técnica de análise é importante, pois utiliza técnicas para análise e comunicação de maneira sistemática, com o objetivo de descrição do conteúdo coletado.

A pesquisa contribuirá com atual cenário de competitividade e inovações em que a cidade está passando, uma vez que o destino turístico de Natal está a ser posicionando como um destino turístico inteligente. Dando continuidade, será apresentada a metodologia utilizada e os resultados que foram obtidos através na pesquisa, e posteriormente as considerações finais.

Resultados e discussões

A pesquisa foi realizada em agosto de 2018, por meio da aplicação de 60 questionários. O público alvo da pesquisa foi bacharéis em turismo (turismólogos), residentes na cidade do Natal/RN, que contribuíram com na pesquisa com a percepção da realidade atual do destino turístico.

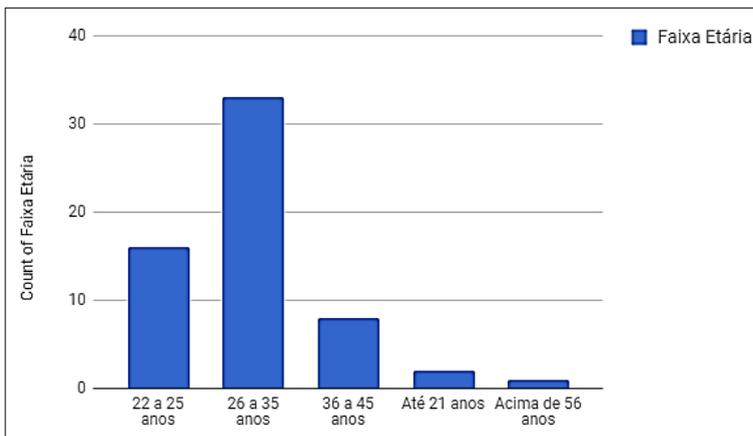
Segundo o Ministério do Turismo (2012), o turismólogo é o profissional responsável por gerir empreendimentos ligados ao turismo; coordenar a seleção e classificação de locais e áreas de interesse turístico, formular e implantar prognósticos e proposições para o desenvolvimento do turismo; criar e

implantar roteiros e rotas turísticas; desenvolver e comercializar novos produtos turísticos e organizar eventos entre outras.

O questionário iniciou com três perguntas essenciais para compreender o perfil dos entrevistados. A primeira pergunta, foi em relação ao gênero dos entrevistados, tendo como resultado: 70% do sexo feminino e 30% ao sexo masculino. O resultado da primeira questão é uma realidade da profissão, da qual a predominância é de profissionais do sexo feminino.

A segunda pergunta foi em relação a faixa etária dos entrevistados. Como a pesquisa não delimitou idade, sendo requisito da pesquisa, ser graduado em turismo. Partindo desse pressuposto, houve a necessidade de compreender qual a faixa etária dos turismólogos entrevistados. O resultado correspondeu a 55% com faixa etária de 26 a 35 anos, e nenhum entrevistado correspondeu a faixa etária entre 46 a 55 anos. (Conforme dados apresentados no gráfico 1).

Gráfico 1: Faixa etária dos entrevistados.



Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

Quando os entrevistados foram questionados se “Atualmente, a sua principal ocupação depende do turismo”, 55% dos entrevistados afirmaram não exercer atividade profissional no turismo e 45% dos entrevistados exercem atividade profissional no turismo. A quarta pergunta, teve como proposta analisar a percepção do turismólogo sobre o cenário turístico da Cidade do Natal/RN, com a pergunta “Você considera Natal/RN como um destino turístico competitivo?”. Na percepção dos turismólogos, 78,3% afirmaram que consideram Natal/RN como um destino turístico competitivo, e 21,7% dos entrevistados, afirmaram que não consideram. Na quinta pergunta, foi perguntado aos entrevistados “Você entende o conceito de Destinos Turísticos Inteligentes (*Smart Destination*)”? Conforme os dados, constatou-se que 76,7% dos entrevistados afirmaram compreender o conceito de um Destino Turístico Inteligente 23,3% não compreendem o conceito. A sexta pergunta, teve como proposta analisar a percepção do turismólogo sobre o atual cenário da cidade, com a pergunta “Você considera Natal/RN um Destino Turístico Inteligente (*Smart Destination*)?” Na percepção dos turismólogos, 85% afirmaram que não consideram Natal/RN como um Destino Turístico Inteligente, enquanto 15% afirmaram que consideram Natal como um novo Destino Turístico Inteligente.

Os turismólogos avaliaram a atual situação de Natal/RN, tendo como parâmetro as principais características definidas pelo Sebrae para adequação e o desenvolvimento de Destino Turístico Inteligente. Os entrevistados poderiam avaliar como Péssimo, Ruim, Regular, Bom e Ótimo. Também foi acrescentado mais uma alternativa, “Nenhuma das alternativas”, em que o entrevistado poderia optar, caso desconhecesse os itens a serem avaliados.

Quando os turismólogos foram questionados se consideram Natal/RN como um “Espaço Turístico Inovador”, uma cidade com “Tecnologia de Ponta” e com “Valorização do Capital Humano”, de comum acordo, nas três assertivas, os entrevistados qualificaram como “ruim”. Nesse contexto, pode-se citar que a cidade precisa desenvolver nos aspectos inovação turística, tecnologia e valorização dos profissionais que estão envolvidos com a atividade turística. O fluxo de informações para a atividade turística é estratégico para o destino, possibilitando assim, que o turista vivencie durante a estada no destino turístico, uma experiência autônoma (GOMES *et al*, 2018).

Quando os profissionais foram questionados sobre o “Desenvolvimento Sustentável do Turismo”, qualificaram como “regular”, sendo seguido da qualidade de “ruim”. Analisando os dois principais resultados destacados nessa alternativa, observa-se que os entrevistados não estão satisfeitos com o atual desenvolvimento da atividade turística na cidade de Natal/RN, sendo necessário novas perspectivas para o desenvolvimento local. Importante ressaltar, que dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), a atividade turística foi inserido em três desses objetivos, podendo citar: o 8º objetivo, “promover crescimento econômico sustentável e inclusivo, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos”, o 12º objetivo, sobre o “consumo e produção sustentável” e no 14º objetivo, que tem como prioridade, a “conservação e uso sustentável dos oceanos, mares e fontes marinhas para o desenvolvimento sustentável” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2017).

Para a Organização Mundial do Turismo (1999), a atividade turística deve ter como proposta satisfazer as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras. Para os entrevistados, “o gerenciamento de recursos” foi qualificado como “regular”, demonstrando que na opinião dos profissionais de turismo, o uso dos recursos públicos não é utilizado de forma eficiente. Os turismólogos qualificaram como “bom” o que se referi ao “posicionamento da cidade como um destino competitivo” e “o ambiente de experiências vivenciadas pelos turistas”. E por fim, os turismólogos avaliaram alguns aspectos, quanto ao parâmetro a atual situação de Natal/RN. Para facilitar a compreensão, elaborou-se uma tabela com a descrição do item avaliado, o percentual de maior avaliação pelos entrevistados e o resultado da avaliação, que pode variar entre péssimo, ruim, regular, bom, ótimo ou nenhuma das alternativas (conforme dados apresentados na tabela 1).

Tabela 1: Avaliação dos turismólogos: cenário Natal-RN/Brasil.

Descrição	Percentual (%)	Qualificação
Acessibilidade	36,60%	Ruim
Comunicação	36,60%	Bom
Condições Ambientais	50%	Bom
Limpeza Urbana	48,30%	Regular
Pavimentação das Vias Públicas	33,20%	Regular
Saúde Pública	48,30%	Ruim
Segurança Pública	61,42%	Péssimo
Sinalização Urbana	36,60%	Regular
Tecnologia	44,80%	Regular
Transporte Público	33,20%	Ruim

Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

Considerações finais

A pesquisa foi realizada com turismólogos residentes na cidade do Natal/RN, com o objetivo de observar a percepção desses profissionais em relação ao atual cenário turístico da cidade. Para alcançar o maior do público alvo da pesquisa, optou-se pelo método de questionário *online*, através da ferramenta *Formulários Google*, o que possibilitou alcançar um número considerável de entrevistados.

Com base na análise dos dados coletadas na pesquisa, observou-se que a maioria dos turismólogos entrevistados, consideram Natal/RN como um destino turístico competitivo, porém não consideram a cidade como um espaço turístico inovador. Os turismólogos qualificaram como “bom” o que se referi ao posicionamento da cidade como um destino competitivo e que o ambiente proporciona boas experiências vivenciadas pelos turistas.

A maioria dos entrevistados afirmaram compreender o conceito de Destinos Turísticos Inteligentes (*Smart Destination*), porém na percepção dos entrevistados, Natal/RN ainda precisa desenvolver aspectos essenciais para se tornar um Destino Turístico Inteligente. Na opinião dos entrevistados, a cidade precisa melhorar a acessibilidade, limpeza urbana, pavimentação das vias públicas, saúde pública, segurança pública, tecnologia de qualidade e transporte público, que foram qualificados pelos turismólogos entrevistados como “péssimo”, “ruim” e “regular”.

Considera-se uma pesquisa relevante, e tem como contribuição conhecer a percepção do turismólogo residente em Natal/RN, que além de residir na cidade, também tem conhecimentos teóricos e práticos que foram desenvolvidos nos

cursos de graduação em turismo, e muitos desenvolvem atividade profissional no turismo, estando ligando direta ou indiretamente com os turistas.

Estima que a referida pesquisa possa contribuir com o desenvolvimento local. No que tange a administração pública, por meio da elaboração de políticas públicas voltadas para a atividade turística, enquanto na iniciativa privada seja um instrumento de reflexão para inserção de estratégias competitivas para melhorar o posicionamento, tornando o destino Natal/RN um espaço inovador.

Pode-se citar como limitação da pesquisa, a escassez de fontes bibliográficas atualizadas que discorram sobre vantagem competitiva relacionada ao processo de transformação de um Destino Turístico Tradicional para um Destino Turístico Inteligente. Portanto, sugeriu-se pesquisas futuras, para dar continuidade a essa análise, uma vez que a cidade do Natal/RN está sendo posicionada como um novo Destino Turístico Inteligente.

Referências

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições, 1977.

BARRETO, R. G. As tecnologias na formação de professores: o discurso do MEC. *Educação & Pesquisa*, p. 271-286., n. 30, jul./dez. 2003.

BENI, M. C. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac, 2003.

BENI, M. C. *Entendendo o novo turismo na economia colaborativa e compartilhada*. A evolução tecnológica e os impactos na gestão

estratégica e no marketing de Turismo: e-Tourism. São Paulo: ANPTUR, jul. 2017.

CIPRIANO, M. J. S.; SILVA, S. A. A. A promoção do destino turístico Natal/RN: estudo de caso da SETURDE. Turismo: *Estudos & Práticas* (RTEP/UERN), Mossoró/RN, vol. 4, n. 1, p. 64-86, jan./jun., 2015.

CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. C. Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida do impacto do turismo no desenvolvimento local. *Revista Administração Contemporânea*, v. 9, n. 2. Curitiba, 2005. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552005000600006>.

DANTAS, M. L. R.; FERREIRA, L. V.; ARAÚJO, A. G.; GODEIRO, D. P. O. La implementación estratégica en el área de hospedaje según la perspectiva basada en los recursos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. v.27, pp.737-755, 2018.

FECOMERCIO RN. *Pesquisa do perfil do turista que visita Natal*. Disponível em: <http://www.fecomerciorn.com.br/portal/pdf/pesquisa.pdf>.

FLICK, U. Qualidade na pesquisa qualitativa. *Coleção Pesquisa Qualitativa*. Porto Alegre: Bookman Editora, 2009.

GOMES, E. L. et al. Las relaciones entre la información turística y las tecnologías de información y comunicación: Análisis de publicaciones científicas en revistas latino-americanas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. v.27, pp. 569-587, 2018.

KOTLER, P. et al. *Marketing de lugares*. São Paulo: Pearson Education, 2006.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Administração de Marketing*. 14 ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2007.

MEDEIROS, M. et al. Imagen del destino Natal, Brasil: Un análisis a partir del contenido generado por los usuarios en Tripadvisor. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. v.27, pp. 533-549, 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Turismo e Sustentabilidade/ Ministério do Turismo*. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/conteudo_fundamental_turismo_e_sustentabilidade.pdf.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6181-quem-%C3%A9-o-turism%C3%B3logo.html>.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7383-onu-declara-2017-o-ano-internacional-do-turismo-sustent%C3%A1vel.html>.

MONTANARI, M. G.; GIRALDI, J. M. E. Competitividade no turismo: uma comparação entre Brasil e Suíça. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v.7, n.1, pp. 92-113, 2013.

MONTEIRO, W. L. *Avaliação de destinos turísticos: o caso do turismo de natureza da Guiné-Bissau*. Universidade Fernando Pessoa. Porto, 2014.

MOORI, R. G. et al. O efeito do tipo de produto e das capacidades logísticas sobre o ciclo do pedido. *Revista Eletrônica de Administração*. v.21, n.1, Porto Alegre. jan./apr., 2015.

MORAIS, L. L.; SENA JÚNIOR, O. B.; FERREIRA, L. V. F. La ventaja competitiva a través del turismo cultural: un análisis según la percepción de los gestores del municipio de Ceará-Mirim, Natal - Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*. v.23, n.1. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2014.

PANROTAS. 2018 registra 1,4 bilhão de chegadas internacionais. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/01/2018-registra-14-bilhao-de-chegadas-internacionais_161742.html

PETER, J. P.; OLSON, J. C. *Comportamento do consumidor e estratégia de marketing*. 8 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2009.

PIKE, S. *Destination Marketing: an integrated marketing communication approach*. Oxford: Elsevier, 2008.

PORTAL DO TURISMO. Disponível em: <http://turismo.natal.rn.gov.br>.

PORTER, M. E. *Competição: estratégias competitivas essenciais*. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PORTER, M. E. *Vantagem competitiva*. 15 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

POUPART, J. et al. *A pesquisa qualitativa, enfoques epistemológicos e metodológicos*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

SANTOS, M. C.; RIBEIRO, H. C. M. Vantagem competitiva no turismo à luz de sua produção acadêmica. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo – ReAT*, v. 8, n. 4, 2016.

SEBRAE. Disponível em:
[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/67C179C0B91FB83A832574C8006DFC29/\\$File/Festas%20populares.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/67C179C0B91FB83A832574C8006DFC29/$File/Festas%20populares.pdf)

SEBRAE. Disponível em:
https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/conheca-as-projecoes-para-o-setor-de-turismo-ate-2018,db5254843636b510VgnVCM1000004c00210aRCRD_

SECRETARIA DE TURISMO DO RN. Disponível em:
<http://setur.rn.gov.br/>

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO. Disponível em:
<https://www.natal.rn.gov.br/setur>.

SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. I. *Comportamento do Cliente*. Indo Além do Comportamento do Consumidor. Tradução de Lenita M. R. Esteves. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). *Chegadas de turistas internacionais atingem 1,4bi dois anos antes das previsões*. Disponível em: <https://www2.unwto.org/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts>.

ANÁLISE DAS OFERTAS DE CITY TOUR HISTÓRICO PELAS AGÊNCIAS RECEPTIVAS DE FORTALEZA

Márcia Maria Bezerra de Sousa

Karine Marculino Inácio

Introdução

O turismo relaciona-se diretamente com o terceiro setor, serviços, em que os produtos são consumidos naquele momento com a finalidade de satisfazer ou até mesmo superar as expectativas do seu consumidor. Dessa forma, o presente trabalho aborda as ofertas de city tour histórico, em Fortaleza, pelas agências de turismo receptivo, que segundo Astorino (2008) e Pazini et al (2014), são aquelas que têm a função de recepcionar o turista quando este chega ao destino, oferecendo produtos e serviços que faça com que sua experiência naquele destino seja única.

Buscou-se, na presente pesquisa, como objetivo geral, analisar as ofertas de *city tour* histórico para os turistas através das agências receptivas de Fortaleza, partindo de três objetivos específicos: 1) conceituar turismo; 2) analisar os tipos de *city tours* ofertados, em Fortaleza; e 3) descrever sobre turismo receptivo e agências receptivas. Utilizou-se a pesquisa bibliográfica, que segundo Mascarenhas (2012), é uma investigação voltada à análise de livros, artigos e demais matérias, em que na maioria das vezes, é disponibilizada uma diversidade de informações que tratam de determinado assunto. Também, foi utilizada a pesquisa exploratória, que de acordo

com Cervo (2007), realiza descrições precisas do fato pesquisado, com intuito de uma relação entre seus componentes, porém é desconsiderada como pesquisa por muitos autores, mas muito utilizada quando o assunto em questão não tem informações suficientes.

De acordo com Gil (1999), a abordagem qualitativa faz com que a investigação seja mais aprofundada em relação ao objeto de estudo em questão. Para Richardson (1999), a pesquisa quantitativa tem característica maior por sua quantificação, tanto por meio de coleta de dados como no tratamento destes dados por meio de técnicas estatísticas. No presente trabalho, utilizou-se como instrumento de coleta entrevista semiestrutura e um questionário com a finalidade de possíveis soluções para a problematização, tendo como objetivo a análise das ofertas de *city* histórico pelas agências receptoras de Fortaleza.

A relevância deste trabalho se dá pela busca por uma melhoria na divulgação do *city* histórico de Fortaleza, com iniciativas na criação de projetos entre o poder público e o privado para o melhor aproveitamento das áreas históricas e culturais da cidade. Nos dois primeiros capítulos, buscou-se conceituar turismo em uma breve descrição de produto turístico e os tipos de *city tour* ofertados, em Fortaleza. O terceiro capítulo aborda o turismo receptor e agências receptoras. Por fim, os últimos capítulos abordam a forma utilizada na obtenção dos dados, seus resultados e considerações finais.

Turismo

Durante o século XX, notou-se vários avanços tecnológicos e com isso foram desenvolvidos conceitos relacionados ao turismo e suas atividades. Wahab (1991), Barretto (1995) e Dias & Aguiar (2002) apresentam a primeira definição escrita por Hermann Schattenhofen, economista austríaco, que em 1911, dizia:

turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado.

Segundo Ruschmann (1997), as formas de turismo são existentes desde as mais antigas civilizações. Mas após o século XX, com eventos relacionados à produção do segundo setor da economia, o poder de compra das pessoas e o bem-estar ocasionados pelo fim da Segunda Guerra e a restauração da paz no mundo, fizeram, conseqüentemente, com que as atividades turísticas tivessem uma evolução.

O dicionário brasileiro da língua portuguesa define turismo como “viagens realizadas, por prazer, a lugares que despertam interesse”.

Hunziker e Krapf, citados por Ignara (2003. p.12), definem o turismo como

[...] o conjunto das inter-relações e dos fenômenos que se produzem como conseqüências das viagens e das estadas de forasteiros, sempre que delas não resultem um assentamento permanente nem que eles se vinculem a alguma atividade produtiva.

Atualmente, uma das definições mais complexas e abrangentes é descrita por Beni, que considera o turismo da seguinte forma:

[...] um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. (BENI, 2002: 37)

Porém, a mais aceita em todos os casos, é da Organização Mundial do Turismo, que o define como

Fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se transladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24h horas e menos que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados. (OLIVEIRA, 2000, p.31)

De acordo com a OMT, o turismo divide-se em três categorias com as seguintes denominações:

- Turismo receptivo é definido quando um não residente é recebido por um país de destino;
- Turismo emissor é definido quando residentes viajam a outro país;
- Turismo doméstico se define quando os residentes viajam dentro dos limites do seu país.

- Diante das informações citadas é importante ressaltar as definições de visitante, turista e excursionista:
- Visitantes - são pessoas que se deslocam de sua residência por um período, seja no seu país de origem ou não por qualquer outra razão que não seja remunerada;
- Turistas - são visitantes que permanecem no local que não seja de origem por mais de 24 horas;
- Excursionista - ao contrário do turista, permanece no local por menos de 24 horas.

Essas definições foram tomadas no ano de 1963, no congresso intitulado “Viagens internacionais e turismo”, na cidade de Roma, patrocinado pela OMT (Organização Mundial do Turismo).

Produto turístico

Como parte da atividade turística, os “city tours” são classificados como produto turístico. Para o Ministério do Turismo, o produto turístico é

O conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço (BRASIL, MTUR, 2007c, p. 17)

Para outros autores, como López (1998), o produto turístico é formado por elementos que o formam, “uma série de atrativos (praia, clima agradável, paisagens...) e de um conjunto

de serviços e equipamentos que permitam ao turista desfrutar mediante uma infraestrutura idônea”.

De acordo com o Glossário Turístico, “*city tour* significa roteiros turísticos pelos principais pontos de uma cidade”.

No Dicionário Aurélio, roteiro é mencionado como “descrição pormenorizada de uma viagem, itinerário; indicação metódica e minuciosa da situação e direção de caminhos, etc. duma povoação; guia”.

Os roteiros turísticos tornaram-se importantes para o desenvolvimento do turismo como produto. Para Adriana de Menezes Tavares (2002, p.15),

[...] o turismo não é feito por visitas de atrativos isoladamente, mas sim pela visita de atrativos ou locais inseridos em um contexto maior, quer seja com referência a aspectos de sua história, de sua cultura, de sua geografia ou relativos ao seu meio ambiente.

Os city tours ofertados em Fortaleza

De acordo com a cartilha desenvolvida pelo Programa Escola Técnica Aberta do Brasil (2010, p.34), os city tours podem ser denominados como

Roteiros menores que contribuem para mostrar a cidade e seus atrativos diferenciais. São chamados de visita à cidade ou sightseeing, tornando mais fácil a localização do turista no espaço urbano (passeio de reconhecimento com explicação contextualizada sobre os aspectos sociais, econômicos e culturais), facilitando o consumo do produto turístico e estimulando o aumento da

permanência do turista na cidade (ESCOLA TECNICA ABERTA DO BRASIL, p. 34, 2010).

Com relação aos city tours ofertados pela cidade de Fortaleza, de acordo com a página *free walk* Fortaleza, existe a oferta de *city tour* histórico pelo centro histórico da cidade com duração de 3 horas, regularmente de terça a sábado às 10:00 da manhã, tendo como ponto de encontro o Mercado Central de Fortaleza, porém seu ponto de partida é a Fortaleza de Nossa Senhora da Assunção, seguindo em direção aos seguintes pontos históricos:

- Praça da Sé;
- Catedral Metropolitana de Fortaleza;
- Quarteirão Art Déco;
- Centro Cultural Banco do Nordeste;
- Praça dos Leões;
- Museu do Ceará;
- Praça do Ferreira;
- Teatro Jose de Alencar;
- Praça da Estação;
- Centro de turismo;
- Passeio Público.

Quanto ao pagamento do serviço, não existe valor estipulado. De acordo com os criadores desse city tour, fica por conta do público que agenda esse passeio. Ao final, ele decide o valor que o passeio mereceu, de acordo com o serviço prestado.

O Fortaleza Bus (figura 1) é outra oferta de city tour pela cidade. Conforme o jornal O Povo (2018), ele começou a circular, no dia 15 de novembro de 2018, com percurso de 27 quilômetros, passando pelos principais pontos turísticos da capital.

O valor cobrado por esse passeio é 65 reais por passagem, com o direito de descer em qualquer ponto por onde ele passar e retornar em até 24 horas. Para que isso aconteça, cada passageiro recebe uma pulseira.

Figura 1: Ônibus De Turismo de Fortaleza.



Fonte: Portal opovo.com.

Com capacidade de transporte no total de 67 passageiros e tradução simultânea em quatro idiomas sendo, inglês, francês, espanhol e o português, o Fortaleza Bus tem como ponto de partida a Praça do Ferreira, passando pelo Centro Cultural Dragão do Mar, Espigão da Rui Barbosa, feirinha de artesanato e mercado dos peixes. Passa pela Praia do Futuro, Parque do Cocó, Shopping Rio Mar, Polo Gastronômico da Varjota. Com

paradas de três minutos na avenida Dom Luis, Praça Portugal, Estoril e Mercado Central.

O programa “Fortaleza A PÉ” tem como intuito mostrar a todos os públicos residentes ou não a importância do patrimônio histórico cultural do centro de Fortaleza. Conforme página do projeto nas redes sociais, o passeio é totalmente gratuito aos sábados à tarde. Com livre participação dos turistas, porém é necessário que o interessado faça uma inscrição antecipada através de *e-mail* ou por telefone.

Turismo receptivo

O turismo receptivo está interligado à infraestrutura e comercialização de produtos. Para Pellizer (2004), o conceito de turismo receptivo é

processo empresarial pelo qual se explora uma forma ou prática de turismo, por ocasião da chegada de pessoas (turistas, visitantes, passageiros, excursionistas, hóspedes) em um destino ou cidade ou polo turístico. E a forma inversa denominamos de “turismo emissivo” que é a origem da pessoa, turista ou visitante.

De acordo com Astorino (2008, p. 134), além de receber, a agência receptiva deve “oferecer ao turista serviços e produtos que possam satisfazer sua experiência no destino escolhido”.

Figura 2: Sistema Produtivo do Turismo Receptivo.



Fonte: Adaptada de SEBRAE-SP (2011).

A estrutura da figura 1 apresenta os serviços básicos do turismo receptivo. A infraestrutura receptiva tem como estrutura básica para receber o turista em sua localidade, por exemplo: hospedagem, alimentação, transporte, o que motivou o deslocamento até o local, atrações turísticas. A gestão de atividades turísticas envolve a iniciativa pública e privada juntamente com o envolvimento da comunidade local.

De acordo com o site da ABAV, existem mais de 2,3 mil agências espalhadas por todo o território nacional, responsáveis por mais de 35 mil empregos diretos e mais de 100 mil indiretos.

Para Astorino (2008), uma agência ou operadora de turismo receptivo contempla os seguintes serviços:

- Transporte;
- Traslado ou transfer;
- Roteiros;
- City tour: Atrativos mais importantes e de maior destaque turístico para uma cidade;
- City tour by night realizado à noite, costuma oferecer paradas em bares e restaurantes;
- City tour a pé: roteiros com visitação a centros históricos;
- City tour personalizado: de acordo com o interesse de cada grupo;
- Passeios ou circuitos temáticos;
- Excursões;
- Guias de turismo;
- Receptivo em eventos.

Metodologia

A metodologia utilizada para a realização do presente trabalho utilizou-se de métodos bibliográficos feitos através de livros, sites, artigos acadêmicos. De acordo com Markoni e Lakatos (2003), a pesquisa bibliográfica é definida da seguinte forma:

Levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita. Sua finalidade é colocar o pesquisador em

contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto. (MARKONI; LAKATOS, 2003, p. 43)

Utilizou-se, também, de pesquisa exploratória que se apresenta através de “descrições precisas da situação e quer descobrir as relações existentes entre seus elementos componentes” (CERVO, 2007). E, ainda, a pesquisa quantiqualitativa que corresponde à pesquisa quantitativa e qualitativa que são definidas da seguinte forma, “tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las (PRODANOV; FREITAS, 2013) e como a pesquisa que “objetiva compreender o processo pelo qual as pessoas constroem significados e descrevem o que são aqueles significados” (BOGDAN; BIKLEN, 1998 *apud* MAZZOTTI, 2014).

Como forma de comprovação dos dados, foram realizadas entrevistas presenciais semiestruturadas com algumas agências receptoras e os turistas, a fim de compreender as ofertas de *city tours*, em Fortaleza.

Dessa forma, foi realizada uma amostragem simples com certo número de agências receptoras. Utilizou-se como instrumento de coleta de informações um questionário como forma de obter uma solução para a problemática apresentada na pesquisa, composta de quatro perguntas, que abordam os tipos de turismo mais procurados pelos turistas, se existe algum roteiro ligado ao turismo cultural, oferta de *city tour* pelo centro histórico de Fortaleza e, para finalizar, se a cidade ofertasse um *city tour* teatralizado, haveria a possibilidade das agências o incluírem em seus roteiros.

Quanto aos tipos de turismo mais procurados pelos turistas, 100% das agências receptoras que participaram da

pesquisa informaram que o turismo de lazer, especificamente o sol e praia, é o mais procurado por aqueles que buscam a cidade de Fortaleza.

O segundo item refere-se à existência de algum roteiro ligado ao turismo cultural, de acordo com as respostas, 50% informaram que não existe, com a justificativa do seguimento da agência ser sol e praia, enquanto os demais 50% disseram existir na sua programação a oferta de turismo cultural.

Quanto ao terceiro item do questionário, que aborda a oferta de *city tour* histórico pela cidade, obtive os mesmos resultados da pergunta anterior, 50% informaram não oferecer o *city tour* pela cidade com a mesma justificativa usada anteriormente, enquanto 50% disseram reservar em sua programação passeios nas seguintes áreas que eles chamam de “Fortaleza Antiga”: 10^o Região Militar, Passeio Público, Catedral da Sé, Mercado Central, Centro de Turismo, Dragão do Mar e algumas informaram que incluem a visita ao Theatro José de Alencar.

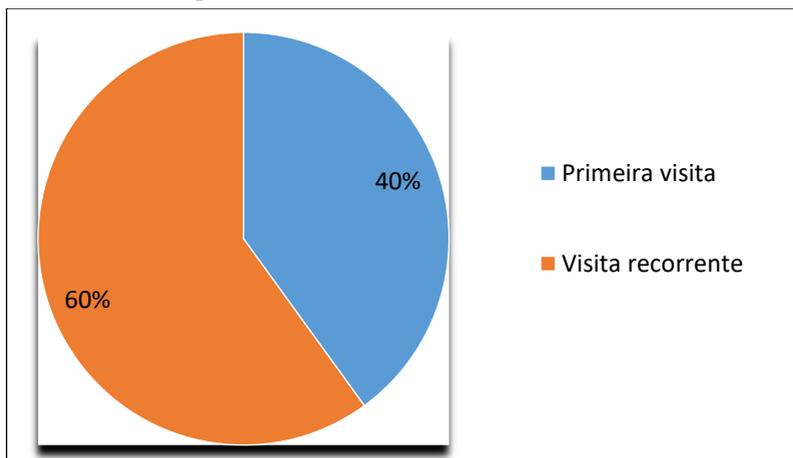
Foi questionado por que as praças do Ferreira e General Tibúrcio não são incluídas nos roteiros. A resposta em relação ao questionamento é que esses locais trazem insegurança para os turistas que fazem esse tipo de passeio. O quarto traz mais um questionamento com a seguinte pergunta: se a cidade ofertasse um *city tour* teatralizado pelo centro histórico, haveria a possibilidade de incluir esse roteiro em sua programação? De acordo com as respostas, 40% disseram que não, pois o foco da agência seria o sol e praia, já os 60% disseram que sim, pois seria um diferencial para a cidade e para as agências que ofertassem esse produto.

Análise de resultados

Foi elaborado um questionário de 5 perguntas destinadas aos turistas, com intuito de levantar informações sobre os city tours ofertados pelas agências receptoras. A pesquisa foi realizada na avenida Beira-Mar, no dia 12 de junho de 2019, com amostragem de 10 turistas.

A primeira pergunta feita tem como referência à frequência que os turistas visitam a cidade de Fortaleza. Quando perguntados sobre a quantidade de vezes que visitaram a cidade, 60% informaram que não era sua primeira vez, em Fortaleza, pois tinham gostado do clima de sol e a diversidade de praias existentes no interior do estado; 40% disseram que eram a primeira vez que visitavam a cidade e tinham interesse de voltar, como mostra a gráfico 1 a seguir:

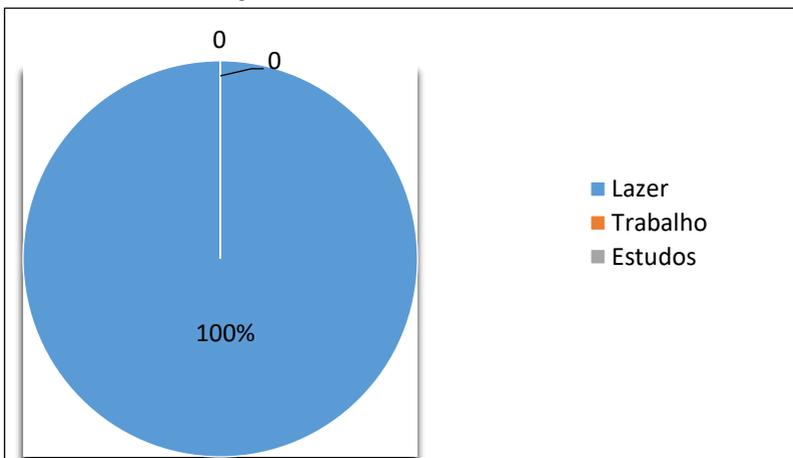
Gráfico 1: Frequência de visitas dos entrevistados à Fortaleza.



Fonte: Pesquisa realizada (2019).

A segunda pergunta do questionário diz respeito ao motivo pelo qual trouxe o turista até a cidade de Fortaleza, o que lhe motivou a visitar a cidade. De acordo com a resposta, 100% dos turistas entrevistados disseram que o motivo da viagem seria lazer, especificamente, conhecer as praias da cidade e do interior do estado, de acordo com gráfico 2 a seguir:

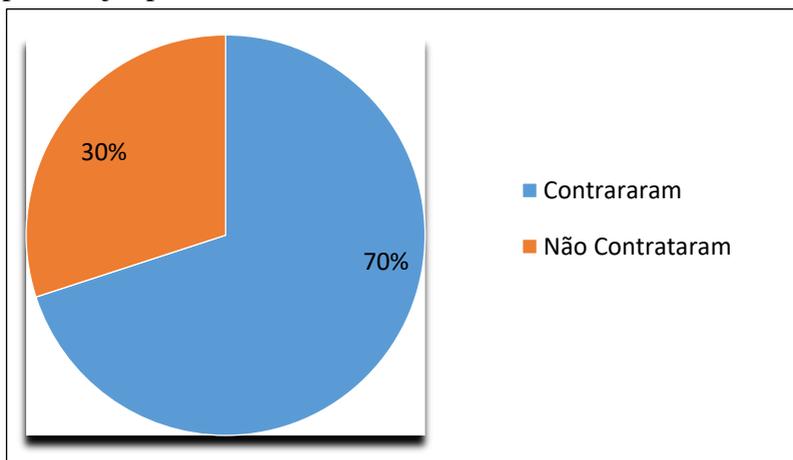
Gráfico 2: Motivação da visita dos entrevistados à Fortaleza.



Fonte: Pesquisa realizada (2019).

A terceira pergunta tem como objetivo saber se os turistas vieram a Fortaleza por meio de alguma agência de viagens ou por conta própria. A maioria informou que sim, contratou serviços de agências para o planejamento da viagem, enquanto outros informaram que vieram à cidade por conta própria por já conhecer ou por ter familiares aqui, conforme o gráfico 3 a seguir:

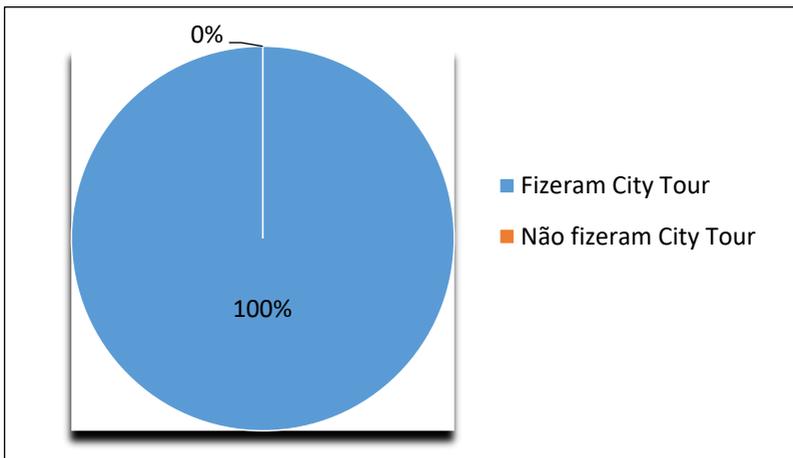
Gráfico 3: entrevistados que contrataram agências de viagens para viajar para Fortaleza.



Fonte: Pesquisa realizada (2019).

A quarta pergunta do questionário quis saber se os entrevistados fizeram algum city tour pela cidade de Fortaleza. De acordo com as respostas obtidas, 100% dos turistas informaram ter feito o passeio e descreveram esses locais como 10º Região Militar, Mercado Central, Catedral da Sé e orla da cidade, conforme gráfico 4 a seguir:

Gráfico 4: entrevistados que realizaram city tour em Fortaleza.

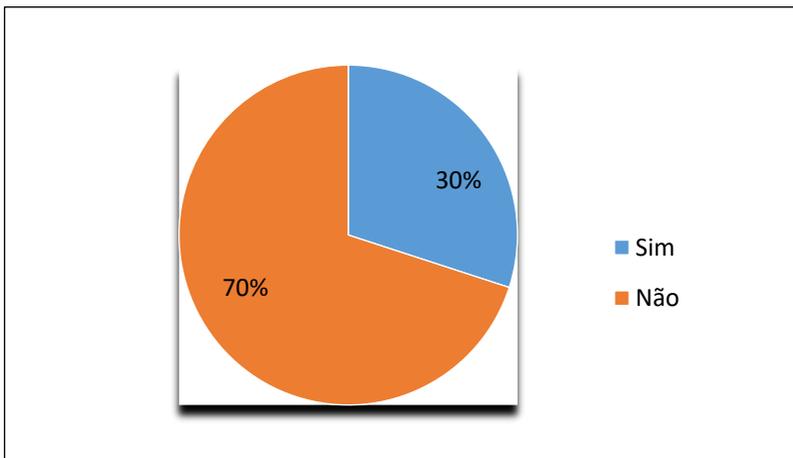


Fonte: Pesquisa realizada (2019).

A quinta e última pergunta do questionário queria saber se os entrevistados conheciam o centro histórico de Fortaleza, por exemplo, a Praça do Ferreira, Observatório de Fortaleza, Praça General Tibúrcio, ou se já ouviram falar sobre os mesmos pelas agências que eles contrataram.

Conforme o gráfico 5 a seguir, 30% dos entrevistados disseram que sim, pois existiam parentes que moravam na cidade e tiveram a possibilidade de conhece-la, mas 70% dos entrevistados informaram que não ouviram falar sobre esses locais, pois o tempo que passaram na cidade foi pouco, já que a maioria dos passeios são para o interior do estado, por exemplo, Canoa Quebrada, Cumbuco, Morro Branco e Jericoacoara.

Gráfico 5: entrevistados que conheciam o centro histórico de Fortaleza.



Fonte: Pesquisa realizada (2019).

Considerações

Sobre a análise feita através dos estudos realizados, percebe-se que as ofertas de *city tour* são existentes, porém o turismo mais ofertado na cidade de Fortaleza é o de lazer, mais precisamente o seguimento sol e praia, deixando de lado o potencial do centro histórico da cidade.

Com a pesquisa, percebe-se que a cidade se tornou dormitório, pois a maioria dos turistas sai durante o dia para visitar outras cidades e, assim, retornando à cidade somente para o descanso ou até mesmo do que chamamos de cidade de passagem, visto que o intuito do turista é passar o menor tempo possível no local, partindo para outro, tornando-se, assim, excursionista.

A cidade de Fortaleza não se resume em belas praias, mas em um conjunto de belezas que pode fazer a diferença para os vários setores do turismo.

Torna-se necessário uma maior divulgação do centro histórico da cidade pelas próprias agências receptoras, elaboração de roteiros que explorem as regiões históricas com maior frequência, projetos de capacitação para os profissionais que trabalham na área do turismo com foco na história da cidade onde se estenderia para as escolas públicas e privadas, mostrando de forma teatralizada os pontos históricos de Fortaleza, fazendo com que a história seja conhecida desde o ensino de base.

Ações de marketing turístico, através das redes sociais com elaboração de pesquisa com o foco em apresentar outros tipos de turismo com potencialidade de crescimento na cidade, também, são necessárias.

Referências

ABAV. *Sistema Federativo ABAV*. Portal ABAV. Disponível em: <http://www.abav.com.br/ce/sobre-a-abav/sistema-federativo-abav> acesso em: 10/06/2019.

ALMAC, L. *Glossário Turístico*. Portal Turismo Criativo. 2010. Disponível em: <http://turismocriativo.blogspot.com/2010/01/glossario-turistico.html>. Acesso em: 22/05/2019.

ARNOULD, E.; PRICE, L. River magic: extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 1993.

ASTORINO, C. Agências e serviços receptivos. In: BRAGA, D. C. *Agências de Viagens e Turismo: práticas de mercado*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Editora Senac, 2002

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. *Metodologia Científica*. 6. ed, São Paulo (SP): Pearson Prentice Hall. 2007.

COSTA NOVO, C. B. M.; DA SILVA, G. T. *Roteiro Turístico*. Manaus (AM): Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010. 66 p.: il., tabs. Disponível em: http://redeotec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_rot_tur.pdf. Acesso em: 20/06/2019.

FREE WALKING TOUR. *Portal Free Walknig Tour Fortaleza*. Disponível em: <https://www.freewalkfortaleza.com/passeios>. Acesso em: 20/06/2019.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IGNARRA. L. R. *Fundamentos do Turismo*. São Paulo: Ed. Pioneira Thomson Learning, 2003, 2ª Edição.

LIMA, O. *História do Turismo*. Portal Turísticos: o espaço do turismólogo. 2011. Disponível em: <https://turisticos.wordpress.com/historia-do-turismo>. Acesso em 10/05/2019.

LÓPEZ OLIVARES, D. Características del Desarrollo Turístico Castellonense y el Proceso Metodológico en la Planificación de sus Espacios Turísticos. *Revista Valenciana D'Éstudis Autonomics*. 1998. Nº 22 - Primer trimestre.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de metodologia Científica*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MASCARENHAS, S. A. *Metodologia Científica*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MICHAELIS. *Definição de Turismo*. Portal Michaelis. Editora Melhoramentos. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/turismo>. Acesso em 22/05/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTur). Conceitos básicos e apoio à comercialização de produtos segmentados. Brasília: Ministério do Turismo; & Florianópolis: SEAD/UFSC, 2009.

O POVO ONLINE. *Ônibus de turismo começa a circular pelas ruas de Fortaleza*. Portal O Povo Online. 2018. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/economia/2018/11/onibus-de-turismo-comeca-a-circular-pelas-ruas-de-fortaleza.html>. Acesso em: 20/06/2019.

OLIVEIRA, A. P. *Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PELIZZER, H. A. *Conceitos de Turismo Receptivo*. Mestrado em Hospitalidade. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi.

RICHARDSON, R. J. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RUSCHMANN, D. *Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio Ambiente*. 8. ed. São Paulo: PAPIRUS, 2001.

SEBRAE-SP. *Termo de referência para atuação em Turismo Receptivo*. Ed. 12. São Paulo: SEBRAE-SP. 2011.

SIMÕES, J. V. *Turismo: significados e conceitos*. Portal Educação. 2015. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/turismo-e-hotelaria/turismo-significados-e-conceitos/64146>. Acesso em: 10/05/2019.

TAVARES, A. de M. *City tour. Coleção ABC do Turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.

ZANELLA, R. *Turismo: conceitos e definições*. Portal Rodzanella. 2011. Disponível em: <http://rodzanella.blogspot.com/p/definicoes.html> acesso em 07/06/2019.

**TURISMO INDUSTRIAL:
um estudo de caso do Polo Industrial no município de
Maracanaú – CE**

Amanda Mendes de Castro

Márcia Sousa

Introdução

O Turismo Industrial se caracteriza por visitas guiadas às fábricas para proporcionar aos turistas conhecimentos sobre a história, estrutura e mecanismo de produção dentro dessas indústrias. Esse segmento turístico já é bastante explorado no exterior, porém, no Brasil, somente em algumas cidades essa prática é conhecida e realizada.

O município de Maracanaú conta com uma rica história, incluindo memórias de povos indígenas e uma extensa trajetória política. Na localidade não existe um grande fluxo de turista, mas a cidade está em constante crescimento devido ao seu comércio que é a atividade que mais movimentava a economia interna, sendo o segundo município do Ceará que mais contribuiu positivamente para a economia do estado.

Tendo como pergunta problema “Como o Turismo Industrial impactará no desenvolvimento local de Maracanaú – CE?”, ou seja, quais benefícios que este segmento agregará ao município e desenvolver o turismo na localidade. O artigo tem como objetivo geral analisar os impactos proporcionados pelo Turismo Industrial para a cidade de Maracanaú, obtendo como

respostas as vantagens e desvantagens para a localidade, as empresas e para os turistas.

Os objetivos específicos são baseados em alguns autores renomados como: Dias, Beni, Ansarah, Vaz e Kotler. Abordando o conceito de Turismo Industrial, visto como atrativo turístico, que é pouco conhecido, mas tem como vantagens para as empresas: a promoção da sua marca e a confiança do turista. Já o turista tem como vantagem o conhecimento adquirido e assim desenvolvendo o polo industrial. Como todo e qualquer segmento do turismo é preciso planejar para proporcionar uma ótima infraestrutura, no Brasil tem como exemplo a cidade de São Bernardo dos Campos, que desenvolveu o turismo industrial. Por fim, analisar o perfil do consumidor deste segmento turístico, mostrando estratégias de marketing, de captação de turistas e principalmente como inovar e permanecer no mercado.

O artigo é baseado em livros, sites e artigos prestigiados, onde se divide em três etapas muito importantes para o desenvolvimento do Turismo Industrial em qualquer localidade. A primeira etapa apresenta informações importantes sobre o município de Maracanaú, como, a história desde a emancipação e povos indígenas residentes. Aborda números importantes da cidade, como, IBGE, PIB e dimensão da área territorial e industrial. Na segunda etapa, é explorado o tema principal do trabalho estudado – Turismo Industrial -, explicando como funcionam as visitas e mostrando como acontece o planejamento da cidade e das empresas para construir e desenvolver para implantar este segmento do turismo em qualquer localidade. Exemplifica com outras cidades que praticam a atividade e cita vantagens tanto para o governo quanto para as fábricas e para os visitantes. Assim, abordando o conceito do Turismo Industrial

como atrativo, conhecendo o público-alvo deste segmento pouco discutido e relacionando a infraestrutura geral, de apoio e específica.

É notória a importância do marketing em distintas áreas, então na terceira etapa do artigo em questão apresenta tipos de turistas e o público-alvo de cada segmento turístico, estabelecendo estratégias de marketing para atrair visitantes e explorando o mercado turístico. A pesquisa é bibliográfica, pois é baseada em livros. É exploratória porque carece de conhecer seu público e para estabelecer estratégias, que se torna totalmente aplicada, quantitativa e qualitativa para obter, em números, a demanda para essa atividade turística.

Maracanaú durante muito tempo vem sendo uma cidade industrial, ou seja, existe uma presença muito forte de fábricas no em torno do município. Com isso, a contribuição para a economia do estado do Ceará é consideravelmente boa, porém, juntamente com o comércio local, são as únicas atividades econômicas que contribuem para a circulação do capital interno e externo. O projeto buscar outra forma de renda através do turismo industrial, já que é o que mais se encontra em Maracanaú. É uma forma de desenvolver e estruturar as fábricas, juntamente com o poder público, para receber turistas dentro a indústria e conhecer a fabricação dos produtos. Com isso, agregando visibilidade, aumentando a renda do município, gerando empregos e atraindo mais pessoas para a localidade.

Para o Turismo no Brasil e, principalmente, para o município, o artigo apresenta total uma relevância para o mercado, mostrando a diversidade de segmentos turísticos no estado e no Brasil e atraindo olhares para diferentes horizontes além do turismo de sol e praia, que é a principal atividade

turística no Ceará, resultando em geração de empregos e capacitação de pessoas na localidade.

Município de Maracanaú - CE

De acordo com o site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2017), Maracanaú faz parte da região metropolitana de Fortaleza, está localizada a 27 Km de da capital e tem área territorial de aproximadamente 110 km², com cerca de 250 mil habitantes. O município encontra-se em 2º lugar no PIB (Produto Interno Bruto) do estado do Ceará, com 5,35%, ficando atrás, somente, da capital Fortaleza. Apresentando como principais atividades econômicas, agropecuária e Indústria.

Leandersoon Amorim no site Nordestinos Paulistanos (2011), explica que Maracanaú significa, em tupi, lagoa onde as maracanãs bebem. Eram onde os pássaros maracanãs passavam, por isso foi dado o nome da cidade de “Maracanaú”.

Segundo a Prefeitura de Maracanaú (2018), em 1648, os colonizadores tiveram contato com os indígenas de Jaçanaú, Mucunã e Cágado pela primeira vez. A partir de 1870, inicialmente o povoado se disseminou em torno da lagoa de Maracanaú e depois nas lagoas de Jaçanaú e Pajuçara, tornando o controle dos nativos e comandando a então chamada Aldeia Nova. Com a nova linha férrea de Maranguape, que inaugurada no ano de 1875, houve uma luta para estender esta linha até o povoado da aldeia.

A Prefeitura (2018) conta que, em 1906, Maracanaú tornou-se distrito de Maranguape, mas 47 anos depois, começou a emancipação de Maracanaú, com os tenentes Mário de Paula e

Raimundo de Paula Lima. Em 1962, Maracanaú conseguiu a emancipação. Porém, depois de 2 anos, com o Golpe Militar, foi desfeito todos os municípios criados em 1962, ou seja, foi uma tentativa frustrada de emancipação. Em 1981, ocorreu mais uma tentativa de emancipação com um movimento fundado por jovens, o "Movimento de Integração e Desenvolvimento de Maracanaú" (MIDEMA), com participação de mais outros dois movimentos, o FAPEMA e o CODIM. Finalmente, em 6 de março de 1983, o município de Maracanaú foi emancipado, que é o dia em que se comemora o aniversário do município, mas somente em 5 de julho de 1983, foi assinado a Lei Estadual no. 10.811. No ano seguinte houve a primeira eleição do município, onde Almir Freitas Dutra foi eleito.

A Associação Empresarial de Indústrias (AEDI) (2018) conta que:

Maracanaú foi o município de implantação do primeiro Distrito Industrial do Ceará, região que hoje abriga quatro Distritos e reúne centenas de empresas de vários setores. O município é o segundo no Estado em número de vagas formais de emprego, em torno de 58 mil, ficando atrás apenas de Fortaleza.

De acordo com Paiva (2008) e Cunha (2008) a situação atual do Brasil está muito favorável. Os autores (2008, p.437) continuam:

O país é uma das maiores economias do mundo e possui recursos naturais estratégicos para a realidade que se colocará nas próximas décadas: a auto-suficiência energética, agora potencializada para crescente capacidade de exportar energias renováveis (etanol) e não-renováveis (petróleo); a existência de uma fronteira agrícola ainda por ser explorado, o que torna o país uma das poucas regiões com potencial de expansão da oferta

de alimentos sob bases ambientalmente sustentáveis (se os recursos forem utilizados racionalmente); isto se associa a existência de água em abundância e de um amplo leque de recursos minerais... Por fim, o Brasil conta com os trunfos da consolidação da democracia e da estabilidade macroeconômica.

Todo e qualquer lugar dispõe de uma gestão de economia, para Donegá (2011, p.11) “Economia é o estudo de como as pessoas e a sociedade decidem empregar recursos escassos, os quais poderiam ter utilizações alternativas, para produzir bens variados”. Portanto, é necessário entender que cada indivíduo carece investir e empregar sua renda para construir algo maior e ter o maior aproveitamento viável.

Turismo industrial: conceito, atrativo e público-alvo

De acordo com Moura (2014, p.88) “o turismo industrial é relativamente explorado no Brasil, com poucos conceitos sobre tal segmento”. Sendo que segunda a autora supracitada (2014) não existe muita abordagem sobre o assunto o que faz com que a atividade turística perca por essa falta de reconhecimento deste segmento. Sanches (2007, apud MOURA, 2014, p. 88) define o turismo industrial, como o segmento que

[...] pode se caracterizar como aquela atividade que se realiza visitando centros industriais, fábricas, ateliês, armazéns [...] para complementar a cultura do turista, como uma maneira de ampliar e conhecer a atividade econômica da região. Tem a ver, portanto, com um tipo de consumidor (turista) que busca novas experiências e emoções, que busca conhecer mais e melhor o lugar que está visitando. O turismo de patrimônio industrial alude,

pois, às atividades turísticas levadas a cabo em lugares feitos para o homem e que têm sua origem nos processos industriais de épocas anteriores ou atuais.

De acordo com Frew (2000, apud CAAMAÑO, 2011) as vantagens do segmento do Turismo Industrial é proporcionar o conhecimento interno das instalações e produções fabris, onde desperta a confiança dos consumidores no produto das fábricas, tornando a empresa reconhecida por seu diferencial e incentivando a valorização do turismo na visão dos empreendedores e clientes. Os empresários podem obter renda extra, proporcionando ainda uma diversificação de produto turístico local em termos de atrativos e melhorando a imagem do destino.

O município de Maracanaú – CE é um pólo totalmente industrializado, onde há fábricas de diversos setores, como alimentício, de bebidas, siderurgia, entre outras, portanto, com características para o desenvolvimento e adaptação para o turismo industrial. Contudo, para ser um atrativo nesse segmento, a localidade precisa oferecer um leque de fábricas diversificadas que sejam abertas para visitação aos turistas, com o intuito de mostrar as produções e possíveis vendas no atacado. Em troca os empresários ganham visibilidade e conquistam novos e maiores mercados. Isto só ocorrerá se houver antes de tudo planejamento. Como explica Beni (1999, p. 8),

O planejamento de turismo subtende um conceito fundamental: é um sistema inter-relacionado de fatores da oferta e da demanda. Os fatores da demanda são os mercados de turismo internacionais e domésticos que utilizem atrativos, equipamentos e serviços turísticos. Os fatores da oferta compreendem atrativos e atividades turísticas, alojamentos e outros equipamentos e serviços. Os atrativos turísticos são os aspectos característicos do

local e seus respectivos diferenciais turísticos, e todas as atividades desenvolvidas em função deles. Os fatores da oferta turística, em seu conjunto, podem ser denominados de produto turístico.

Portanto, o planejamento para implantação do Turismo Industrial é fundamental para o seu desenvolvimento e otimização. Neste sentido, este segmento já foi implantado em várias cidades onde existia o pólo industrial. No Brasil se tem exemplos como a cidade de São Bernardo do Campo no estado de São Paulo, que já trabalha com o turismo industrial desde 2013. A Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Turismo da cidade através de sua publicação (SEDETTUR, 2017, p.4), considera que

O Turismo Industrial consiste, na sua concepção básica, em uma visita monitorada a uma determinada empresa, onde os empreendedores abrem as suas portas para receber grupos de pessoas interessadas em conhecer a estrutura das unidades produtivas, a forma de produzir e a tecnologia empregada.

A SEDETTUR (2017) diz que as visitas são monitoradas e sistematizadas de acordo com as empresas, visando a melhor forma de atender os turistas. A própria empresa monta o sistema de visita, estabelecendo quantidade de pessoas nos locais, determinando os melhores dias e horários e restrições de acordo com a conduta da empresa. Em algumas fábricas são construídos museus dentro das instalações, que permitem ao visitante conhecer a história, crescimento e evolução do negócio da empresa e sua marca, o que agrega valores e fortalece a marca.

Para a implantação do segmento do turismo estudado em uma cidade, será necessário realizar os seguintes procedimentos, de acordo com Dalonso (2015, p.5):

- Aprovação do projeto pelo órgão municipal de turismo;
- Apresentação da proposta à entidade de representação do meio empresarial da cidade;
- Definição das empresas que integrarão o roteiro de turismo industrial;
- Visitas técnicas nas empresas interessadas no projeto, definido a agenda e o roteiro de visitaçãõ;
- Organização dos roteiros e critérios de visitaçãõ às indústrias;
- Elaboração do plano de marketing para promoçãõ do projeto;
- Lançamentõ oficial do projeto;
- Divulgaçãõ dos roteiros de turismo industrial à cidade e aos públicos dirigidos;
- Acompanhamentõ dos trabalhos;
- Avaliaçãõ contínua dos roteiros por parte dos visitantes.

Soyez (1990) observa que o Turismo Industrial é um novo segmento na atividade turística e vem se desenvolvendo cada vez mais nos últimos anos em várias destinações estrangeiras, como por exemplo, a Grã-Bretanha, Estados Unidos e países escandinavos.

O autor referido (1990) complementa dizendo que esse segmento tem como exemplo as visitações às instalações industriais da Empresa de Cerâmica Villeroy&Boch, na cidade alemã de Mettlach, onde a empresa transformou-se em um dos destinos principais para os turistas que visitam a região, recebendo anualmente milhares de visitantes.

Para Pardo (2004, APUD CAAMAÑO, 2011, P.162) “O patrimônio industrial é o mais jovem de todas as propriedades

uma vez que abrange um conjunto de estruturas, peças e máquinas que foram utilizadas em muitos casos para datas recentes”. A autora supracitada (2011) afirma ainda que dentro da fábrica se pode encontrar áreas de produção, habitação, etc.

Relação de infraestrutura turística geral, de apoio e específica para o desenvolvimento do turismo industrial

Beni (2006) explica as principais classes de infraestrutura do turismo, assunto correspondente a natureza e aos investimentos necessários no setor, mostrando que é de suma importância fazer a distinção entre estas classes de infraestrutura e promover e dar uma melhor visão para realização da atividade turística no momento adequado, e essas classes são chamadas pelo autor de subsistemas da infraestrutura. Ele divide então em infraestrutura geral e infraestrutura de apoio.

De acordo com o autor supracitado (2006, p.135) “A característica fundamental da infraestrutura geral é que o investimento serve ao setor de Turismo incidentalmente, ao mesmo tempo em que a todos os demais setores: industrial, comércio, agricultura, áreas residenciais e outros”. Essa classe corresponde a rede viária, de transportes, sistema de telecomunicações, distribuição de energia, de água, captação de esgotos e outros serviços necessários para qualquer destino turístico e qualquer segmentação.

O que se analisa em maior detalhe neste subsistema é a infraestrutura de acesso com seus componentes viário e de transportes e a infraestrutura urbana, ou seja, aquela que reúne as condições básicas de habilidade e apoio aos equipamentos e serviços turísticos. (BENI, 2006, p. 134)

Ainda de acordo com Beni (2006), aeroportos, pontes e viadutos, acessos rodoviários e outros elementos que caracterizam a infraestrutura geral de apoio, ou seja, são elementos que dão suporte a toda estrutura turística da localidade e implementando no turismo receptivo.

Já a infraestrutura específica por sua vez, pode ser dividida em duas classes diferentes segundo o autor supracitado (2006), que são: situação do investimento e o Turismo como forma particular de atividade econômica. Exemplos de infraestrutura como forma econômica dentro de qualquer segmento do turismo, são: balsas, obras que beneficiem o transporte, obras associadas a preservação da paisagem e entre outros.

Na visão de Oliveira (2005), qualquer segmento do turismo não pode ser desenvolvido sem planejamento, organização e, também, não pode deixar de pensar na localidade como um todo. Para isso é necessário a colaboração das empresas privadas juntamente com as entidades públicas, atuando de alguma forma no desenvolvimento turístico no local, e coloca que

[...] no turismo cabe ao Estado zelar pelo planejamento e pela legislação necessária ao desenvolvimento da infraestrutura básica que proporcionará o bem-estar da população residente e dos turistas. Além disso, deve zelar pela proteção e conservação do patrimônio ambiental (natural, psicossocial e cultura) e criar condições que facilitem e regulamentem o funcionamento dos serviços e equipamentos nas destinações, necessários ao atendimento dos desejos dos turistas, geralmente, a cargo de empresas privadas. (OLIVEIRA, 2005, p.193)

Oliveira (2005) afirma que as decisões tomadas pelas entidades públicas e privadas passam pela formação de profissionais para trabalhar no setor; dar condições para que a população lucre com o desenvolvimento turístico; cuidar da preservação ambiental; adaptar o produto turístico local às exigências dos turistas atuais e buscar ou criar um atrativo específico da zona turística. E é neste contexto que o Turismo industrial surge como opção de atrativo para o município de Maracanaú, onde seu pólo industrial pode se tornar um atrativo turístico que gere demanda, renda e empregos no destino em questão. Contudo, como no turismo a iniciativa pública trabalha em parceria com a privada, as fabricas envolvidas devem estar dispostas motivadas e interessadas em se associar ao desenvolvimento deste segmento de turismo na região.

Análise do perfil do consumidor e estratégias de marketing para o Turismo Industrial

Otgaard et al. (2010, p.532) classifica:

Turismo industrial, ou viajar para um determinado local ou destino com o propósito específico de visitar instalações de produção ativas ou históricas, tem um lugar dentro do turismo, incorporando elementos de turismo cultural e de aprendizagem, bem como atividades de viagens e reuniões, incentivos, conferências e eventos [...]

Otgaard et al. (2010, p.532) acrescenta que: “Se as visitas a lojas de fábrica estiverem incluídas no turismo industrial, é claramente uma grande sobreposição com o turismo de compras”, mostrando que esta estrutura desenvolve um ponto de

partida para debates de custos e benefícios ligados a essa segmentação do turismo e são considerados os principais adeptos do turismo industrial os tours de visitantes como grupos de estudantes, além das visitas guiadas serem úteis para manter ou melhorar a imagem da empresa.

Dalonso (2015, p.1) reafirma a colocação de Otgaaret al. (2010, p.532) e explica:

O turismo industrial envolve a visita de turistas aos locais de operação das fábricas, onde a atividade executada no núcleo de trabalho é orientada por um monitor. O conceito da atividade representa os demais segmentos econômicos, demonstrando que não inclui somente os segmentos tradicionais da indústria como: mineração, construção, agricultura, pesca, transporte, comunicações, mas sim, a inclusão também de serviços: comércio de atacado e varejo, prestação de serviços em geral. Assim as indústrias envolvidas no turismo industrial podem produzir bens e/ou serviços, podem ter um número grande ou pequeno de empregados e os processos podem ser automatizados ou manuais.

Para especificar as tipologias dos turistas, Smith (1989) dividiu em sete grupos:

1. Exploradores - viajam a moda dos antropólogos, sempre buscando novidades;
2. Turistas de elite - prezam viagens de valores altos e sofisticadas, exigindo tratamento personalizado pelos prestadores dos serviços turísticos;
3. Turistas excêntricos-optam por manterem-se distantes de outros turistas, isolando todo e qualquer tipo de contato;

4. Turistas incomuns - realizam viagens extras de excursão para conquistar um conhecimento mais compacto a respeito da comunidade local;
5. Turistas de massa incipiente - procuram destinações já estruturadas, mas onde o turismo ainda não está totalmente consolidado;
6. Turistas de massa - querem encontrar na destinação o mesmo que encontram em seus locais de residência;
7. Turista charter - manifestam pouco e algumas vezes nenhum interesse na destinação visitada, importando apenas, que a diversão, acomodação e alimentação sejam asseguradas.

Diferente de Smith (1989), Burns (1999) percebeu apenas quatro tipologias de turistas, que são:

1. Turista Aventureiro: Procuram novas realidades, a viagem é a componente fundamental da sua vida;
2. Turista Preocupado: Vêm a viagem como uma fonte de estresse e preocupação. Tendem a viajar pouco e a evitar viagens de longo curso.
3. Turista Sonhador: São aqueles que fantasiam com viagens a lugares exóticos. O objetivo essencial da viagem é afastar com o cotidiano.
4. Turista Econômico: Não estão dispostos a gastar muito dinheiro, a viagem é apenas uma forma de descanso.
5. Turista “Gastador”: Ocupam uma boa posição econômica e estão dispostos a gastar para ter bons serviços.

Portanto, a definição do público-alvo é de suma importância para qualquer projeto e empresa, porque assim tudo será feito com direcionamento e, conseqüentemente se tornando mais fácil de desenvolver estratégias de marketing. Para Beni (1999, p.15) o “[...] planejamento do marketing estratégico deve constituir o programa direcionador do desenvolvimento, tanto para setor o público quanto para o privado, e suas diretrizes devem abranger todos os elementos e áreas envolvidos”. Desta forma o desenvolvimento do segmento denominado Turismo Industrial deve conter parcerias entre a iniciativa privada e pública.

Características do público alvo do Turismo Industrial através da segmentação de mercado turístico

A segmentação de mercado é a divisão de setores onde são ofertados serviços ou produtos diferentes de acordo com a busca de um determinado público, e que reflete nas necessidades e os gostos destes indivíduos. Segundo Ansarah (1999, p. 14) para se chegar à segmentação de mercado: “[...] é preciso conhecer, por meio de pesquisas, as necessidades dos consumidores, bem como suas atitudes e comportamentos mais usuais de compra”.

Portanto, o estudo da segmentação facilita a seleção e o entendimento do público alvo, produtores e dos produtos e serviços ofertados. Ainda de acordo com a autora supracitada (1999), a segmentação é uma variável de estratégia de marketing, que viabiliza maneiras de estabelecer ações que são

necessárias para implementar o composto mercadológico¹ de forma coerente.

O mercado turístico está em constante adaptação às novas e variadas motivações que levam ao deslocamento de pessoas, deslocamento este que vem crescendo consideravelmente e formado por um público que se torna mais exigente e que procura produtos mais personalizados. Assim, na medida em que as preferências vão mudando ao longo do tempo e a segmentação do mercado procura atender cada um destes gostos, o trade turístico vai se modificando para melhor atender o seu consumidor, ou seja, o turista (ANSARAH, 1999).

No turismo, o mercado está dividido em vários segmentos, entre eles estão: o turismo cultural, o religioso, o turismo de aventura, o segmento denominado sol e praia, o turismo de pesca, o de negócios, o turismo Industrial (foco desta pesquisa) entre outros segmentos. Dias (2005, p.48) coloca que: “[...] cada região apresenta suas particularidades, gerando produtos que não são encontrados em outros lugares, e dos quais há interessados em qualquer parte”.

Segundo Ansarah (1999), existem várias maneiras de se segmentar o mercado, seja o separando em modalidades como geográfica, demográfica, socioeconômica, seja através de padrões de consumo, ou ainda em benefícios procurados, estilo de vida, personalidade e caracterização econômica. As ações são dependentes das características dos produtos, e no turismo estes podem ser bens ou serviços. Assim, como em todo mercado,

¹Composto Mercadológico, 4 P's, Marketing Mix, ou Composto de Marketing, são ferramentas utilizadas pelos administradores de marketing para satisfazer as necessidades e desejos dos clientes, bem como auxiliar a empresa alcançar os seus objetivos estabelecidos (KOTLER,2012).

pode-se concluir que, também no turismo, os seus atrativos apresentam uma demanda vindo de um determinado público com necessidades e gostos diferentes.

Na visão de Vaz (1999), para sobreviver e permanecer no mercado, é necessário conhecer e entender os riscos no ambiente interno e externo, e ainda considera que o Ambiente de Marketing é dividido em três áreas de influência: Ambiente Interno, que tem como referência o produto turístico e que podem sofrer com a falta de equipamentos adequados, despreparo de funcionários ocasionando insatisfação e má qualidade do produto; o Microambiente que se constitui pelos turistas e pelas empresas que formam o conjunto de equipamentos turísticos que estão ligados direta ou indiretamente com a localidade; e o Macro ambiente onde os fatores externos influenciam todas as organizações do Microambiente, como por exemplo, a cultura, economia, política, demografia, ecologia e tecnologia.

Nesta pesquisa, o ambiente a ser estudado, segundo Vaz (1999) é o ambiente interno que se refere a um segmento potencial na formação do produto turístico do município de Maracanaú – CE, o chamado segmento do Turismo Industrial, e claro levando em consideração o Micro e Macro ambiente que no estudo são indissociáveis no que se concerne a análise da pesquisa.

Metodologia

Na área do conhecimento, o projeto é uma ciência social totalmente aplicada, pois será trabalhado o turismo de uma forma que melhore a economia local e traga uma visibilidade

maior para o município, planejando e desenvolvendo o turismo industrial dentro da cidade de Maracanaú, onde o município se encontra cercado de indústrias que podem, além do comércio, servir como atrativos para alunos, empresários, turistas em geral, etc. Desfrutando da potencialidade do local para tal prática.

De acordo com Barros e Lehfeld (2007, p.84) descrevem a pesquisa descritiva como:

Nesse tipo de pesquisa, não há a interferência do pesquisador, isto é, ele descreve o objeto de pesquisa. Procura descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre, sua natureza, características, causas, relações e conexões com outros fenômenos.

O estudo é caracterizado como descritivo, pois explica como funciona o turismo industrial e como seria o desenvolvimento desta prática em Maracanaú, sendo um grande polo industrial. Mostra também os resultados ao adotar este segmento e o que é preciso para implantar o turismo dentro da cidade. Esclarece os métodos que serão usados ao implantar este sistema de turismo e o que o projeto vai afetar, incluindo como a sociedade pode se envolver e quais os efeitos positivos e negativos que pode causar, juntamente com os empresários e prefeitura.

Ainda de acordo com os autores supracitados (2007, p.84) “A pesquisa descritiva engloba dois tipos: a ‘pesquisa documental’ e/ou ‘bibliográfica’ e a ‘pesquisa de campo’.”. Portanto, o projeto se encaixa nos três tipos de pesquisa, é documental, pois foi baseada em dados de censos estatísticos, tais como IBGE e PIB da cidade.

A pesquisa documental é aquela efetuada tanto com base em materiais escritos como também por meios de uso de

imagens. Este tipo de pesquisa pode ser realizado a partir de fontes primárias. Resumidamente, os dados que utilizados nesse tipo de pesquisa: Documentos de arquivos públicos; Estatísticas (censos); Documentos de arquivos privados; Cartas; Contratos. (MAZZOTI ET AL, 2013, p.93)

É bibliográfico porque foi desenvolvido com base em outros materiais já elaborados, como livros, artigos e em sites de internet e é uma pesquisa de campo, pois se tem a necessidade de conhecer o público-alvo dentro deste segmento – turismo industrial – e saber se tem demanda suficiente para ser implantado no município e o que os visitantes esperam deste turismo tão pouco explorado no Brasil.

A pesquisa em questão está mais relacionada no levantamento de dados sobre os interesses de um grupo, em compreender e interpretar determinados desejos, as opiniões e as expectativas dos turistas entrevistados.

A origem do termo ‘estudo de caso’ remonta à pesquisa médica e psicológica, referindo-se à análise minuciosa de um caso individual, explicativa de patologias. [...] Entretanto, pode-se realizar o estudo de caso somente tipificando um indivíduo mais acentuado em uma organização institucional ou comunitária, como centros industriais, comerciais, bairros, hospitais etc. (BARROS E LEHFELD, 2007, p.112)

Por fim, a pesquisa também é um estudo de caso, pois ajuda a compreender os fenômenos individuais, os processos organizacionais e políticos da sociedade.

Gerhardt e Silveira (2009, p.31) diferenciam pesquisas qualitativas e quantitativas, afirmando que “A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica,

mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.”. Com a visão da iniciativa pública do município o presente artigo se torna qualitativo, pois é de suma importância para a realização da pesquisa as intenções e percepções do governo local. Os autores citados (2009, apud FONSECA, 2002, p.33) continuam:

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente.

Contudo, a pesquisa também é quantitativa, pois carece de uma amostragem, em porcentagem, da demanda de turistas que se interessam em praticar o segmento de Turismo Industrial no polo industrial de Maracanaú e serve como base para conhecer o público-alvo e seus desejos.

Resultado e discussões

Para analisar a demanda do Turismo Industrial no município de Maracanaú foi realizada uma entrevista com o

Secretário de Turismo de Maracanaú no dia 20 de Novembro de 2017, para compreender a visão do governo sobre o assunto abordado. Foi aplicado um questionário entre os dias 06 e 10 de Novembro de 2018, que possibilita observar o tipo de turista que tem interesse na prática do turismo industrial e quais atividades que eles esperam desenvolver nas fábricas, assim é possível obter a demanda em porcentagem. Este questionário (quadro 1), destinado aos turistas, teve a aplicação no Aeroporto Internacional Pinto Martins, pois acontece um maior fluxo de turistas da cidade. Outro questionário, online, foi aplicado através de redes sociais aos cearenses, entre os dias 01 e 07 de Novembro de 2018, para saber o interesse e o conhecimento deles sobre Turismo Industrial.

Quadro 1: Entrevista com o Secretário de Turismo de Maracanaú:

Perguntas	Respostas
Quais os programas voltados para o turismo no município?	Visitas na aldeia dos índios pitaguary; Centro de eventos; Pavimentação da lagoa de Maracanaú e inserção de píer e pedalinhos; Desenvolvimento do Turismo Industrial.
Quais os atrativos turísticos que a secretaria considera mais relevantes na captação de demanda turística?	Festejo de São João do município, pois movimenta o turismo no mês de junho, com superlotação nos hotéis locais; Aldeia dos Ptaguary.
Existe alguma parceria com as fábricas locais voltadas para o turismo industrial? () Sim () Não Se SIM, como é feito? Se NÃO, por que?	Não. Porque ainda não existem pessoas especializadas no Turismo dentro da secretaria e é um órgão novo, com apenas 5 anos de existência.

Fonte: Pesquisa realizada (2018).

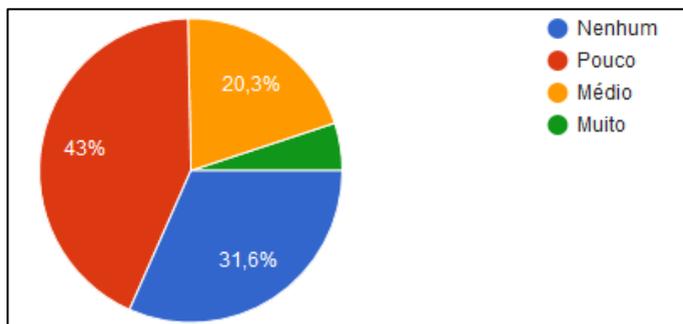
O secretário foi questionado qual grau de interesse ele tinha nas opções apresentadas anteriormente para serem desenvolvidas no Turismo Industrial, se ele considerava essas ações de muito, médio, pouco ou nada interessante para serem aplicadas. Ele considerou todas como muito importantes para agregar neste segmento turístico. Ações:

- Visita guiada a turistas nas instalações.
- Evento promocional dos produtos da região.
- Oficinas e Workshops para turistas dentro das fabricas.
- Evento Jornada de turismo de negócios de Maracanaú (palestras, mini cursos, reuniões de negócios).
- Criação de uma mostra histórica da empresa para visitação (museus).
- Palestras internas para estudantes universitários com visitas técnicas.
- Vendas dos produtos na própria fabricada, produzido pelo mesmo.

O seguinte questionário foi aplicado para 80 cearenses para saber o que eles entendiam sobre o assunto e quais tipos de fábricas e atividades eles gostariam de conhecer.

1. Qual o seu grau de entendimento sobre TURISMO INDUSTRIAL?

Gráfico 1: Grau de entendimento dos cearenses sobre Turismo Industrial.

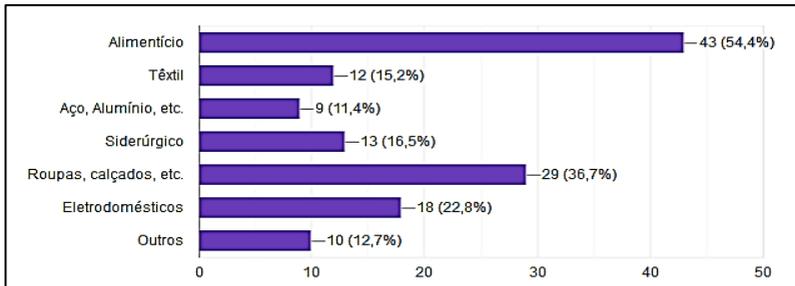


Fonte: Pesquisa realizada (2018).

Podemos observar que das 80 pessoas entrevistadas, com 43% a maioria conhece pouco este segmento, seguindo de 31,6% tem nenhum conhecimento sobre o assunto, 20,3% tem médio conhecimento e apenas 5,1% dos cearenses questionados tem muito entendem muito sobre o tema.

2. *Caso tenha interesse em conhecer o funcionamento interno das fábricas, qual tipo de segmento fabril você gostaria de conhecer?*

Gráfico 2: Segmentos das fábricas que mais despertam interesse entre os cearenses.



Fonte: Pesquisa realizada (2018).

Foram disponibilizadas 7 opções de segmentos de fábricas e 29 pessoas, que representa 54,4% dos entrevistados, concordam que o segmento “alimentício” é o mais interessante para conhecer. Em 2º “roupas, calçados etc.” com 36,7% e “eletrodomésticos” com 22,8%.

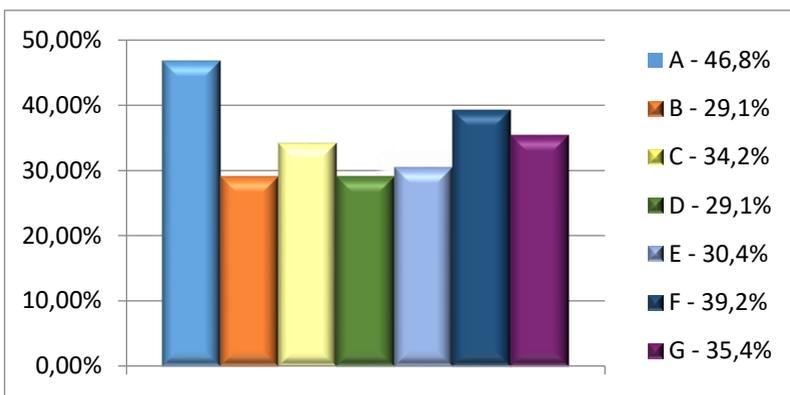
3. *Quais das atividades abaixo do segmento de turismo industrial você entende que seriam interessantes para realizar dentro das fábricas?*

Opções:

- (A) Visita guiada a turistas nas instalações.
- (B) Evento promocional dos produtos da região.
- (C) Oficinas e Workshops para turistas dentro das fabricas.

- (D) Evento Jornada de turismo de negócios de Maracanaú (palestras, mini cursos, reuniões de negócios).
- (E) Criação de uma mostra histórica da empresa para visitação (museus).
- (F) Palestras internas para estudantes universitários com visitas técnicas.
- (G) Vendas dos produtos na própria fabricada, produzido pelo mesmo.

Gráfico 3: Atividades que os cearenses mais querem realizar dentro das fábricas.



Fonte: Pesquisa realizada (2018).

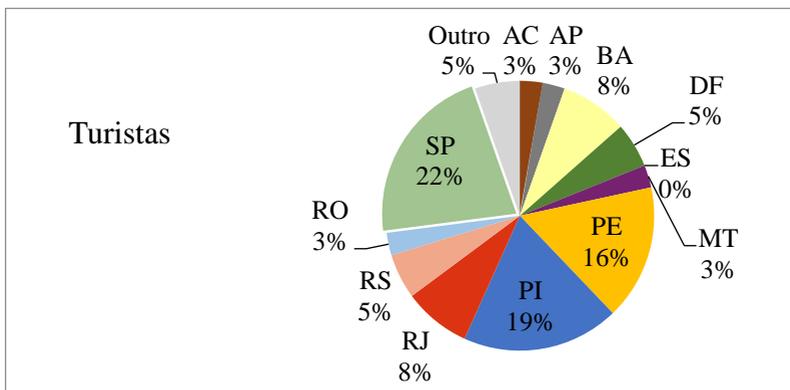
Foram disponibilizados 7 possíveis atividades para as pessoas que residem no estado do Ceará, para serem praticadas nas visitas às fábricas. A “Visita guiada a turistas nas instalações.”, representada pela letra “A” no gráfico, lidera com 46,8% das pessoas que acharam mais interessante realizar esta atividade. Em 2º, a ação “Palestras internas para estudantes

universitários com visitas técnicas.” com 39,2% e em 3º a “Vendas dos produtos na própria fabricada, produzido pelo mesmo.” com 35,4% dos questionadas votaram como uma das principais atividades para serem executadas nas visitas.

O último questionário foi aplicado no Aeroporto Internacional de Fortaleza – CE e teve o foco nos turistas, diferentemente do questionário anterior, que era com foco em pessoas que residiam no Ceará. Foram desenvolvidas 7 perguntas para esses turistas, incluindo as 3 perguntas que foram feitas para os cearenses e 40 turistas responderam o formulário.

1. Onde você mora?

Gráfico 4: Estados de onde vieram os turistas entrevistados.

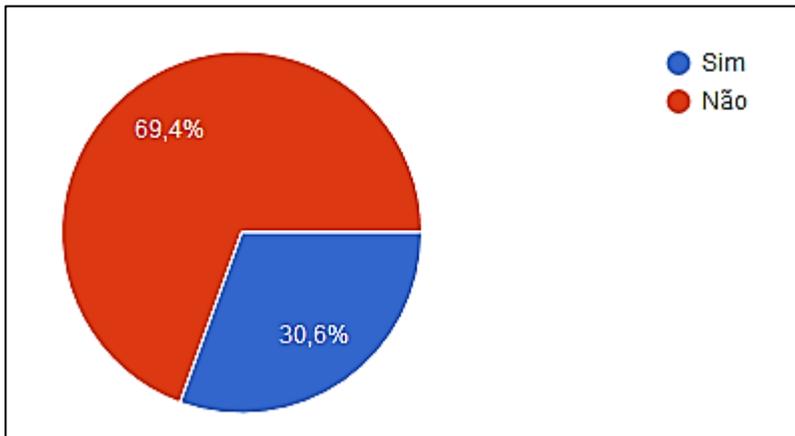


Fonte: Pesquisa realizada (2018).

A maioria dos turistas entrevistados era de São Paulo (SP), representando 22%, 19% do Piauí (PI) e 16% de Pernambuco (PE) que participaram da pesquisa.

2. Você já ouviu falar no município de Maracanaú?

Gráfico 5: Turistas que já ouviram falar no município de Maracanaú – CE.

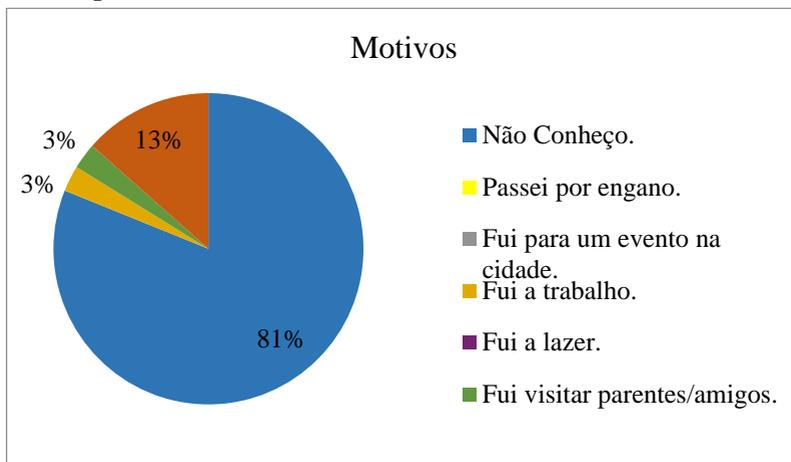


Fonte: Pesquisa realizada (2018).

O gráfico mostra que, com 69,4% dos entrevistados, nunca ouviram falar no município e apenas 30,6% conhecem o local. Com isso, é possível observar que Maracanaú não tem muita visibilidade fora do Ceará.

3. Como conheceu o município de Maracanaú?

Gráfico 6: Amostragem de como os turistas conhecem o município.

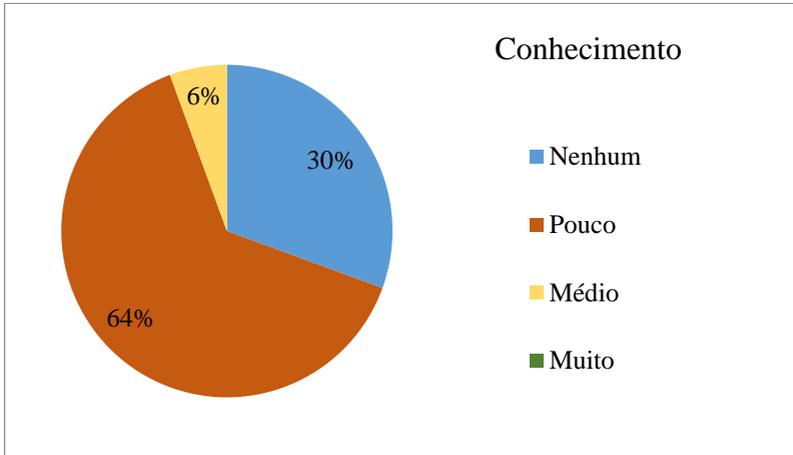


Fonte: Pesquisa realizada (2018).

Este gráfico representa como os turistas conheceram Maracanaú, porém, com 81,1% nunca foram ao município e 13,5% conhecem por outros motivos. Esta amostragem confirma o gráfico da questão 2, que Maracanaú é pouco conhecido no Brasil.

4. Qual o seu grau de entendimento sobre *TURISMO INDUSTRIAL*?

Gráfico 7: Amostra do conhecimento dos turistas sobre Turismo Industrial.

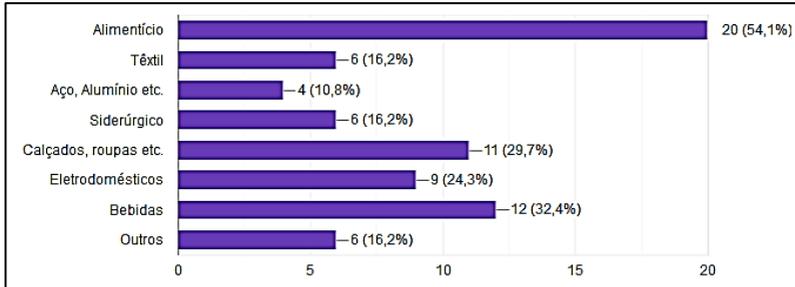


Fonte: Pesquisa realizada (2018).

É notório que o segmento Turismo Industrial é pouco abordado no Brasil, nesta questão podemos confirmar o que foi dito. Com 64%, a maioria dos entrevistados conhece pouco sobre o assunto, 30% tem nenhum entendimento, apenas 6% conhecem médio este segmento e nenhum dos entrevistados entende muito.

5. Caso tenha interesse em conhecer o funcionamento interno das fábricas, qual tipo de segmento fabril você gostaria de conhecer?

Gráfico 8: Segmentos das fábricas que mais despertam interesse entre os turistas.



Fonte: Pesquisa realizada (2018).

Com 54,1% dos turistas, a preferência pelo segmento fabril alimentício fica na liderança, concordando com a preferência dos cearenses. Com 32,4%, o segmento de bebidas fica em 2º na preferência dos entrevistados.

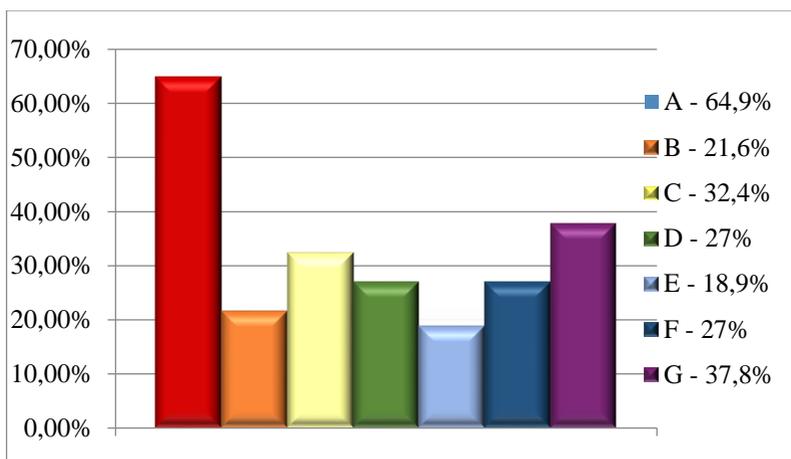
6. Quais das atividades abaixo do segmento de turismo industrial você entende que seriam interessantes para realizar dentro das fábricas?

Opções:

- (A) Visita guiada a turistas nas instalações.
- (B) Evento promocional dos produtos da região.
- (C) Oficinas e Workshops para turistas dentro das fábricas.

- (D)Evento Jornada de turismo de negócios de Maracanaú (palestras, mini cursos, reuniões de negócios).
- (E) Criação de uma mostra histórica da empresa para visitação (museus).
- (F) Palestras internas para estudantes universitários com visitas técnicas.
- (G) Vendas dos produtos na própria fabricada, produzido pelo mesmo.

Gráfico 9: Atividades que os cearenses mais querem realizar dentro das fábricas.

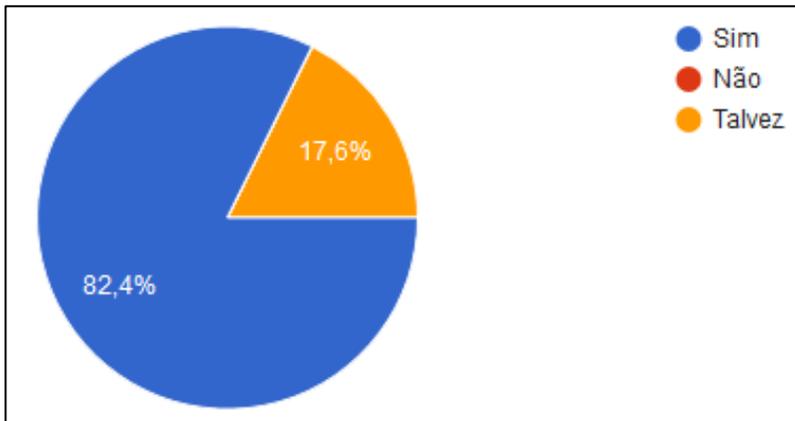


Fonte: Pesquisa realizada (2018).

Com 64,9% os turistas concordam com os cearenses e aponta a “(A) Visita guiada a turistas nas instalações.” como a atividade mais importante para ser realizada nas fábricas. Porém, em 2º lugar fica a opção “G” com 37,8% e em 3º a opção “C” com 32,4%.

7. Você incluiria a visitação em fábricas no seu roteiro turístico?

Gráfico 10: Dados sobre a inclusão do Turismo Industrial no roteiro dos turistas.



Fonte: Pesquisa realizada (2018).

O gráfico mostra que o Turismo Industrial seria possivelmente incluso no roteiro dos turistas entrevistados, 82,4% responderam que incluiriam e 17,6% talvez fossem aderir a esse segmento.

Considerações finais

O artigo é constituído por três objetivos específicos, tais como, conceito de Turismo Industrial, estudo dos tipos de turistas e estratégias de marketing. O estudo conta com citações e conceitos de diferentes autores que auxilia na formação do corpo ideológico do trabalho. O turismo industrial foi

conceituado como pouco desenvolvido e pouco falado, tem o polo turístico de Maracanaú como o principal atrativo para este segmento, servindo como outro meio de renda e utilizar esse espaço fabril diversificado para atrair olhares para na cidade.

Para entender o turista é preciso saber o que ele procura e o que você oferece. Conhecer o seu público é de suma importância para qualquer área dentro e fora do turismo, pois possibilita compreender as necessidades dos visitantes e proporcionar qualidade dos produtos/serviços, que visa o bem-estar e a conquista a confiança dos turistas.

Conseguir alcançar o público-alvo de tal segmento turístico necessita estabelecer estratégias de marketing eficientes, tais como, estratégias que visam beneficiar as iniciativas públicas e privadas e, principalmente, os moradores localidade. Saber diferenciar necessidades e gostos dos turistas e ser diferente no mercado proporciona um vínculo visionário como estratégico para conquistar o público e é isso que o Turismo Industrial é, inovador.

Foi possível observar que o segmento estudado tem muito potencial no município de Maracanaú e desperta o interesse do governo local e dos turistas que vêm para o estado buscando o turismo de sol e praia, onde 83% dos entrevistados têm o interesse em conhecer esta segmentação inovadora. A maioria (70%) das pessoas questionadas sobre o município não conhecem o local, isso mostra o quanto Maracanaú carece ser desenvolvido turisticamente.

Referências

ANSARAH, M. G. R. *Turismo: segmentação de mercado*. São Paulo: Futura, 1999.

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE INDÚSTRIAS (AEDI). *Onde atuamos*. 2018. Disponível em: <aedi.org.br>. Acesso em: 15/09/2018.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. *Fundamentos da Metodologia Científica*. 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BENI, M. C. *Análise Estrutural do Turismo*. 11ª ed. São Paulo, Ed SENAC, 2006.

_____. Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. *Revista Turismo em Análise*. Brasil, v.10, n.1, p.7-17, maio de 1999. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63455>>. Acesso em: 17/8/2017.

CAAMAÑO, I. La Comercialización del Turismo Industrial. *ROTUR/Revistade Ocio Y Turismo*. Coruña: 2011. CD-ROM.

DALONSO, Yoná da Silva. *O turismo industrial como novo segmento turístico: a experiência da cidade de Joinville*. Univille, 2015. Disponível em: <<http://www.researchgate.net>>. Acesso em: 16/08/2018.

DIAS, R. *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Atlas, 2005.

DONEGÁ, Vanete Lopes; *Economia e Mercado*; São Paulo: Editora Sol, 2011; CD-ROM.

GERHARDT, Tatiane Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. *Métodos de Pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009; CD-ROM.

GIL, Antonio C. *Como elaborar Projetos de Pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002. CD-ROM.

IBGE. *Panorama de Maracanaú*. 2017. Disponível em: <idades.ibge.gov.br>. Acesso em: 07/09/2018.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. 14 Ed. São Paulo: Persson Education do Brasil, 2012.

MAZZOTI, Tarso. et al. *Metodologia Científica*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2013.

MOURA, Neide. Representações sociais e turismo industrial: Diálogos e Possibilidades para Araucária/PR/Brasil. *Revista da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia*. V.10, n.13, jan-jun. 2014, p.81-106. Disponível em: <<http://ojs.ufgd.edu.br/index.php/anpege/article/download/6461/3420>>. Acesso em: 17/08/2017.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. *Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização*. 5ª ed. rev. e ampliada. São Paulo: Atlas, 2005.

OTGAAR, Alexander.; VAN DEN BERG, Leo.; BERGER, C.; XIANG FENG, Rachel. *Industrial tourism: Opportunities for City and Enterprise*. Routledge. 2010. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/action/cookieAbsent>>. Acesso em: 26/09/2017.

PAIVA, Carlos Águedo N.; CUNHA, André Moreira; *Noções de Economia*; Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2008; CD-ROM.

PREFEITURA DE MARACANAÚ. *História de Maracanaú*. 2018. Disponível em: <maracanau.ce.gov.br>. Acesso em: 12/03/2018.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO,
TRABALHO E TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO-SP.
*Implantação de um novo conceito de Turismo para uma cidade com
vocação industrial e de negócios: Turismo Industrial em São
Bernardo do Campo. São Paulo: Prefeitura de São Bernardo do
Campo, 2017. Disponível em:*
<[https://docs.Wixstatic.com/ugd/280b44_d33e8f1ca60b4665b73c855
9a86288d7.pdf](https://docs.Wixstatic.com/ugd/280b44_d33e8f1ca60b4665b73c8559a86288d7.pdf)>. Acesso em: 09/08/2017.

SOYEZ, Dietrich A. *Lê tourismeindustriel: exemples européens et
nordamericains.* AssociationQuebecoise
d'Interpretationdupatrimoine (Ed.). L'InterpretationduPatrimoine,
um Outil de Développement Regional. Quebec, 1990.

VAZ, Gil Nuno. *Marketing Turístico: Receptivo e Emissivo.* São
Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999.

A ATIVIDADE TURÍSTICA DA FAVELA DO VIDIGAL PELA PERCEPÇÃO LOCAL

Fausi Kalaoum

Introdução

A favela do Vidigal, que está localizada na cidade do Rio de Janeiro, especificamente na Zona Sul da cidade, próxima a favela da Rocinha e bairros como Leblon e São Conrado começou a ser ocupada no início da década de 1940. Seu principal acesso é pela Avenida Niemeyer, onde há dois pontos de entradas distintas: o primeiro deles conhecido com Praça do Vidigal e o segundo, cerca de quinhentos metros de distância da praça, na localidade conhecida como Catorze. De acordo com o IPP (instituto Pereira Passos) a população do Vidigal era em 2010 de 9.678, já de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população do Vidigal era de 12.797. Em dados coletados na pesquisa de campo, os números apresentados são outros: população de 15.000 habitantes, segundo o cadastro do posto de saúde do Vidigal, e 30.000 habitantes¹ pelo censo realizado por uma das Associações de Moradores do local.

Mais de 70 anos após as primeiras moradias serem levantadas no morro, o Vidigal foi uma das favelas do Rio de Janeiro a receber o programa da Unidade de Polícia

¹ Dado concedido por um dos membros da Associação de Moradores do Vidigal (2017)

Pacificadora, popularmente conhecida como UPP. Esse programa, gerido pelo estado do Rio de Janeiro, consistiu, em uma ação de segurança pública realizada em diversas favelas da cidade – e mais uma fora dela, no município de Duque de Caxias – e tinha como suposto objetivo, como o próprio nome indica, a (re)tomada de territórios controlados por facções criminosas e tentativa de aproximação entre os policiais da Unidade e os moradores locais.

A entrada da UPP no Vidigal, contudo, não extinguiu ou removeu os membros da facção criminosa controladora do território. Na época em questão, a facção Amigo dos Amigos, a ADA, permaneceu em seu território em coexistência pacífica com os policiais. Esse quadro só veio a se alterar a partir do segundo semestre de 2017. Com o enfraquecimento da força militar no estado do Rio de Janeiro, o Comando Vermelho (CV), outra facção e rival da ADA viria a retomar o controle dos territórios do Vidigal, bem como da Rocinha e da Chácara do Céu, chamadas pelos moradores do Vidigal como “favelas irmãs”. Ainda assim, a “era de ouro” entre UPP e ADA que durou entre o início de 2012 e meados de 2017 parece ter impactado na atividade turística e na expansão da oferta turística e de apoio a atividade no morro: De três albergues em 2012 a mais de 20 em 2015: lojas gourmet, restaurantes e tabacarias foram surgindo com a intensificação do fluxo turístico. Assim, uma pista inicial para essa pesquisa é de que houve uma relação direta entre a instalação da UPP e o aumento das atividades turísticas no Morro.

Freire-Medeiros (2009) esclarece que o turismo nas favelas cariocas se intensifica a partir da vinda do cantor Michael Jackson ao Brasil para a gravação do videoclipe da música “*They don’t care about us*” (eles não ligam para nós, em

tradução livre). Na ocasião, ano de 1996, foram escolhidos para a gravação dois cenários brasileiros: o Pelourinho em Salvador, Bahia e a favela de Santa Marta, localizada no bairro de Botafogo, Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro.

A vinda de Michael Jackson provocou inquietação política, visto que o ex-secretário de Comércio e Turismo, Ronaldo César Coelho, com apoio do ex-jogador Pelé, criticou a produção do videoclipe utilizando o argumento de que a ação traria consequências negativas ao turismo carioca ao evidenciar a pobreza e a violência. Apesar da tentativa de vetar a vinda e a gravação de Michael, o Itamaraty assegurou sua entrada no Brasil juntamente com sua equipe. Na década de 90, a visita de Michael Jackson a uma favela carioca faria com que os holofotes da mídia mundial se virassem para o local, já no ano de 2002 houve o lançamento do filme *Cidade de Deus (City of God)* que retratava a vida na favela homônima. O lançamento nacional do longa-metragem deu, mais uma vez, destaque as favelas do Rio de Janeiro.

A partir de janeiro de 2012, o fluxo de visitantes e turistas se intensificou passando a fazer parte dos mais variados canais de mídia (blogs, jornais, páginas de redes sociais, programas dominicais, novelas etc). Houve também o crescimento vertiginoso de meios de hospedagem, com a predominância de albergues². A forte evidência midiática somada à localização litorânea e a redução de confrontos armados entre as facções criminosas e a polícia contribuíram para o aumento do fluxo de

²Albergue ou hostel é uma tipologia de meio de hospedagem que predomina quartos coletivos - havendo a possibilidade de oferta de quartos privativos - que podem ou não ser separados por sexo. O grande atrativo dos albergues ou hostels é o preço inferior aos meios de hospedagens com quartos privativos

demanda turística, podendo assim, auxiliar na consolidação do Vidigal como destino turístico da cidade do Rio de Janeiro.

Assim, esse trabalho teve como objetivos entender a percepção dos moradores a respeito da atividade turística, do papel da UPP para o fenômeno turístico, bem como a busca do consumo turístico por aqueles que visitam o morro. O percurso metodológico desse trabalho está baseado em entrevista estruturada realizada com moradores do Vidigal e consulta a material bibliográfico, bem como *websites*. O quadro I mostra as perguntas e seus respectivos objetivos e o quadro II traça o perfil dos entrevistados.

Quadro 1: Entrevista estruturada aos moradores do Vidigal.

Pergunta	Objetivo
O que é turismo?	Compreender sob qual perspectiva o entrevistado entende a atividade. A definição de turismo, apesar de características bem definidas, como a exclusão de atividades que envolvam ganhos financeiros diretos e atividades laborais, é, mesmo na contemporaneidade, um termo em construção constante.
Desde quando o Vidigal recebe turista?	O objetivo dessa pergunta é construir um marco temporal para o início do fluxo de visitantes ao morro
O que os turistas buscam ou buscavam no Vidigal?	A partir da percepção dos entrevistados, definir a ou as motivações para o consumo dos que visitam o Vidigal
Algo mudou após a UPP?	Por meio desse questionamento, busca-se entender se a implantação do Programa de Polícia Pacificadora influenciou de alguma maneira no fenômeno turístico.

Fonte: Entrevistas realizadas em 06/09/2017 e 02/10/2017.

Quadro 2: Perfil dos entrevistados.

Entrevistado	Residência	Profissão/ocupação	Tempo de moradia no Vidigal
1	Rua 3	Empreendedora (proprietária de um dos hostels)	31 anos
2	Rua 3	Ator	21 anos
3	Jaqueira	Guia de Turismo	30 anos
4	Não informado	Promotor de eventos/ Garçom	3 anos e meio. Frequenta o Vidigal há 9.

Fonte: Entrevistas realizadas em 06/09/2017 e 02/10/2017.

A entrevista a esses moradores deu-se em função das atividades profissionais e de tempo de moradia no Vidigal. Os entrevistados são representativos, pois metade está diretamente ligada à atividade turística, sendo um deles proprietário de um dos hostel do Vidigal – que teve seu funcionamento interrompido durante essa pesquisa – e um guia local. Os outros dois entrevistados não possuem relação com a atividade turística. A escolha dos sujeitos não foi feita de maneira aleatória, pois se buscou entrevistar quem pudesse apresentar diferentes perspectivas da atividade, através das potencialidades e limites produzidos pela atividade dentro da favela.

Outras técnicas utilizadas nessa pesquisa foram consultas a websites que trazem informações a respeito do Vidigal – sob o aspecto da segurança pública e turismo, por exemplo. Essa fonte de informação é importante, pois, representa um registro raro para entender a atividade a partir da ótica dos locais. A consulta a referencial teórico, como por exemplo, que trabalhe processos

de gentrificação e território. A importância dessa técnica metodológica é de dar embasamento a pesquisa e nos ajudar a compreender determinados processos gerados diretamente ou indiretamente pela atividade turística.

O que é turismo?

“Turismo é a arte de *receber* as pessoas em casa” (proprietária de um Hostel, entrevista concedida em 16/09/2017)

“Turismo é a possibilidade de você *compartilhar* e ao mesmo tempo *conhecer* a tua *própria história*” (morador e guia local) (entrevista concedida em 06/ 09/ 2017)

“O turismo para mim é quando você vai em busca de *algo* que você *não conhece*, gastronomia ou uma *cultura diferente*, algo nesse sentido” (ator residente, entrevista concedida em 18/09/2017)

“O que eu vejo de turismo é que são pessoas que procuram *entretenimento* em outros locais. Eles vêm visitar, vem passar temporadas, né? Turismo são pessoas que vem de outros locais para visitar alguma localidade”. (morador e produtor de eventos locais) (entrevista concedida em 02/10/2017)

O discurso da primeira entrevistada traz à tona a relação do turismo e hospitalidade. Sendo dona de um dos meios de hospedagem mais antigo do morro, em sua fala a ideia de “receber” explicita uma noção hospitaleira. Para Camargo, “hospitalidade seria toda forma de encontro entre alguém que recebe e alguém que é recebido, mesmo que aquilo que se passe nesse encontro não mereça o adjetivo hospitaleiro” (2008, p.19).

No contexto do mercado turístico, esse encontro (hospitalidade) necessita ser hospitaleiro para prolongar a permanência do visitante e estabelecer uma percepção positiva da sua estada. Nesse sentido, a hospitalidade se manifesta como negócio, no contexto capitalista é de fundamental importância para o *trade* turístico a manutenção da operação comercial de maneira ótima, ou como traz Camargo, “encoberto por uma bruma chamada de receptivo turístico (p.23)”.

As falas do segundo e terceiro entrevistados compartilham a mesma percepção. Para ambos, turistas são pessoas que partem em busca de algo desconhecido (gastronomia, cultura). Há no segundo discurso, entretanto, um elemento a mais, pois fica claro que em uma visita de um estrangeiro se estabelece uma relação de troca entre ele e a população local. Já a fala do quarto entrevistado evidencia o caráter lúdico, de descontração do turismo, trazendo para a análise as noções de lazer e entretenimento.

Se na teoria, o turismo é realizado em busca de algo positivo (mesmo que esse cause estranheza), na prática, deve-se entender que a atividade pode apresentar caráter agregador, podendo se manifestar positivamente ou negativamente, sendo influenciada pela percepção de hospitalidade (pelo aspecto positivo, um local e seus elementos seriam considerados hospitaleiros e seu contrário, hostil) daquele que visita.

As motivações para que um sujeito ou um grupo se desloque do seu lugar habitual para visitar outro local pode ser inúmeras, entretanto, conhecer as tipologias de turismo é apenas uma parte da equação para compreender as escolhas dos fluxos turísticos. Fatores sociais e as preferências pessoais influenciam de maneira direta na escolha do destino para a visita ou estada.

Desde quando o Vidigal recebe turistas?

“Ao meu perceber, desde 2011” (Proprietária do hostel)
(Entrevista concedida em 16/09/2017)

“Não há data ou momento específico, mas pode se dizer que passamos a receber pessoas estrangeiras e diferentes partes do estado e do país como uma maior frequência, após a vinda do Papa João Paulo II, na favela” (morador e guia local) (entrevista concedida em 06/09/2017)

“Ele sempre foi muito visitado, mas é claro que depois da UPP, o turismo começou a acontecer com mais frequência, desde o início da UPP. O que em geral mudou, né, depois da UPP foi justamente essa frequência. Deu o aumento do turismo né? E também novos estabelecimentos comerciais, como restaurantes, hotéis, hostels... enfim, tudo isso aumentou bastante o turismo no Vidigal, sem contar que após UPP, o Vidigal que era relativamente *pop* ficou um pouco mais. E também eu acredito que o Nós do Morro também impulsionou um pouco, propagou né, o Vidigal de uma forma geral devido a ascensão dos atores, do grupo e também a divulgação internacional né? A partir do filme do Cidade de Deus, a gente teve uma divulgação muito forte, o Vidigal como um todo” (ator residente)
(entrevista concedida em 18/09/2017)

“O Vidigal sempre recebeu muitos turistas porque aqui praticamente é o coração da Zona Sul. É a comunidade mais bem vista do Rio de Janeiro. Então o movimento de turista sempre teve um movimento bom, mas o tráfico atrapalhava muito, né, antigamente. E hoje o movimento é muito maior, mas sempre teve movimento muito legal”.
(garçom) (entrevista concedida em 02/10/2017)

A fala do quarto entrevistado, em sincronia com a do terceiro, demonstra fluidez do marco temporal (desde sempre) ao fenômeno turístico na comunidade. Ao analisar as palavras em grifo do discurso, se nota a valorização do Vidigal como lugar. Enquanto “coração” pode conotar o sentido de extrema importância ou de certa centralidade, “mais bem vista” atribui *status* a comunidade a partir dos que estão de fora, observando-a. Por ser a “mais bem vista” (leva-se em consideração que há no Rio, 763 favelas, de acordo com o Censo do IBGE de 2011), há o interesse dos estrangeiros – não no sentido dos que vem de outro país, mas sim aqueles que são “estranhos” ao local – em visita. O entrevistado ainda aponta o tráfico como fator restritivo para o aumento do fluxo turístico e complementarmente, a entrada UPP como fator oposto. O “desde sempre” não foi fala exclusiva dos entrevistados. Em conversa informal com um dos representantes de uma das Associações de Moradores do bairro, foi apontada a característica de “sempre turístico por natureza”, bem como os adjetivos: “geograficamente bem localizado” e “posição estratégica”.

A percepção da primeira entrevistada em relação ao início das atividades turísticas é, em termos de temporalidade, a mais discrepante se comparada com as respostas dos outros. Apesar de aparentar um desencontro de respostas, deve-se realçar que a entrada dos policiais da UPP no Vidigal ocorreu no fim de 2011, com a instalação da unidade física (infraestrutura) em janeiro de 2012. Faz-se assim a reflexão que a UPP tem relação direta com o aumento do fluxo turístico na comunidade (esse tópico é reafirmado a partir das respostas dadas na pergunta 4) e também a expansão da oferta turística.

A fala do segundo entrevistado apresenta uma delimitação temporal mais definida, já que aponta a década de 1980 (três décadas anteriores à entrada dos policiais da UPP na comunidade). Esse marco é mais ou menos consistente, pois a fala do entrevistado revela que a vinda do Papa desencadeou uma intensificação (e não uma iniciação, segundo ele) de visitas à comunidade.

A resposta enunciada pelo terceiro entrevistado parece, em certa medida, sincroniza com o segundo entrevistado. Na fala “ele sempre foi muito visitado”, o uso do advérbio de frequência (e da figura de linguagem da hipérbole) exalta um período superior aos seis anos demarcados na fala da primeira entrevistada (e provavelmente inferior a 21 anos, tempo de residência do primeiro entrevistado). Mais uma vez, a figura da UPP surge – dessa vez diretamente no discurso – como um fator determinante do aumento da demanda e oferta turística e de apoio ao turismo (e também aos novos estabelecimentos comerciais, como restaurantes, hotéis, *hostels*). O entrevistado em questão ainda atribui parte da popularidade adquirida pela comunidade ao grupo de teatro local Nós do Morro, que foi responsável por introduzir no mercado televisivo atores como Thiago Martins e Roberta Rodrigues. Pode-se notar que há dois momentos distintos na fala dele, onde a primeira é marcada por um momento de impessoalidade ao se referir a UPP como elemento propulsor da atividade turística e o segundo momento (também acredito que o Nós do Morro impulsionou um pouco) que é marcado por uma pessoalidade, que atribui o grupo na qual faz parte como um atrativo turístico da comunidade. Apesar de não existir estudos que demonstre relação direta do Nós do Morro à atividades turísticas, concorda-se em parte que o grupo auxilia na divulgação do Vidigal (o Nós do Morro completa 31 anos de funcionamento em 2017).

Finalmente, há o último elemento do discurso do terceiro entrevistado que aparece como fator de divulgação e atração turística: o filme *Cidade de Deus*. De acordo com Freire-Medeiros (2009), o filme é um dos marcos históricos na promoção da favela como destino turístico, mas não na estruturação da mesma. De acordo com a obra da autora, o acontecimento de relevância social e consolidador do turismo nas favelas e comunidades cariocas ocorreram em 1992, através do ECO 92 (*Rio Conference on Environment and Sustainable Development*). Esse trabalho, no entanto, mostra evidências suficientes para demonstrar a intensificação da atividade turística, ao menos no Vidigal, *após a implementação da UPP*.

Assim, pode-se concluir que não há um consenso de quando começaram ocorrer os primeiros fluxos turísticos do Vidigal. Apesar da inexistência desse consenso, isso não significa que há informações erradas ou incoerentes nas respostas dos entrevistados, apenas a percepção do início das atividades turísticas para eles é influenciada por alguns fatores como o que o sujeito entende e classifica por turismo, o interesse direto ou indireto que ele possui em relação à atividade turística, como a localização de sua moradia ou seu tempo de moradia, por exemplo. Portanto, a percepção da atividade turística pelos seus moradores tem relação direta com o contexto da realidade na qual eles estão inseridos, corroborando com o que Bourdieu (1989) trata como perspectiva relacional na construção da realidade. A perspectiva relacional, para o autor, deve ser utilizada para evitar o entendimento realista do mundo, ou de certa maneira, holístico. Em detrimento a essa visão, deve-se pensar como os sujeitos se relacionam entre si por meio de uma lente de um problema ou fenômeno social (no nosso caso, o início da atividade turística), para isso, deve-se levar em consideração quem é o sujeito investigado, qual a sua posição na

sociedade, que tipo de relação ele estabelece com o fenômeno, etc. O quadro a seguir mostra como cada entrevistado delimita o marco temporal para os fluxos turísticos no Vidigal:

Quadro 3: Delimitação dos marcos temporais do turismo no Vidigal.

Entrevistado	Marco Temporal	Acontecimento(s) Relevante(s)
1	2011	Ocupação do morro pela UPP
2	1980	Visita do Papa João Paulo II
3	“Desde sempre”	“Natureza” pop do Vidigal. Fortalecimento pela UPP e Nós do Morro.
4	“Desde sempre”	Enfraquecimento do tráfico

Fonte: extraídos das entrevistas realizadas entre 06/09/2017 e 02/10/2017.

O que os turistas buscavam ou buscam no Vidigal?

“Buscam *relacionamento, interação* com os *nativos, cultura*” (Proprietária de hostel) (entrevista concedida em 16/09/2017)

“Há diferentes perfis: alguns buscam a vista. Outros uma hospedagem mais barata. Outros as festas e alguns tantos, conhecer as favelas pelo ponto de vista dos *locais* e fora das *esteriotipações*” (Guia local) (entrevista concedida em 06/09/2017)

“Na maioria das vezes os turistas vêm em busca de um lugar que seja, muitas vezes, eu acredito que os turistas vêm ao Vidigal, como *no geral* uma *comunidade ou uma favela*, com um olhar *exótico*, sabe? E que muitas vezes *incomoda* muito a gente. O Vidigal, ao contrário da Rocinha, aqui do lado, é uma comunidade muito pequena. Tem uma única rua principal. Ou seja, a gente tem muita dificuldade em relação a trânsito, a locomoção em determinados horários, ou seja, uma comunidade relativamente já inflada só com quem mora aqui, enfim. Então quando o turista vem pra cá, ele também traz um certo *desconforto* pra quem é morador, porque, por exemplo, algumas casas fazem festas. Tem festas e as festas acabam resultando, é.. é *prejudicial* a comunidade, porque imagina: uma casa de festas que funciona de quinta a domingo toda noite até seis horas da manhã, cinco da manhã. Quem mora ao lado *não dorme*, não dorme *nunca mais*. E não é só isso né? Depois que as pessoas saem das festas, em geral saem alteradas, então tem toda esse trajeto até a Niemeyer que seja. Então tudo isso *afeta* a comunidade, que de certa forma, é bem pacata. O Vidigal tem um ar bem de interior assim, uma mistura de interior com subúrbio. Por outro lado assim, os nossos vizinhos aqui: Leblon, São Conrado, Ipanema, Gávea, não nos visitavam. Hoje em dia todo mundo sobe. Se você for na trilha Dois Irmãos tá interditado porque tá cheio de gringo. É um espaço que só a gente ia, só morador ia porque primeiro que ninguém subia no Vidigal, quiçá subir no Dois Irmãos, então era um, quase que um lugar particular que hoje em dia é *tomado* pelos *visitantes*, pelos *turistas* e que de certa forma, diretamente, diretamente para a comunidade, *não* acredito que traga tanta *benfeitoria* quanto deveria ser.” (ator local) (entrevista concedida em 18/09/2017)

“Então, o turista busca os *eventos* que acontecem aqui no Vidigal nos finais de semana. Os bares que tem vistas *maravilhosas* pras praias da Zona Sul. Tem também a trilha que o movimento é grande da *trilha*. Eles vêm pra conhecer, né, cara? Gente de fora vem pra conhecer porque não tem uma comunidade tão *linda*, tão *bem vista* como essa aqui no Rio”. (garçom) (entrevista concedida em 02/10/2017)

Por se tratar de um guia local, o segundo entrevistado traz em sua resposta diversas motivações que levam os turistas ao Vidigal. Em primeiro lugar, está a apreciação da paisagem (tratada como “vista” no discurso). Nesse ponto, pode-se assumir duas interpretações sobre a paisagem: a primeira dela como os elementos naturais apenas (em diversos locais do morro é possível ver a área litorânea do Rio de Janeiro, como as praias de São Conrado, Leblon, Ipanema, Arpoador, Barra, como áreas verdes de Mata Atlântica), ou o conjunto dos elementos naturais com as construções que ocupam o morro. Há ainda a busca uma hospedagem mais barata, ou seja, são movidas por fatores econômicos. A Zona Sul do Rio de Janeiro é a área mais nobre da cidade, como uma grande quantidade de atrativos e recursos turísticos³ e como consequência dessa valorização excessiva, os preços cobrados pelos serviços prestados (hospedagem, alimentação, transporte privativo) são mais elevados em comparação com outras áreas da cidade e adjacências (Zona Norte ou Baixada Fluminense, por exemplo). As festas mencionadas no discurso não são os tradicionais bailes

³Há autores (Barreto) que classificam atrativos e recursos como sendo sinônimos. Esse trabalho considera como recursos o patrimônio natural ou cultural que seja factível de se inserir na atividade turística. Já atrativo pode ser interpretado como o recurso que teve algum tipo de intervenção antrópica (geralmente ligada a infraestrutura de acesso).

funks que tão comumente ocorriam nas favelas antes do processo de pacificação, mas sim eventos com valores elevados de entrada (No Bar da Laje, por exemplo, a cobrança é, regularmente, entre R\$ 40,00 e R\$ 50,00, excluindo consumo) que acontecem em determinados espaços no morro (Laje do Neginho, Alto Vidigal, Bar da Laje, Mirante do Arvrão). Pelo elevado preço de entrada e consumação (para o padrão econômico local), é seguro assumir que o público alvo dessas não é o morador, e sim visitantes e turistas.

Parece essencial atrelar a essa discussão a resposta fornecida pela primeira entrevistada ao dizer “buscam relacionamento, interação com os nativos, cultura”. No caso das festas, há um processo de segregação sócio espacial onde não há relacionamento, interação com os nativos e tampouco ganhos culturais (visto que os bailes funks agora ficam restritos a aprovação do comando da UPP). A mesma ausência de interação ocorre na trilha Dois Irmãos, já que o contato com moradores locais daqueles que realizam a trilha se restringe a possibilidade de compra de alimentos e bebidas em dois pontos distintos da caminhada. Tem-se, portanto, uma relação que se apresenta de maneira estritamente comercial. A resposta da primeira entrevistada se manifesta de maneira genérica ao assumir que todos aqueles que visitam a comunidade tem o objetivo específico de interação com os moradores locais, bem como conhecer sua cultura. Nesse quesito, o segundo entrevistado apresenta maior detalhamento e cuidado em sua resposta ao separar os diferentes perfis de turistas que visitam o morro.

É prudente assumir, nesse ponto, que apesar da segmentação “turismo em favela”, “turismo em comunidade” ou ainda “turismo de pobreza”, há intenções e interesses diversos

daqueles que decidem visitar esses locais. Isso porque, apesar de as favelas ou “ex-favelas” (recentemente transformados em bairros pelo Poder Público Municipal do Rio de Janeiro) estarem relacionadas à situação de vulnerabilidade socioeconômica ambiental e isto pode emergir como atrativo e até mesmo produto (e nesse caso há o consumo da pobreza), outros atrativos e produtos podem ser consumidos além do “turismo de experiência da pobreza” nesses lugares. O site agência *Preview* lista como atrativos da Rocinha: mata verde, morros de pedra lisa, praia e um forte sentimento de comunidade. No Vidigal é possível identificar esses produtos a serem consumidos a partir das falas do segundo e terceiro entrevistados ao mencionarem “festas” e “a trilha do Dois Irmãos”, “a vista” (como paisagem, elemento natural apenas).

O entrevistado 3 inicia a sua resposta por meio de uma premissa: a busca dos turistas pelo exótico. No contexto apresentando, contudo, o exótico surge como valor pejorativo vinculado ao atrativo buscado pelos turistas. A partir de sua fala, esse produto seria a comunidade em si. Nesse sentido, todo e qualquer elemento (humano, não humano, físico e as relações autóctones e alóctones) é importante na construção desse atrativo. Para Freire-Medeiros (2009), a pobreza acabou se tornando um bem mercantilizado e sendo assim, consumida por uma classe mais abastada que se torna ávida pelo saber e pelo viver dos pobres. Essa prática de visita aos bairros pobres pelos ricos filantropos, também conhecidos como *slumming* (*slum*, na língua inglesa: favela), teve seu auge entre os anos de 1880 e 1890 e logo após entrou em decadência. O *slumming* voltou a ser praticado de maneira substancial, cem anos após o seu declínio, especialmente por turistas estrangeiros (FREIRE-MEDEIROS, 2009). O tal consumo da pobreza como produto turístico é perceptivelmente negativo ao terceiro entrevistado,

dada a carga negativa da palavra “incomoda” apresenta em sua fala. Além disso, há também preocupações referentes à infraestrutura (dificuldade em relação ao trânsito), ordem (não dorme nunca mais) e uso do território (algumas casas fazem festas, é tomado pelos visitantes).

A fala do quarto entrevistado articula-se com a do terceiro em relação aos usos dos lugares (nessa fala não é possível perceber uma concepção territorial clara, como é identificada na fala do terceiro entrevistado) e do consumo dos produtos e atrativos. O uso dos adjetivos “tão linda, tão bem vista” transmite a ideia de aprovação do fluxo turístico. Há uma ênfase no sentido humano da visão, de apreciação do belo (“vistas maravilhosas”), da exposição para os que vêm de fora.

Um panorama geral das falas dos entrevistados demarca os atrativos e produtos que são buscados pelos turistas e excursionistas que adentram o morro. O quadro a seguir sintetiza a fala de cada um deles.

Quadro 4: Produtos e atrativos do Vidigal de acordo com os entrevistados.

Entrevistado	Produto/ atrativo	Produto/ atrativo	Produto/ atrativo	Produto/ atrativo
1	Interação/ cultura			
2	Cultura	Preços baixos de hospedagem	“Vista”	Festas
3	Trilha Dois Irmãos	Festas	Pobreza	
4	Trilha Dois Irmãos	Festas		

Fonte: dados extraídos das entrevistas realizadas entre 06/09/2017 e 02/10/2017.

É possível ainda observar a carga semântica (positiva ou negativa) nas falas dos entrevistados no que tange a busca dos turistas por algo a partir de marcadores linguísticos. O quadro a seguir demonstra tais marcadores:

Quadro 5: Marcadores Linguísticos e Carga Semântica da fala dos entrevistados.

Entrevistado	Marcadores Linguísticos	Carga Semântica
1	Relacionamento, interação, cultura	Positiva
2	Ponto de vista dos locais, fora das “esteriotipações”	Positiva
3	Exótico, incomoda, desconforto, prejudicial, afeta, tomado, (não) benfeitoria	Negativa
4	Maravilhosa, linda, bem vista	Positiva

Fonte: dados extraídos das entrevistas realizadas entre 06/09/2017 e 02/10/2017.

O quadro apresentado ajuda a corroborar com a ideia que o turismo produz efeitos tanto positivos, quanto negativos para os envolvidos diretamente ou não a ele; 3 entrevistados fizeram colocações positivas a respeito do turismo no Vidigal, sendo dois deles ligados diretamente ao *trade* (a proprietária do *hostel* e o guia local) e um não ligado (garçom). Assim sendo, afirmamos que os “resultados” da atividade turística impactam

em diferentes escalas e intensidades a sociedade/comunidade por onde se manifesta.

Algo mudou após a UPP?

“A visão das pessoas de fora da comunidade” (Proprietária de hostel) (entrevista concedida em 16/09/2017)

“O volume de estrangeiros tem mudado para pior – um número bem baixo. Confronto entre policiais voltaram a acontecer, mesmo que de maneira mais isolada. O valor de alguns imóveis voltaram a cair” (Guia de turismo local) (entrevista concedida em 06/09/2017)

“O que mudou relativamente da UPP foi a segurança, sem dúvida que as pessoas acreditam ter mais segurança agora com a UPP e realmente o quadro modificou bastante né? Porque anterior a UPP tinha muita ostentação relacionado a força né, armamento, então era muito comum, se via arma na rua, então pra quem vinha de fora, pra gente né, bem ou mal, a gente conhecia, sabia quem era, não tinha muito risco. Pra quem vinha de fora e deparava com aquele quadro ficava meio assustado. Então, esse quadro ter mudado, sem dúvida, ajudou para a propagação do turismo no Vidigal. Mas infelizmente a mudança da UPP só se deu nesse sentido mesmo da segurança. Tudo mais, relacionado a saúde, a educação, enfim, a lazer no Vidigal, nada foi alterado, a saneamento básico, toda essa questão estrutural do estado, só, a única coisa que entrou no Vidigal foi a força, o poder da força da polícia. Todo mais continuou na mesma. De certa forma, o Vidigal tem uma característica muito diferente, assim, dos outros bairros, isso dito até pelos policiais do

UPP, por que no geral, nas comunidades onde a UPP trabalha, entrou, ou eles são odiados ou eles são amados. E aqui não tem essa relação de amor e ódio. A relação que a gente tem é assim, e que a gente sempre teve, o Vidigal como um todo, eles estão fazendo o trabalho deles, a gente mantém o lado de cá. Mas é aquela história, é um olho no padre e outro na missa.” (Ator local) (entrevista concedida em 18/09/2017)

“Depois que foi criada a UPP, melhorou muito. Eu antigamente vinha pra cá porque um amigo meu morava aqui e tinha o tráfico, entendeu? Eu via que o movimento não era tão grande como hoje. E tudo mudou, cara, tudo mudou. Os restaurantes mudaram depois que os turistas começaram a entrar pra visitar. Os restaurantes, os mercados, saneamento básico. Isso tudo melhorou muito depois que a UPP entrou.” (Garçom) (entrevista concedida em 02/10/2017)

Ao analisar a resposta do primeiro entrevistado “a visão das pessoas de fora da comunidade” é possível ver a imagem do estereótipo da favela, como lugar de violência e “antro de vagabundagem”, elucidado por autores como Valladares (2005) e Gonçalves (2013). Leitura bastante difundida através dos canais de mídia e pelos agentes do poder público desde o fim do século XIX até os dias atuais. A entrada dos policiais da UPP, nesse caso específico, aparenta fator importante para modificar, em certa proporção, a visão dos visitantes da comunidade, aquela relacionada à vontade de consumir determinado produto, mas não o faz por uma determinada circunstância, aplicado ao Vidigal, a circunstância impeditiva para os turistas seria a sensação de insegurança. A fala do segundo entrevistado reforça esse papel da UPP ao mencionar que o retorno dos conflitos armados tem contribuído para a redução de fluxo da demanda. Nota-se que a resposta fornecida pelo segundo entrevistado não

representa *stricto sensu* aquilo que foi questionado, e sim, aparentemente, uma explanação dos resultados do enfraquecimento da política da UPP no estado do Rio de Janeiro.

O *start* da ocupação das UPPs nos territórios das favelas aconteceu no ano de 2008 com o morro Santa Marta, a última ocorreu em 2014 na Vila Kennedy. Dois anos após destas ocupações pelas UPPs (2016) o governo estadual decretou estado de calamidade pública por Decreto nº 45.692. A crise da segurança pública do Rio de Janeiro pode ser entendida como produto de variadas combinações, entre elas as ações de enfrentamento entre diversos grupos (Polícia Militar, Milícias e Facções Rivaís). Em específico, o confronto na Rocinha (que foi intensamente televisionado e noticiado nas redes sociais), ocorreu devido à divisão interna da facção Amigo dos Amigos (ADA). Apesar desses confrontos não terem ocorrido no Vidigal, eles são importantes para nossa análise por dois motivos: o primeiro diz respeito ao enfraquecimento da UPP (que se caracterizava pela organização da estrutura e de efetivo de agentes); em segundo lugar, o fato de estar geograficamente próximo à Rocinha, e também por ter tido até o fim de 2017 ter seu território sob o domínio da mesma facção que a controlou juntamente com a Chácara do Céu, a ADA. Dessa maneira, conflitos pelo controle territorial da Rocinha influenciam de maneira direta as comunidades vizinhas e afetam negativamente a atividade turística (soma-se o fato da trilha do morro Dois Irmãos fazer conexão com a Rocinha, Vidigal e a Estrada do Vidigal, entre o Vidigal e a Chácara do Céu, podendo ser utilizada como recurso estratégico de fuga ou resistência do tráfico).

A insegurança se reflete na diminuição das atividades turísticas como nos preços dos imóveis, tal como apresenta o trecho final da fala do segundo entrevistado “O valor de alguns imóveis voltaram a cair” trazendo também outro elemento para a análise: a especulação imobiliária e a gentrificação. A intensificação dos fluxos turísticos do Vidigal não resultou apenas na expansão de ofertas turísticas ou de turistas. Diversos agentes externos passaram a vislumbrar o bairro como potencial investimento ou como local para habitação. A crescente procura pelas terras do Vidigal incentivou também o aumento dos preços das mesmas e também do custo de vida, gerando o processo supracitado.

O termo gentrificação – utilizado pela primeira vez pela por Ruth Glass no início da década de 1960 – é um processo urbano que valoriza e transforma áreas urbanas que até então eram ocupadas por camadas populares da sociedade e promove assim a mudança de classes nestes locais: Hamnett define o processo da seguinte maneira:

Simultaneamente um fenômeno físico, econômico, social e cultural. Gentrificação é comumente envolve a invasão pela classe média ou grupos de alta renda de bairros de classes trabalhadoras ou de áreas crepusculares multiocupadas e a substituição ou o deslocamento de muitos dos ocupantes originais. Envolve a renovação física ou a reabilitação do que foi frequentemente um mercado imobiliário altamente deteriorado, e a sua melhoria para receber os requerimentos de seus novos donos. No processo, a habitação em áreas afetadas, tanto as renovadas como as não, se submete a um significativo apreciação de preços. Tal processo de transição de vizinhança normalmente envolve um grau de transformação de ocupação de aluguel à posse. (HAMNETT, 1991, p.175)

Assim como ocorrido em Nova Iorque, especialmente na segunda onda de gentrificação, segundo Bidou-Zachariasen (2006), onde a municipalidade exerceu papel fundamental como facilitadora de investimentos privados, a intervenção do poder público teve influência direta nesse processo e permitiu que os agentes do mercado do setor turístico pudessem investir no Vidigal.

Uma matéria publicada pela Carta Capital em abril de 2014 já abordava a gentrificação como um problema no morro. Com a manchete intitulada “Gentrificação no Vidigal pressiona preços dos imóveis”, o texto narra a história de um homem (não identificado) que percorreu o morro com ofertas de compra da casa de moradores – a matéria informa o valor de R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais) por uma habitação de 35 metros quadrados⁴.

O trabalho de Miranda e Fortunato (2016) traz a fala de um membro da Associação de Moradores da Vila do Vidigal sobre o processo de gentrificação e a supervalorização dos imóveis. A fala do morador evidencia o problema da expulsão ao exemplificar que imóveis que custavam cerca de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) em 2005, no ano de 2015 passaram a valer cerca de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais). Em uma busca na internet⁵ por compra de imóveis no Vidigal, descobrimos valores que variam entre R\$ 60.000,00 (sessenta

⁴Cerca de R\$ 4.000,00 o metro quadrado. O índice FipeZap, que acompanha o preço médio do metro quadrado do país, informou que a área mais valorizada do Rio de Janeiro é a do bairro Leblon. Em 2016, o valor do metro quadrado do bairro ficou por volta de R\$ 22.000,00.

⁵Os sites consultados foram OLX e ZAP imóveis.

mil reais) até R\$ 2.200.000,00⁶ (dois milhões e duzentos mil reais). Assim, pode-se estabelecer uma relação entre o aumento da segurança e a intensificação do fluxo turístico, e também a especulação imobiliária. Em contrapartida, a redução da segurança pública pode tender a enfraquecimento deste fluxo e desvalorizar as construções. Finalmente, há uma consonância entre as falas do segundo e terceiro entrevistados (e um sentido implícito não apenas no discurso, mas na ação do primeiro entrevistado) no que tange ao aumento do fluxo turístico como consequência da UPP. As declarações: “O que mudou relativamente da UPP foi a segurança”, “e realmente o quadro modificou bastante né?”; “Então, esse quadro ter mudado, sem dúvida, ajudou para a propagação do turismo no Vidigal” reafirmam o papel da política pública de segurança no aumento de fluxo turístico e expansão das ofertas turísticas e não turísticas no morro.

A fala posterior do terceiro entrevistado esclarece que os efeitos da UPP se manifestaram apenas na segurança pública que por sua vez fortaleceram a atividade turística local. Ainda assim, outras questões de interesse dos moradores não foram trabalhadas de maneira eficiente com a instalação da UPP: “Mas infelizmente a mudança da UPP só se deu nesse sentido mesmo da segurança. Tudo mais, relacionado à saúde, a educação, enfim, a lazer no Vidigal, nada foi alterado, o saneamento básico, toda essa questão estrutural do estado, só, a única coisa que entrou no Vidigal foi a força, o poder da força da polícia”. Apesar de não ser o objetivo do programa UPP instaurar infraestrutura básica, ampliar a rede de educação e de saúde,

⁶Esses valores também foram investigados em 2015 para outra pesquisa. Na ocasião, o valor de R\$ 7.300.000,00 (sete milhões e trezentos mil reais) foi encontrado no zapimóveis.

nota-se que houve em determinado momento a expectativa e posteriormente a frustração (marcada pela palavra “infelizmente”) do entrevistado pela ausência de melhorias para a comunidade local (“nada foi alterado”). De acordo com o site do Programa, o objetivo seria de “a retomada permanente de comunidades dominadas pelo tráfico, assim como a garantia da proximidade do Estado com a população.” Percebe-se, por conseguinte, uma dupla falha do objetivo da UPP, sendo em primeira instância a retomada permanente das comunidades e a tentativa de aproximação do estado (tratado como sujeito) com a comunidade.

Concluindo a análise da resposta do terceiro entrevistado tem-se a seguinte declaração: “eles estão fazendo o trabalho deles, a gente mantém o lado de cá. Mas é aquela história, é um olho no padre e outro na missa”. O advérbio de lugar “cá” indica uma clara separação entre a comunidade e os policiais da UPP, enquanto o dito popular “um olho no padre e outro na missa” demonstra uma relação de desconfiança. Percebe-se também que os policiais da UPP são tratados como um único sujeito (entidade) dando a todos eles uma característica de classe, onde cada individuo carrega em si todo o significado que lhe foi atribuído (nesse caso, a partir da fala do entrevistado, todo e qualquer policial que trabalhe no morro deve ser “visto” com desconfiança). Apesar da fala, como um todo, demonstrar certa apatia do entrevistado pelo programa e seus resultados, é necessário retroceder um pouco até a pergunta 3 (O que os turistas buscavam ou buscam no Vidigal?). Através dela, compreende-se não mais uma apatia, mas sim uma percepção negativa em relação ao fenômeno do turismo pelo terceiro entrevistado:

“Então quando o turista vem pra cá, ele também traz um certo desconforto pra quem é morador [...] Tem festas e

as festas acabam resultando, é.. é prejudicial a comunidade [...] Quem mora ao lado não dorme, não dorme nunca mais”.

Ao analisar a fala é possível observar o uso de algumas palavras que indicam a percepção negativa tanto da UPP como do comportamento dos turistas/excursionistas. O substantivo “desconforto”, o adjetivo “prejudicial” e o advérbio “nunca mais” configuram um pessimismo do entrevistado em relação à atividade turística e é enfatizado pelo uso da figura de linguagem de hipérbole (nunca mais), que indica uma ideia exagerada da situação descrita. O quadro 4 organiza as informações apresentadas neste parágrafo:

Quadro 6: UPP, efeito, consequência e percepção.

Entrevistado	Causa	Efeito	Consequência	Percepção
1	Implementação da UPP	Mudança da visão das pessoas de fora da comunidade	Crescimento da demanda turística	Positiva
2	Enfraquecimento da UPP	Aumento dos conflitos armados entre policiais e traficantes	Diminuição do fluxo turístico Diminuição da especulação imobiliária	Negativa
3	Implementação da UPP	Aumento da segurança pública	Crescimento da demanda e da oferta turística	Negativa
4	Implementação da UPP	“Omissão” do tráfico	Melhoria da oferta turística e não turística, aumento do fluxo turístico	Positiva

Fonte: dados extraídos das entrevistas realizadas entre 06/09/2017 e 02/10/2017.

Diante as falas dos entrevistados, constrói-se um quadro sinótico de causa, efeito, consequência e percepção sobre o discurso dos moradores. Apresenta-se como causa a ação executada de fato; efeito como algo racionalizado e esperado, sendo reflexo da ação; consequência como resultado esperado ou não, sendo influenciado pelo efeito; e percepção, como o entendimento individual de um ser sobre determinada consequência, podendo essa ser negativa ou positiva.

Concluindo, é possível perceber, a partir da explanação apresentada, que uma mesma causa pode surtir percepções de efeitos e consequências diversas. Mais importante do que isso, a percepção do sujeito sobre uma mesma ação não se relaciona diretamente apenas com sua localização geográfica, mas com o papel que desempenha essa ação em determinado grupo, alterando assim o seu respectivo discurso. Como por exemplo, tem-se para o primeiro entrevistado a percepção positiva do aumento da demanda turística visto que ele possui um empreendimento diretamente ligado ao *trade* turístico. Já o terceiro entrevistado que não possui qualquer vínculo direto com as atividades turísticas evidenciam em suas falas os aspectos negativos e contradições geradas pelo turismo.

Conclusão

Entender as estruturas da atividade turística e de seus fluxos foi extremamente necessário para a construção desse trabalho. Para os entrevistados, especificamente no Vidígal, essa pesquisa apontou que não há um consenso quanto a percepção dos moradores de quando começou os fluxos turísticos: alguns dos entrevistados afirmam que o Vidígal sempre recebeu turistas

e outros depois da visita do papa; outra questão é a presença da Unidade de Polícia Pacificadora na dinamização do turismo, implementada no Vidigal em 2012. A divergência em estabelecer um marco temporal para os fluxos turísticos *não se polariza entre certo e errado, mas sim no ponto de vista e definição do que é a atividade turística por cada um dos entrevistados*. Há, no entanto, um ponto de convergência entre as opiniões dos entrevistados: *A UPP foi um fator determinante para a intensificação do fluxo turístico e a expansão dos empreendimentos voltados diretamente para o turismo ou não*.

Mas o que essa pesquisa conclui a respeito da demanda e do consumo turístico no Vidigal? Para responder esta pergunta, em primeiro lugar, precisamos diferenciar os termos, turismo *de* favela e turismo *em* favela. Apesar de alguns trabalhos considerarem o turismo de favela como uma segmentação turística, essa ideia deve ser evitada por um único motivo: pois retrata de maneira genérica e reducionista a atividade turística nesses locais. Formata no imaginário os espaços das favelas como todos iguais e os “produtos” a serem consumidos como sendo os mesmos. No senso comum, esse produto geralmente corresponde ao consumo da pobreza.

A vontade de consumir pobreza ou condições precárias de infraestrutura podem até surgir como elementos para a escolha da viagem ou visita ao Vidigal, mas há além disso. Esse elemento, o da *pobreza, não é a principal forma de consumo do fluxo*. De acordo com a percepção dos moradores, a observação em campo e a análise de fotos publicadas no Instagram nos ajudam a reforçar essa afirmação. No caso da rede social, as imagens mais encontradas retratam, principalmente, o Dois Irmãos e o Bar da Laje. Reforçando a fala dos entrevistados 3 e

4 que dizem que os turistas buscam festas, eventos e as vistas que o morro pode proporcionar.

O fenômeno turístico se manifesta de maneiras diferentes em lugares diferentes, e por mais redundante que possa parecer essa afirmação, é importante relembrar que nenhum local apresenta a mesma organização espacial. O espaço, como nos afirma Milton Santos (2006), é um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações, e é seguro afirmar que nenhum espaço é idêntico ao outro (apesar de apresentar similitudes). Partir desse pressuposto é negar que o fenômeno turístico se manifesta exatamente nos mesmos moldes em qualquer lugar, seja no Vidigal, Rocinha, Babilônia, Providência ou outra favela. Cada uma dessas favelas possui uma constituição própria do espaço, marcado pela produção de sujeitos e instituições distintas ao longo do tempo, ou seja, o espaço é na verdade a resultante temporal de ações dos homens. Tempo e Espaço são, tão logo, fundamentais para compreender qualquer objeto de pesquisa.

Ao correlacionar esse pensamento à prática da atividade turística, é seguro afirmar que os objetos dispostos e as ações que se manifestam no espaço produzem intenções de consumo distintas, ou seja, as demandas dos turistas e/ou excursionistas, podem não ser as mesmas de favela para favela, que por sua vez produz diferentes relações com o território. Compreender esse pensamento e atrelá-lo a percepção local pode ajudar na construção não apenas de um entendimento mais crítico da atividade turística que permita a negação de sentidos comuns, mas também um entendimento mais relacional da prática, onde finalmente os locais podem narrar a sua realidade e experiências de fato com o turismo.

Referências

BIDOU-ZACHARIASEN, Catharine. *De volta à cidade: Dos processos de gentrificação às políticas de “revitalização” dos centros urbanos*. Annablume Editora, SP, 2006.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Editora Bertrand, 1989

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. A pesquisa em hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 2008.

CARTA CAPITAL – Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/gentrificacao-chega-ao-vidigal-e-pressiona-precos-dos-imoveis-8227.html>>. Acesso em 08/01/2018

FACEBOOK – Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em: 15/10/2017

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. *A favela e seus trânsitos turísticos*. Rio de Janeiro: 2007

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. *Gringo na laje*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2009.

GONÇALVES, Rafael Gonçalves. *Favelas do Rio de Janeiro: História e direito*. Rio de Janeiro: Editora PUC, 2013.

HAMNETT, CHRIS. *The blind men and the elephant: the explanation of gentrification*. Transactions of the Institute of British Geographers Vol. 16, No. 2 (1991)

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. Disponível em: <www.ibge.gov.br>; Acesso em: 19/08/2017.

ÍNDICE FIPEZAP. Disponível em: <
<http://fipezap.zapimoveis.com.br/>>. Acesso em: 09/10/2018

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. Editora Universidade de São Paulo, 2006

INSTAGRAM. Disponível em: <
<https://www.instagram.com/?hl=pt-br>>. Acesso em: 18/02/2018

MIRANDA, Irma; FORTUNATO, Rafael Ângelo. O turismo sobre o morro do Vidigal (Rio de Janeiro, Brasil): Uma análise exploratória. *Turismo e Sociedade*, Curitiba, 2016.

OLX IMÓVEIS – Disponível em: <
<http://rj.olx.com.br/imoveis>>. Acesso em: 25/11/2017

UPP- Unidade de Polícia Pacificadora. Disponível em: <
<http://www.upprj.com/>>. Acesso em: 08/10/2017

VALLADARES, Licia do Prado. *A invenção da favela: Do mito de origem a favela*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005

VIDIGA VIDIGAL. Disponível em: <
<https://vidiga.wordpress.com/memoria/o-turismo-sobe-o-morro/>> acesso em: 23/11/2017

ZAP IMÓVEIS. Disponível em:
<<https://www.zapimoveis.com.br/>>. Acesso em: 20/11/2017

O PROJETO DE VENDA DA CIDADE CARIOCA E O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NAS FAVELAS: o Morro Cantagalo

Lorene Monteiro Maia

Introdução

É possível considerar o Rio de Janeiro o portal de entrada do turismo no país, uma vez que a atividade representa um importante elemento na economia do Estado, mesmo que ainda modesto, se comparado aos índices mundiais.

De acordo com o Ministério do Turismo (2013), o Estado do Rio de Janeiro é o destino mais procurado pelos turistas estrangeiros. Só a capital, tipicamente difundida como destino de “Sol e Praia”, recebeu 29,6% dos 5,67 milhões de turistas que estiveram no Brasil apenas em 2012.

Contudo, em 1990, sob um crescimento desordenado da atividade turística, a cidade se viu atingida pela forte deterioração de sua imagem, principalmente por questões ligadas a segurança (BACKER, 2001) o que afetou profundamente o turismo na cidade e no país.

Em contrapartida, nessa mesma década, iniciou-se o desenvolvimento de um novo segmento do turismo na cidade: o turismo em favelas (MENEZES, 2008). Assim, apesar de improvável naquele contexto de violência, as favelas foram promovidas a destinos turísticos e passaram a integrar imaginário dos visitantes, sendo corriqueiramente vinculadas a diferentes produtos culturais e midiáticos. “cada vez mais a

favela vai ao encontro de potenciais visitantes por meio de produções cinematográficas e televisivas” (FREIRE-MEDEIROS, 2009 p.20).

Vale ressaltar que a busca pela favela enquanto destinação e/ou atrativo turístico se deveu ainda a mudança dos gostos, preferências e expectativas por parte de uma demanda turística, que conforme Urry (2001) estão atreladas também a exposição à propagandas e formas de comunicação que conseguem influenciar na realidade e nas escolhas dos destinos, aguçando a curiosidade dos potenciais consumidores.

Nesse sentido, um paradoxo se estabeleceu na cidade do Rio de Janeiro: enquanto o crime ou a violência constituíram uma das grandes preocupações e, portanto, poderiam afetar a escolha do turista em relação ao seu destino final (BRÁS e RODRIGUES, 2011), a paisagem, a estrutura, a cultura e o cotidiano nas favelas cariocas passaram a compor uma motivação para o turismo.

Sob esse contexto, há a necessidade de mencionar as intervenções realizadas ao longo de décadas nessas favelas: remoções, Favela-Bairro, PAC, operações policiais, programas e projetos, dentre outras, que compuseram a história e as características intrínsecas em cada uma delas no cenário urbano carioca, podendo-se afirmar que todos esses agentes, personagens, planos e ações, atrelados às características ímpares dos morros cariocas – cultura e cenários paisagísticos – convergiram em um cenário potencialmente propício ao desenvolvimento da atividade turística.

No entanto, a violência na cidade ainda era uma questão a ser respondida no processo de retomada do desenvolvimento do turismo e, foi através de um plano de produção para uma cidade

vendável ao capital turístico transnacional, que o Governo do Estado, apoiado pela Prefeitura do Rio de Janeiro e pelo Governo Federal, chegou à implantação das UPPs (Unidades de Polícia Pacificadora) em algumas favelas cariocas. Em especial, naquelas localizadas nas zonas mais valorizadas econômica, turística e comercialmente da cidade. Buscando, dessa maneira, aguçar o sentimento de segurança e fomentar o turismo, garantindo que o Rio de Janeiro estivesse apto a captar e realizar os megaeventos mundiais, tais como a Copa do Mundo (2014) e os Jogos Olímpicos (2016).

Também nesse contexto, inúmeras favelas, que receberam uma UPP, foram alçadas a destinos turísticos ou tiveram essa vocação reforçada, seja por meio dos tours de realidade, das festas e eventos que se multiplicaram, ou dos meios de hospedagem que se reproduziram nesses territórios, tal como no Morro Cantagalo, na zona sul da cidade carioca, localizado em Copacabana e Ipanema, onde se proliferaram os meios de hospedagem, eventos e locais potencialmente turísticos, além de grupos explorando a atividade.

Dessa forma, esta pesquisa tem por objetivo analisar como o projeto de produção de uma cidade vendável ao capital turístico transnacional, por meio da preparação da cidade para a realização dos megaeventos, foi determinante para que algumas favelas na cidade do Rio de Janeiro se destacassem enquanto destinos turísticos, alçando-as à atrativos de uma cidade litorânea reconhecida pelo segmento “sol e praia”. Nesse sentido, tem-se como objeto de estudo o Morro Cantagalo, no período de 2010 a 2014 (período imediato após a implantação da UPP Cantagalo e que se estende à realização da Copa do Mundo), que partilhou do desenvolvimento de uma estrutura turística, voltada aos meios de hospedagem.

Para tanto, a presente pesquisa foi orientada em duas etapas: inicialmente foi realizada uma revisão da literatura especializada a cerca das favelas, do desenvolvimento da atividade turística nesses territórios e do contexto de implementação da política de pacificação. E após, um estudo de caso foi realizado no Morro Cantagalo, entre os anos de 2013 e 2014, com o objetivo de analisar como o processo de pacificação, por meio das UPPs, orientado para garantir a execução dos megaeventos na cidade do Rio de Janeiro, influenciou, na prática, o desenvolvimento do turismo e de estruturas turísticas dentro de uma favela carioca. Nessa etapa, foram adotadas enquanto técnicas de coletas de dados, a observação, através do acompanhamento de atividades promovidas no Cantagalo pela autora enquanto gestora territorial do programa UPP Social¹, e a entrevista semiestruturada, aplicada com os responsáveis pelos meios de hospedagem localizados nesta favela.

O projeto de produção de uma cidade vendável ao capital turístico transnacional: a preparação da cidade carioca para os megaeventos

Desde o início da formação das favelas até os dias atuais, a população dessas localidades precisa lidar com um território de desigualdades, seja pela escassez de infraestrutura, de serviços e equipamentos públicos, pelos grupos armados ligados

¹ programa de gestão pública que a Prefeitura do Rio de Janeiro, implementou em todas as favelas pacificadas cujo objetivo foi promover a ampliação da cobertura e da qualidade dos serviços públicos nesses territórios.

ao tráfico, assédio violento da polícia e das milícias e até por conta da desconfiança da população que mora nos arredores.

No entanto, é imprescindível que não seja naturalizada a situação de vulnerabilidade social das favelas, tomando-as “como território da pobreza e da carência per si” (BARBOSA; SILVA, 2013, p. 119), sem que se identifique que há, nesses territórios, a reprodução das condições desiguais de nossa sociedade. A ideia das favelas como território inóspito per si, foi, e ainda é imprescindível para a difusão do medo na sociedade. Esse medo, aliado aos interesses dominantes das elites (tais como, o controle dos territórios de favelas, valorização imobiliária e produção de uma cidade vendável para o capital global) acabou por produzir expectativas e demandas por segurança sob a perspectiva – **contra o outro** e não **com o outro** – o que leva comumente a polícia e até as políticas públicas a funcionarem como ferramentas de confinamento (MACHADO DA SILVA, 2008) e de ordem, por meio de ações impositivas (FERRAZ, 2012) e contrárias a um desenvolvimento social equitativo na cidade.

Assim, “a territorialização da violência nas favelas – ou, em outros termos, a construção social das favelas como o território da violência na cidade – constitui o principal dispositivo de produção desses espaços (e de seus moradores) como “margens do estado” (LEITE, 2012, p. 375). Dessa forma, tem-se que a demanda pela ordem pública acaba por justificar não apenas as ações policiais, mas políticas públicas incompatíveis com o respeito aos direitos civis, constitucionalmente adquiridos por todo cidadão. Além do mais, acaba por legitimar o reforço de fronteiras territoriais, sociais e morais, ainda que simbólicas, entre a favela e a “cidade formal”, seja por meio dos projetos de remoções, de incursões policiais

nas favelas, ou pelas recorrentes formas de vigilância aos moradores.

Foi na contramão dessa ideia, historicamente constituída, por meio de um discurso de integração, que a PM do Rio de Janeiro, em 2008, chegou ao modelo UPP, a mais recente, e já falida, “adaptação” da polícia. As UPPs, inspiradas também em uma experiência na área de segurança pública de fora do país, em Medellín, na Colômbia, foram elaboradas, pela Secretaria Estadual de Segurança Pública do Rio de Janeiro, com discurso fundado nos princípios da polícia de proximidade.

Leite (2012, p. 382) analisa que a implantação das UPPs parecia “representar um ponto de inflexão” no que vinha sendo difundido até então enquanto política de segurança pública, uma mudança na maneira do Estado de gerir esses territórios no que tange a segurança. O portal informativo UPP RJ (2016) descreve a UPP como um dos mais importantes programas de segurança pública realizados no país, muito embora já se possa observar a falência desse projeto que não representou as mudanças sociais prometidas para as populações das favelas. Desde 2008, quando a primeira UPP foi inaugurada no Morro Santa Marta, foram 38 UPPs instaladas (37 somente na cidade do Rio de Janeiro e uma na Baixada Fluminense, em Duque de Caxias) a última em 2014, abrangendo cerca de 264 comunidades.

A gênese da UPP no Rio de Janeiro, civilização e controle para a realização dos megaeventos

A Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) da favela Santa Marta, implantada em 2008, foi a primeira experiência da Secretaria de Segurança Pública do Rio de Janeiro dentro da

“política de polícia de proximidade” (UPP SOCIAL, 2012). Com a instalação da UPP, a favela Santa Marta tornou-se o carro chefe do modelo do programa de pacificação para divulgar ações e estratégias do Estado (UPP REPORTER, 2010).

De acordo com Cunha e Mello (2011) o impacto da implantação da UPP na favela Santa Marta foi imediato no que tange a empolgação da imprensa, que alardeava os primeiros resultados do projeto, destacando a sensação de segurança em seu entorno e dos moradores dos arredores. Essa repercussão acabou por atrair ainda mais visitantes à favela que já preservava *know how* turístico desde a gravação do clipe de Michael Jackson “*They don’t care about us*” em 1996.

Mas o aparente sucesso das UPPs nas favelas em que eram instaladas, mascarava o “bom uso das forças do Estado”, tal como analisado por Foucault (2008) quando estuda a violência. Como analisou Foucault, o objetivo da polícia é o controle e a tutela da atividade dos homens, ou seja, a regulação das formas de coexistir dos indivíduos, um em relação ao outro. Dessa maneira, se a polícia tem o objetivo de controlar a população, não poderia ser legítimo o seu discurso institucional de liberdade e integração nas e das favelas.

Ficou mais evidente na atualidade que a UPP, longe de ser um mecanismo de política pública em prol da população favelada e para fomentar a gestão social e/ou participativa, foi constituída para “garantir o desempenho econômico carioca, mantendo ainda a atração turística [...] através da produção de “bodes expiatorios” – nesse caso, os moradores das favelas, principalmente as da zona sul e da zona norte, dos bairros mais valorizados, e das áreas próximas ao anel olímpico” (FERRAZ, 2012, p. 169) visando atender, portanto, interesses dominantes, tais como a reserva dos morros para a especulação imobiliária (FERRAZ, 2012), a

valorização dos bairros adjacentes às favelas e, nesse sentido, até mesmo a “expulsão” da população mais pobre, que diante de uma supervalorização do território teria que migrar para outros mais distantes.

Ademais, as UPPs seguiram atendendo a um modelo hegemônico de segregação e acumulação de capital, articulando a militarização das favelas à processos econômicos globais, que não promoveram a integração da cidade, mas auxiliaram na valorização e venda de espaços, reforçando desigualdades (SOUZA, 2012), “concepções urbanas e espaciais próprios do capitalismo” (VALENTE, 2016, p. 8) em um processo de commoditização das favelas cariocas (SANTOS, 2014).

Todo esse projeto de pacificação não seria possível se não fosse o plano do Estado de edificar uma cidade global, utilizando o projeto de cidade que finalmente começou a se impor a partir da escolha do Rio de Janeiro como sede dos megaeventos mundiais – Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016 (COSENTINO, 2014). A escolha da cidade para sediar esses dois megaeventos causou grande comoção no país e no continente, pois, pela primeira vez, uma cidade latino-americana receberia o maior evento do mundo, as Olimpíadas, logo depois de receber a Copa, dois dos maiores eventos esportivos mundiais seguidamente. Em Copenhague, na escolha da sede dos Jogos Olímpicos de 2016, o então presidente Lula chegou a declarar que o Brasil havia conquistado, com esses eventos, a cidadania internacional, quebrando o preconceito que se tinha com o país e provando ter competência para a realização do evento².

² Assistir em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XwhWqzgpckY>>.

É nesse sentido que Ferraz (2012) analisa que, em curso desde o final de 2008, quando finalmente a cidade carioca foi sagrada sede dos Jogos de 2016, a pacificação teve enquanto ação mais espetacular as UPPs. Instaladas estrategicamente em algumas favelas da cidade, estas unidades fizeram parte dos preparativos do Rio de Janeiro “para desempenhar o papel de sede e cenário de megaeventos esportivos, em 2014 e 2016 – a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos” (FERRAZ, 2012, p. 167) visando atender a conquista, a que o então presidente Lula se referiu, de uma cidadania internacional, na medida em que inseria o município carioca e o país, definitivamente no circuito global do capital internacional, e nessa perspectiva, mais especificamente, por meio do turismo.

Desenvolvimento do turismo no Cantagalo entre os anos de 2010 e 2014

É fato que as favelas, principalmente nas grandes urbes, são vistas enquanto parte peculiar no processo de formação social, política, econômica e cultural de um território tão heterogêneo quanto o brasileiro. Particularmente na cidade do Rio de Janeiro é possível dizer que as favelas são marcas do crescimento desordenado, das inúmeras tentativas de embranquecimento da cidade, da segregação sócio-racial nos centros urbanos,³ mas também da luta e das resistências da

³ Uma das características mais marcantes da metrópole brasileira é a segregação espacial dos bairros residenciais das distintas classes sociais, criando-se sítios sociais muito particulares (VILLAÇA, 2001, p.141). As favelas no Rio de Janeiro são originadas desse processo de segregação, fruto de políticas sanitaristas no centro da então capital federal que derrubaram os Cortiços como forma de embelezar a cidade e lhe dar ares europeus.

população mais pobre, que podem ser observadas ao longo do processo de formação desta localidade.

A favela Cantagalo faz parte do chamado Complexo do PPG ou Complexo Morro do Cantagalo, constituído pelas comunidades Pavão-Pavãozinho e Cantagalo que estão localizadas nos bairros de Copacabana e Ipanema, respectivamente. Embora ocupem o mesmo terreno rochoso, as duas favelas possuem identidade e características próprias e para fins dessa pesquisa será caracterizada somente a Cantagalo.

Remete aos anos 1900, a ocupação do Morro Cantagalo, por meio da instalação de alguns barracões (SETH, 1985 apud NERI, 2010) por moradores considerados “crias da terra”, nascidos nas proximidades do Rio de Janeiro, e também por escravos libertos vindos de Minas Gerais e do Espírito Santo. Parte da fixação desses migrantes na favela está diretamente atrelada à busca por melhores oportunidades de emprego que eram oferecidos inicialmente, principalmente nas áreas da construção civil, portaria de prédios e na área de serviços gerais, havendo um alargamento dessas ofertas a partir das décadas de 1970 e 1980, segundo Silva (2010).

A população do Cantagalo é composta por 4.771 moradores, em uma área de 63.974 m², de acordo com o documento panorama do território da UPP Social (2010). Esta população é principalmente constituída por descendentes dos ocupantes iniciais, constituindo o que Silva (2010) chamou de baixo índice de moradores estranhos, o que atribui a essa favela um sentimento de comunidade, onde todos se conhecem.

Nos últimos doze anos o Cantagalo foi contemplado com iniciativas públicas de infraestrutura como o programa favela bairro em 2005 e 2006, que realizou melhorias na rede de água e

esgoto, e em 2008 e 2010, durante a primeira fase do PAC em que foram construídos 04 condomínios residenciais, para realocação de moradores de área de risco, e duas torres de um elevador panorâmico. Na segunda fase do PAC, iniciada em 2014, esteve prevista a abertura uma via para carros, a urbanização da Rua Saint Roman (que dá acesso à favela) e também da Estrada do Cantagalo.

Paralelamente as intervenções urbanas, o Complexo do Morro do Cantagalo recebeu a quinta UPP da cidade, ano final de 2009, quase um ano após a implantação da primeira UPP no Santa Marta. A UPP Cantagalo, embora atenda a todo o complexo, tem sede nesta favela, no final da Estrada do Cantagalo, próximo ao CIEP Presidente João Goulart, no alto da favela.

Com a instalação desta UPP, desde o final de 2009, a favela convive com a proposta de pacificação e seus desdobramentos que, nesse período, propiciaram a solidificação de diversos programas e instituições de grande visibilidade, que possuem como intuito a prática de ações socioculturais, entre as quais destacam-se: Criança Esperança, Afroreggae e Museu de Favelas, entre outros atores e instituições que suscitam debate e que não são unanimidade no território.

Há de se ressaltar que com o advento da UPP houve também a introdução de programas específicos e característicos que passaram toda e qualquer favela pacificada na cidade do Rio de Janeiro. Um dos programas em questão foi o programa “UPP Social”, idealizado através de uma parceria entre a Prefeitura do Município do Rio de Janeiro e a ONG ONU-HABITAT e, ainda, o programa “Territórios da Paz”, gerenciado pelo próprio Governo do Estado do Rio de Janeiro. Ambos podem ser considerados enquanto exemplos de

intervenções que propuseram articulações sociais e urbanas nas favela em prol da prometida integração deste território à “cidade formal”, mas que não obtiveram grande legitimidade para concretizar essa proposta, por inúmeros motivos que suscitam investigação.

O que concerne discutir aqui, é que de encontro ao projeto de “cidade integrada” em prol de alçar a cidade carioca no cenário global do turismo, e aproveitando o interesse dos turistas pelas favelas, no Cantagalo, começaram a ser ofertados produtos e serviços que se sustentavam e se fortaleciam com as ações perpetradas pela UPP. Entre alguns atrativos que ganharam espaço em meio ao universo turístico carioca, tem-se o elevador panorâmico (construído na segunda fase do PAC 1 em 2011), que inicia sua trajetória na Estação General Osório em Ipanema, oferecendo uma visão privilegiada de algumas das mais famosas praias cariocas, e que tem seu ponto final no morro do Cantagalo em um ponto de observação conhecido como “Mirante da Paz”.

Outro atrativo que após a “pacificação” começou a ganhar destaque foi o circuito das casas telas, do Museu das Favelas – MUF. Tal atrativo cultural objetivava contar, por meio de pinturas e grafites em paredes, compondo uma rota turística até a sede do museu, a história desta favela. Vale destacar também um projeto em parceria com o PAC, a trilha ecológica, que prometia ser outro forte atrativo na comunidade devido às belezas paisagísticas que poderiam ser contempladas, mas que já nesse período fora controlada pelo tráfico que dificultava o livre acesso ao percurso.

É fundamental observar que dentro do Cantagalo ainda existia uma série de elementos que se bem planejados, coordenados, gerenciados e operacionalizados, poderiam se

tornar fortes atrativos turísticos desta comunidade. Entre estes, destacavam-se: a escola de samba Alegria da Zona Sul, o plano inclinado⁴, as atividades ofertadas pelo Afroreggae (como o Afrocirco), dentre outros, entre os mais de 28 projetos e ONGs presentes no morro, além de um cenário contemplativo com uma das vistas mais exuberantes de Ipanema e da Lagoa, do alto desta comunidade, na localidade Nova Brasília e, ainda, no mirante presente no complexo Rubens Braga.

A partir da exposição desses fatores, cria-se a possibilidade de se afirmar que o processo de “pacificação” pela qual a comunidade do Cantagalo perpassava, mais especificamente entre os anos de 2010 e 2014, embora não objetivasse, prioritariamente, fazer da favela um atrativo turístico de sucesso, contribuiu para o desenvolvimento da atividade turística, na medida em que assegurava a “ausência” de conflitos armados. Justamente por causa dessa política de segurança – a UPP (a priori de combate à violência, mas que na verdade almejava a projeção de um Rio vendável capaz de realizar os megaeventos de 2014 e 2016), os turistas começam a enxergar com mais vigor, também nesses territórios de favela, possíveis destinos turísticos, agora mais seguros e capazes de atender suas necessidades, como por exemplo, a de se hospedar.

Afinal de contas, para além das vistas privilegiadas da cidade e de atrativos culturais e peculiares da vida na favela, o Cantagalo passou a ofertar preços mais atrativos do que os da “cidade formal”, sem deixar de preservar a proximidade com os grandes centros turísticos cariocas e com as praias mais famosas. Foi justamente nesse contexto que o Cantagalo passou

⁴ Sistema de acesso ofertado aos moradores da comunidade, que permite o trânsito em localidade com aclives mais acentuados.

a ser procurado como destino turístico. O aumento na procura pela favela está relacionado também ao surgimento e/ou ao aumento da oferta dos meios de hospedagem, observando-se uma forte tendência à construção de *hostels* e pousadas nesse território.

Os meios hospedagem na favela Cantagalo

Em 2007, dois anos antes de ser pacificado, o Morro do Cantagalo recebeu oficialmente seus primeiros turistas, através de uma experiência nos moldes de “*bed and breakfast*”⁵. Esse modelo foi idealizado primeiramente para o Réveillon, visando o potencial turístico detectado na comunidade. Ainda em 2007, foi inaugurada a primeira pousada da favela – Pousada Favela Cantagalo – que, no entanto, fechou as portas dois meses após, em virtude da falta de segurança devido aos constantes conflitos armados observados em tal território. Entretanto, apesar destes percalços, em meados de 2011, já com o território sob a tutela da UPP, a mesma pousada fora reinaugurada.

Em 2012, um novo projeto de “*bed and breakfast*” de uma operadora de turismo local, idealizado por uma estudante e submetido à Agência de Redes para a Juventude⁶, começou a ser

⁵ De acordo com o MTUR (2011), o “*bed and breakfast*” (ou cama e café), constitui um modelo de hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã básico.

⁶ Com patrocínio da Petrobras, tal agência tem como intuito propor a reinvenção do território pacificado, em uma perspectiva de tempo-espaço, dando voz à juventude. Ver: <http://agenciarj.org/>

idealizado. Tal ação culminaria no surgimento e na inauguração do *Hostel Ralé Chateau*.

Com o advento da pacificação no final de 2009, surgem também na favela Cantagalo o “Home Hostel Cantagalo” (2013) e o “Tiki Hostel” (2014). Ambos inaugurados após a pacificação, entre os anos 2010 e 2014, o que corroborara a UPP como um fator determinante para o desenvolvimento do turismo no território, aspecto este demasiadamente ressaltado na fala dos empreendedores responsáveis por essas hospedagens.

Sobre os desdobramentos da pacificação para o turismo 100% dos entrevistados disseram ser ela um fator decisivo para a inauguração dos meios de hospedagem, tendo um dos entrevistados enfatizado que “a maioria dos turistas se hospeda no Cantagalo justamente por causa da pacificação”. Para os entrevistados, a UPP colaborou para o aumento da presença dos turistas na favela⁷ pois, segundo eles, os turistas que procuram as comunidades pacificadas para se hospedar já conhecem o processo de pacificação e muitas vezes escolhem o meio de hospedagem pela proximidade com a sede da UPP (o que justifica o fato de três, dos quatro meios de hospedagem localizados no Cantagalo nesse período, estarem a menos de 100 metros da UPP).

⁷ Embora ainda não existam índices que retratem a evolução do turismo no Cantagalo, é possível observar o crescimento da atividade por meio da procura pelos meios de hospedagem. No mundial de futebol, todos os meios de hospedagem da comunidade venderam todas as unidades habitacionais. Após a copa, todos estão com tarifas reduzidas (baixa temporada) e preservam grupos de hóspedes aos finais de semana. O Home Hostel Cantagalo está com 04 turistas fixos até dezembro, quando iniciará a cobrança de tarifas diferenciadas por conta do Natal e do *Reveillon*.

Quanto ao público, os empreendedores entrevistados revelaram que cerca de 80% estava concentrado na faixa etária dos 18 a 30 anos e os outros 20% na faixa dos 30 a 40 anos de idade. Segundo os entrevistados, esses turistas eram majoritariamente estrangeiros europeus (cerca de 90% do público dos empreendimentos entrevistados), mas especificamente no período da Copa do Mundo, houve aumento da hospedagem de Latinos, principalmente os Argentinos. Esses hóspedes viajavam como mochileiros, sozinhos ou em grupos de amigos e estavam dispostos a gastar pouco dinheiro. Outro dado interessante, colhido através destas entrevistas, diz respeito à afirmação de que 100% desses hóspedes vêm em busca prioritariamente do Lazer, e segundo os entrevistados, a maioria acaba por estreitar os laços com a favela, buscando atividades de tour de realidade para conhecer a rotina do território.

Entre os responsáveis pelos meios de hospedagem 75% apontaram como principais motivações para a abertura de seus estabelecimentos a questão da localização territorial da favela, situada na zona sul da cidade do Rio de Janeiro, área reconhecida nacional e internacionalmente pelos atrativos naturais e culturais que compõem boa parte do cenário turístico carioca, sendo, portanto, uma das zonas mais bem valorizadas da cidade⁸. O cenário paisagístico e cultural desta localidade foi propício ao aumento do fluxo de turistas na favela, fator este que atrelado às questões relacionadas à política pública de segurança, a UPP, corroborou o crescimento do turismo neste tipo de território que, anos atrás, era tão somente relegado à marginalidade em nossa sociedade.

⁸ Matéria do Jornal do Brasil (2014) revela que o Rio de Janeiro possui o metro quadrado mais caro do Brasil sendo a segunda em valorização (um acréscimo de 18% atrás apenas de Fortaleza com 20%).

Outra motivação levantada por tais empreendedores e que representa os demais 25% seria a oportunidade de empreender para a comunidade, contribuindo para a geração de trabalho e renda local através da contratação de mão de obra residente, fato este que se comprova quando observamos que cerca de 80% dos funcionários contratados por estes meios de hospedagem são moradores da própria favela. Outras motivações secundárias também foram citadas nas entrevistas, como a oportunidade de divulgar a cultura local e desmistificar a imagem de reduto da violência que foi imposta a favela ao longo de tantos anos.

Ao analisar os fatores positivos e negativos da pacificação para a favela e para o desenvolvimento dos meios de hospedagem, os entrevistados foram unânimes em dizer que o aumento da sensação de segurança difundido na cidade motivou o crescimento do turismo na favela, mas também foram unânimes em constatar que a falta de aproximação da polícia com a população das favelas foi um fator negativo, gerando constantes conflitos e propiciando a desconfiança dos moradores e de turistas que presenciavam o cotidiano. A ostentação de armas pesadas pela polícia foi outro fator considerado prejudicial, gerando resistência nos moradores e nos turistas de que a situação na favela estivesse realmente controlada e, provocando também nos moradores, o sentimento de controle e tutela em seu espaço de moradia.

Considerações Finais

A partir das entrevistas com os responsáveis pelos quatro equipamentos de hospedagem presentes no morro do Cantagalo e das observações realizadas entre os anos de 2013 e 2014 no

território, foi possível constatar a existência de uma grande demanda pelo tipo de produto oferecido pelos estabelecimentos extra-hoteleiros presentes em inúmeras favelas cariocas, chegando, o Cantagalo, a apresentar uma taxa de ocupação que atingiu os 100% em alta temporada⁹ e no período da Copa do Mundo de 2014.

Se Backer (2001) considerou o Rio de Janeiro o portal de entrada para o país, as favelas cariocas podem ser consideradas, nesse contexto, grandes atrativos de um nicho de mercado que ganhou força nas últimas décadas (MENEZES, 2008), propagadas amplamente pelos meios de comunicação e atreladas a uma imagem da cultura característica e real da cidade.

É fato que a pacificação de inúmeras favelas na cidade do Rio de Janeiro, a partir de 2008, propiciou o crescimento da atividade turística na cidade, se refletindo também nas próprias favelas, uma vez que atrelou ao interesse e a curiosidade dos turistas pelo turismo de realidade¹⁰, à sensação de segurança. No morro Santa Marta, por exemplo, desde a chegada da UPP em 2008, o número de turistas havia saltado de 200/mês para 3.000 (MAIA, 2012) e a favela da Rocinha contabilizava em 2014 mais de 3.000 turistas estrangeiros por mês, assunto abordado inclusive pelo documentário “Tem Gringo no Morro¹¹”.

⁹ Considera-se alta temporada nessa pesquisa os meses entre dezembro a fevereiro.

¹⁰ Subcategoria do turismo social, o turismo de realidade vende participação e autenticidade, propondo a inserção do turista na cultura e realidade local (FREIRE-MEDEIROS, 2007).

¹¹ Ver mais em Averso e Reverso, disponível em: < <http://avessoereverso.wordpress.com/2014/01/11/documentario-tem-gringo-no-morro-mostra-relacao-entre-turismo-e-rocinha/>>.

No Cantagalo, diante da ausência de indicadores, pôde-se avaliar o desenvolvimento da atividade por meio do surgimento de empreendimentos hoteleiros e de lazer para os turistas. Além dos quatro equipamentos extra-hoteleiros surgidos na favela, foram construídos, nesse período, ao menos outros quatro equipamentos para o turismo: o bar “Gilda no Cantagalo” localizado próximo a UPP que recebe muitos turistas e moradores do “asfalto”, o “Café Colonial”, localizado na avenida associação, o já destacado elevador panorâmico que tinha a capacidade de transportar até 50 pessoas por viagem e a trilha ecológica.

Importante destacar, entretanto, que ainda que tenha sido envolvido como atrativo turístico da cidade, mesmo que de forma espontânea por conta do movimento de tornar a cidade mais atraente para os investimentos do capital turístico internacional para receber os megaeventos, o morro do Cantagalo permaneceu por preservar problemas estruturais e sociais inerentes a maioria das favelas cariocas. A desigualdade em relação à “cidade formal” continua sendo notória e inúmeras famílias ainda vivem em condições insalubres, em meio ao lixo, sem saneamento básico e com ligações precárias de luz, além da violência policial e do tráfico que não se extinguiu, principalmente nas localidades de mais difícil acesso.

Não à toa, os turistas, mesmo no auge da pacificação entre os anos de 2010 e 2014, não possuíam acesso a todo o perímetro da favela. Justamente por conta disso, os meios de hospedagem no Cantagalo que conseguiram se desenvolver foram aqueles que circundavam a UPP ou que estiveram nas proximidades das áreas formais.

É fundamental destacar, também nesse contexto, que o Cantagalo, tanto por conta das UPPs como pelo advento do

turismo, passou por um processo de maior valoração do espaço com o conseqüente aumento de preços ocasionado por grande especulação imobiliária tanto no seu território quanto no entorno. Dessa forma, se por um lado o turismo e a pacificação promoveram o acesso da “cidade formal” às favelas, por outro, influenciaram diretamente no aumento do interesse especulativo por esses territórios, fato que impactou a vida dos moradores que sofreram, por exemplo, com o aumento no custo de vida ocasionado por esta procura, tal como evidenciado em diversos relatos apresentados em matérias como: ”Especulação imobiliária invade favelas do Rio” (FOLHA DE S. PAULO, 2002) e “Especulação imobiliária sobe do asfalto para a favela” (JORNAL DO BRASIL, 2014). Outra questão contrastante com a favela acessível à cidade e ao capital turístico, é que a cidade não se tornou, da mesma forma, acessível aos habitantes das favelas. Muito pelo contrário, com a UPP, estigmas foram reforçados, sendo estas unidades utilizadas como mais uma forma de tutelar, controlar e inibir a população pobre e negra.

Portanto, para romper com esses estigmas a pesquisa apontou como importante que as equipes gestoras desses equipamentos de hospedagem, assim como outros empreendedores voltados ao turismo e moradores e lideranças locais estivessem engajados e alinhados com o território e as conseqüências futuras do projeto de pacificação e da própria abertura à atividade turística que gerava especulação. Participar de iniciativas e espaços que discutissem os rumos da UPP e da exploração turística e promovessem o planejamento conjunto das ações ali implementadas foi entendido como fundamental para a continuidade dos empreendimentos, do acesso à favela e, principalmente, da segurança e da capacidade de autogestão da população.

Referências

BARBOSA, J. L; SILVA, J. S. As favelas como territórios de reinvenção da cidade. Rio de Janeiro: *Cadernos do Desenvolvimento Fluminense*, 2013.

BECKER, B. K. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 1, n.1, 2001. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115418153001>>. Acesso em: 06 jun. 2014.

BRÁS, M; RODRIGUES, V. Turismo e Crime: efeitos da criminalidade na procura turística. *Revista Encontros Científicos - Tourism & Management Studies*. Portugal, n.6. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/ec/n6/n6a07.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2011.

CONSENTINO, R. Uma cidade à venda: a invisibilização da pobreza dos pobres na preparação do Rio de Janeiro para os Jogos Olímpicos de 2016. In: CAPELA, P; TAVARES, E. *Megaeventos Esportivos: Suas conseqüências, impactos e legados para a América Latina*. Florianópolis: Insular, 2014, p. 131-148.

CUNHA, N; MELLO, Marco A. Novos conflitos na cidade: A UPP e o processo de urbanização na favela. *Dilemas: Revista de Estudo de Conflito e Controle Social*. vol.4, nº3, 2011. Disponível em: <http://www.ifcs.ufrj.br/~lemetro/mello_e_cunha_novos_conflitos_na_cidade.pdf>. Acesso em: 5 maio 2012.

FERRAZ, S. M. T. Ordem / Desordem, violência e políticas de segurança na cidade: ou desordem/ordem na cidade, políticas de segurança e violência. In: RIBEIRO, A. C. T; EGLER, T. T. C; SÁNCHEZ, F. *Política governamental e ação social no espaço*. Rio de Janeiro: Letra Capital: ANPUR, 2012.

FOLHA DE S. PAULO. Especulação imobiliária invade favelas do Rio. *Folha de S. Paulo*, 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u62589.shtml>>. Acesso: 10 maio 2014.

FOUCAULT, M. *Segurança, Território, População*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca; MENEZES, Palloma. Turismo e Patrimônio num Território em Conflito: O caso do Morro da Providência. SHCU 1990. *Anpur*. v10, nº3, 2008.

JORNAL DO BRASIL. Especulação imobiliária sobe do asfalto para a favela. Portal Terra. Disponível em:<<http://www.jb.com.br/rio/noticias/2014/03/18/especulacao-imobiliaria-sobe-do-asfalto-para-a-favela/>>. Acesso em: 10 maio 2014.

LEITE, M. Da “metáfora da guerra” ao projeto de “pacificação”: favelas e políticas de segurança pública no Rio de Janeiro. *Rev. Bras. Segur. Pública*, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 374-389, 2012.

MACHADO DA SILVA, L. A. (Org.). *Vida sob cerco: violência e rotina nas favelas do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: FAPERJ/Nova Fronteira, 2008.

MAIA, L. M. “*They don’t care about us*”: Um estudo de caso sobre o turismo na Favela Santa Marta. Monografia – Departamento de Turismo e Administração – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2012.

MENEZES, P. Quando a favela se torna museu: reflexões sobre os processos de patrimonialização e construção de uma favela carioca como destino turístico, In: V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2008, Caxias do Sul. *Anais...* Caxias do Sul: UCS, 2008. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20posgraduacao/strictosensu/turismo/seminarios/semin_tur/arquivos/gt13-10.pdf>. Acesso em: 2 maio 2012.

MTUR. *Desembarques Domésticos*. Ministério do Turismo. Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/desembarques_domesticos/>. Acesso em: 21 jun 2014.

NERI, M. C. *Desigualdades e favelas cariocas: a cidade partida está se integrando?* Rio de Janeiro: FGV, CPS, 2010. Disponível em: <http://www.cps.fgv.br/ibrecps/rio2010/RIO_FAVELAS_Relatorio_final_TEXTO_Neri.pdf>. Acesso em: 02 maio 2014.

PORTAL UPP RJ. *O que é?* Disponível em: <http://www.upprj.com/index.php/o_que_e_upp>. Acesso em: 04 jul. 2016.

RODRIGUEZ, R. V. *Violência e Narcotráfico no Rio de Janeiro: Perspectivas e Impasses no Combate ao Crime Organizado*. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2003.

SANTOS, J. C. B dos. A política de pacificação e a transformação da favela em commodity. In: II Conferência Internacional Megaevento e cidade, 2014, Rio de Janeiro. *II Conferência Internacional Megaeventos e cidade*. Rio de Janeiro: ETTERN, 2014. p. 1-19.

SILVA, M. A. de S. C. Como morre um policiamento comunitário: O caso di Cantagalo e do Pavão-Pavãozinho. Brasília: UNB/ICS, 2010 (Tese em Antropologia Social).

SOUZA, M. L. de. A geopolítica urbana da “guerra à criminalidade”. A militarização da questão urbana e suas várias possíveis implicações. In RIBEIRO, A. C. T; EGLER, T. T. C; SÁNCHEZ, F. *Política governamental e ação social no espaço*. Rio de Janeiro: Letra Capital: ANPUR, 2012.

UPP REPÓRTER. UPP. Conceito de UPP: A polícia da paz. *UPP Repórter*, 2010. Disponível em: < http://upprj.com/wp/?page_id=20>. Acesso em: 10 out. 2011.

UPP SOCIAL. *Panorama dos Territórios*. UPP Pavão-Pavãozinho / Cantagalo. 2010.

_____. *UPP Social construindo uma cidade integrada*. Material de divulgação do programa. Rio de Janeiro, 2012.

URRY, J. *O Olhar do Turista*. SESC – Studio Nobel, 2001.

VALENTE, J. L. *Upps: governo militarizado e a ideia de pacificação*. Rio de Janeiro: Revan, 2016.

MEU NOME É FAVELA, MEU NOME É QUILOMBO: cartografias (in)visíveis do turismo carioca e buziano¹

Milena Manhães Rodrigues

Tania Maria de Freitas Barros Maciel

Ana Maria Marques Santos

Introdução

Considerando a educação e construção crítica do olhar na leitura de imagens como instrumento de tomada de consciência de mundo e, por conseguinte, de potencial emancipatório, este trabalho se propõe “escovar o turismo à contrapelo”, nas palavras de Walter Benjamin, identificando aquilo que é visível e invisível nos mapas turísticos, no contexto das periferias, favelas e quilombos; na busca de refletir esta correlação. Nesse sentido, a imagem pode ser um princípio educador, um instrumento de conhecimento para ler e refletir o mundo, porém, enquanto instrumento discursivo, produz subjetividades e interpretações para quem lê/vê e intencionalidades do grupo social que produz, expressando por isso relações de saber e poder, como nos remonta Foucault. No turismo, o repertório

¹ Trabalho homônimo e similar a comunicação oral apresentada no “Seminário Integrado – Formação e Pesquisa em Educação diante dos avanços conservadores: enfrentamentos para além do golpe” promovido pelo Programa de Pós-graduação em Educação, Contextos Contemporâneos e Demandas Populares em 2018.

imagético seleciona enquadramentos que visibilizam espaços, práticas sociais ou grupos, em detrimento de outros; conforme a perspectiva de quem produz e reproduz as imagens veiculadas – sejam fotografias, postais, mapas, etc. - que dão visibilidade ao destino. Há um recorte da realidade turística que orienta o que é visível no turismo, inscrito e divulgado pelos materiais promocionais, remetendo a interpretações do real, que se inserem numa ideologia dominante, sob discursos idealizados, cristalizando por vezes uma mesma narrativa, que reforça estereótipos. Mas, isso é um processo educativo que atende a quem e quais interesses sociais? Turisticamente, a imagem construída da cidade do Rio de Janeiro e do município de Armação dos Búzios (RJ) reproduzem o discurso de destino turístico de lazer, atrelado a sol e praia, mas insistem em desconhecer a cidade em sua totalidade e rupturas. Neste contexto, onde estão as favelas cariocas e os quilombos de Armação dos Búzios em seus mapas turísticos?

Imagem e educação a contrapelo

As imagens constituem a nossa vida, constituem o nosso ser. Estão presentes na paisagem humana e é por meio delas que nos construímos e fazemos nossa história. Estão na origem de nossos pensamentos dando-lhes corpo e alma, nos meios de comunicação, em fontes comerciais ou de entretenimento e nas Artes. Contêm mensagens que podem mudar opiniões. Dizem-nos como devemos comer e nos vestir, nos lembram do padrão ideal de beleza, nos comovem, nos indagam, nos fazem refletir, nos formam enquanto seres humanos inseridos em um mundo social que produz cultura. (FISCHER & CUNHA, 2009, p.2026-2027)

As narrativas do mundo contemporâneo são imagéticas (JOBIM E SOUZA, 2002). Além de ilustrar ou informar, as imagens cumprem a função “de educar e produzir conhecimento” (SARDELICH, 2006, p.459); ampliando, inclusive o conceito de narrativas.

Neste contexto, Albuquerque (2018) ressalta a exigência do olhar profundo e crítico sobre a imagem e sua contribuição no processo de ensino-aprendizagem “para apresentar o mundo aos alunos” (TUAN, 1979, p.413), tal como expresso por Novaes (2011). Para além, o pedagogo Moran (2009), enaltece a força da imagem, equiparando a sua não exposição a não existência ou não acontecimento.

Tal que, nas palavras de Gastal (2005), vivemos na “civilização da imagem”, ou para Deleuze (2007), “a civilização do clichê”, que reforça, oculta, distorce ou manipula certas imagens (CARVALHO, 2007), subvertendo a realidade em mundos ilusórios e perceptíveis (JOLY, 2007).

Mas, esta seleção do que mostrar ou ocultar representa uma ideologia e, nesse sentido, Moraes (1996, p. 21) ressalta a importância de associar “o produtor, o produzido e o contexto de sua produção”; e, para além disso, nas palavras de filósofo e crítico literário alemão, Walter Benjamin, de “escovar a história à contrapelo”, ou seja, interpretar a história sob a perspectiva dos oprimidos, dos “vencidos” (LOWY, 2005), ou, no contexto desta pesquisa, dos invisíveis.

Walter Benjamin formulou esta tese contra hegemônica – “escovar a história a contrapelo” – em 1940, “no mesmo momento em que o conformismo fascista arrancava da tradição o direito de uma outra história ser escrita” (MAIA, 2008, p.168).

Considerando que, para Paulo Freire “a leitura da palavra não é apenas precedida pela leitura do mundo, mas por uma certa forma de ‘escrevê-lo’ ou ‘reescrevê-lo’, quer dizer, de transformá-lo através de nossa prática consciente” (FREIRE, 2011, p.29-30), a “educação do olhar” é imperativa a aprendizagem e “emancipação” (WANG, BURRIS & PING, 1994; WARREN, 2005) do sujeito contemporâneo, seja este turista ou autóctone.

Assim como a educação em Benjamin e Freire olha o mundo e os acontecimentos “na direção oposta à determinada” (MIKLOS, 2017, p.149); numa leitura crítica do olhar, propomos escovar o turismo-a-contrapelo², buscando as cartografias (in)visíveis nas imagens extraquadro dos mapas turísticos do município do Rio de Janeiro e de Armação dos Búzios, no contexto das periferias, favelas e quilombos.

Imagem e turismo

Turisticamente, um atrativo, um produto ou um destino somente existe se for comunicado, se os turistas forem informados de sua existência. Caso contrário, permanecerá apenas com potencialidade turística (potencialidade não realizada), isto é, somente será conhecido por aqueles que chegarem até ele, mesmo sem saber de sua existência. (BALDISSERA, 2008, p.126)

Deste modo, Baldissera (2008) coaduna com o pedagogo Moran (2009), para quem a existência de algo ou de

² Colocamos turismo-a-contrapelo como aquele excluído simbolicamente da narrativa oficial.

acontecimentos está relacionada a comunicação, a sua imagem. Assim, o fenômeno turístico ou destinos turísticos existiriam na comunicação e por meio dela, na medida em que utilizam suas ferramentas para orientar o olhar do visitante e antecipar a experiência turística, por meio de guias, folhetos, postais, mapas turísticos, etc. (CASTRO *et. al.*, 1999). E assim, construindo a narrativa imagética do que deve ser experimentado e contemplado; ou ainda, visitado, visto, registrado, feito, comido e comprado (PEREIRO, 2005).

Ou seja, é a imagem turística, “fabricada” pelos agentes promotores e veiculadas pela linguagem midiática, que dá visibilidade ao destino (GUERREIRO, 2005; MTUR, 2015) e estabelece “uma moldura interpretativa e comportamental para o turista” (FREIRE-MEDEIROS, 2007, p.06), antes mesmo do processo de escolha e compra do produto turístico.

Mas o repertório imagético de um destino turístico é uma construção histórica e cultural. São “representações ideais da vista” (URRY, 1996, p.122), dotadas de símbolos da realidade turística estabelecida e negociada. E, não obstante mude com o tempo, por vezes, cristaliza uma mesma narrativa, ao passo que oculta “outras realidades” (CASTRO *et. al.*, 1999; CASTRO 2002).

Quando muito se caracteriza um destino, por exemplo, pelas suas praias e apenas por elas; então o destino se torna aquilo, um destino de sol e praia e só. Essa construção é fruto de ideologias e variam de acordo com quem constrói, quando constrói e o quanto ele aborda nessa construção. (OLIVEIRA & NEIVA, 2016, p.21)

Turisticamente, a imagem construída da cidade do Rio de Janeiro e do município de Armação dos Búzios (RJ) reproduzem o discurso de destino turístico de lazer, atrelado a sol e praia,

mas insistem em desconhecer a cidade em sua totalidade e rupturas. “Ocorrem, desta maneira, processos de exemplificação, seleção, inclusão e omissão de espaços e de ângulos das práticas sociais e culturais de apropriação”. (GARCIA, 1993, p. 157). O mapa turístico, por exemplo, ao passo que informa ao turista, representa práticas sociais no espaço e no tempo e também intencionalidades (CASCO, 2008), que o configuram como instrumento simbólico e concreto (SEEMANN, 2003).

Neste contexto, onde estão as favelas cariocas e os quilombos de Armação dos Búzios em seus mapas turísticos?

Turismo e cartografias da (in)visibilidade carioca e buziana

Mapear uma cidade vai além de fazer uma representação da mesma, é dar-lhe sentido. O mapa de uma cidade não é uma representação do que ela é, mas, de maneira implícita ou não, é a representação do que é importante para quem a produz (...). (PICON, 2010, p.191, tradução NEMÁZIO & OLIVEIRA, 2016, p.03)

Os mapas turísticos detêm signos, ícones espacializados; elementos discursivos que são inteligíveis quanto mais representam a realidade. Porém, enquanto elemento discursivo, trazem também subjetividade e interpretações para quem lê e intenções do grupo social que o produziu.

Os mapas são paisagens culturais, recortes humanos, representam intencionalidades, registram hábitos, tradições, tecnologias, valores e visões de mundo – são produtos de culturas e representações destas. Alguns mapas, depois de acabados, parecem ser fotografias de uma época, de um instante da cidade. (CASCO, 2008)

Uma leitura mais atenta a um mapa ou a uma série temporal de mapas de uma mesma localidade pode revelar informações ocultas ou áreas “extraquadro” (ou “extra-mapa turístico”); como é o caso da representação cartográfica das favelas cariocas e dos territórios quilombolas³ de Armação dos Búzios.

O mapa turístico do Rio de Janeiro e até mesmo o mapa da cidade expresso no Google Maps por exemplo, tal como ilustrado no trabalho de Nemézio & Oliveira (2016), suprimem a existência das favelas, sem representar ruas, moradias e os nomes das comunidades, substituídas por “morro ‘tal’” ou por áreas verdes sem denominação. Os mapas suprimem o termo “favela”, substituindo por “morro” não apenas na terminologia, como também na representação, seja esfumando/excluindo ruas ou substituindo por áreas verdes, como se fossem unidades de conservação, até mesmo em “favelas turísticas” como Santa Marta, Vidigal ou Babilônia, a favor das imagens consagradas das praias do turismo carioca. E esta constatação demanda questionar as (in)visibilidades nestes mapas ou cartografias cariocas, afinal:

Toda visão pictórica, mesmo a mais “realista” ou a mais ingênua, é sempre um processo classificatório, que joga nas trevas da invisibilidade extraquadro tudo aquilo que não convém aos interesses da enunciação e que, inversamente, traz à luz da cena o detalhe que se quer privilegiar. (MACHADO, 1984, p.76)

³ O Decreto N° 4887/2003 formaliza no art 2° o conceito “remanescentes das comunidades dos quilombos” como: “Grupos étnico-raciais, segundo critérios de auto-atribuição, com trajetória histórica própria, dotados de relações territoriais específicas, com presunção de ancestralidade negra relacionada com a resistência à opressão histórica sofrida”. (BRASIL, 2003)

Figura 1: Região do Rio Comprido em 2011.



Fonte: Oliveira (2016), p.08 *apud*, O Estadão (2013).

Figura 2: Região do Rio Comprido em 2013, já sem a denominação das Favelas da área.



Fonte: Oliveira (2016), p.08 *apud*, O Estadão (2013).

Mapa 1: Mapa turístico oficial da Cidade do Rio de Janeiro.



Fonte: Riotur, 2016.

Endossando esta afirmação, a busca na internet sobre o mapa turístico do Rio de Janeiro resulta em diversas reportagens de setembro de 2017 (FALA ROÇA, 2017, LABGIS, 2017, REDE MOBILIZADORES, RIO ON WATCH, 2017, O GLOBO, 2017) que criticam e ilustram essas invisibilidades nos mapas.

Contudo, esta leitura do turismo-a-contrapelo que se propõe nas favelas (neste caso, aparecer no mapa), ainda é uma distante realidade em outras periferias, como os territórios quilombolas buzianos.

Em Armação dos Búzios, a parte continental (e periférica) é suprimida do mapa turístico e até mesmo do pórtico de entrada do município:

Um fato que deixa bem claro esse estado de coisas e merece consideração e que é facilmente observável por qualquer visitante que vai à Búzios é o Pórtico da Cidade, o qual foi construído após os bairros mais periféricos. Os bairros de Cem Braças, Baía Formosa, São José, Caravelas e o Bairro da Rasa ficam “do lado de fora” da “entrada” da cidade e representam a maior parte de seu território. Tal fato contraditório separa a parte mais rica e mais urbanizada, colocando-a “do lado de dentro” da cidade, simbolizando e evidenciando a forte desigualdade social e o privilégio em relação ao centro, parcela do município que se encontra mais próxima aos atrativos turísticos (ALMEIDA, 2015, p. 87)

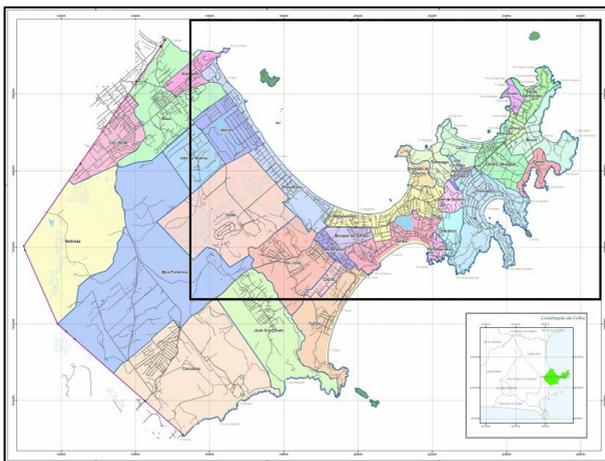
Com esta cisão, as comunidades remanescentes de quilombo de Baía Formosa e da Rasa, ambas reconhecidas pelo Instituto Palmares, não são conhecidas ou divulgadas no mapa turístico ou qualquer outra imagem do repertório imagético do turismo em Búzios, como imagens extra-quadro do mapa turístico da cidade (RODRIGUES, 2019).

Mapa 2: Mapa Turístico de Armação dos Búzios 2017/2018.



Fonte: Rodrigues (2019).

Mapa 3: Bairros. Plano Diretor de Armação dos Búzios (2006), com delimitação da área correspondente ao Mapa Turístico.



Fonte: Rodrigues (2019).

Pelos mapas apresentados é possível notar que, no Mapa Turístico, ao menos 1/3 do território do município é suprimido, coincidindo com as áreas periféricas do município, incluindo Baía Formosa (em azul) e a Rasa (acima, em verde).

A Rasa está situada na periferia do município de Armação dos Búzios (RJ) e [...] vê-se sempre em situação de vulnerabilidade e perda pensando-se nos processos de transformações da cidade, o que inclui permanentes conflitos com relação ao uso e apropriação da terra (num primeiro momento com fazendeiros e grileiros e, atualmente, fortes pressões imobiliárias, visto que a cidade se transformou em um dos principais balneários turísticos do país), deficiência no que diz respeito à infraestrutura incluindo os serviços públicos, inclusão precária no mercado de trabalho e exclusão de suas memórias a favor da consolidação de uma metanarrativa única que valoriza a imagem de uma Búzios sofisticada e bela. (FREITAS, 2013, p. 2)

Referente a consolidação desta imagem, Xavier (2006) destaca as “imagens síntese” de Armação dos Búzios, ao longo do tempo (de 1964 a 2004); que adaptava a imagem/discurso consoante a lógica do consumo para manutenção da atratividade do município como destino turístico. Em momento algum de sua pesquisa, Xavier apresenta imagens-síntese associadas a representações do território ou das comunidades periféricas e quilombolas.

Isto porque, no turismo, o repertório imagético seleciona enquadramentos que visibilizam espaços, práticas sociais ou grupos, em detrimento de outros; conforme a perspectiva de quem produz e reproduz as imagens veiculadas – sejam fotografias, postais, mapas, etc. - que dão visibilidade ao destino.

Há tanto nos mapas do Rio de Janeiro, quanto de Búzios, um recorte da realidade turística que orienta o que é visível no turismo, inscrito e divulgado pelos materiais promocionais, remetendo a interpretações do real, que se inserem numa ideologia dominante, sob discursos idealizados, cristalizando por vezes uma mesma narrativa - de destinos de sol e lazer - que reforça estereótipos. Mas, isso é um processo educativo que atende a quem e quais interesses sociais?

Considerações finais

A valorização estética e mercadológica que secciona os mapas, diluem a identidade e o sentimento de pertencimento ao lugar; recorrendo aos signos e imagens como discursos para a venda de um produto turístico (LIMA, 2010).

Neste íterim, a imagética da promoção turística simplifica a realidade, descontextualiza e converte em um produto turístico mais apelativo, selecionando, exaltando e divulgando enquadramentos da realidade (SANTOS, 2008).

Os territórios excluídos das representações dos mapas discutidos neste trabalho, além de retratarem outro aspecto da realidade de seus destinos turísticos e sofrerem impactos da atividade, estão integrados a própria lógica do turismo, seja por visitação (favelas cariocas) ou potencial atrativo (“quilombos buzianos”).

Mas, signos e a subjetividade do “não dito” dos mapas revelam discursos e por isso, como diria Foucault, práticas sociais:

[...] certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse “mais” que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever (FOUCAULT, 1986, p.56)

Expressam relações de saber e poder (FOUCAULT, 1977), na medida em que “(...) enunciados e visibilidade, textos e instituições, falar e ver constituem práticas sociais por definição permanente presas, amarradas às relações de poder, que as supõem e as atualizam”. (FISCHER, 2001, p.200).

Por conseguinte, os mapas oficiais não são os únicos responsáveis por essa secção dos territórios entre turísticos e não turístico, eles evidenciam e ajudam a reforçar essa conformação (KALAOUM, 2018).

Concomitantemente, a leitura rasa de imagens imprime o discurso de que “o que é bom aparece, o que aparece é bom” (DEBORD, 2003, p.12), omitindo as decisões subjacentes a estas escolhas de representação do que deve ou não estar visível, “o que acarreta algo como uma estetização do poder” (ARANTES, 2000, p. 33). E é neste contexto que discutimos olhar o turismo-a-contrapelo e Albuquerque equipara a sociedade a escola: na “ausência crítica a respeito das intencionalidades escondidas nas imagens” (ALBUQUERQUE, 2018, p.70).

Assim, a imagem (turística ou não) pode ser um princípio educador, um instrumento de conhecimento para ler, refletir e questionar a cidade, as favelas, quilombos e periferias.

Referências

ALBUQUERQUE, Enderson Alceu Alves. Como a imagem contribui para o processo de ensino-aprendizagem nas aulas de geografia em turmas do Ensino Fundamental. *Revista de Geografia do Colégio Pedro II*, v. 3, n. 6, p. 63-71, 2018.

ALMEIDA, Brena Costa de. Entre o passado e o presente, entre história e memória: a Rasa e seus entre-lugares no tempo. *Revista Escrita da História*, n.4, p.67-99, 2016.

ARANTES, Otilia Beatriz Fiori. *Berlim e Barcelona: duas imagens estratégicas*. São Paulo: Annablume, 2012.

PREFEITURA DE ARMAÇÃO DOS BÚZIOS. *Plano Diretor de Armação dos Búzios*. 2006.

BALDISSERA, Rudimar. Relações Públicas, turismo e comunidade local. *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, v. 12, n. 12, p. 123-139, 2008.

BRASIL. Decreto nº 4.887, de 20 de novembro de 2003. *Regulamenta o procedimento para identificação, reconhecimento, delimitação, demarcação e titulação das terras ocupadas por remanescentes das comunidades dos quilombos de que trata o art. 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4887.htm>. Acesso em: 10 jan. 2018.

CARVALHO, André Luiz Piva de. A cultura da imagem espetacular no turismo: Um estudo sobre a formatação cênica dos produtos turísticos. In: III ENECULT- Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. *Anais...* Salvador (BA), Brasil, 2007.

CASCO, Acaj. Rio de Janeiro, uma cidade tra(duz)ida pelos mapas. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional. 2008.

CASTRO, Celso. A Natureza Turística do Rio de Janeiro. In: Banducci Jr, A. & Barretto, M. (Org.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. (2ª Ed.); Campinas: Papyrus. 2002.

CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valeria; MONTENEGRO, Aline. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. *Antropologia urbana*. Gilberto Velho (org.), Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, p. 80-87, 1999.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto. 2003.

DELEUZE, Gilles. *A imagem-tempo: cinema II*. Tradução Eloísa de Araújo Ribeiro. São Paulo: Brasiliense, 2007.

FISCHER, Julianne; CUNHA, Cinara Marli. Ensino de Arte e Leitura de Imagem. In: IX Congresso Nacional de Educação - EDUCERE e o III Encontro Sul Brasileiro de Psicopedagogia - ESBPp, 2009, Curitiba. *Anais... IX Congresso Nacional de Educação - EDUCERE e o III Encontro Sul Brasileiro de Psicopedagogia - ESBPp*. PUCPR: Curitiba, 2009.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 1986.

_____. *Microfísica do Poder*. Organização, introdução e Revisão Técnica de Roberto Machado. 1977

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. A favela que se vê e se vende: Reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.2, n.65. 2007.

FREIRE, Paulo. *A Importância do Ato de Ler: em três artigos que se completam*. São Paulo: Editora Cortez, 2011.

GARCIA, Fernanda Ester Sánchez. Curitiba imagem e mito: reflexão acerca da construção social de uma imagem hegemônica. *Dissertação* (Mestrado). Rio de Janeiro: IPPUR-UFRJ. 1993.

GASTAL, Susana. *Turismo, imagens e imaginários*. Aleph, 2005

GUERREIRO, Goli Sales. A cidade imaginada: Salvador sob o olhar do Turismo. *Revista Gestão e Planejamento*. Salvador, ano 6, n. 11, p. 06-22, jan./jun. 2005.

JOBIM E SOUZA, Solange. O olho e a câmera: desafios para a educação na época da interatividade virtual. *Revista Advir*, Rio de Janeiro, n. 15, p. 75-81, set. 2002.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 11 ed. Campinas: Papyrus, 2007.

JORNAL FALA ROÇA (site). *Rocinha é apagada do mapa oficial de turismo da Riotur*. 2017. Disponível em: <http://www.falaroca.com/rocinha-e-apagada-do-mapa-oficial-de-turismo-da-riotur/>. Acesso em: 08 nov. 2018.

KALAOUM, Fausi. *Usos e abusos do turismo no Vidigal: Territórios e atividades turísticas no morro pós UPP (2012/17)*. 2018. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas). Seropédica: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ. 2018.

NÚCLEO DE GEOTECNOLOGIAS DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (LABGIS). *Folheto da RIOTUR distribuído a turistas tira favelas da geografia da cidade*. 2017. Disponível em: <<https://www.labgis.uerj.br/noticias/folheto-da-riotur-distribuido-a-turistas-tira-favelas-da-geografia-da-cidade>>. Acesso em: 08 nov. 2018

LIMA, Luana Nunes Martins de. A apropriação da cultura pelo turismo, a revalorização e ressignificação das identidades culturais. *GEOgraphia*, v. 12, n. 24, p. 150-166, 2011.

LÖWY, Michael. Walter Benjamin: aviso de incêndio. *Uma leitura das teses "Sobre o conceito de História"*. São Paulo: Boitempo, 2005.

MACHADO, Arlindo. *A ilusão especular: introdução à fotografia*. Brasiliense/Funarte, 1984.

MAIA, Paulo Cezar. Imagens da história a contrapelo. *Terceira Margem*, v. 12, n. 18, p. 157-173, 2008.

MIKLOS, Dilson. Poéticas do olhar: uma práxis pedagógica a contrapelo de captura do mundo. *RevistAleph*, n. 29, 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO - MTUR. *A importância da imagem para o destino turístico*. 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5388-a-import%C3%A2ncia-da-imagem-para-a-divulga%C3%A7%C3%A3o-do-destino-tur%C3%ADstico.html>>. Acesso em: 11 mar. 2018.

MORAES, Antonio Carlos Robert. *Ideologias Geográficas*. São Paulo: Hucitec, 1996.

MORAN, José Manuel. *Educar o Educador*. 2009. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/prof/moran/site/textos/tecnologias_eduacao/educar.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2017.

NEMÉZIO, Núbia França de Oliveira, OLIVEIRA, Fernanda Gomes de. A representação das favelas no mapeamento e informação do turismo no Rio de Janeiro. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo IV ENANPARQ, 2016, Porto Alegre. *Anais... IV ENANPARQ*, Estado da Arte. Porto Alegre, 25-29 julho 2016. Org.: Claudia Costa Cabral, Carlos Eduardo Comas. Porto Alegre: PROPAR/UFRGS.

NOVAES, André Reyes. Uma Geografia Visual? Contribuições Para o Uso das Imagens na Difusão do Conhecimento Geográfico. *Espaço e Cultura*, UERJ, Rio de Janeiro, n. 30, p. 6-22, jul./dez. 2011.

O GLOBO (site). *Folheto da RIOTUR distribuído a turistas tira favelas da geografia da cidade 2017*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/folheto-da-riotur-distribuido-turistas-tira-favelas-da-geografia-da-cidade-21806418>>. Acesso em: 08 nov. 2018

OLIVEIRA, Amanda Nunes de, NEIVA, Ivany Câmara. A Feiura por trás da Sociedade do Espetáculo. *Revista Cenário*, v. 4, n. 7, p. 11-26, 2016.

PEREIRO, Xerardo. Imagens e narrativas turísticas do “outro”: Portugal-Galiza, Portugal- Castela e Leão. In: Pardellas, X. (dir.): *Turismo e natureza na Eurorrexión Galicia e norte de Portugal*. Vigo: Universidade de Vigo, p. 57-79. 2005. Disponível em: <<https://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/5609/1/6.%20image%20ns%20e%20narrativas%20tur%20c%20dsticas%20do%20outro%20portugal%20galiza%20castilla.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2018.

PREFEITURA DE ARMAÇÃO DOS BÚZIOS. *Plano Diretor de Armação dos Búzios*. 2006.

REDES DE DESENVOLVIMENTO DA MARÉ (REDES); OBSERVATÓRIO DE FAVELAS. *Guia de ruas*. Maré. 2014. Disponível em: <http://redesdamare.org.br/wp-content/uploads/2014/05/GuiaMare_26mai.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2018.

REDE MOBILIZADORES (Site). Prefeitura do Rio mantém comunidades fora de mapas oficiais dados a turistas. 2017. Disponível em: < <http://www.mobilizadores.org.br/noticias/prefeitura-do-rio-mantem-comunidades-fora-de-mapas-oficiais-dados-a-turistas/>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

RIO ON WATCH. A exclusão está no mapa. 2017. Disponível em: <<http://rioonwatch.org.br/?p=28263#prettyPhoto>>. Acesso em: 08 nov. 2018

RIOTUR – Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro. *Revista Guia do Rio*. 2016.

RODRIGUES, Milena Manhães. *Rasa e as imagens do turismo: Olhares quilombolas (Armação dos Búzios – RJ)*. 2019. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. 2019. Disponível em: <http://pos.eicos.psicologia.ufrj.br/wp-content/uploads/2019_MEST_MILENA_MANH%C3%83ES_RODRIGUES-1.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2019.

SANTOS, Maria do Carmo Lorena. *Imagens de um destino turístico: o caso de Cabo Verde*. In: *Forum Sociológico. Série II. CESNOVA*, 2008. p. 69-77.

SARDELICH, Maria Emilia. Leitura de imagens, cultura visual e prática educativa. *Cadernos de pesquisa*, v. 36, n. 128, p. 451-472, 2006.

SEEMANN, Jörn. Mapeando culturas e espaços: uma revisão para a geografia cultural no Brasil. *Geografia: leituras culturais*. Goiânia: Alternativa, p. 261-284, 2003.

TUAN, Yi-Fu. Sight and Pictures. *Geographical Review*, v. 69, p. 413-422, 1979.

URRY, John. *O olhar do turista*. Studio Nobel, 1996.

WANG, Caroline; BURRIS, Mary Ann; PING, Xiang Yue. Chinese village women as visual anthropologists: A participatory approach to reaching policymakers. *Social science & medicine*, v. 42, n. 10, p. 1391-1400, 1996.

WARREN, Samantha. Photography and voice in critical qualitative management research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18, p.861-882, 2005.

A COMUNICAÇÃO COMO ELO ENTRE O TURISMO, A HISTÓRIA E MEMÓRIA DO PATRIMÔNIO MISSIONEIRO

Carmen Regina Dorneles Nogueira

Juliana Rose Jasper

Mariana Nogueira Henriques

Nadir Lurdes Damiani

Introdução

O processo de conquista e colonização da América do Sul por europeus teve início com a chegada dos padres jesuítas em um acordo entre reis católicos com o Papa da época. Através da catequese dos indígenas poderiam garantir a posse das terras para a coroa. Nesse processo, os jesuítas entram pelo que hoje é território paraguaio, mas na época, território espanhol, a partir de 1609, fundando São Inácio Guaçu, o primeiro povoado de indígenas da etnia Guarani que seria administrado pelos jesuítas. Na sequência foram fundando outros povoados em território que hoje compreende Argentina, Paraguai e Brasil, perfazendo um total de 67 povoados, dos quais 30 efetivamente se estruturaram e se desenvolveram. Sendo que hoje, tem-se 15 sítios arqueológicos em território argentino (Província de Misiones e de Corrientes), oito no Paraguai (Departamento de Itapuã) e sete no Brasil (Estado do Rio Grande do Sul).

Na região missioneira, hoje pertencente ao Brasil, a presença dos jesuítas teve dois momentos distintos: a primeira

Fase Missioneira (1626-1641) durante a qual foram implantados 18 povoados ou reduções e a segunda Fase Missioneira (1682-1768) integrada pela implantação de sete povoados ou reduções que foram conhecidas como “Sete Povos das Missões”. Os primeiros povoados fundados pelos jesuítas foram destruídos pelos bandeirantes paulistas, entre 1636 e 1638, que, além de saquear e roubar o gado das reduções, levaram os indígenas para serem vendidos como escravos nas lavouras açucareiras. Deste primeiro período não restou nenhum vestígio/ruínas históricas, pois os povoados foram exterminados pela resistência indígena em relação aos colonizadores europeus e aos ataques dos bandeirantes que vinham em busca do gado que foi deixado solto pelo amplo território, formando grandes rebanhos, que representavam importante fonte de renda para o povo missioneiro.

A segunda fase missioneira inicia-se em torno de 40 anos depois, em 1682, quando as invasões dos bandeirantes deixaram de ser ameaça. A partir daí, os jesuítas que haviam fugido para o que hoje é território argentino com medo dos ataques dos bandeirantes, retornam trazendo um novo modelo construtivo e de produção. Foi o início da formação dos Sete Povos das Missões, de 1682 a 1706, (São Francisco de Borja, São Nicolau, São Luiz Gonzaga, São Miguel Arcanjo, São Lourenço Mártir, São João Batista e São Ângelo Custódio) onde permaneceram até sua expulsão pelo então ministro português, Marques de Pombal. Os Sete Povos das Missões desenvolveram-se, tornando-se independentes e autossuficientes. Seu planejamento em relação a sua organização/ distribuição espacial vinha pronto da Espanha, seguindo os moldes do que eram chamados de sistema ortogonal ou “damero” por se assemelhar a um tabuleiro de jogo de damas, tendo limite no número de

habitantes de cada povoado para que não os jesuítas não perdessem o controle dos mesmos.

As reduções jesuítico-guarani eram administradas por padres jesuítas em conjunto com um conselho de caciques Guarani que formavam o Cabildo. No auge do desenvolvimento da “evangelização” nas reduções, eram produzidos: instrumentos musicais, couro, erva mate, algodão, cevada, trigo, cana de açúcar, milho, mandioca, abóbora, batata doce, grão de bico, frutas, legumes, verduras. Nas fundições produzia-se o ferro e o aço. A produção era para subsistência do povoado sendo que o excedente era da produção era vendida na Europa e nos países da América.

Após a decadência da civilização implantada pelas Reduções Jesuítico-Guarani, pelo Tratado de Madri, Guerra Guaranítica e pela expulsão dos jesuítas, teve início o novo modelo de sociedade e desenvolvimento econômico na região das missões com a abertura de frentes pioneiras de colonização e com a chegada dos imigrantes europeus de diferentes etnias, especialmente alemães, italianos, poloneses, russos, que passaram a ocupar as terras públicas ainda não colonizadas, a partir do século XIX.

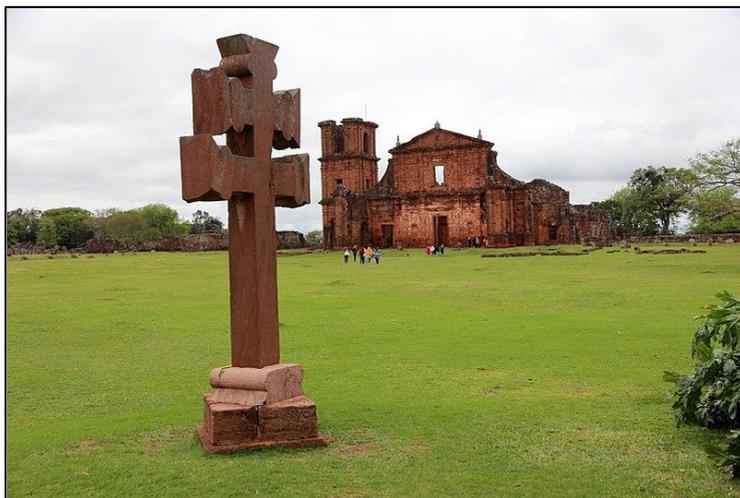
Resultado dessa história compartilhada forjou-se o conjunto patrimonial da Região das Missões Jesuítico-Guarani. Localizado em uma região Transfronteiriça, engloba remanescentes dos antigos “Trinta Povos das Missões” dentre os quais sete foram tombados pela UNESCO como Patrimônio da Humanidade. São eles: São Miguel Brasil; Sant’ Ana, San Ignacio, Loreto e Santa Maria, na Argentina; além de Jesus e Trinidad no Paraguai. Integrado por bens culturais materiais e imateriais de grande significado histórico e cultural, este patrimônio possui grande potencial para o turismo. A oferta de

produtos turísticos que integrem os sítios arqueológicos da Argentina, do Brasil e do Paraguai é considerada como uma das alternativas à dinamização da economia, a integração e o desenvolvimento regional. Considerando este contexto, o presente trabalho visa reconhecer a importância da comunicação para a divulgação dos atrativos turísticos e consequente preservação da História e Memória das Missões Jesuítico-Guarani e foi realizado a partir de pesquisa bibliográfica e documental.

Patrimônio e turismo

Os remanescentes materiais e imateriais das Reduções Jesuítico-Guarani existentes na Região Transfronteiriça das Missões possuem grande atratividade turística, uma vez que as peculiaridades de seus sítios despertam a curiosidade de inúmeros visitantes ávidos em conhecer a história e o modo de vida da Civilização Jesuítico-Guarani. A riqueza do patrimônio histórico-cultural regional engloba 15 sítios arqueológicos em território argentino (Província de Misiones e de Corrientes), oito no Paraguai (Departamento de Itapuã) e sete no Brasil (Estado do Rio Grande do Sul), conforme pode ser observado nas imagens dos Sítios das Antigas Reduções Jesuítico-Guarani (figuras 1 a 13).

Figura 1: São Miguel (Brasil).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 2: São Nicolau (Brasil).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 3: São Luiz Gonzaga (Brasil).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 4: São Lourenço – Brasil



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 5: São João (Brasil).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 6: Santo Ângelo (Brasil).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 7: São Borja (Brasil).



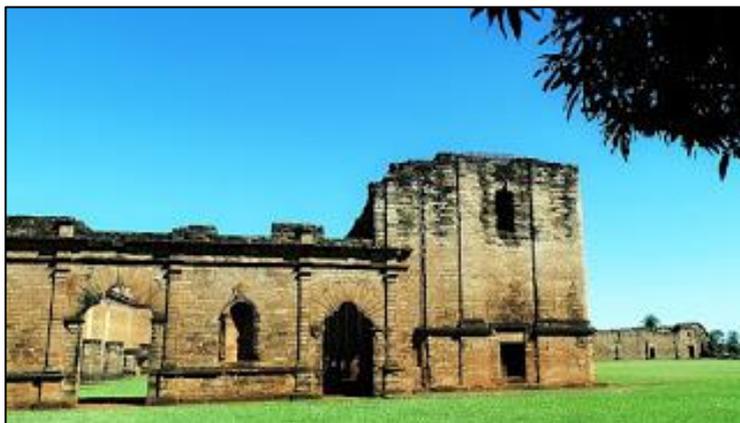
Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 8: Trinidad (Paraguai).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 9: Jesus (Paraguai).



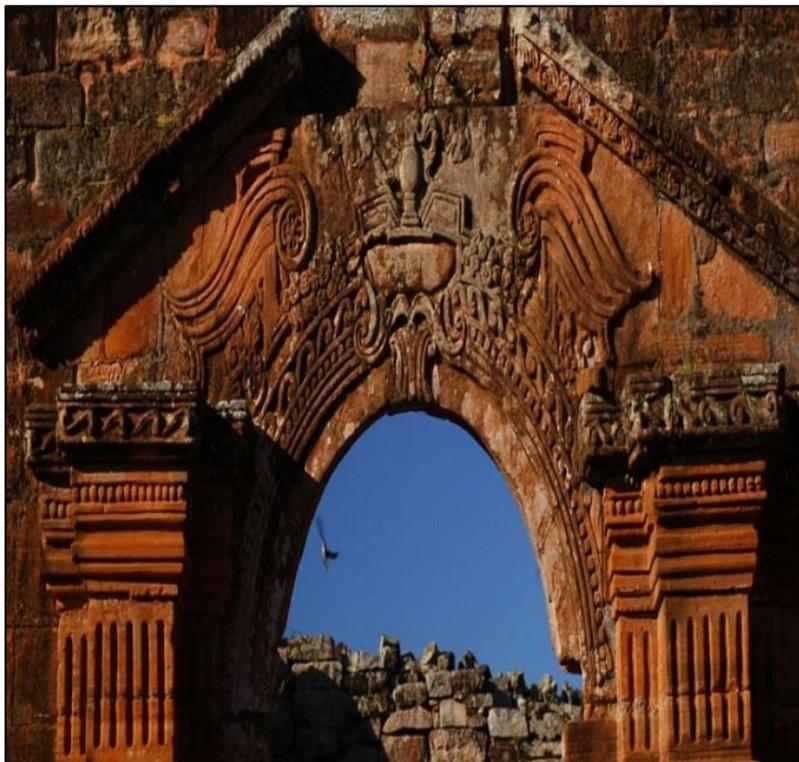
Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 10: Santa Maria (Argentina).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 11: San Ignácio Mini (Argentina).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 12: Loreto (Argentina).



Fonte: Portal das Missões (2019).

Figura 13: Sant’Ana (Argentina).



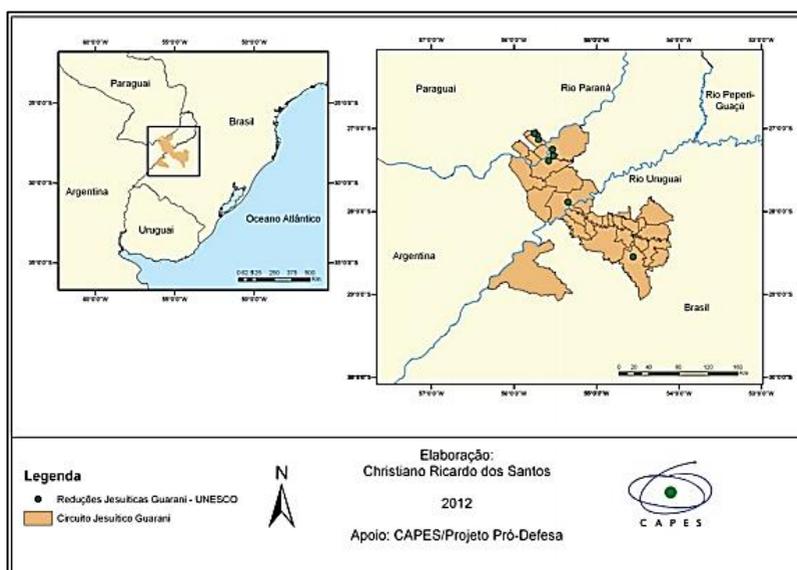
Fonte: Portal das Missões (2019).

Dentre estes sítios, sete foram tombados como Patrimônio Histórico da Humanidade (mapa 1): São Miguel no Brasil, cujo destaque é dado ao templo da antiga redução; San Ignacio, onde se evidencia o conjunto integrado pela igreja, o colégio, a casa dos padres, as oficinas, o cemitério além das portas; Sant’Anna, com ênfase aos muros do colégio, das oficinas e da quinta; Loreto, onde se vê as paredes da igreja em meio a vegetação; e Santa Maria, onde são encontrados parte dos muros do colégio. Na Argentina; Jesus, cuja igreja foi reconstruída. No Paraguai, Trinidad, que possui um dos mais completos conjuntos da estrutura da redução. (NOGUEIRA, 2007).

Dos “Sete Povos” implantados em território que, hoje, pertencem ao Brasil, permanecem vestígios/ruínas em São Nicolau (município de São Nicolau); em São Lourenço Mártir (município de São Luiz Gonzaga); em São João Batista (município do Entre Ijuis), tombados como Patrimônio Nacional e em São Miguel Arcanjo (município de São Miguel das

Missões), declarado como Patrimônio Histórico da Humanidade, além dos vestígios menos evidentes em Santo Ângelo e São Luiz Gonzaga. Destaca-se que o sítio de São Miguel é o único patrimônio tombado como patrimônio da humanidade na região sul do Brasil.

Mapa 1: Localização das reduções tombadas pelo Patrimônio Histórico da Humanidade – UNESCO.



Fonte: Santos e Ruckert (2014, p. 1110).

Considerando o exposto, constata-se que o patrimônio em destaque na região em tela é aquele integrado pela herança cultural do povo Jesuítico-Guarani, ou seja, o patrimônio cultural. Sua preservação possibilita o resgate da memória local e regional que além de servir ao conhecimento do passado, são testemunhas da experiência vivida pelos povos. Moletta (2000,

p. 09) destaca que o patrimônio cultural, é tudo o que “é criado pelo homem e quando alterado, perde seu valor; necessita de constante preservação e conservação”. Sua proteção legal, no Brasil, é feita através de instrumentos jurídicos dentre os quais se destaca o tombamento. As principais políticas de proteção ao patrimônio foram implantadas a partir da década de 1930. O Decreto-Lei Federal nº 25 de 30/11/1937 institui a organização e proteção do patrimônio histórico e artístico nacional.

Nesse sentido, segundo Dias (2006, p.50) “entende-se o espaço que ocupa o patrimônio cultural- material e imaterial- por um território em que determinada comunidade exposta às tentativas e possibilidades de homogeneização cultural filia culturalmente seus membros”. O autor entende o patrimônio cultural como sentido e simbolismo da identidade cultural de uma comunidade, seja qual for a sua dimensão: local, regional ou nacional. Nesse contexto, Funari e Pinsky (2009) chamam atenção para a aproximação do patrimônio com o turismo – atividade que teve origem no século XVII, quando as famílias mandavam seus filhos para estudar fora. Com as viagens aprendiam outros idiomas e costumes de outros povos, compravam obras de arte e visitavam monumentos antigos a exemplo do fórum de Roma. No século XIX as viagens foram, aos poucos, ganhando forma de negócio, intituladas de turismo, que gerava emprego e divisas e lucro para numerosos países. O turismo, portanto, é um produto da sociedade capitalista industrial que cresceu sob o impulso de diversas motivações, as quais estão inseridas o consumo de bens culturais.

No turismo cultural a motivação que leva o viajante a determinado lugar é o interesse pelo patrimônio cultural, seja material ou imaterial. Nesse sentido, para Dias (2006, p. 46):

o grande motivo para o deslocamento dos turistas é o patrimônio cultural que é a essência do turismo cultural, que por sua vez é capital cultural de grande valor para as comunidades, por representar um produto turístico que bem administrado, pode durar infinitamente. No Brasil o patrimônio cultural é procurado pela necessidade de afirmação da identidade do povo, diante da globalização.

Podemos dizer então, que o turismo cultural “é o acesso ao patrimônio cultural, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade, sendo assim, o turismo cultural não busca somente lazer, repouso e boa vida” (MOLETTA, 2000, p. 09). Ou seja, o turismo cultural pode, também, ser fonte de renda e empregos, movimentando a economia.

Outra conceituação para o turismo cultural pode ser vista a partir de Costa (2009), como sendo aquele ligado ao objetivo de visita a lugares com atrativos culturais. Os bens culturais materiais visualizados e tangíveis e os intangíveis tocados pelo sentimento da comunidade, são importantes no cenário cultural e que poderão insuflar as atratividades na cidade, potencializando o turismo. Assim o turismo cultural quando bem planejado pode trazer a “inter-relação com preservação, educação, por meio do patrimônio cultural” (COSTA, 2009, p. 39), ou seja, o turismo pode auxiliar na preservação do patrimônio, cujos bens culturais são originários da cultura local, provocam visitas e aprendizado através das mesmas.

Neste contexto, Funari e Pinski (2009) destacam que o Brasil é um dos locais mais conhecidos por suas belezas naturais, porém, ainda deficitário no que tange um trabalho nas instituições culturais para atrair turistas. Nesse sentido, a comunicação tem muito a contribuir especialmente no que

concerne a divulgação do patrimônio cultural brasileiro e sua distribuição geográfica, já que pode desempenhar um papel fundamental no processo de difusão das informações sobre turismo, cultura e patrimônio cultural do País.

Comunicação e turismo

A comunicação é inerente ao ser humano. Desde o início dos tempos as pessoas precisam se comunicar e encontrar modos de transmitir suas experiências. Nesse sentido, dizemos que a comunicação possui uma dimensão simbólica e antropológica fundante do ser humano. Por outro lado, está cada vez mais relacionada com um viés mercadológico, político e social. Por esse motivo, Valdetaro (2015) compreende a comunicação como algo que auxilia em diversos aspectos sociais, presente em todos os espaços, de diferentes formas e formatos. Bordenave (2005) ao conceituar comunicação explica que esta serve para as pessoas se relacionarem entre si e, a partir dessa relação, uma altera a realidade da outra. Assim, através da comunicação é possível compartilhar experiências, ideias, sentimentos, conhecimentos, informações e tudo aquilo que torna o mundo um espaço inteligível.

De acordo com Prado (2005) essa necessidade de se relacionar com o meio e com os outros pode ser considerada uma das várias motivações que levam um indivíduo a viajar, a conhecer lugares, culturas e pessoas. O hábito das viagens, no entanto é muito anterior ao que hoje se conhece por Turismo. Para Machado (2015), no início da humanidade os seres humanos já se deslocavam em busca das necessidades básicas para sua sobrevivência, para a conquista de territórios ou

melhores condições de vida. Ainda de acordo com a referida autora, as histórias de suas trajetórias eram, então, registradas em desenhos nas cavernas, que são consideradas as primeiras comunicações de deslocamentos realizadas pelo ser humano. Esses processos –deslocamentos e comunicacionais- se intensificaram ainda mais com os avanços dos meios de transporte e das tecnologias.

A década de 1950, no pós-guerra, pode ser considerada o grande momento do desenvolvimento do turismo, quando esse passa a ser considerado como um setor econômico fundamental e, a partir daí, se consolida profissionalmente. Esse período coincide ao surgimento dos meios de comunicação de massa, que facilitaram e intensificaram a divulgação do processo turístico, que passou a ser considerado, também, como um “produto de uma sociedade capitalista com desejos e motivações que as levam ao consumo cultural, de diversão, negócios” (PRADO, 2005, p.5).

Com base nesse contexto, os diferentes meios, como jornal, televisão, revistas e internet, passam a valorizar temáticas relacionadas ao turismo, a partir de sessões que incentivem a prática, relatos de viajantes, reportagens que mostrem curiosidades e pontos turísticos ao redor do mundo. A comunicação, nesse sentido, desempenha um importante papel de divulgar, fortalecer e desenvolver o turismo. Além disso, é capaz também de sugestionar destinos e roteiros, divulgando informações sobre determinado local ou região, de modo com que se tornem uma opção dos turistas.

Entre as diferentes opções, uma dessas opções é o turismo cultural e histórico como é o caso da Região Transfronteiriça das Missões. Assim sendo, outro papel a ser desempenhado pela comunicação é auxiliar a divulgar e preservar o patrimônio e a

memória, como forma de preservar e desenvolver a história, atuando, ainda no apoio e fortalecimento da cidadania e identidade. Nesse sentido, a comunicação, através dos diferentes materiais que pode produzir, tem a tarefa de difundir informações sobre o patrimônio cultural, seus significados pra a comunidade em que está inserido, seus aspectos históricos, sua preservação e importância como elemento social, cultural e econômico de uma sociedade.

Assim, ao considerar-se o patrimônio cultural do conjunto patrimonial da Região Transfronteiriça das Missões, o papel da comunicação reveste-se de uma importância ainda maior uma vez que há que se “dar a conhecer” a um patrimônio integrado por bens culturais materiais e imateriais pouco conhecidos e distribuídos em territórios de três países: Argentina, Brasil e Paraguai. Para tanto há que se lançar mão de um eficiente plano de *marketing* com utilização de vídeos, folhetos, mapas, sites, redes sociais para divulgar e informar sobre a região e seus atrativos propiciando um conhecimento prévio às pessoas que desejam empreender viagens para a mesma.

Por outro lado, mesmo tendo conhecimento prévio, a comunicação na cidade e nos atrativos visitados também é fundamental para uma boa experiência turística. Isso é salientado por Pires e Alvares (2005), ao destacarem que para o bom uso do patrimônio no turismo a informação eficaz e instrutiva do atrativo no local visitado é fundamental para obter uma experiência enriquecedora aos visitantes. Além disso, outros recursos como banco de dados, catálogos e centros multimídias, são importantes em uma viagem. De acordo com o Lima (2003), o turista espera o novo e precisa de informação e orientação durante a visita, mesmo que já tenha buscado se instruir anteriormente sobre o sítio visitado.

Nesse sentido, através da comunicação utilizada, pode ser estimulada uma nova forma de olhar o patrimônio e mostrar a identidade do local. Para Albano e Murta (2002), a interpretação do patrimônio possibilita esse olhar e pode ainda sensibilizar e provocar diversas emoções nos visitantes. Assim, conforme os autores, podem ser utilizados diversos meios e manifestações artísticas da comunicação, do teatro, da poesia, do desenho, e da escultura, construindo seus veículos (placas, painéis, mapas, centros culturais, entre outros), para conseguir a interação com o visitante. Freire e Pereira (2002, p 127) complementam que

O método interpretativo, o lugar, além de se expor naturalmente à apreciação do público, pode falar por si mesmo e explicar sua identidade. Utilizando-se de diferentes fontes de conhecimentos e formas de comunicação, o ambiente interpretado convida e facilita ao visitante chegar mais perto, experimentar, interagir, conhecer, aprovar ou criticar a dinâmica cultural daquele contexto. A interpretação preocupa-se com a relação morador/ visitante e propõe que todos usufruam de paisagens, objetos, monumentos e momentos de presença no lugar, ao invés de consumi-lo apressadamente, como algo descartável e de fácil substituição.

Por fim, vale destacar que, para Albano e Murta (2002) ao proporcionar uma comunicação eficaz para os visitantes, pode ocorrer uma maior apreciação do atrativo, o que pode aumentar o tempo de permanência dos turistas nos lugares, bem como novas visitas e ainda, auxiliar na preservação do patrimônio.

Conclusão

Considerado como um dos mais importantes conjuntos arquitetônicos, históricos e arqueológicos do Mercosul, os remanescentes materiais dos antigos povoados missioneiros ou reducionistas, organizados em território espanhol, durante o período colonial, integra hoje, territórios do Brasil, da Argentina e do Paraguai. Nesses países, localizam-se 30 sítios arqueológicos, remanescentes de 30 Reduções Jesuíticas ou 30 Povos Missioneiros. Dentre eles, Sete foram declarados pela UNESCO como Patrimônio Histórico Cultural da Humanidade, estando quatro deles localizados em território argentino, dois em território paraguaio e um em território brasileiro.

Esse patrimônio regional é constituído por bens culturais imóveis, móveis, materiais e imateriais de grande significado histórico e cultural para as cidades, estados e países onde se localizam. No entanto faz-se necessário resgatar o valor do espaço sócio cultural Guarani-Jesuítico, levando-se em consideração uma perspectiva antropológica e globalizadora, com ênfase na análise do processo histórico em que se concretiza e não somente nos testemunhos materiais. Assim, a história e a memória darão uma dimensão mais profunda ao conhecimento.

O valor do conjunto das reduções Jesuítico-Guarani adquire maior relevância quando é considerado numa perspectiva do patrimônio comum ao bloco do Mercosul, como nenhum outro, uma vocação regional originária, uma herança histórica compartilhada e uma projeção de identidade política, social, econômica e cultural integradora. Além do valor universal que significam alguns sítios, também seus valores do ponto de vista histórico e artístico, o conjunto patrimonial na

integridade e complexidade de suas múltiplas manifestações é um acervo cultural de primeira ordem para os países onde estão localizados.

Este patrimônio que a Região das Missões concentra, deve ser considerado como elemento fundamental na consolidação da identidade regional e sua projeção na dimensão e no cenário nacional como destino turístico, histórico, cultural, religioso e de eventos. Visitar as Missões é desvendar a formação milenar nativa da América Latina e do povo gaúcho. Os fatos ocorridos nesta região são dignos de ser conhecidos mundialmente e o turismo cultural é uma das oportunidades de promoção deste conhecimento.

Nesse contexto, a comunicação insere-se como elemento fundamental no auxílio à difusão e propagação não apenas do patrimônio em si, mas de todos os aspectos que se relacionam a ele. A partir *do marketing* cultural e dos diversos produtos que podem ser desenvolvidos, como folhetos, comerciais, sites, vídeos, mapas, entre outros, a comunicação tem o papel de divulgar a história, memória e cultura de determinado local. Além disso, deve ser capaz, também, de difundir determinado patrimônio, sua importância social, política e econômica e, com isso, a necessidade de preservação para que seja apreciado também por gerações futuras.

Referências

ALBANO, Celina. O sentido da interpretação nas cidades do ouro: São João Del Rei e Tiradentes. In: ALBANO, Celina; MURTA, Stela Maris (orgs). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: UFMG, 2002. 288p.

ALBANO, Celina; MURTA, Stela Maris (orgs). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: UFMG, 2002. 288p.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O que é Comunicação*. São Paulo: Brasiliense, 2005. O que é Comunicação. São Paulo: Brasiliense, 2005.

DIAS, Reinaldo. *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. 3. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.

FREIRE, Doía e PEREIRA, Lígia Leite. História oral, memória e Turismo Cultural. In: ALBANO, Celina; MURTA, Stela Maris (orgs). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: UFMG, 2002. 288p.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (orgs). *Turismo e Patrimônio cultural*. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2009. 2 reimpressão.

LIMA, Carlos. Turismo Cultural: que formação? In: CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos; GASTAL, Susana (orgs) Francisco. *Turismo na pós-modernidade (des) inquietações*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. 288p.

MACHADO, Andréia Ramos. Comunicação e turismo: Um panorama sobre a forma de comunicação do Turismo da pré-história ao tempo atual. In: 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015, Porto Alegre. *Anais*. Porto Alegre: Alcar, 2015.

MOLETTA, Vania Florentina. *Turismo Cultural*. 2 ed. Porto Alegre: SEBRAE, 2000.

NOGUEIRA, Carmen Regina Dorneles Nogueira. *Turismo no Mercosul. Circuito Internacional das Missões Jesuíticas*. São Paulo:

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Departamento de Geografia, Curso de Pós-Graduação em Geografia, 1999. Dissertação.

PIRES, Fabiana Mendonça; ALVARES, Lucia Capanema. A Interação entre o patrimônio cultural e o visitante: A Sinalização Interpretativa nos casos de La Pedrera, Barcelona e da Casa do Baile, Pampulha. ANPTUR *Anais...* 2005. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais_2005/Artigo_03.pdf>. Acessado em: 29.08.2017

PRADO, Janice Juliano. A Importância da Comunicação no Desenvolvimento Turístico Estudo de Caso: Município de Rio Grande / RS. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Intercom, 2005.

SANTOS, Christiano Ricardo dos e RÜCKERT, Aldomar Arnaldo. TURISMO, FRONTEIRA E TERRITÓRIO: UMA ANÁLISE DO TERRITÓRIO TRANSFRONTEIRIÇO MISSIONEIRO. In: I Congresso Brasileiro de Geografia Política, Geopolítica e Gestão do Território. *Anais...* Porto Alegre: Editora Letral; Rio de Janeiro: REBRAGEO, 2014,

VALDETTARO, Sandra. *Epistemología de la Comunicación. Una introducción crítica*. Rosário-Argentina: UNR Editora, 2015.

IMAGENS FUNDANTES DO NORDESTE: de região açucareira, algodoeira-pecuarista aos espaços idílicos de lazer litorâneo

Frederico do Nascimento Rodrigues

Eustógio W. C Dantas

Introdução

Esse artigo representa fragmento de reflexão maior que consiste em uma tese, o objetivo central do texto consiste numa tentativa de discutir/apresentar as imagens fundantes do Nordeste brasileiro (açucareiro, algodoeiro-pecuarista, do agronegócio e do turismo)¹. Para isso realizou-se levantamento bibliográfico em livros, dissertações, teses e periódicos que deram suporte teórico ao pensamento aqui construído, exposto e trabalhado. Realizou-se levantamento de dados em sites do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Banco do Nordeste (BNB), para complementar metodologia aplicou-se estudo diacrônico do espaço, na busca de entender as várias fases em que passa o Nordeste, que vão das atividades tradicionais, até as mais recentes como agronegócio e turismo.

¹Os autores do artigo atualmente trabalham na perspectiva do surgimento de nova imagem fundante do Nordeste, que sai de região do atraso e da dependência energética para de maior produtora de energia eólica. Hoje por conta de sua posição geográfica favorável, o Nordeste é agraciado com ventos alísios intensos e constantes que permitem que a região ganhe notoriedade, pois aqui concentra-se maior número de aerogeradores de energia eólica em território nacional, mas como ainda é tese não finalizada procuramos se abster desse debate aqui.

O artigo está dividido em três tópicos representativos das “imagens fundantes do Nordeste”, primeiro apresenta-se o Nordeste açucareiro do início da ocupação portuguesa no século XVI, tendo a primeira capital do país fixada no Nordeste, Salvador – BA. Nesse contexto, observa-se a Zona da Mata especializada na produção de açúcar, de outro lado tem-se o sertão que se debruça na pecuária e na produção de algodão. Essas atividades imprimem forte dinâmica econômica, política e tecnológica, fazendo com que o complexo nordestino divida-se em duas grandes sub-regiões: a faixa úmida do litoral oriental e o interior semiárido, esses sistemas econômicos caracterizam os primórdios da colonização.

No segundo tópico mostra-se processo de criação da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste, em 1959, sendo colocado nesse artigo como momento em que a região vivencia projeto “modernizador”. A SUDENE é efetivada num período onde se vislumbra fortes pressões e intensos movimentos sociais que eclodem com força na região, cuja população reivindica situação de abandono em que se encontrava o Nordeste. A SUDENE emerge com Celso Furtado à frente, tendo por objetivo identificar os principais problemas da região, planejar formas de superá-los e apontar quais os mecanismos mais eficazes para desenvolver econômica e socialmente a região.

No terceiro e último tópico, apresenta-se a construção de imagem positiva da região. Em meio às limitações físico-geográficas que são impostas, surge então um Nordeste virtuoso e de possibilidades, pautado numa tecnologia de ponta que se concentra no semiárido e cerrado nordestino dando possibilidades para difusão do agronegócio. De outro lado, observa-se corrida para os espaços idílicos litorâneos onde se

desenvolvem atividades ligadas ao lazer e ao turismo. Nesse sentido, confirma-se teoria de Dantas (2002), que aponta a formação de dois quadros simbólicos no Nordeste, um mais antigo que fortalece as imagens negativas relacionadas ao semiárido nordestino, que beneficia oligarquia algodoeira-pecuarista e o segundo agora mais recente, que coloca em prática novo discurso que apresenta semiárido por outro prisma relacionando-o a uma virtualidade. Nesse sentido, constrói-se imagem positiva do Nordeste, dessa vez relacionada aos empresários inseridos no agronegócio e no turismo litorâneo, surge então dois Nordeste um pautado no agronegócio de frutas e grãos associado as planícies fluviais e regiões de maciços e outro pautado no turismo que imprime dinâmica aos espaços litorâneos.

O Nordeste açucareiro, algodoeiro-pecuarista

Quando se pensa em Nordeste a imagem que vem à tona é de uma região de atividades tradicionais, que desenvolve a cultura de cana-de-açúcar, algodão e pecuária. De uma sociedade marcada por características patriarcais, região das oligarquias, dos coronéis que em espaços específicos como Zona da Mata, campo e cidades litorâneas desenvolveu de forma ardilosa o escravismo, que nutriu por muitas décadas imaginário de que o sertão é por excelência espaço tradicional que deu origem ao Nordeste. Andrade (1964, p.6), tece algumas características do que se convencionou chamar de Zona da Mata, Sertão e Agreste, a tríade que compõe a paisagem nordestina. Segundo o autor na Zona da Mata, encontra-se clima quente e úmido, com duas estações bem definidas, uma chuvosa outra seca; no Sertão denota-se clima quente e seco,

características que periodicamente põe a vegetação em estado de dormência, acomete os animais e forçam os homens migrarem, entretanto, pode-se vislumbrar área de transição denominada Agreste, com trechos quase tão úmidos quanto a Zona da Mata e outros quase tão secos como o Sertão. É nesse contexto que Silva *et al* (2006, p.43), aponta um Nordeste não-homogêneo, mas diversificado no que se refere as regiões geográficas,

[...] a zona da mata, sustentáculo da oligarquia canavieira (senhores de engenho) e dos boias-frias, o sertão cerne da oligarquia algodoeiro-pecuarista (coronéis) e dos sertanejos, atualmente há apontamento de novo discurso, pautado na virtualidade do semiárido, fortalecedor das políticas desenvolvimentista que redimensionam a região, fragmentando-se em função da sua “vocaçãõ” turística e agrícola.

Júnior (2006, p.67), aponta que o Nordeste “nasce da construção de uma totalidade político-cultural como reação à sensação de perda de espaços econômicos e políticos por parte dos produtores tradicionais de açúcar e algodão, dos comerciantes e intelectuais a eles ligados”, para o autor a região Nordeste apresenta-se como uma rugosidade do espaço nacional, que emerge a partir da consolidação de alianças de força, cujo objetivo era barrar o processo de integração nacional iniciado pelo Centro-sul.

Evidencia-se que não existe apenas um Nordeste, mas vários, cada um com profundas diferenciações entre si, realidade essa apontada por diversos autores (ELIAS, 2006). Em décadas pretéritas o cenário predominante no semiárido nordestino era de um espaço inóspito de clima quente e seco, má distribuição de chuvas, de longos períodos de estiagens, onde se observa paisagem composta pela caatinga, vegetação xerófitas, solos rasos/pedregosos e população rarefeita. No entanto, apesar

dessas características naturais que denotam imagem negativa do que vem a ser Nordeste, vislumbra-se fator geográfico natural imperioso no que diz respeito a questão hidrológica, o rio São Francisco, cuja nascente encontra-se em Minas Gerais e toca os estados da Bahia, Pernambuco, Alagoas e Sergipe desaguando no Oceano Atlântico.

Tal realidade proporciona desde épocas remotas ocupação humana diferenciada, numa região cheia de limitações físico-geográficas denominada sertão (RAMOS, 2006). É no Sertão nordestino que se concentra o clima Tropical Semiárido, que tem como características (já mencionadas) a baixa incidência de chuvas, ou até mesmo a ausência dessas em intervalos de tempo que podem ser curtos ou prolongados, realidade típica no cotidiano difícil do sertanejo, que nos remete à Euclides da Cunha que dizia em seu clássico os *Sertões* de que “o sertanejo antes de tudo é um forte”. O espaço sertanejo remete a “interior” e de acordo com Holanda (1995, p.101) quando se fala em “interior” pensa-se como no século XVI, onde se observa uma região escassamente povoada atingida pela cultura urbana, ou seja, evidencia-se que o sertão nordestino apresenta-se como região do atraso se comparada as áreas urbanas do país, segundo Alves e Dantas (2016, p.9) o “sertão durante muitos anos foi visto como imagem representativa de Nordeste”. Nesse sentido, Júnior (2006, p.111), destaca que José Américo e Raquel de Queiroz, embora enfatizem em seus escritos o litoral, apontam o sertão “como espaço tradicional por excelência” sendo a partir dele que se originou o Nordeste.

O Nordeste vivenciou circuito econômico virtuoso no início da ocupação do território nacional pelos portugueses no século XVI, sendo Salvador – BA a primeira capital. Nesse período tem-se destaque para a produção açucareira, apontada

por Furtado (2007, p.106) como “o negócio colonial agrícola mais rentável de todos os tempos”. Observa-se que nos primórdios justifica-se uma racionalidade que favorecia segmentos de uma elite local que despendia energia para o abastecimento do mercado europeu. De um lado tem-se a Zona da Mata, especializada na produção de açúcar, do outro, o sertão, pecuarista e de plantio/ exportação de algodão, atividades que imprimem forte dinâmica econômica, política e tecnológica (DANTAS, 2013), ou seja, pode-se afirmar que o complexo econômico nordestino se divide em duas grandes sub-regiões: a faixa úmida do litoral oriental e o interior semiárido. Essa divisão corresponde grosso modo, aos dois sistemas econômicos constituídos desde os primórdios da colonização: um baseado na produção de açúcar e outro apoiando-se na pecuária (GTDN, 1967), fato que nos leva a constatar a imagem de dois Nordeste, o açucareiro e o pecuarista. Dentro dessa lógica Holanda (1995, p.48), enfatiza que

A boa qualidade das terras no Nordeste brasileiro para lavoura altamente lucrativa da cana-de-açúcar fez com que essas terras se tornassem o cenário onde, por muito tempo, se elaboraria em seus traços mais nítidos o tipo de organização agrária mais tarde característico das colônias europeias situadas na zona tórrida.

Dantas (2013, p.66), explica que no Nordeste criou-se imaginário associado a clima e solos típicos da zona semiárida, dinamizado com a inserção do algodão (ouro branco) que dá notoriedade ao sertão frente à economia internacional durante a Guerra de Secessão, onde EUA fica impossibilitado de atender o mercado europeu, eclipsando dessa forma a Zona da Mata produtora de alimentos (carne seca). No entanto, deve-se reconhecer que a pecuária apresentou-se também como atividade de extrema importância, à medida que foi responsável

pela formação de inúmeras cidades de pequeno e médio porte, que possuíam função de pontos de abastecimento comercial e que até hoje são importantes, do ponto de vista da dinâmica regional, destaque para Aracati – CE, Mossoró – RN, Campina Grande – PB, Caruaru – PE, Feira de Santana – BA.

Nota-se que o dinamismo propiciado pela pecuária, em conjunto ao crescimento das cidades sertanejas, torna-se atrativo para antigos escravos e desocupados da economia açucareira litorânea em declínio. Vislumbra-se que o litoral do período da colonização e que se apresentava como área principal da dinâmica econômica entra em fase de dormência, motivada pelo desenvolvimento do sertão e da pecuária (ALVES; DANTAS, 2016). Nesse sentido define-se a economia do semiárido a partir da pecuária extensiva e de uma agricultura de baixo rendimento. Do ponto de vista da classe trabalhadora à atividade agrícola se apresenta de forma preponderante, mas para a classe proprietária, a pecuária possui maior significado econômico (GTDN, 1967).

A região entra em colapso e num longo período de estagnação, por não conseguir acompanhar as mudanças rápidas vivenciadas pelo país entre o final do século XIX e primeira metade do XX (ARAÚJO; SANTOS, 2009). Nesse contexto, Furtado (2007, p.91) aponta que, “a economia açucareira do Nordeste, com efeito, resistiu mais de três séculos às mais prolongadas depressões, logrando recuperar-se sempre que o permitiam as condições do mercado externo, sem sofrer nenhuma modificação estrutural significativa”. Segundo o autor, a população nordestina desde o primeiro século da colonização estava ocupada em dois sistemas econômicos, açucareiro e o pecuário, para ele,

A decadência da região nordestina é um fenômeno secular, muito anterior ao processo de industrialização do Sul do Brasil. A causa básica daquela decadência está na incapacidade do sistema para superar as formas de produção e utilização dos recursos estruturados na época colonial. A articulação com a região sul, através de cartelização da economia açucareira, prolongou a vida do velho sistema cuja decadência se iniciou no século XVII, pois contribuiu para preservar as velhas estruturas monoprodutoras.

Para entender melhor o Nordeste, é necessário se apropriar de importante conceito geográfico que é Região. Haesbaert (2010, p.94), define que “a região pode ser vista como um artifício ou mecanismo social-intelectual, necessário para o entendimento e, de forma mais ampla e pragmática, para a própria produção de uma nova realidade”. Júnior (2006, p.26), explica que a região não é apenas uma “unidade que apresenta diversidade, mas é produto de uma operação de homogeneização, que se dá na luta com as forças que dominam outros espaços regionais, por isso ela é aberta/móvel e atravessada por diferentes relações de poder”. Para Santos (2013, p.29), compreender o conceito de região,

[...] é uma forma de dar uma resposta local ao processo de expansão capitalista, pois a regionalização decorre de diferentes processos combinados, a saber, a divisão social do trabalho, a acumulação de capital que origina redes e define bases territoriais, a reprodução da força de trabalho, a organização espacial da população e a ação dos processos políticos e ideológicos de dominação usados na manutenção das relações sociais de produção.

Oliveira (1977, p.29), aponta que região é “o espaço onde se imbricam dialeticamente uma forma especial de reprodução

do capital” conseqüentemente transforma-se numa forma espacial de luta de classes, “onde o econômico e o político se fusionam e assumem uma forma especial de aparecer no produto social e nos pressupostos da reposição”. Albuquerque (2006, p.68), aponta que o termo Nordeste começa a ser utilizado como forma de delinear área de atuação da Inspetoria Federal de Obras Contra as Secas (IFOCS), criada em 1919, anteriormente denominada IOCS, ganhou a denominação IFOCS no governo paraibano de Epitácio Pessoa, em 1919, em seguida em 1945 transforma-se em DNOCS, sob o governo de Getúlio Vargas. Mudam-se as siglas, mas a essência e objetivos permanecem os mesmos. Andrade (1983, p.105), aponta que a atuação do DNOCS, em especial nos períodos de seca contribuiu para a construção de estradas, aproximou sertão/litoral e dessa simbiose pode-se observar dinâmica de alguns centros urbanos sertanejos localizados em áreas geograficamente favoráveis. Para Taveira (2015, p.136), o DNOCS teve papel preponderante para amortização dos problemas que envolviam a seca, proporcionou abastecimento de água potável, construção de barragens e açudes em diversos municípios, que mais tarde optaram pelo desenvolvimento do turismo.

Albuquerque (2006, p.68), destaca que o Nordeste surge amalgamado à Região Norte do país sujeito a estiagens, portanto merecedor de atenção especial das políticas públicas federais. Andrade (1993, p.5), destaca que o conceito de Nordeste, a aceitação de que existe uma região com essa denominação surge entre o Brasil Império e a Primeira República, os estados hoje denominados de nordestinos eram classificados como “do Norte”, admitia-se que o país poderia ser fragmentado em duas porções: O Norte e o Sul, a primeira subjugada à segunda.

Castro (1992, p.195), afirma que quando se remete a Região Nordeste, o primeiro elemento a ser identificado e analisado é a seca, que historicamente apresenta-se como o melhor pano de fundo para as articulações e jogadas políticas. De acordo com a autora, desde 1877, ocorre o que ela denomina de “conscientização dos representantes nordestinos”, mas essa realidade vem no sentido de aproveitar e utilizar o fenômeno climático da seca como forma de conseguir investimentos governamentais para à Região. Para a geógrafa essa é uma das faces da “Indústria da Seca”, a outra atua em escala local desviando verbas de emergência às vítimas da escassez hídrica.

Garcia (1987, p.7), também se posiciona quando se fala em Nordeste, de acordo com o autor, à lembrança que surge é a imagem de uma região imersa na miséria, sujeita a secas periódicas que dizima rebanhos, frustra o desenvolvimento agrícola, ocasiona êxodo rural, morte, fome e sede. Vislumbra-se a imagem truculenta dos “coronéis” que mandavam matar e surrar trabalhadores, impedindo-os de formar as ligas camponesas e/ou sindicatos. Há ainda, segundo ele aquele Nordeste associado ao banditismo social/rural, que foi o cangaço movimento que ganhou outro significado, agora com teor romântico, de homens injustiçados que lutavam contra grandes latifundiários, em defesa dos despossuídos da terra.

Andrade (1964, p.3), aponta a Região Nordeste como área vítima das secas cíclicas que desde o período colonial ganha as atenções e verbas do governo em períodos de crise. O autor destaca que a imagem que emerge do Nordeste é o de uma região com grandes áreas de cultivo de cana-de-açúcar que enriquece pequena parcela por meio de uma maioria que vende sua força de trabalho no campo. Outra imagem que vem à tona é

o de uma área subdesenvolvida, com baixas rendas per capita, ou ainda aquela associada as revoluções libertárias.

Dessa forma, conclui-se sem dúvida alguma que são vários os “Nordestes”, que se apresentam sobre os mais diversificados olhares geográficos que o analisam, como bem destaca Garcia (1987, p.8), ao apontar que “Existe vários Nordeste, de características climáticas, humanas e até culturais, diferenciadas entre si. Existe até Nordeste ricos, pequenas ilhas de riqueza incrustadas num imenso mar de miséria”.

Silva *et al* (2006, p.13), afirma que temos dois nordestes, no que tange à demarcação territorial. Um demarcado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, por meio da divisão regional do Brasil feita por Fábio de Macedo Soares Guimarães e outro delimitado para planejamento pela Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE, tendo como objetivo coordenar a aplicação de verbas públicas na região, busca-se salvação do flagelo do subdesenvolvimento. Mobilizou-se corpo técnico para realizar levantamento das possibilidades e necessidades regionais, um estudo demorado e bastante criterioso. Percebe-se que a SUDENE contribui para dinamizar a economia do Nordeste, para o desenvolvimento das indústrias, dos serviços, modernização parcial da agricultura, entretanto, não levou a região a se desenvolver em ritmo semelhante ao país (ANDRADE, 1964; ANDRADE, 1983).

Projeto modernizador para o Nordeste: a atuação da SUDENE

Em meados da década de 1950, observa-se um Nordeste efervescente, onde se vislumbravam fortes pressões e

movimentos sociais que eclodem com rigidez na região. Há uma conscientização/mobilização da sociedade brasileira guiada por forças sociais e políticas que reivindicam situação de abandono secular que passa a região Nordeste, no que tange as políticas nacionais de promoção do desenvolvimento, que vinham ocasionando atraso crescente se comparado as outras áreas de desenvolvimento do país. Nesse contexto, o governo do Presidente Juscelino Kubitschek, associado aos profundos conhecimentos científicos de Celso Furtado dão possibilidades em 1956, para a criação do Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste – GTDN que tinha à frente Celso Furtado, que por meio do documento intitulado “*Uma política de Desenvolvimento Econômico para o Nordeste*”, origina os quatro sucessivos Planos Diretores que balizaram as ações de desenvolvimento da SUDENE que se inicia na década de 1960.

A SUDENE surge em 15/12/59 com o objetivo de identificar os principais problemas da região, traçar formas de superá-los e apontar quais os mecanismos mais eficazes para desenvolver econômica e socialmente a região. O GTDN, foi responsável em apontar pela primeira vez, que os recursos naturais não eram os únicos fatores sobre os quais as ações governamentais deveriam agir, a proposta deveria ir mais além, concentrando-se na reestruturação econômica e social da região (CARVALHO, 2008).

De acordo com Ministério do Desenvolvimento Regional – MDR (2017), a instituição da SUDENE apresentou-se como marco histórico para o desenvolvimento brasileiro sendo uma das conquistas nacionais mais importantes, dando início a uma nova era, delineada pela incorporação progressiva da Região Nordeste seguida da Amazônia. O governo tenta com essas ações manter equilíbrio no desenvolvimento regional do país,

descentralizando as atenções e investimentos que se concentravam nas regiões Sul e Sudeste.

Segundo Dantas (2007, p.11), seguiu-se as orientações da SUDENE fazendo com que o gênero de política se fundamentasse no processo de industrialização que paira sobre o país, sendo considerado única via de desenvolvimento nacional. Esse fenômeno atinge o Nordeste na década de 1960. Para o autor, indica-se a indústria como força motriz da política de desenvolvimento econômico regional, que propicia grosso modo, fracos investimentos na construção de quadro positivo à exploração do turismo. Os governos acabam sendo seduzidos pelo paradigma da industrialização, coloca-se em segundo plano ou simplesmente negligenciam as potencialidades turísticas do Nordeste, fazendo com que nesse período todos os esforços se concentrem na inserção de indústrias. Diante da escassez da oferta de terras adequadas para o desenvolvimento agrícola, apontou-se como única saída a industrialização, tendo em vista que esse processo se apresentou como modelo racional para o restante do país, como forma de abrir caminho para o desenvolvimento, em decorrência da “elevada densidade demográfica da faixa litorânea, para elevar a produtividade do trabalho nessa região é mister aumentar a densidade de capital por pessoa ocupada, o que implica, necessariamente, a industrialização” (GTDN, 1967). Seguindo essa lógica Furtado (2007, p.329), aponta que esse processo

Começou no Brasil concomitantemente em quase todas as regiões. Foi no Nordeste que se instalaram, após a reforma tarifária de 1844, as primeiras manufaturas têxteis modernas e ainda em 1910 o número de operários têxteis dessa região se assemelhava ao de São Paulo. Entretanto, superada a primeira etapa de ensaios, o processo de industrialização tendeu naturalmente a

concentrar-se numa região. A etapa decisiva de concentração ocorreu, aparentemente, durante a Primeira Guerra Mundial, época em que teve lugar a primeira fase de aceleração do desenvolvimento industrial.

A implantação da política de regionalização fundamenta-se no processo de industrialização, buscando justificativa no quadro imagético negativo da região, que se contrapõe à visão romântica contida na literatura regional. O Nordeste emerge como “região problema”, onde as condições naturais predominantes na semiaridez inviabilizam o desenvolvimento de qualquer outra atividade. A opção pela indústria se apresenta como ação estratégica da SUDENE que direciona investimentos maciços do governo federal, cujo intuito é solucionar o desequilíbrio regional existente no país (DANTAS, 2013). De acordo com Carvalho (2008, p.40), a SUDENE mesmo com todo processo de desgaste e fragilização que enfrentou, buscou fazer uma política de caráter desenvolvimentista, tentando proporcionar maior inclusão social e redução às desigualdades interpessoais e inter-regionais de renda. Dessa forma, conseguiu mudar fortemente sua estrutura produtiva, mas em termos sociais não foi bem sucedida.

No Plano Nacional de Desenvolvimento – I PND, vislumbra-se que os investimentos são focados nos setores de siderúrgica, petroquímica, transportes, construção naval, energia elétrica e mineração, em sua segunda edição - PND II é o primeiro documento nacional que aponta o turismo como atividade potencial para o desenvolvimento do Nordeste e demais regiões do país, mas ao mesmo tempo percebe-se que à atividade ainda é vista de forma secundária, em detrimento dos olhares voltados integralmente para o setor industrial (ALVES; DANTAS, 2016). No entanto, o turismo quebra paradigmas e gradualmente se torna num dos principais vetores de mudança

na percepção do que vem a ser Nordeste, apaga-se a imagem da seca e surge a de região das possibilidades, a partir de condutas/ações políticas do governo somadas ao II PND ainda na década de 1970. Pode-se dizer que se inicia processo de modernização do território e das atividades econômicas, pautados não mais nas atividades tradicionais e na indústria, mas sim no turismo e agronegócio.

Uma região de possibilidades: agronegócio e à busca pelos espaços idílicos de lazer litorâneos

O Nordeste se apresenta como uma das cinco regiões geográficas do território brasileiro, com uma superfície total de 1.554.257 km² e 57.254.159 milhões de habitantes (IBGE, 2017). Dessa forma, encontra-se na terceira posição de região mais extensa do país perdendo apenas para Norte e Centro-Oeste. Na Região Nordestina encontram-se características geoambientais do Polígono das Secas, onde se vislumbra a rigidez do semiárido com poucas alterações nas estações, baixos índices de chuvas e elevadas temperaturas que variam de 28°C a 33°C amenizadas pelos ventos alísios. Segundo Castro (1996, p.297), observa-se no Nordeste um duplo discurso relacionado à natureza semiárida. Um é mais antigo e atribui à natureza dificuldades que explicam os problemas socioeconômicos da região. Aponta-se que os problemas são impostos pelo clima como uma das causas fundantes da problemática vivida na região. O outro discurso mais recente aponta a escassez pluviométrica como benéfica, pois dificulta a reprodução de pragas, e tem na grande extensão dos solos um enorme potencial para agricultura irrigada de caráter empresarial denominada de agronegócio, que recentemente inseriu o semiárido e cerrado

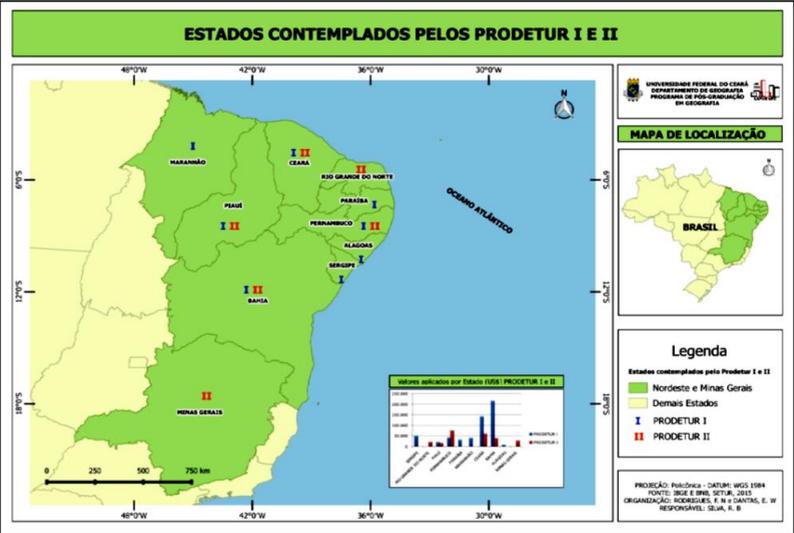
nordestino nos circuitos produtivos da agropecuária globalizada, tornando-os reconhecidamente partícipes nos processos de (re) produção dos espaços agrícolas nacionais. Seguindo essa lógica Elias (2011, p.157) e (2017, p.12) aponta que no Nordeste existem áreas difusoras do agronegócio, em especial na produção de grãos (soja, algodão, café e milho) ou da produção de frutas tropicais, todas voltadas à exportação. Ela classifica essas áreas de Regiões Produtivas Agrícolas – RPAs, a autora aponta que as

[...] microrregiões do Baixo Jaguaribe (CE), Mossoró e Vale do Açu (ambas RN, destaca-se pela produção de frutas tropicais, especialmente melão, banana e abacaxi, tem seu espaço comandado a partir de Mossoró, cidade de porte médio, a segunda mais importante do Estado do Rio Grande do Norte; uma segunda RPA formada pelas microrregiões de Juazeiro (BA) e Petrolina (PE), nacionalmente conhecida por ser um dos primeiros vales úmidos do Nordeste ocupado pela produção intensiva de frutas tropicais, especialmente uva, é uma região comandada a partir da cidade de Petrolina; uma terceira Região Produtiva Agrícola composta pelas microrregiões com destacada produção de soja, Alto Parnaíba Piauiense (PI), Barreiras (BA) e Gerais de Balsas (MA) comandadas, especialmente, por Barreiras, uma cidade de porte médio.

Dantas (2002) ao falar dos discursos que imperam no Nordeste, complementa a teoria de Castro (1996) ao apontar que existem dois quadros simbólicos, um mais antigo que fortalece as imagens negativas relacionadas ao semiárido nordestino, que beneficia uma oligarquia algodoeira-pecuarista. O segundo mais recente, coloca em prática novo discurso, apresentando o semiárido por outro prisma relacionando-o a uma virtualidade. Constrói-se imagem positiva que dessa vez relaciona-se aos

interesses dos empresários inseridos no agronegócio e no turismo. Para Dantas (2013, p.67), a reflexão que envolve o semiárido é retomada, suas virtualidades são evidenciadas no surgimento de dois Nordeste, um do agronegócio e outro do turismo litorâneo. O turismo insere-se na dinâmica dos espaços litorâneos, como é possível vislumbrar no mapa 1; o agronegócio está associado às planícies fluviais, regiões de maciços especializados na produção de frutos e o cerrado nordestino destaca-se com a produção de soja como se pode evidenciar no mapa 2.

Mapa 1: O Nordeste Turístico.

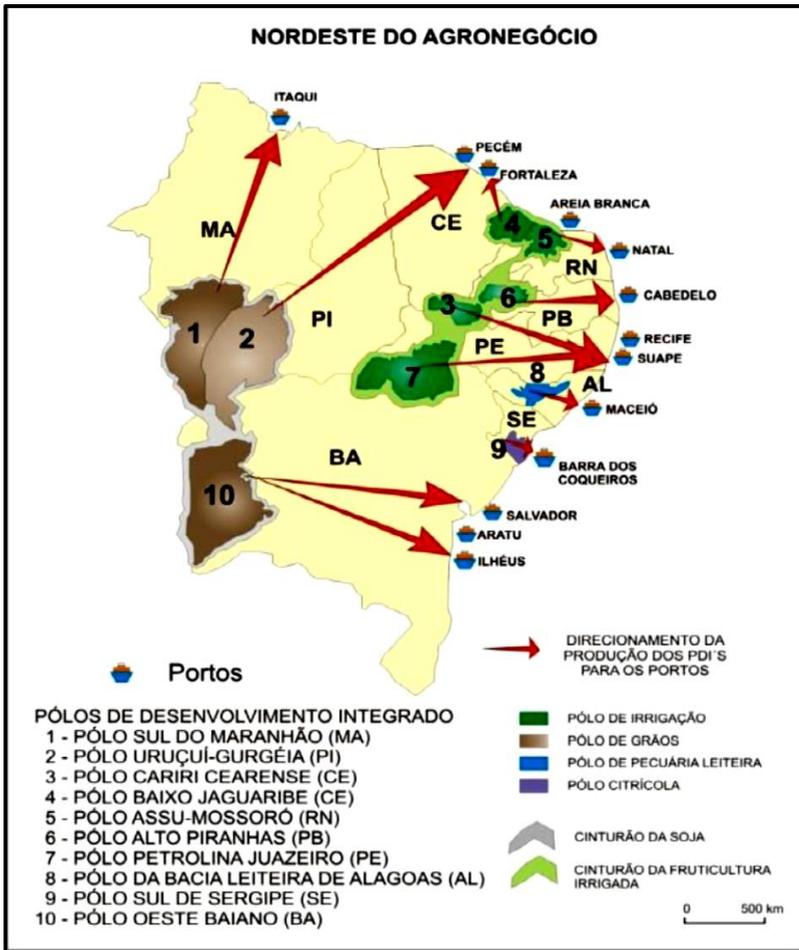


Fonte: IBGE, BNB e SETUR (2015).

Organização: RODRIGUES, F.N e DANTAS, E.W.C.

Elaboração: SILVA, R.B.

Mapa 2: O Nordeste do Agronegócio.



Fonte: DANTAS, EWC (2013)².

² Artigo publicado na Revista Mercator, da Universidade Federal do Ceará – UFC. Metropolização turística em Região Monocultura Industrializada.

Segundo Elias (2017, p.3), um dos grandes objetivos do agronegócio consiste na obtenção de lucro e renda da terra, produz-se diversas mercadorias novas que são consumidas pelo mercado urbano, nacional e internacional. Essa realidade envolve alimentos, *commodities* e agrocombustíveis. O agronegócio globalizado tem como principais agentes as empresas agrícolas, agroindustriais, grandes corporações agroalimentares, agroquímicas, onde se pode visualizar atuação de um dos principais agentes do capitalismo contemporâneo, que é o capitalismo financeiro que se utiliza de vários dos seus instrumentos como fundo de investimentos para acirrar o processo de financeirização da agropecuária abrindo capitais de diversas empresas na bolsa de valores. Dessa forma observa-se que à atividade do agronegócio apresenta-se de forma preponderante e de extrema importância para a região. Elias (2006, p.15), aponta que no Nordeste difunde-se algumas especializações produtivas agrícolas voltadas para à fruticultura tropical e grãos para exportação. Na produção de grãos (soja) a autora destaca o sul do Maranhão, sul do Piauí e oeste baiano. No campo da fruticultura existem duas áreas, a do Baixo Açu - RN que se estende até o Baixo Jaguaribe - CE; e o segundo corresponde a região de Juazeiro - BA/Petrolina - PE. Para a autora, destaca-se nesse contexto cidades como Petrolina – PE e Limoeiro do Norte – CE como cidades do agronegócio da fruticultura tropical; Balsas – MA, Uruçuí – PI, Barreiras – BA e Luís Eduardo Magalhães – BA apresentam-se como cidades do agronegócio da soja.

O pesquisador Ximenes (2019, p.1), em artigo apresentado ao Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste – ETENE, aponta que o agronegócio do Nordeste superou cifras de US\$ 11 bilhões em 2018 com transações no comércio exterior, o que ocasionou superávit de cerca de US\$ 6 bilhões,

fazendo com que a região apresentasse melhor crescimento no país, nota-se alta de 25,40% se compararmos ao ano anterior 2017, o autor aponta que,

[...] o Banco do Nordeste investiu em 2018 no setor primário (agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura) mais de R\$ 7 bilhões, alta de 16,94% em comparação a 2017. Em infraestrutura, os investimentos do Banco do Nordeste totalizaram R\$ 16,47 bilhões, por exemplo, na geração e transmissão de energia elétrica infraestrutura aeroportuária e outros.

O Nordeste contribuiu com 5,88% no superávit das exportações do país em 2018, as outras regiões do país contribuíram com 32,91% (Sul), 29,83% (Centro-oeste), 26,93% (Sudeste) juntas apresentam 89,67% no saldo do comércio exterior do agronegócio. Cerca de 95% das exportações em 2018 foram produtos de origem vegetal, proporcionando saldo de US\$ 5,69 bilhões, tendo destaque os complexos soja, produtos florestais e frutas. O complexo soja (soja em grãos, óleo de soja e farelo de soja) somam 42,31%, os produtos florestais (celulose, papel, madeira, borracha) 27,14%, responsáveis por cerca de US\$ 5,92 bilhões, já a exportação de frutas contabiliza US\$ 382 milhões, a castanha de caju US\$ 116 milhões.

Nesse contexto, percebe-se que ao longo do tempo e da história gradativamente as culturas tradicionais nordestinas como cana-de-açúcar e algodão perdem importância nas exportações, pois entram em cena novos produtos como uva (sem semente), manga (sem fibra), melão, castanha de caju. A introdução de novas culturas e a transformação de produtos nacionais contribuem para a reelaboração e ressignificação de símbolos da agricultura nordestina, agora pautados nos frutos

tropicais, saudáveis e naturais, que estão associados ao clima e à beleza da região que anteriormente se apresentava como “região problema” (CAVALCANTI, MOTA E SILVA, 2006).

De acordo com Alves (2006, p.236), no Nordeste nutriu-se uma preocupação em proporcionar condições para o desenvolvimento da economia em áreas do interior da região, que tradicionalmente tinha baixo rendimento para integrar-se ao mercado nacional e/ou internacional, por meio das exportações. Nesse sentido, o pesquisador enfatiza que foram criados alguns programas para mudar essa realidade como Polo Nordeste, Projeto Sertanejo e o Programa de Irrigação do Nordeste. Monteiro e Aguiar (2006, p.211), apontam que a partir da década de 1950 inicia-se processo de modernização agropecuária, onde se vislumbra “consolidação de complexos agroindustriais e criação de mecanismos estatais como crédito agrícola, incentivo à exportação, à pesquisa e incentivos fiscais [...]”, além das linhas de créditos disponibilizadas pela Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE e do Banco do Nordeste - BNB, cujo objetivo era de financiar projetos de reflorestamento e aprimoramento da pecuária. Somase esse tipo de política estratégica aos projetos hidroelétricos e sistemas modernos automatizados de irrigação, que proporcionam profundas transformações em partes do semiárido e dos tabuleiros costeiros nordestino, agora se apresentando como espaço de produção de frutas frescas, que mantêm fortes vínculos com o mercado nacional/internacional (CAVALCANTI, MOTA E SILVA, 2006).

Nesse contexto, percebe-se que na Região Nordeste existem duas lógicas de organização do território: uma conservadora, que articula a escala local/regional e nacional, definindo um espaço econômico e político que garante

organização social e poder no território, com base nos azares climáticos; e outra modernizadora, que articula a escala local com a internacional, organizando o espaço a partir de imposições de caráter tecnológico e de mercado, com base nas vantagens climáticas (CASTRO, 1996). Dantas (2013, p.65), enfatiza que se assistiu à passagem de um imaginário social/político representativo de uma região produtora de alimentos, mas que sofreu impactos de natureza perversa, para justificar as políticas de industrialização, agora evidencia-se imagem positiva do semiárido, que alavanca investimentos no domínio do agronegócio e do turismo litorâneo, apresentando-se como variáveis inovadoras. Nesse contexto, Elias (2006, p.33), destaca que,

[...] apontaram dez atividades como as de maior possibilidade de inserção competitiva do Nordeste. Três foram escolhidas para dar início ao processo: o agronegócio de frutas tropicais, o agronegócio de grãos, a partir da expansão de uma agricultura intensiva em capital e tecnologia nas manchas irrigáveis e nos cerrados, encabeçada pela iniciativa privada, pelas empresas agrícolas e agroindustriais, que conta com uma série de programa e projetos de incentivos; e o turismo litorâneo, que teve expressivo reforço com o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR).

A economia nordestina vem sendo gradativamente modernizada, em decorrência mais do fortalecimento dos grupos econômicos locais, do Sul, Sudeste e internacionais, do que dos próprios interesses da população regional. Urge a necessidade de políticas econômicas que visem não apenas o crescimento da produção, intensificação da exploração, da mão-de-obra e dos recursos naturais, mas que tenha como centralidade atender as

necessidades básicas da população autóctone (ANDRADE, 1993). Pode-se concluir que a construção de uma imagem positiva do Nordeste, se dá por duas frentes por meio do agronegócio e do turismo litorâneo que dão notoriedade e dinamizam a economia regional.

Dando continuidade à análise, agora debruçando-se no turismo litorâneo é preciso entender que a formação territorial do Nordeste, pode então ser analisada a partir de um movimento pendular de desenvolvimento de suas economias, que permitem a retomada do litoral enquanto área de importância econômica, em relação ao sertão, que durante muitos anos, foi visto como a imagem representativa do Nordeste. O desenvolvimento urbano das capitais nordestinas, juntamente com atividades ligadas ao lazer, vilegiatura e ao turismo litorâneo foram elementos preponderantes para a construção de nova imagem para a região.

O que se tinha era um imaginário social nordestino construído pelas antigas oligarquias agrárias que apontavam a região como vítima de um quadro social perverso relacionado à seca e a semiaridez. Dessa forma, esse quadro natural era responsável pelos problemas de ordem econômica, social e regional como a miséria, subdesenvolvimento, fome e atraso da inserção nordestina na dinâmica da economia nacional e global (ALVES, 2013).

A corrida para áreas litorâneas deu-se em virtude da mudança de mentalidade de uma sociedade que passa a valorizar as zonas de praia por meio de atividades ligadas ao lazer (caminhadas, nado, banhos de sol), vilegiatura marítima e mais recentemente o turismo e esportes náuticos como o *kitesurf*, o que Dantas (2011) denomina de práticas marítimas modernas, fazendo com que se imprima nova dinâmica as zonas de costa. Os fatores históricos de ocupação do território brasileiro,

sobretudo o litorâneo, seguiu tendência mundial, onde se ocupou predominantemente áreas próximas as zonas de praia.

De acordo com o censo demográfico do IBGE – 2010, percebe-se que 26,58% da população concentra-se em municípios situados na zona costeira brasileira. Parte significativa dessa população ocupa-se em atividades ligadas diretamente/indiretamente ao turismo, produção/extração de petróleo, gás natural, pesca e serviços que se enquadram dentro da lógica econômica dos municípios. Nesse contexto, Madruga (1991, p.14) utiliza o conceito de litoralização para definir essa “corrida para o mar, ampliando em dimensões o território desta zona, com ocupações provocadas pela urbanização, industrialização e pelo turismo”.

O termo litoralização, foi utilizado pela primeira vez em 1990 no XI Encontro de Geógrafos do Ceará. De forma mais específica, esse termo foi definido pelo autor (Madruga) como um processo organizado de incorporação do litoral ao mercado de terras e a “indústria turística”. Com a adoção das políticas públicas provocou-se a valorização artificial da terra e nesse sentido observa-se a desterritorialização gradual dos antigos habitantes e dentro dessa lógica produz-se uma paisagem litorânea artificializada a partir da construção de segundas residência, empreendimentos imobiliários-turísticos, salinas, campos de extração de petróleo, complexos eólicos, estruturas que concomitantemente ocasiona sérios impactos de cunho social e ambiental.

É preciso ter em mente que todas as atividades humanas que se concentram em aglomerações urbanas próxima à zona costeira exercem pressão sob o meio natural, por isso torna-se necessário estabelecer áreas de preservação e proteção ambiental cujo objetivo é garantir a conservação de variadas

espécies animais e vegetais. Apenas dessa forma, pode-se ter uso sustentável dos recursos naturais encontrados no mar, manguezais, restingas, dunas e demais ambientes costeiros. Luchiari (1992, p.1), destaca que dentro dessa relação sociedade x natureza deve-se fazer abordagem de determinadas características que envolvem o social, econômico, político e ambiental. A autora enfatiza que “não se pode pensar exclusivamente no aspecto social ou se ter como meta uma posição radicalmente preservacionista”, para ela o problema que se apresenta não é mais “se devem ou não recriar as paisagens, mas de que maneira isso pode ser alcançado com responsabilidade e com base na percepção e na experiência dos usuários”. Nesse sentido, observa-se que por muitos anos o litoral nordestino predominou-se o uso da pesca artesanal realizada por meio da jangada e de importante usuário, o pescador também conhecido como jangadeiro. Para Aquino (1985, p.89),

O jangadeiro é um tipo bastante diverso do trabalhador rural. Corajoso e independente, qualidades estas que os dias passados manobrando a jangada no alto mar lhe imprime, é tido como preguiçoso, pois em terra firme não gosta de se dedicar a outras atividades.

Nesse contexto, Urry (2001, p.52) afirma que nas aldeias antigas, a pesca constituía-se a principal atividade econômica, as casas eram construídas dando as costas para o mar que se apresentava como espaço do trabalho, da labuta e definitivamente não era ambiente valorizado pela elite. O mar efetivamente era para pescar, não para se contemplar por meio das atividades de lazer, as zonas de praia eram o que Corbin (1989) definiu de “território do vazio” e do medo.

Nesse sentido, Dantas (2007, p.269), afirma que até o segundo quartel do século XX, as praias eram o reino quase que absoluto dos usuários e dos usos ligados à atividade pesqueira. No entanto, paulatinamente as zonas de praia absorvem novos usos e usuários, tal fenômeno dar-se-á pelo viés da valorização das zonas de costa pela elite. Esta valorização, segundo o autor insere-se numa lógica mais ampla de transmutação de mentalidade que se origina no Velho Mundo (Europa), permitindo dessa forma a efetivação de novas práticas litorâneas. O autor pontua que essas práticas, grosso modo, não impõem grandes transformações na paisagem, pois estão ligadas às práticas de tratamento da saúde, aos passeios em noite de lua cheia. A ocupação/urbanização das zonas de praia inicia-se a partir da adoção de novas práticas marítimas pela elite como os banhos de mar e a vilegiatura marítima. Dantas (2007, p.270) destaca que,

Com o advento de uma sociedade de lazer, o processo de incorporação das zonas de praia se amplia. De espaços tradicionalmente ocupados por pescadores e lugar de habitação dos pobres passa-se à sua valorização como espaços de lazer e de habitação das classes de alto poder aquisitivo, fato que culmina na construção de calçadões e de residências desse segmento da sociedade ao longo da praia.

Pereira (2012, p.17), aponta que o século XX foi pedra angular nesse processo de urbanização paralela à linha de costa, institui-se a partir da disseminação da valorização do litoral, processo esse fundamentado na inserção das funções de lazer associadas ao mar e ao marítimo no cotidiano da sociedade urbana brasileira. De acordo com o autor, no Brasil do século XX, inaugurou-se o urbanismo e paisagismo das praias urbanas em função do lazer e do bem-estar das elites.

Para Pereira, Dantas e Gomes (2016, p.13), a transição entre o fim do século XIX início do XX traz consigo o desejo pelo mar que ganha tônica verdadeira. Dá-se a implementação das práticas marítimas modernas no Brasil, o que possibilita aproximação gradativa da sociedade local aos espaços litorâneos. Os banhos de mar inicialmente eram de cunho terapêutico, a sociedade local se aproxima de forma tímida do litoral, paralelo a esse movimento, assiste-se outro o da vilegiatura marítima, na década de 1990 temos o turismo litorâneo associados aos banhos de sol e mais recentemente nos anos 2000, a inserção/produção de complexos eólicos.

No Brasil à atração pelos espaços litorâneos, pode ser explicada por mudanças ocorridas pelos novos desejos das elites europeias, posteriormente as americanas, que se manifestam no final do século XVIII. Segundo Schossler (2010, p.67), na Europa do século XVIII difundiu-se entre os enfermos práticas variadas de tratamento de doenças a partir das águas termais, com intuito de cura ou milagre. O tratamento era recomendado por médicos ou especialistas em hidrologia, com objetivo de atenuar reumatismos, tosses, gota ou tratar da saúde das mulheres.

Segundo a pesquisadora pode-se dizer que “[...] os banhos praticados em águas de estâncias termais, sanatórios, casas de banho e balneários tiveram como pioneiros os ingleses, que foram, igualmente, os precursores na criação de estruturas balneárias, incorporadas, posteriormente, por alemães e franceses”. Boyer (2003, p.22), destaca que no início do século XVIII em Bath – Cornualha (Inglaterra), “tomar as águas não era mais uma obrigação, mas um prazer mundano”. O autor aponta a figura de Richard Nash como personagem que revolucionou o sucesso termal, “o valor das águas era atestado

pelos médicos e pelas análises das águas; banhos, duchas e bebidas foram regulamentados, o tratamento durava vinte e um dias, a prática terapêutica consistia na sufocação por imersão”.

Pires (2001, p.4), diz ter sido “um certo Dr. Russel” que no século supracitado, torna-se figura central no que diz respeito aos méritos do banho de mar, fazendo com que posteriormente surja as estâncias costeiras como alternativa. No caso do Brasil o mar é descoberto à medida que ocorrem substanciais mudanças nos modos de viver ocidentais. A visita frequente às praias brasileiras como as do Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Natal, Fortaleza torna-se um fenômeno de massa pós-segunda guerra. Na análise de Pires (2001, p.56), pode-se destacar fragmento importante determinando que,

O início do prestígio das águas para saúde e dos banhos de mar começou com a própria vinda da Família Real e, ao que parece, foram seus membros os maiores propagandistas, na proporção em que, por exemplo, outros integrantes do Palácio e a população em geral, se dispuseram a tomar águas minerais e banhos salgados.

Na Região Nordeste, só apenas no final da década de 1990, a atividade turística ganha notoriedade, isso se deve as mudanças intensas de como conceber economia e política. Observa-se novas formas de atuação dos Estados, o que representa transformações significativas que guiam para uma nova trajetória da economia da região (PEREIRA; DANTAS; GOMES, 2016), vislumbra-se o turismo como tábua de salvação. Cabe destacar baseando-se em Santos (2013, p.148), que já na década de 1970 o Nordeste apresentava-se como promissor na atividade turística, nascia nos governos nordestinos a ideia de explorar a atividade.

Aragão (2005, p.50), aponta que na década de 1970 período conhecido como “Milagre Econômico” associava-se desenvolvimento à crescimento industrial, ou seja, só era possível desenvolver-se por meio de massiva industrialização, o autor aponta que,

Por seguir esse pensamento, os militares não consideravam o turismo como potencial atividade geradora de divisas no modelo de desenvolvimento adotado. Os fluxos turísticos para a Região Nordeste eram predominantemente internos e a cidade de Salvador se sobressaía por já ter se comportado como destino turístico no final dos anos 1960. Mesmo assim, considera-se também ter sido na década de 1970 que começaram a aparecer os primeiros interesses dos governantes nordestinos em transformar os seus litorais em produto turístico voltado aos preceitos econômicos, pelo seu potencial mercadológico já comprovado em outros países.

O turismo se desenvolve graças ao binômio publicidade-propaganda, essa junção permite formar opiniões internas na escala local e externas em âmbito regional, nacional e internacional. Como exemplo, Dantas (2002, p.57) apresenta Fortaleza capital do Ceará que teve suas opiniões internas marcadas pela criação de uma consciência turística, que busca convencer a população autóctone da vocação turística do Estado (Ceará) e da própria Metrópole (Fortaleza). Por outro lado, tem-se a opinião externa, marcada pelo reforço da imagem turística da cidade, que é apresentada como paraíso para os turistas que vem em busca de “consumir” as paisagens litorâneas. Dessa forma, constrói-se imagem para difundir o processo de modernização em evidência no Ceará, tenta-se obscurecer quadro comprometedor de uma imagem trágica associada ao

imaginário social da seca que impedia o desenvolvimento do turismo.

A década de 1990 é pedra angular nesse processo, pois assiste-se o desenrolar de programas que se voltam para o turismo, pode-se aqui destacar políticas públicas federais em consonância ou não com esfera estadual e/ou municipal, que tinham por objetivo melhoria da infraestrutura nordestina, em especial municípios litorâneos de relevância turística, pode-se destacar a política de “Megaprojetos turísticos” em seguida o PRODETUR/NE, a primeira busca ampliar a infraestrutura hoteleira regional, já a segunda pretende aperfeiçoar aspectos da infraestrutura básica e de acesso, bem como aprimorar o sistema institucional de gestão da atividade turística (TAVEIRA, 2015).

É nesse contexto que emerge o divisor de águas que é o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR-NE), financiado com recursos do BID e tendo o Banco do Nordeste como órgão executor. Nota-se injeção de grandes investimentos, cujo objetivo é de melhorar a infraestrutura turística como saneamento, transportes, urbanização; implantar projetos de proteção ambiental e do patrimônio histórico e cultural; capacitar profissionais e fortalecer as administrações de estados e municípios da região. De acordo com Silva *et al* (2006, p.24), na primeira fase do PRODETUR-NE entre os anos de 1995 a 2003, foi previsto investimento de 900 milhões de reais para os estados nordestinos, quantia distribuída diferencialmente entre os estados, Bahia fica com maior parcela 300 milhões, em seguida o Ceará com 160 milhões o que totaliza 51% do volume de recursos totais.

Por meio do programa que atua em escala regional, incorpora-se as zonas de praia dos municípios litorâneos à

lógica de valorização turística. As capitais nordestinas têm papel preponderante no processo, pois acabam sendo transformadas em ponto de recepção e de distribuição do fluxo turístico, sofrendo intensa urbanização nos espaços litorâneos. Observa-se planejamento que se desenvolve em função das atividades de lazer que se concentram no litoral metropolitano nordestino, fato que se efetiva nos anos 1990 justamente quando o PRODETUR-NE investe centenas de milhões de dólares na produção de um espaço mais fluído capaz de inserir o Nordeste no circuito mundial dos lugares visitados por estrangeiros (PEREIRA, 2012). Moraes (1987, p.179), aponta que o processo de urbanização se dá de forma acelerada e “as metrópoles capitalistas são a melhor expressão desse processo [...], a Metrópole em particular é um exemplo privilegiado das contradições desse modo de produção” o autor ainda destaca que,

[...] é evidente que a forma metropolitana de organizar o habitat humano, não é certamente, a mais adequada para a saúde mental e física dos indivíduos. Sendo uma imposição do capital, sua existência e multiplicação não poderia ser mesmo um resultado da vontade coletiva dos homens residindo aí todo o processo de alienação espacial do homem metropolitano.

Na análise de Cordeiro, Bento e Brito (2011, p.356), pode-se dizer que durante séculos a cana-de-açúcar permitiu ao Nordeste posição de destaque no cenário nacional, realidade que se inverte no início do século XX com o processo de industrialização brasileiro, fazendo com que a região perca importância. Dessa forma percebe-se que a resposta para reerguer a economia da região, estava dentro do seu próprio território, ou seja, por meio do turismo litorâneo.

O litoral nordestino, tem a seu favor para o desenvolvimento do turismo extensa linha de costa, que apresentam variados tipos de paisagens e espaços singulares para a exploração da atividade, como destaque temos os estados Bahia, Ceará, Pernambuco e Rio Grande do Norte, que apresentam metrópoles mais dinâmicas e processo de turistificação consolidado em seus interstícios urbano-litorâneos. A Região Metropolitana de Salvador - BA apresenta maior extensão com 298 km; já os litorais das Regiões Metropolitanas de Fortaleza - CE, Recife - PE e Natal - RN apresentam respectivamente 159 km, 118 km e 78 km.

Agora o Nordeste tem mais um desafio pela frente, tenta solucionar a maior catástrofe ambiental que já ocorreu ao longo da história, um imenso vazamento de óleo desde agosto de 2019, onde não se sabe a origem. Em menos de 2 meses 250 locais foram atingidos ao longo de 2.500 km de costa, prejudicando e matando animais, ecossistemas e economia da região. A dinâmica turística poderá ser afetada, tendo em vista que toda a zona de costa nordestina apresentou problemas ambientais com as manchas de óleo. Deixamos aqui a reflexão, a culpa é de quem?

Conclusão

O Nordeste passa por diversificadas fases que contribuem para fomentar sua imagem associada as atividades econômicas, que vão das tradicionais até as mais modernas como agronegócio e o turismo. Em tempos pretéritos o Nordeste dividia-se em duas grandes sub-regiões, a faixa úmida do litoral oriental e o interior semiárido sistemas econômicos que

caracterizaram o período colonial. Tem-se a Zona da Mata especializada na produção de açúcar e o sertão ligado a pecuária e a produção algodoeira.

Em 1959 com a SUDENE, a região vivencia projeto “modernizante”, este apresenta-se com objetivo central de identificar os principais problemas da região, planejar formas de superá-lo e apontar mecanismos eficazes que possam trazer desenvolvimento econômico e social para região. O Nordeste por muito tempo foi considerado como “região problema” em decorrência de suas limitações físico-geográficas presente no clima semiárido, o que denota a existência de dois quadros simbólicos para a região, um que fortalece a imagem negativa numa tentativa de fortalecer oligarquias ligadas a produção algodoeira-pecuarista. O segundo coloca em prática novo discursos que apresenta o semiárido a partir de outro prisma, relacionando-o a uma virtualidade. As políticas desenvolvimentistas redimensionam a região, fragmentando-a em razão de sua nova função pautada na “vocação” turística e agrícola.

Conclui-se que existem vários “Nordestes” que se apresentam e suas mais variadas formas climáticas, humanas, culturais que se diferenciam entre si. A reflexão que envolve o Nordeste é retomada, suas virtualidades são evidenciadas a partir do surgimento de dois “Nordestes”, um do agronegócio e outro do turismo litorâneo. Dessa forma, percebe-se que ao longo do tempo e da história paulatinamente as culturas tradicionais nordestinas, como a cana-de-açúcar e algodão perdem importância nas exportações, abrindo espaço para produtos como uva (sem semente), manga (sem fibra), melão, castanha e caju. Por meio da introdução de novas culturas e da transformação de produtos nacionais, acaba-se contribuindo na

reelaboração e ressignificação de símbolos da agricultura nordestina, pautados nos frutos tropicais, saudáveis e naturais, associados ao clima e à beleza da região.

Além da difusão do agronegócio no campo, assiste-se ao desenvolvimento urbano das capitais nordestinas, em conjunto com atividades ligadas aos espaços idílicos de lazer litorâneo que apresenta elementos preponderantes para a construção de nova imagem da região. O mar passa a ser descoberto à medida que ocorrem substanciais mudanças nos modos de viver ocidentais, no final da década de 1990 à atividade turística ganha notoriedade no Nordeste por meio do PRODETUR/NE. Observa-se mudanças intensas no modo de conceber economia e política, os governantes nordestinos transformam o litoral em produto turístico em decorrência de seu potencial mercadológico.

Durantes séculos as atividades tradicionais permitiram ao Nordeste posição de destaque no cenário nacional, realidade que se inverte no início do século XX, com o processo de industrialização que faz com que a região perca importância. A resposta para reerguer a economia viria da atividade turística que se mostrou como “tábua de salvação”. Dessa forma, pode-se concluir que as atividades tradicionais fomentaram imagem negativa do Nordeste para justificar sua existência, o que fez com que por muito tempo negligenciasse à atividade turística, ao passo que o agronegócio e o turismo para se desenvolverem, obscureceu a ideia de “região problema” e construiu imagem positiva de um Nordeste rico e de possibilidades.

Referências

ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. *A invenção do Nordeste e outras artes*. 3. ed. Recife: Cortez, 2006. 338 p.

ALVES, Vicente Lemos Eudes. Os cerrados piauienses e sua nova lógica de reprodução capitalista. In: ELIAS, Denise; PEQUENO, Renato. *Difusão do agronegócio e novas dinâmicas socioespaciais*. Fortaleza: Bnb, 2006. p. 235-258.

ALVES, Larissa da Silva Ferreira. *Culturas de ordenamento territorial do turismo das Regiões Metropolitanas de Fortaleza - CE, Natal - RN, Recife - PE e Salvador - BA*. 2013. 297 f. Tese (Doutorado) - Curso de Geografia, Geografia, Universidade Federal do Ceará - Ufc, Fortaleza, 2013.

_____; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. Turismo e região nordeste brasileira: reconfiguração territorial litorânea da Colônia ao II PND. *Geosul*, Florianópolis, v. 31, n. 61, p.7-32, jun. 2016.

ANDRADE, Manuel Correia de. *A terra e o homem no Nordeste*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1964. 266 p.

_____. *As alternativas do Nordeste*. 19. ed. Recife: Universitária, 1983. 123 p.

_____. *O Nordeste e a questão regional*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1993. 70 p.

AQUINO, Aécio Villar de. *Nordeste Agrário do Litoral numa visão histórica*. Pernambuco: Asa Pernambuco, 1985. 112 p.

ARAGÃO, Raimundo Freitas. *Das práticas marítimas modernas à elaboração da imagem turística de Fortaleza/Ceará*. 2005. 132 f.

Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Geografia, Universidade Federal do Ceará - Ufc, Fortaleza, 2005.

ARAÚJO, Tania Bacelar de; SANTOS, Valdeci Monteiro dos. Desigualdades regionais e Nordeste e formação econômica do Brasil. In: ARAÚJO, Tarcísio Patrício de; VIANNA, Salvador Teixeira Werneck; MACAMBIRA, Júnior (Org.). *50 anos de Formação Econômica do Brasil*: Ensaio sobre a obra clássica de Celso Furtado. Rio de Janeiro: Ipea, 2009. Cap. 7. p. 177-200.

BOYER, Marc. *História do Turismo de Massa*. São Paulo: Edufba e Edusc, 2003. 168 p.

CASTRO, Iná Elias de. *O mito da necessidade*: discurso e prática do regionalismo nordestino. Rio Janeiro: Bertrand Brasil, 1992. 247 p.

_____; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. *Brasil*: questões atuais da reorganização do território. Rio Janeiro: Bertrand Brasil, 1996. 468 p.

CAVALCANTI, Josefa Salete Barbosa; MOTA, Dalva Maria da; SILVA, Pedro Carlos Gama da. Transformações recentes nos espaços de fruticultura do Nordeste do Brasil. In: ELIAS, Denise; PEQUENO, Renato. *Difusão do agronegócio e novas dinâmicas socioespaciais*. Fortaleza: Bnb, 2006. p. 117-150.

CORBIN, Alain. *O território do vazio*: A praia e o imaginário ocidental. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. 385 p.

CORDEIRO, Itamar; BENTO, Eloíza; BRITTO, Carlos. Turismo e desenvolvimento sustentável: considerações sobre o modelo de resorts no litoral nordeste do Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p.355-369, dez. 2011.

CUNHA, Euclides da. *Os Sertões*. [Edição especial]. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016. 597 p.

DANTAS, Eustógio W C. METROPOLIZAÇÃO TURÍSTICA EM REGIÃO MONOCULTORA INDUSTRIALIZADA. *Mercator*, Fortaleza, v. 12, n. 2, p.65-84, 30 set. 2013. *Mercator - Revista de Geografia da UFC*.

_____, Eustógio Wanderley Correia. A construção da imagem turística de Fortaleza/Ceará. *Mercator*, Fortaleza, v. 1, n. 1, p.53-60, jun. 2002.

_____, Eustógio Wanderley Correia. *MAR À VISTA: Estudo da Maritimidade em Fortaleza*. 2. ed. Fortaleza: Edições Ufc, 2011. 103 p.

_____, Eustógio Wanderley Correia. O pescador na terra. In: BORZACCHIELLO, José; CAVALCANTE, Tércia; DANTAS, Eustógio. *Ceará: novo olhar geográfico*. 2. ed. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2007. p. 263-279.

_____, Eustógio Wanderley Correia. Imaginário social nordestino e políticas de desenvolvimento do turismo no Nordeste brasileiro. *Geosp: Espaço e Tempo*, São Paulo, v. 5, n. 22, p.09-30, ago. 2007.

ELIAS, Denise. Agronegócio e desigualdades socioespaciais. In: ELIAS, Denise; PEQUENO, Renato (Org.). *Difusão do agronegócio e novas dinâmicas socioespaciais*. Fortaleza: Bnb, 2006. p. 15-21.

_____. Agronegócio globalizado e (re) estruturação urbano-regional. In: XVII ENANPUR, 2017, São Paulo: pp.1 - 16. *Desenvolvimento, crise e resistência: quais os caminhos do planejamento urbano e regional*.

_____. Agronegócio e novas regionalizações no Brasil. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, São Paulo, v. 13, n. 2, p.153-167, nov. 2011.

FURTADO, Celso. *Formação econômica do Brasil*. 34. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 351 p.

GARCIA, Carlos. *O que é Nordeste brasileiro*. 6. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. 92 p.

GTDN, Grupos de Trabalho Para O Desenvolvimento do Nordeste - . *Uma política de desenvolvimento econômico para o Nordeste*. 2. ed. Recife: Sudene, 1967. 93 p.

HAESBAERT, Rogério. *Regional-Global: dilemas da região e da regionalização na Geografia contemporânea*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010. 208 p.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 220 p.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Projeção da População Brasileira*. 2017. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>>. Acesso em: 18 mar. 2019.

_____, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Demográfico*. 2010. Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em: 12 out. 2018.

LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes. *Caiçaras, Migrantes e turistas: a trajetória da apropriação da natureza no litoral norte paulista (São Sebastião - Distrito de Maresias)*. 1992. 214 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia, Departamento de Sociologia, Universidade Estadual de Campinas - Unicamp, São Paulo, 1992.

MADRUGA, Antônio Moacyr. *Litoralização: da fantasia de liberdade à modernidade autofágica*. 1992. 155 f. Dissertação (Mestrado) -

Curso de Geografia, Geografia, Universidade de São Paulo - Usp, São Paulo, 1992.

MORAES, Antônio Carlos Robert; COSTA, Wanderley Messias da. *Geografia Crítica: a valorização do espaço*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1987. 196 p.

MONTEIRO, Maria do Socorro Lira; AGUIAR, Teresinha de Jesus Alves. Ocupação do cerrado piauiense: valorização fundiária e consequências ambientais. In: ELIAS, Denise; PEQUENO, Renato. *Difusão do agronegócio e novas dinâmicas socioespaciais*. Fortaleza: Bnb, 2006. p. 211-233.

OLIVEIRA, Francisco de. *Elegia para uma Re(li)gião: Sudene, Nordeste, Planejamento e conflitos de classes*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1977. 136 p.

PEREIRA, Alexandre Queiroz; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; GOMES, Iara Rafaela. *Lazer na praia: segunda residência e imobiliário turístico no Nordeste*. Fortaleza: Edições Ufc, 2016. 103 p.

PEREIRA, Alexandre Queiroz. *A urbanização vai à praia: contribuições da vilegiatura marítima à metropolização no Nordeste do Brasil*. 2012. 350 f. Tese (Doutorado) - Curso de Geografia, Geografia, Universidade Federal do Ceará - Ufc, Fortaleza, 2012.

PIRES, Mário Jorge. *Raízes do Turismo no Brasil*. São Paulo: Manole, 2001. 236 p.

RAMOS, Soraia de Fátima. Uso agrícola do território e os espaços luminosos da fruticultura no semiárido brasileiro. In: ELIAS, Denise; PEQUENO, Renato. *Difusão do agronegócio e novas dinâmicas socioespaciais*. Fortaleza: Bnb, 2006. p. 151-172.

SANTOS, Jean Carlos Vieira. *Região e destino turístico: sujeitos sensibilizados na geografia dos lugares*. São Paulo: All Print, 2013. 215 p.

SCHOSSLER, Joana Carolina. "Ir às curas": Discurso terapêutico versus práticas de lazer. *Oficina do Historiador*, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p.65-77, jun. 2010.

SILVA, José Borzacchiello da et al. *Litoral e sertão: natureza e sociedade no nordeste brasileiro*. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006. 446 p.

TAVEIRA, Marcelo da Silva. A turistificação de São Miguel do Gostoso: a internacionalização da "cidade dos ventos". *Revista Turismo y Desarrollo Local*, Espanha, v. 8, n. 19, p.1-16, dez. 2015.

URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 3. ed. São Paulo: Studio Nobel, 2001. 231 p.

XIMENES, Luciano. Comércio exterior do agronegócio no Nordeste. *Caderno Setorial Etene: Banco do Nordeste - BNB*, Fortaleza, v. 4, n. 70, p.1-13, mar. 2019.

“SOMOS HERANÇA DA MEMÓRIA”: as narrativas reproduzidas no tour da experiência em Vassouras

Carolina Mara Teixeira

Introdução

O fenômeno turístico, de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), é uma atividade na qual o indivíduo ou um grupo viaja, ou seja, desloca-se, estes denominados de turistas ou excursionista, o primeiro termo é atribuído a quem realiza viagem turística com pernoite e o segundo quem não pernoita. Também é denominado de turista aquele que tem o intuito de visitar uma localidade fora do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano com o propósito de não remuneração por entidades (empresas, estabelecimentos, etc) no lugar visitado.

O desenvolvimento e crescimento da atividade turística no território brasileiro consolidam-se a partir da década de 70, adaptando-se em diversos segmentos definidos pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e reconhecidos pelo Ministério do Turismo (MTUR). De acordo com a OMT, dentro desses segmentos, que abrange cerca de mais de 60 especialidades, há o turismo de massa, turismo de sol e praia, ecoturismo, turismo de base comunitária, turismo cultural, turismo étnico, entre outros.

O turismo, através de seus segmentos praticados e os agentes que fazem acontecer essas atividades, também pode

representar um importante canal de interculturalidade, ao se tornar um meio relevante no encontro de saberes de diversos grupos sociais, o que possibilita a produção cultural e o incentivo de novos nichos específicos no mercado de consumo do turismo (ARAGÃO, 2015).

O fenômeno turístico por ser um canal no processo de trocas culturais pode ser um instrumento de conhecimento de multiculturalidade ou pluralismo, denominação de Canclini (2009), pois segundo o autor “admite-se a diversidade de culturas, sublinhando sua diferença e propondo políticas relativistas de respeito, que frequentemente reforçam a segregação” (CANCLINI, 2009, p. 17).

Assim, o turismo pode ser instrumento de trocas culturais ou reforçar a segregação. A atividade turística também pode ser pensada em seu aspecto cultural em seus diversos segmentos, desta forma, este trabalho se propõe a realizar um estudo sobre o Tour da Experiência, que é parte do projeto Economia da Experiência, desenvolvido em parceria com o Ministério do Turismo, junto com o Sebrae e o Instituto Marca Brasil (IMB), que visa proporcionar uma nova experiência turística ao turista/excursionista, desenvolvendo produtos que despertam a sensação e emoção de ser o protagonista de uma experiência, sendo mais que um indivíduo que contemple o que lhe é ofertado. O tour a ser analisado está presente no município de Vassouras/RJ.

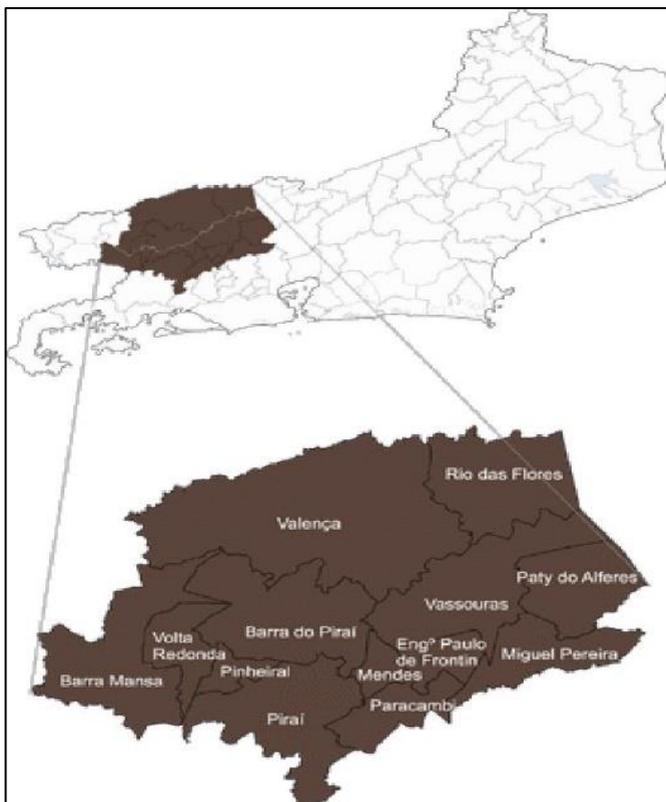
Segundo os dados coletados pelo SEBRAE, o Projeto Economia da Experiência começou a se desenvolver no Rio Grande do Sul, conhecido como a região da uva e do vinho, onde o convívio com a cultura italiana seria patrocinado por meio da colheita da uva. O projeto expandiu-se posteriormente para Belém-PA, cuja experiência estava voltada para a

finalidade de interagir com a cultura local, gastronomia, crenças e cheiros como a dança do carimbó, o Círio de Nazaré, a Igreja da Sé, o açaí entre outros; depois foi implantado em Bonito- MS com o objetivo de garantir maior fruição com o meio ambiente, e na Costa do Descobrimento-BA o objetivo era compartilhar de uma história do descobrimento do Brasil. O programa foi introduzido no estado do Rio de Janeiro, especificamente no município de Petrópolis, através dos Caminhos do Brasil Imperial, direcionada à experiência de resgate da história do Período Imperial Brasileiro, chegando à região do Vale do Café, precisamente no município de Vassouras, com o mesmo intuito, o de despertar emoções e sentimentos, através de uma experiência do turista baseada num resgate histórico (SEBRAE, 2010).

O Tour da Experiência é um selo de certificação que, segundo o MTUR garante aos empreendimentos o reconhecimento de "proposta inovadora" para o turismo, pois se apropriam do conceito da economia da experiência, desenvolvendo assim, produtos e serviços de turismo denominados inovadores, estes voltados para alguma experiência.

Segundo GOMES (2016) a certificação com o selo Tour da Experiência é o resultado de um processo que se dá mediante um contrato, o "termo de adesão", permitindo a inserção do estabelecimento na proposta de Economia da Experiência, a partir daí desenvolvem-se encontros, seminários e capacitação, pesquisa da história e da cultura local, e outras ações referentes que seguem a "cartilha completa do Tour da Experiência" (GOMES, 2016, p.72).

Figura 1: Região do Vale do Café.



Fonte: Cidades Maravilhosas (2002).

A prática turística na região do Vale do Paraíba no estado do Rio de Janeiro, denominado também como Vale do Café, termo este utilizado especificamente pelo Plano Diretor de Turismo (Rio de Janeiro, 2010), compreende os municípios de Paty do Alferes, Paraíba do Sul, Barra Mansa, Engenheiro, Volta Redonda, Paulo de Frontin, Pinheiral, Rio das Flores, Pirai, Pinheiral, Rio das Flores, Piraí, Barra do Piraí, Miguel

Pereira, Paracambi, Mendes, Valença e Vassouras, tem como base principalmente o segmento do turismo rural e do histórico-cultural devido a ocupação da região.

Historicamente, a região do Vale do Café tem esta designação em função das atividades cafeeiras desenvolvidas na época do Brasil Império. Por volta de 1860, o Vale do Café era considerado líder produtor mundial de café e a região representava 75% da produção realizada no Brasil, fruto das diversas fazendas escravocratas que existiam na região dando destaque para o município de Vassouras (LIMA, 2013).

No período imperial a região do Vale do Paraíba marcou história na política e na economia brasileira durante os séculos XVIII e XIX devido a expressiva produção e exportação do café. De acordo com Fridman (2005), Vassouras era a principal cidade do período do Ciclo do Café e sede das principais fazendas cafeeiras (GOMES, MENDONÇA, 2017, p. 33).

A inserção do setor turístico na região do Vale do Paraíba ocorreu com o processo de reurbanização do campo, denominado de novo rural, como trabalhado por Schneider (2010) ao dizer que esse novo rural se apresenta pela pluratividade em seu espaço, em razão espaço, em razão das novas atividades acontecendo no local que foram implantadas em decorrência da ressignificação do "homem do campo", ou seja, a troca da mão de obra deste indivíduo pela a inserção de novas tecnologias como a utilização de maquinários.

O turismo rural e o histórico-cultural que estão sendo desenvolvidos no município de Vassouras ocorrem através de visitas em diversos atrativos turísticos locais, como as antigas fazendas cafeeiras, que são vistas como marcas do

período imperial brasileiro e são reconhecidas como patrimônios e símbolos de história e memória.

Segundo Borges & Magalhães (2017) o turista que busca a prática de lazer através das formas de turismo no espaço rural não necessariamente busca a experiência da vivência no campo, mas sim das atividades que acontecem nesse espaço como acampar, realizar trilhas, arvorismo até mesmo um outro segmento turístico que é o histórico o qual relembre o aspecto rural para experimentar suas peculiaridades como a culinária, a hospedagem, vivências e afins (BORGES, 2017).

Dentre os principais atrativos turísticos da cidade de Vassouras foi possível destacar através da Prefeitura Municipal de Vassouras (2018) mais de 20 estabelecimentos, com o destaque da Igreja Matriz, dos Palácios do Itambé e do Barão de Ribeirão, do Centro Cultural Cazuza, do Museu Casa da Hera, do Mirante do Imperador, o Monumento Manuel Congo, da antiga Estação Ferroviária, do Vagão de Leitura, entre outros.

Na região do Vale do Café 18 estabelecimentos foram certificados com o Selo Tour da Experiência na região do Vale do Café. Para fins desta pesquisa, optou-se como recorte cinco que estão inseridos no município de Vassouras, que são a Fazenda Santa Eufrásia, Hotel Mara Palace, Hotel Santa Amália, Botequim Por Acaso e a Fazenda Cachoeira Grande.

O Tour da Experiência em Vassouras é composto por um conjunto de produtos ofertados nos estabelecimentos com selo do projeto que são: o "*pic nic* na fazenda Santa Eufrasia", que acontece na Fazenda Santa Eufrásia; o "Chá com Eufrásia Teixeira Leite", no Hotel Mara Palace; "A cozinha da Baronesa e o Batuque do Quilombo - Raízes do Brasil Imperial", no Hotel Santa Amália; "Raízes e Viagens por um Brasil Imperial", no

Botequim Por Acaso, e "Visita Histórica e Visita ao Museu de Carros Antigos", na Fazenda Cachoeira Grande.

A experiência proporcionada na Fazenda Cachoeira Grande, com a "Visita Histórica e Visita ao Museu de Carros Antigos" ocorre na visitação, que se inicia no jardim da propriedade e custa cerca de 70 reais, de acordo com Gomes (2016) a atividade só acontece com agendamento de grupos de no mínimo 20 pessoas, onde o guia de turismo conta da história da fazenda, as atividades de produção do café, na época do império, e as outras formas de agricultura como o arroz, após o declínio da monocultura cafeeira. O produto certificado trata-se, além da visitação na fazenda, de um banquete Imperial, que oferece música clássica tocada ao vivo por artistas, sendo os visitantes recepcionados por pessoas com vestimentas de mucamas em alusão da época da escravidão no Brasil (GOMES, 2016, p. 96).

No Botequim Por Acaso, o produto de experiência proporcionado pelo "Raízes e Viagens por um Brasil Imperial" oferece culinária de aspectos regionais e étnicos como "indígena, africana e tropeira". Representando um diferencial sobre os demais produtos certificados por não apresentar os costumes da classe dominante da época, formada pela nobreza, grandes comerciantes de café e proprietários de terra.

O Hotel Santa Amália, com "A cozinha da Baronesa e o Batuque do Quilombo-Raízes do Brasil Imperial" quer despertar no turista uma experiência com atividades que relembram um momento da história: os costumes dos povos quilombolas e as características da cozinha da casa grande. Na primeira parte do momento do tour fica disponível as manifestações culturais da região, como o maculelê, a capoeira, a culinária relacionada aos costumes quilombolas, como o feijão, a couve, a cachaça, a

carne seca, dentre outros. E a segunda parte, quando os visitantes entram no restaurante do hotel, onde é servido a "comida da fazenda", como os chás e bolos, sucessivamente.

O "Chá com Eufrásia Teixeira Leite", no Hotel Mara Palace é uma experiência certificada com o interesse de explorar a história da família Teixeira Leite, como representantes de grandes comerciantes de café e proprietários de terras no período do império na região de Vassouras, tendo a figura de um dos membros da família, a personagem famosa da região, Eufrásia. O produto "Chá com Eufrasia" é baseado no que era servido antigamente, com pratos e músicas na época do Brasil império, entretanto, esses elementos (pratos e músicas) eram contextualizados envolvendo a cultura *belle époque* francesa e não a brasileira.

Na Fazenda Santa Eufrásia, com o "*pic nic* na fazenda Santa Eufrásia", produto este certificado pelo projeto, a experiência que acontece é praticada e encenada propondo um piquenique na fazenda, como hábito que chegou ao Brasil no reinado de D. Pedro II. O tour se inicia na parte externa do estabelecimento com a recepção da guia de turismo caracterizada de "Sinhá", figura a qual os escravos africanos designavam a patroa no período imperial brasileiro, utilizando vestimentas de acordo com a época. A mesma guia ao receber os visitantes utiliza-se de frases que acentuam o sentido de estar sozinha porque suas "mucamas" estão de folga. Os turistas recebem uma cesta com alimentos como frutas, bolo, biscoitos, entre outros, para o piquenique. Começa-se, após a recepção, a ser contada a história da fazenda. A guia-sinhá apresenta aos visitantes o enorme gramado esverdeado da residência onde eram secados o café produzido no século XIX pela propriedade. O cenário conta com grãos de café espalhados e uma pequena

plantação com frutos maduros, numa área um pouco mais afastada do gramado, para apresentar como era feito o cultivo do café utilizando de uma pequena produção para despertar no turista emoções, possibilitando degustar e ainda os comprar. Após passar pelas curiosidades sobre o cultivo do café, segue-se para a casa da fazenda, a qual a guia-sinhá, apresenta a arquitetura e os utensílios que existem dentro do local que representam à época do império e conta a história de cada um dos objetos. No final da visitação, é oferecido um café aos visitantes dentro da casa grande com bolos produzidos na propriedade.

Esse tour na fazenda Santa Eufrásia foi o que despertou a realização de estudos de como certos programas e ações produtos de política pública de turismo estavam sendo reproduzidos pelos estabelecimentos e entidades privadas sem nenhuma fiscalização em decorrência de uma reportagem publicada pelo *The Intercept Brasil* (06/dez/2016) sobre o Tour da Experiência na região do Vale do Café.

Em dezembro de 2016 o jornal *The Intercept Brasil* questionou o tipo de turismo que estava sendo induzido/praticado em Vassouras através do projeto - o Tour da Experiência, tendo a intenção de era alertar sobre possível o crime de racismo nos tours das fazendas por encenar com mucamas e reafirmar o negro como escravo em situação submissa. Após a reportagem e sua repercussão mundial pelos meios de comunicação, o caso chegou ao Ministério Público Federal (MPF), que se mobilizou instaurando um inquérito civil público para apurar as irregularidades cometidas nas visitações aos estabelecimentos credenciados pelo projeto.

O inquérito civil resultou na elaboração de um Termo de Ajustamento de Conduta - TAC, que foi assinado no dia 6 de

maio de 2017, entre o Ministério Público Federal e a proprietária da fazenda Santa Eufrásia. Aquela reunião contou com a presença de militantes e ativistas do movimento negro, como Toninho Canecão, principal liderança do Quilombo São José da Serra, que pertence a cidade vizinha de Valença, como também membros do Ministério Público, jornalistas, professores, membros da Comissão da Verdade da Escravidão Negra, a comissão da Igualdade Racial da OAB Volta Redonda.

O documento contribui para a reflexão sobre como os estabelecimentos incluídos no Tour da Experiência com seus produtos ofertados, desenvolvem uma nova maneira de praticar o turismo de memória na região, diferente daquela que se deseja reproduzir, pois a desenvolvida está atrelada aos costumes da nobreza e ainda ressaltando a submissão do negro na figura de escravizado nestas visitas das fazendas históricas. De acordo com os termos da Lei Nº 12.288/2010 é dever do Estado de toda a sociedade combater a desigualdade étnico-racial em suas manifestações individuais, institucionais e estruturais.

Segundo o Jornal Tribuna do Interior (2017), o Termo de Ajustamento e Conduta proíbe a fazenda Santa Eufrásia de servir os turistas com pessoas negras vestidas de escravas. Além disso, deverão ser instaladas na propriedade placas com 162 nomes de negros escravizados no local - 46 desses nascidos no continente africano - seguido do seguinte texto: “A Fazenda Santa Eufrásia foi palco, no século XIX, do que hoje é considerado crime contra a humanidade: a escravização de africanos, muitos sequestrados ainda crianças” (JORNAL TRIBUNA INTERIOR, 17/05/2017).

Para Ribeiro (2016), esse tipo de encenação nas fazendas históricas de Vassouras resulta numa romantização de um período extremamente violento da história do Brasil. A mesma

ainda ratifica que esse tour estabelecido e oferecido aos turistas é uma forma de discriminação e racismo ao povo negro como aponta na entrevista realizada à Uol (2016):

Não existe a mesma postura com algo como Auschwitz, por exemplo. E com isso percebemos que não existe uma sensibilidade com a dor negra, como a dor de judeus, por exemplo. É um absurdo também quem deseja se colocar nessa posição de escravocrata, revivendo isso. Obviamente, a gente tem que lembrar do período, mas de forma a reparar o que foi feito durante esse tempo e de forma alguma romantizá-lo. (RIBEIRO, UOL, 2016)

Por esta razão, busco com este artigo trazer as análises de como o programa Tour da Experiência em Vassouras, através dos produtos certificados com a anuência do Ministério do Turismo em parceria com instituições privadas como o SEBRAE e IMB, conjuga com as questões de memória, raça e identidade do negro no território.

O que é o Turismo de Experiência?

Entende-se que o Turismo de Experiência é um segmento turístico que visa relacionar os desejos do turista moderno que busca se sentir conectado às experiências e estar envolvido na situação apresentada. A ideia é estimular vivências e o engajamento em comunidades locais que geram aprendizados significativos e memoráveis (SEBRAE, 2015, p.8).

Segundo Turner e Bruner (1986) o termo Turismo de Experiência pode ser utilizado de forma mercadológica, a qual tem por finalidade promover produtos/serviços aos turistas, na intenção de fazê-los se sentirem como os próprios protagonistas

de suas experiências (viagens); ou utilizado atrelado à concepção antropológica, com o objetivo de fazer do indivíduo (turista) um meio de despertar sentimentos e emoções através das experiências vivenciadas, como sentido, sentimento, pensamento, ação e identificação (MTUR, SEBRAE, IMB, SHRBS, 2010, p.11).

Segundo Panoso (2010) a prática do Turismo de Experiência realizada pelo próprio turista tende a despertá-lo e proporcioná-lo experiências nunca vivenciadas, sentidas e estimuladas em outro segmento turístico. O Ministério do Turismo, Sebrae e IMB (2015) destacam as diferenças entre o turismo tradicional e o turismo de experiência, de acordo com o quadro (1) a seguir:

Quadro 1: Diferença do turismo tradicional e de experiência.

Turismo tradicional	Turismo de experiência
Apresenta características funcionais	Tem foco na experiência do consumidor
É orientado pelo produto e pela concorrência	É orientado para oferecer experiências de forma integral e exclusiva
Entende que as decisões de consumo são racionais	O turista é visto como consumidor racional e emocional
As ferramentas utilizadas são quantitativas e verbais	As ferramentas são multidisciplinares e bastante variadas

Fonte: Portal Sebrae (2015).

De acordo com o quadro apresentado, o turismo tradicional visa proporcionar o turismo “comum”, ou seja, aquele o qual o turista utiliza-se do produto já finalizado, dando como exemplo um museu histórico em uma localidade onde as atividades estão voltadas a sua visitação e contemplação, proporcionando um turismo sobre “capa”, usufruindo apenas o “frasco”, desperdiçando seu conteúdo e suas histórias, sendo o

turista apenas um contemplador do meio e não um protagonista da atividade, o que diferencia do turismo de experiência, como por exemplo, um museu vivo, ou seja, com personagens reais o qual o turista esteja engajado dentro deste processo de experiência única, fazendo-o despertar sentimentos, emoções, desejos e outros sentimentos.

Assim, o conceito de experiência aplicado ao turismo foi proposto pelo Projeto Economia da Experiência para que houvesse um diferencial nos segmentos turísticos, sendo estes voltados ao consumo de serviços que pudessem estimular os sentidos, os sentimentos e a mente. Como destaca Pezzi (2012, p.11), o intuito de destacar a experiência relaciona-se diretamente com a cultura contemporânea e com um novo sujeito (indivíduo/turista), que já não se satisfaz apenas com as necessidades básicas de repouso e lazer que a prática turística se dispõe, mas sim buscam viver acontecimentos únicos e diferenciados.

Através do Projeto Economia da experiência surge o Tour da Experiência, que busca fortalecer e consolidar o turismo nos arranjos produtivos dos pequenos negócios, com ajuda aos empreendedores locais para agregar valor aos produtos turísticos do território a partir do conceito de Economia da Experiência. E de forma social, com o intuito de fazer do turista um sujeito mais consciente (MTUR, SEBRAE, IMB, SHRBS, 2015).

Figura 2: Logos do Projeto Economia da Experiência e do Projeto Tour da Experiência.



Fonte: Cartilha Tour da Experiência (2015)

De acordo com Gomes (2016), todo o conceitual da marca Tour da Experiência foi construído pelo Instituto Marca Brasil por solicitação do Ministério do Turismo, que buscava atender concepção de Economia da Experiência sob forma de inovação dos produtos/serviços nos destinos turísticos que despertassem o emocional e o sentimento do consumidor.

O Tour da Experiência buscar atingir empreendimentos que desejam ser reconhecidos como “proposta inovadora” para o turismo, os quais se apropriam do conceito da economia de experiência, desenvolvendo assim, novos produtos e serviços de experiência. Esses empreendimentos recebem o selo de certificação do Tour da Experiência.

Assim, o processo de desenvolvimento da marca foi considerado como um forte suporte para o marketing, divulgação e estabelecimento de concorrência, atingindo o público-alvo nos destinos turísticos inseridos no Projeto Economia da Experiência.

O Projeto Economia da Experiência (PEE): da teoria à prática

Com o Decreto nº 448, de 14 de fevereiro de 1992, foi criada a Política Nacional de Turismo (PNT) que estabelecia diretrizes para ações ligadas ao desenvolvimento da atividade turística no território brasileiro não só sob viés econômico, mas também com uma nova perspectiva que englobasse o social, cultural e ambiental.

De acordo com Gomes (2016), sob as diretrizes do PNT em 1992 foi criado o Plano Nacional de Turismo (Plantur) no governo de Fernando Collor de Mello como instrumento básico para o desenvolvimento de um turismo regional como forma de efetivar a política nacional de turismo. Faziam parte do Plantur sete programas: Programas Polos Turísticos, Turismo Interno, Mercosul, Ecoturismo, Formação dos Recursos Humanos para o Turismo, Marketing Nacional e Qualidade e Produtividade do setor de turismo.

De acordo com Dias (2008) os programas que constituíam o Plantur, por mais que tivessem sido bem organizados, não resultaram em práticas de desenvolvimento do turismo no território brasileiro, atuaram apenas como promessas, pois dependiam da atuação da iniciativa privada.

Na conjuntura do *impeachment* do presidente Collor, em 1992, e a entrada de Itamar Franco à presidência, o setor turístico no Brasil foi inserido e incorporado à indústria e comércio, sendo considerado um novo setor econômico que proporcionaria desenvolvimento para alavancar a economia e assim foi criada a Secretaria Nacional de Turismo e Serviços, vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio e Turismo. No final do governo Itamar Franco, em 1994, surgem dois novos

programas a Política Nacional de Ecoturismo e o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT). O primeiro tinha diretrizes com viés ambientalistas, ou seja, inseria as atividades de conservação e valorização ambiental como parte das políticas de turismo (GOMES, 2016). Enquanto o PNMT, segundo Dias (2003), visava um novo modelo de gestão da atividade turística, simplificado e uniformizado, para os estados e municípios de maneira integrada, buscando maior eficiência e eficácia na administração da atividade turística, de forma participativa (DIAS 2003, p.144).

No ano de 2003, durante o governo de Luís Inácio Lula da Silva, o Plano Nacional de Turismo foi reestruturado e criou-se o Ministério do Turismo, composto pela Secretaria de Políticas de Turismo, a Secretaria de Programas de Desenvolvimento e o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), o qual sinalizou a proposta da regionalização do turismo, criando assim o PRT - Plano de Regionalização do Turismo (PRT) iniciado em 2004, tendo por objetivo dar continuidade ao processo de ordenamento do turismo com a sua descentralização no território brasileiro tendo a atividade dividida nas esferas estaduais e municipais como informa Gomes (2016):

Neste momento, não mais se limitando ao município (como o programa PNMT), as ações ampliam sua abrangência para escala regional, agrupando municípios na previsão de que juntos se fortaleceriam e desenvolveriam estratégias regionais para o desenvolvimento econômico e social através do turismo (MTUR, 2004 apud GOMES, 2016, p.31).

Com a implantação do PRT em 2004, o governo federal brasileiro promoveu ações públicas direcionadas às regiões turísticas que estabelecesse “a importância do Programa como

instrumento político, essencial à consolidação dos destinos, e como promotor de desenvolvimento econômico e social nas regiões turísticas (MTUR, 2013, p.34).

Segundo Silva, Costa e Carvalho (2013), o governo federal ao implantar o PRT mediante a proposta do MTur, atenta-se para mudanças na forma de gestão das políticas públicas, conforme destacado no próprio Programa de Regionalização do Turismo.

Adotar o modelo de regionalização do turismo exige novas posturas e novas estratégias na gestão das políticas públicas; exige mudanças de relacionamento entre as esferas do poder público e a sociedade civil; exige negociação, acordo, planejamento e organização social. Exige, também, entender a região diferentemente da macro divisão administrativa adotada no País – Norte, Nordeste, Sul, Sudeste, Centro-Oeste. Deve-se perceber o conceito como um esforço coordenado de ações integradas entre municípios, Estados e países (BRASIL, MTur, 2004a, p. 11).

O Plano de Regionalização do Turismo PRT traz como estratégia a descentralização da atividade turística, que tem por finalidade transformar a ação centrada em âmbito municipal numa política pública mobilizadora, tendo a capacidade de desenvolver a prática do turismo de modo local, estadual e federal de forma articulada e compartilhada, por exemplo o Projeto Economia da Experiência e suas ações. (SILVA; COSTA; CARVALHO, 2013).

O Projeto Economia da Experiência tem como princípio a “Economia de Experiência”. Este termo foi elaborado no final da década de 90 para designar um novo modelo econômico que se caracteriza pela adição de valor ao produto e/ou serviço a

partir de uma proposta de customização da própria experiência, com a promoção de venda de experiências únicas, que se apresentava como um novo paradigma de consumo da sociedade, principalmente nas atividades turísticas. Assim, o Ministério do Turismo, para elaborar o projeto, utilizou as principais ideias do livro *The Dream Society*, do dinamarquês Rolf Jensen (1996) e o *The Experience Economy* dos americanos James Gilmore e Joseph Pine (1999), (MTUR, 2010).

Segundo o dinamarquês Rolf Jensen (1996), a partir do seu livro *A Sociedade Dos Sonhos (The Dream Society)* estabelece uma discussão a respeito de uma nova lógica de produção e consumo. Essa lógica se enraizava na nova forma de comercialização dos serviços e produtos. Essa nova forma estabelecia ao consumidor o propósito de despertar sensações e sentimentos em sua relação com a proximidade da natureza de forma sustentável (MALTA *apud* GOMES, 2016).

Em *The Experience Economy* (1999), os autores James Gilmore e Josephy Pine trabalham com as tendências de novas formas de vida e de consumo no mercado que transformam em produtos e serviços, visando construir uma nova dinâmica de comercialização, através de ações que buscam impulsionar as vendas oferecendo experiências memoráveis que envolvam seus consumidores de forma mais personalizada com a valorização da singularidade de cada destino.

Para Beni (2004) diferenciar o setor das experiências (*experiences*) e de serviços (*services*) é fundamental para entender o segmento do turismo de experiência. O cenário econômico mundial por longos anos assentou-se nos parâmetros do sistema econômico que abrangia os três setores (agrícola, industrial e de serviço), entretanto trazendo o conceito da “teoria

da experiência” como trabalhado por Gilmore e Pine, Beni reflete que a economia da experiência torna-se uma nova vertente econômica e que deve ser compreendida e estudada no novo cenário dando como exemplo o setor turístico.

Tonin (2007) diz que a economia da experiência possibilita que muitas atividades no setor de turismo possam ser transformadas em mais do que lazer e diversão, mas sim em formas de inspiração ao visitante que se utiliza desses serviços como fonte de despertar sensações e emoções.

os vendedores de apartamentos em hotéis serão substituídos por vendedores de experiências; os criadores de pacotes deverão criar emoções; os recitantes tornar-se-ão contadores de histórias; e os turistas – ah, os turistas – deixam de ser espectadores para se tornarem protagonistas neste novo cenário. É a reelaboração de um mesmo produto utilizando outros aspectos que podem influenciar a conquista de clientes. (LOCKS apud TONINI, 2007, p. 94)

Segundo Gomes (2016) a Organização Mundial do Turismo publicou em 1997 o material “Estudos Estratégicos para 2020” o qual aponta transformações na forma de consumo da atividade turística, pois o turista se inclinaria a escolher viajar para destinos onde ele pudesse além de visitar e contemplar, fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser o próprio protagonista.

Gomes (2016) também traz dados comparativos do Ministério do Turismo revelando que após onze meses da implantação do projeto (ano de 2007), houve crescimento de 15% do número de turistas na região da uva e do vinho em 2008, esse número cresceu mais 10%, mesmo em períodos de crise internacional e com o dólar baixo.

De acordo com o MTUR (2003), o Rio Grande do Sul possui onze regiões turísticas, uma delas é a Região da Uva e Vinho a qual é formada por 33 municípios, caracterizados pelo cultivo e produção de uvas e vinhos respectivamente. Estes municípios foram agrupados de acordo com o Programa de Regionalização do Turismo - PRT (2004), como já mencionado, e reuniu os municípios de acordo com proximidade, suas especificidades e seus produtos turísticos em comum, criando assim as regiões turísticas.

Como já foi dito, foram escolhidos para a implantação do projeto Economia da Experiência oito municípios da região gaúcha, sendo eles: Bento Gonçalves, Garibaldi, Veranópolis, Vila Flores, Nova Prata, Cotiporã, Protásio Alves e Caxias do Sul. Tonini (2009) explica que o Projeto na região teve como objetivos diversificar a oferta turística e a formas de consumo local, proporcionando aumento de empregos e renda na localidade.

A valorização e a organização de pequenos e médios empreendimentos que fazem parte deste projeto na região, transformam as identidades e culturas regionais em experiências únicas, proporcionando desta forma a expansão da oferta e movimentação da cadeia turística local a partir de atividades que ofereçam experiências diferenciadas ao turista, propiciando diferentes sensações e vivências próprias da localidade, com características culturais peculiares (MTUR, 2010 *apud* GOMES, 2016, p.33).

Posterior à implantação do Projeto Economia da Experiência na Região da Serra Gaúcha (anos de 2008 e 2009), houve a expansão "Projeto Economia de Experiência: Continuidade e Abrangência de Novos Destinos - PEE em novos 4 destinos, mantendo a mesma estrutura de governança,

tendo como realizadores o Ministério de Turismo em parceria com o SEBRAE Nacional e o Instituto Marca Brasil e unidades do SEBRAE das localidades implantadas nos novos destinos (GOMES, 2016). O objetivo do PEE Novos Destinos é diferenciar com aspectos "inovadores" os produtos ofertados nesses estabelecimentos que fazem parte do setor turístico envolvidos neste projeto. Desta forma o Instituto Marca Brasil - IMB criou o “Plano de Inovação” sob a responsabilidade do ‘consultor’ (SEBRAE), que garante os meios de execução e organização das propostas de inovação, como a oferta de acontecimentos exclusivos e eternamente memoráveis, a partir de emoções vivenciadas, a serem seguidas pelos empreendimentos que fazem parte do Tour da Experiência.

Quadro 2: Plano de Inovação do IMB ao PEE.

O que fazer	O consultor, mediante da aprovação do empreendedor, deverá descrever a inovação a ser implementada no estabelecimento, relacionada ao conceito de Economia da Experiência.
Como fazer	O consultor, mediante aprovação do empreendedor, deverá descrever como será realizada esta ação.
Prazo	O consultor, em conjunto com o empreendedor, deverá definir o prazo para a execução das ações.
Envolvidos	O consultor, em conjunto com o empreendedor, deverá definir as pessoas envolvidas nestas ações.

Fonte: IMB (2015) *apud* Gomes (2016).

Essas propostas de "inovação" do Projeto Economia da Experiência Novos Destinos não ficam explícitos quanto a sua concepção inovadora nos materiais publicados e digitalizados pelo Ministério do Turismo (MTur). No Plano de Inovação fica subentendido que será abordado nos produtos/serviços o conceito da economia da experiência e as justificativas para ser inovador nada mais são do que as orientações estabelecidas pelo

consultor SEBRAE, os quais se tornam orientações comuns de trabalhos anteriores, sem nenhuma inovação.

De acordo com o Instituto Marca Brasil, o objetivo da empresa era elaborar uma marca que pudesse representar o conceito do Projeto Economia da Experiência e a concepção de inovação na oferta de destinos com produtos e serviços que despertassem uma experiência inusitada e única ao turista. Assim, criou-se o slogan “Tour da Experiência. Experimente!” (GODINHO *apud* GOMES, 2016).

Gomes (2016) explica que a atuação do projeto na Região Da Uva e Vinho no Rio Grande do Sul, os parceiros Ministério do Turismo (MTur), SEBRAE e Instituto Marca Brasil (IMB), continuaram a aprimorar a marca nacional e criaram o Selo Tour da Experiência. Este selo é um certificado que tem a finalidade de autenticar os estabelecimentos que trabalham com atividades relacionadas ao conceito da economia de experiência. Sendo assim, os órgãos responsáveis pela execução e organização deste selo certificaram os empreendimentos onde o Projeto Economia da Experiência foi implantado (GOMES, 2016, p.49).

O Tour da Experiência tende a ser aplicado pelos empreendimentos que visam aderir a proposta de “inovação” ao turismo, buscando proporcionar novos produtos e serviços de experiência para serem certificados. Esses itens e atividades devem ofertar aos turistas mais do que a ambientação dos destinos, e sim, desencadear experiências como a própria vivência, participação, sentimentos, emoção e outras possíveis formas de se sentir fazendo parte acordo de um contexto histórico, cultural e social de cada localidade.

O Tour da Experiência no estado do Rio de Janeiro

Antes de abordar a inserção do projeto Tour da Experiência em especial o “Projeto Economia da Experiência: Continuidade e Abrangência de Novos Destinos” na cidade de Petrópolis e na região do Vale do Café, especificamente na cidade de Vassouras, cabe ressaltar que as políticas para a área de turismo no estado do Rio de Janeiro na década de 90 foram criadas tardiamente e em razão disto foi lenta a construção do Plano Diretor de Turismo.

O Plano Diretor de Turismo, que teve origem na Constituição do Estado do Rio de Janeiro no ano de 1989, é o documento que dispôs ações que contribuíram para o processo de desenvolvimento do turismo no território fluminense. O plano só começou a ser elaborado em 1997 e só publicado em 2001. O Plano Diretor de Turismo consistia, segundo o artigo 227:

O Estado promoverá e incentivará o turismo, como fator de desenvolvimento econômico e social bem como de divulgação, valorização e preservação do patrimônio cultural e natural, cuidando para que sejam respeitadas as peculiaridades locais, não permitindo efeitos desagregadores sobre a vida das comunidades envolvidas, assegurando sempre o respeito ao meio ambiente e à cultura das localidades onde vier a ser explorado [...]. O instrumento básico de intervenção do Estado no setor será o plano diretor de turismo, que deverá estabelecer, com base no inventário do potencial turístico das diferentes regiões, e com a participação dos Municípios envolvidos, as ações de planejamento, promoção e execução da política de que trata este artigo. (RIO DE JANEIRO, 1989, p.129- 130)

A construção do Plano Diretor de Turismo (PDT) ficou sob competência da TurisRio e da Secretaria do Estado e Planejamento (Secplan), ambas tiveram como atribuições “levantar, analisar e consolidar as informações, programas e documentos existentes e intervenientes com a questão turística estadual” que tinham por finalidade a necessidade de formular diretrizes e organizar ações para o desenvolvimento das atividades de turismo para todo o estado do Rio (FRATUCCI *apud* GOMES, 2016, p.54).

Em paralelo a elaboração do PDT Fluminense, no âmbito federal estava sendo construído o Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), o qual o Rio de Janeiro seguia as diretrizes, buscando contribuir ao processo de mobilização/sensibilização no estado, principalmente no que concerne na formação de conselhos de turismo, como o Concretur (Conselho Regional de Turismo da Região das Agulhas Negras), o Conciclo (Conselho Regional de Turismo do Ciclo do Café) e no fortalecimento de lideranças locais que existiam antes do PDT. Por conseguinte, propiciou também o desenvolvimento da política pública de turismo regional, o PRT - Programa de Regionalização do Turismo.

O Plano de Regionalização Turística - PRT estava inserido na proposta do Plano de Desenvolvimento Econômico e Social e deu início no ano de 2004 a uma organização das atividades turísticas no território fluminense. O PRT contribuiu para a divisão do território estadual em seis regiões turísticas que são: Metropolitana, Costa Verde, Costa do Sol, Serra Verde Imperial, Agulhas Negras e Vale do Café. Essas regiões turísticas foram constituídas para contemplar a gestão das atividades turísticas de forma intermediária entre o estado e o município.

O primeiro destino turístico do estado do Rio de Janeiro a trabalhar com a proposta do projeto de Economia da Experiência foi a cidade de Petrópolis, localizada na região serrana do estado. Fundada no século XIX, precisamente no ano de 1843 por Dom Pedro II, imperador do Brasil. Segundo Ângelo (2012), Petrópolis foi programada para ser estância de verão da Corte, sendo utilizada para atender os anseios da aristocracia brasileira que eram os senhores de terras e escravos, a elite dominante da época. Desde o período imperial, a cidade despertou atenção como local onde artistas e personalidades brasileiras instalaram suas residências, como o Barão do Rio Branco, Santos Dumont e Rui Barbosa, além deles outros possuíam moradia na cidade, ou estiveram hospedados e contribuíram para agregar cultura e história para Petrópolis (ANGELO *apud* GOMES, 2016).

Considerando essas características, Petrópolis até hoje possui marcas históricas e culturais que são retratados em sua arquitetura, em sua arte, sua culinária e em sua História, todo este acervo é utilizado como produto para a prática do turismo na localidade e justifica a proposta e o incentivo público para o Turismo de Experiência, por permitir através dos elementos ali existentes do período imperial, como as residências de grandes personagens, uma ambientação para transformar o visitante em protagonista daquele contexto histórico, dando a sensação de entendimento do período.

Segundo o SEBRAE (2015) o “Projeto Economia da Experiência: Continuidade e Abrangência de Novos Destinos” em Petrópolis, é uma proposta inicialmente concebida a partir do acordo de Cooperação Técnica entre SEBRAE, EMBRATUR e Ministério do Turismo, sendo implantado com duração de quatro anos, mas podendo ser prorrogado por termo aditivo e

dividido em duas fases sendo a primeira voltada ao planejamento e gestão operacional das ações a serem realizadas em Petrópolis pelo Mtur e IMB, uma parceria entre esfera pública federal e associação civil de direito privado e sem fins lucrativos, e a segunda fase destinada às ações de campo que envolvem capacitação, mercado, divulgação, promoção e avaliação dos resultados sobre responsabilidade do SEBRAE.

Os destinos escolhidos pelo Mtur, IMB e SEBRAE para participarem do Projeto Economia da Experiência: Continuidade e Abrangência de Novos Destinos tinham que seguir os critérios de: ser um destino consolidado, fazerem parte dos 65 destinos indutores de atividades turísticas do estado do Rio de Janeiro, pequena extensão territorial, capacidade econômica financeira, rico culturalmente (apresentando aspectos e elementos históricos e/ou cultural no território).

A gestão local do projeto Tour da Experiência em Petrópolis ficou por conta do SEBRAE Rio de Janeiro, com o apoio da Fundação de Cultura e Turismo de Petrópolis (governo municipal) e a instituição *Petrópolis Convention and Visitors Bureau* (setor privado).

De acordo com Gomes (2016) antes da implantação do projeto Tour da Experiência em Petrópolis, o turismo baseado na experiência já existia no Museu Imperial desde 1998, inspirado nos projetos das Pirâmides do Egito, Palácio de Versalhes e de São Miguel das Missões (RS). Com o projeto houve complementação da atividade visando ‘dinamização do público’ e que gerasse receita do ponto de vista turístico e cultural através do Projeto Som e Luz, que acontecia no Museu, trabalhando com fatos históricos do período Imperial brasileiro através de efeitos de áudio, luz e projeções de computador durante o tour no estabelecimento, despertando no visitante o

interesse e curiosidade sobre os elementos históricos (FARIAS *apud* GOMES, 2016, p. 78).

A expansão do Tour da experiência é atribuída ao sucesso do projeto na região de Petrópolis que foi premiado internacionalmente em 2012, recebendo o prêmio Ulysses Award, da Organização Mundial de Turismo com o *case* “Economia da Experiência Tour”. Tal prêmio reconheceu a importância da proposta e motivou sua continuidade e expansão, contribuindo para gerar o Tour da Experiência Caminhos do Brasil Imperial no estado do Rio de Janeiro.

O Tour da Experiência Caminhos do Brasil Imperial foi uma expansão do tour da Experiência, organizado, mais uma vez, pelo SEBRAE do Rio de Janeiro e pelo Instituto Marca Brasil com apoio da Secretaria de Estado de Turismo (SeTur) e que foi lançado em 2013 com objetivo de ampliar o conceito de turismo de experiências em destinos que vivenciaram fatos da época do período Imperial. Os destinos no Estado do Rio que podiam ser inserido no projeto eram as cidades do Rio de Janeiro, Paraty, Teresópolis, Nova Friburgo, Visconde de Mauá e a região turística do Vale do Café (considerando apenas os municípios de Pirai, Barra do Pirai, Rio das Flores, Valença e Vassouras) (GOMES, 2016).

O projeto visava (a princípio) incentivar a valorização de práticas turísticas em destinos que representavam e relembavam atos e fatos da época do Brasil Império. Para o prosseguimento das propostas nas dez cidades envolvidas, foram feitas capacitações, cursos e assessorias nas micro e pequenas empresas destas cidades, como também visitas técnicas de aprendizado em Boas Práticas na Serra Gaúcha, encontro de negócios e participação em feiras e eventos.

De acordo com Gomes (2016), em 2014 e 2015 foi desenvolvido o Projeto Caminhos do Brasil Imperial; das 118 empresas (micro e pequenas) do setor turístico das dez cidades que estavam fazendo parte do projeto, apenas 113 empresas foram certificadas com o Selo “Tour da Experiência” por contemplarem e desenvolverem produtos de experiência turística com identidade do Brasil Imperial, de acordo com o conceito de inovação e conforme o quadro a seguir.

Quadro 3: Estabelecimentos certificados no estado do Rio de Janeiro.

Destino	Nº de Estabelecimentos	Alguns dos produtos certificados
Centro do Rio de Janeiro	15 estabelecimentos	Ex: Carioca da Gema oferecerá o Baile Imperial, uma proposta de música e pratos servidos no último baile do Império.
Petrópolis	16 estabelecimentos	Ex: Confeitaria Willensen, fez cupcake decorado com uma coroa de açúcar no topo, inspirado nas receitas da Família Real.
Teresópolis	17 estabelecimentos	Ex: Sobrado Histórico José Francisco Lippi – formulou passeio ecológico com culinária de roça e café rural com personagens de época.
Friburgo	13 estabelecimentos	Ex: Cachaçaria Sinha Brasil – visita ao alambique e passeios por túneis escavados por escravos, a pé com lanternas para reviver o ambiente da época
Paraty	14 estabelecimentos	Ex: Companhia de Teatro Imperial Paraty - Um Passeio na História
Visconde de Mauá	18 estabelecimentos	Ex: Bistrô das Meninas – Pic-Nic Imperial com o requinte de época.
Vale do Café	21 estabelecimentos	Ex: Fazenda Florença - Personagens de cera da família imperial e escravos na senzala.

Fonte: SeTur *apud* Gomes (2016).

O projeto Tour da Experiência Caminhos do Brasil Imperial teve como intuito aumentar a demanda turística nos municípios do estado do Rio de Janeiro que estavam inseridos

neste projeto, buscando oferecer aos consumidores novas sensações turísticas, como provar de sabores, conhecer antigos costumes, viver uma histórica, e capacitando os estabelecimentos para serem certificados quanto a sua qualidade em serviços, produtos e experiências.

O Vale do Café é uma delimitação regional utilizada para ação de políticas de turismo no estado do Rio de Janeiro, destinadas ao conjunto de municípios que participaram do período da história brasileira em que a exportação de café era uma importante atividade econômica no estado, chegando a representar 77% da economia brasileira. A denominação “Vale do Café” foi criada para ressaltar a herança histórica e econômica do século XIX. Como aborda Gomes (2016):

No caso da delimitação turística Vale do Café, localiza-se no centro-sul do estado do Rio de Janeiro, no limite com Minas Gerais, possui uma área de 5.828,0 km², sendo servida por uma malha rodoviária que permite a sua ligação com a capital do Rio de Janeiro. O Vale do Café é promovido como uma região turística voltada para os segmentos de turismo do tipo histórico e rural, considerando sua trajetória histórica e agrícola. Uma região que, de fato, apresenta potencial para se desenvolver nestes segmentos e tem se estruturando a partir de pequenas ações públicas e privadas. (MTUR apud GOMES, 2016, p.21)

O projeto Tour da Experiência trabalhou com cinco das 13 cidades que constituem a região do Café, a seleção desses municípios utilizou como base o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável - Pólo Serra (PDITS), que apresenta quatro destas cidades como cidades prioritárias ao desenvolvimento do turismo no território fluminenses, são elas: Barra do Pirai, Valença, Rio das Flores e Vassouras, Pirai.

Participaram do projeto na região do Vale do Café 21 estabelecimentos, sendo constituídos por hotéis, restaurantes, lojas de artesanato e algumas antigas fazendas de produção de café. Dentro deste quantitativo, apenas 18 empreendimentos chegaram até o final do projeto recebendo assim o certificado (Selo Tour da Experiência) no ano de 2015. Três dos 21 estabelecimentos não foram certificados porque as empresas não se enquadraram nas ações da proposta do projeto, como a rotatividade de funcionários e por não apresentarem um produto “único”. E existem apenas 5 estabelecimentos com o Selo Tour da Experiência em Vassouras, os quais serão trabalhados nesta pesquisa.

Turismo em Vassouras

Segundo o Ministério do Turismo (2014) uma região é caracterizada como turística quando "o espaço geográfico apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território, delimitado para fins de planejamento e gestão" (MTUR, 2004, p. 65).

Vassouras é considerada a principal cidade do período do Ciclo do Café e é reconhecida como cidade turística por lei estadual nº 818 de 1984, o qual lhe atribuiu o título de “Estância Turística” e se destaca atualmente, de acordo com os dados coletados no site da prefeitura de Vassouras, pelos monumentos, fachadas, palacetes e casarões que marcam o período de opulência da época do café e mantêm parte das tradições de séculos passados vivenciados através da ambientação, como nas

fazendas da região que abrigam vários artefatos conservados sobre o mesmo período histórico.

Para Borges (2017), com base na lei orgânica e plano participativo do município de Vassouras, as atividades turísticas devem ser consideradas como incentivadoras do desenvolvimento socioeconômico local ao promover as atividades em todos os espaços do município, urbanos e rurais. O autor diz que:

Conforme sua lei orgânica municipal e plano participativo (2007), o município deve promover a integração e a complementaridade entre as atividades urbanas e rurais, tendo em vista o desenvolvimento socioeconômico, priorizando o Turismo como indutor e facilitador dessa complementaridade; garantir que o licenciamento de empreendimentos ou atividades com efeitos potencialmente negativos sobre o meio ambiente natural ou construído, o conforto ou a segurança da população observe, não só a ampla análise do Poder Público como também a audiência e deliberação por parte da população interessada através dos mecanismos de gestão democrática da cidade e promover a proteção, preservação e recuperação do meio ambiente natural e construído do Município, do seu patrimônio natural, cultural, histórico, paisagístico, arquitetônico e arqueológico, se estes forem identificados (BORGES, 2017, p. 51).

A inserção do fenômeno turístico na região foi em razão do aspecto rural que a mesma possui. O segmento do turismo rural na região do Vale do Café é praticado na localidade devido não só aos patrimônios e símbolos de história e memória relacionado à época do Brasil Império, período o qual relembra o monocultura do café, que utilizavam os campos onde aconteciam a produção das atividades cafeeiras, as fazendas, a

arquitetura das casas grandes e os utensílios, entre outros, mas por ter elementos característicos do meio rural, como retrata Borges (2017):

Comumente os proprietários de empreendimentos do segmento de turismo rural não possuem vínculo com o espaço rural, fazendo uso de instalações que antes possuíam cunho rural, mas foram adaptadas para se tornar meios de hospedagem, por exemplo. Isso não significa que deixariam de se enquadrar no segmento de turismo rural, pois ainda assim, usam os hábitos e tradições rurais como diretrizes do empreendimento (SILVA, 1998 apud BORGES, 2017, p. 25).

De acordo com Borges (2017) o turista que busca usufruir do turismo no espaço rural, não necessariamente deseja realizar atividades com vivência no campo, mas sim das atividades pertinentes a outras relações que acontecem nesse espaço, como o cultural. Assim, destaca-se que na cidade de Vassouras, o segmento do turismo rural é presente, como também há ligação com segmento do turismo cultural, razão pela qual faz parte dos municípios que integram a região do Vale do Café, e por ter sido considerada por volta de 1860 umas das principais cidades do Brasil que produziam café.

Segundo o *site* da prefeitura Municipal de Vassouras (2018) a cidade possui mais de 20 atrativos turísticos. Como exemplo, o museu Casa da Hera, o monumento Manoel Congo, as fazendas históricas como Santa Eufrásia, o hotel-fazenda Galo Vermelho, a Igreja Matriz, o mirante Imperial de Vassouras, a praça Barão de Campo Belo, entre outros.

Vassouras está inserida dentre os municípios que oferecem e praticam o Projeto Tour da Experiência - Caminhos dos Brasil Imperial. Os estabelecimentos na cidade que

conseguiram alcançar as metas estabelecidas pelo SEBRAE e assim contemplados com a certificação do selo Tour da Experiência, foram apenas 5 (quadro 4) que trabalham com 5 produtos/serviços com a proposta inovadora estipulada pelo IMB e o PEE, conforme já abordado como exemplo o "Plano de Inovação" (quadro 2).

Quadro 4: Estabelecimentos e produtos certificados.

Fazenda Santa Eufrásia	Pic Nic na fazenda Santa Eufrásia
Mara Palace Hotel	Chá com Eufrásia Teixeira Leite
Hotel Santa Amália	A Cozinha da Baronesa e o Batuque do Quilombo – Raízes do Brasil Imperial
Botequim Por Acaso	Raízes e Viagens por um Brasil Imperial
Fazenda Cachoeira grande	Visita Histórica e Visita ao Museu de Carros Antigos

Fonte: Gomes (2016).

A apresentação do quadro 4 contribui para especificar os estabelecimentos e produtos trabalhados que fazem parte do projeto Tour da Experiência em Vassouras. Nos subitens a seguir será descrito a história e a localização dos estabelecimentos, como os produtos acontecem, o tipo de experiência que está sendo ofertada, os aspectos arquitetônicos que demonstram e relembram o período imperial, os valores cobrados aos visitantes e a periodicidade que acontecem as atividades.

Fazenda Santa Eufrásia

Mosaico 1: Fazenda Santa Eufrásia e suas características.



Fonte: Portal Vale do Café (2018).

A Fazenda Santa Eufrásia, construída em 1830, está localizada entre duas importantes vias, a BR-393 (trecho entre Vassouras e Barra do Piraí) e a RJ-127 (trecho entre Vassouras e Mendes), sendo a única fazenda particular tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN

no Vale do Café, desde 1970 de acordo com a site *The Intercept*, e é uma das construções históricas mais importantes da área. Seu acervo é composto por mobiliário e utensílios autênticos do século XIX, como louças e objetos comuns referentes à época, entre eles se destacam a liteira (utilizada na coleta do leite na atuava na produção de queijos e derivados na fazenda) e as carruagens.

A fazenda foi originalmente produtora de café e em 1905 e foi vendida ao Coronel Horácio Lemos, o bisavô de Elizabeth Dolson (vestida de sinhá no mosaico 1), atual proprietária da fazenda. O Coronel queimou o cafezal, a fim de implantar em suas terras, a criação de gado bovino chegando a exportar carne para a Europa. Com a Elizabeth sendo uma de suas descendentes e dona da propriedade, retornou na localidade uma pequena produção de café e ampliou para a atividade turística, envolvendo visitação, em sua residência.

Atualmente, existem na fazenda a casa principal e um anexo (garagem, depósito etc) e de acordo com a pesquisa Caminhos Singulares, supervisionada pelo INEPAC em 2003, ao fundo da propriedade ficavam as constru es do engenho, tulha e senzala, cujo local está demarcado por um estreito trecho em pedra. No interior, encontra-se importante acervo composto por mobiliário, louças e objetos comuns a uma casa do século XIX, e ainda compõem o acervo tombado, o bosque e a represa, essa criada para mover a roda d'água do antigo engenho.

Por estes aspectos históricos, a fazenda recebeu um selo do Projeto Tour da Experiência, trabalhando com o produto/serviços de inova o destinado a feitura de um piquenique, hábito que chegou ao Brasil no reinado de D. Pedro II. As atividades, com a finalidade de promover visita es para o turista, centraram-se num resgate histórico a respeito da

produção de café que existia na fazenda e que era importante no período imperial, dispondo aos seus visitantes um lanche no final da visita e a possibilidade de desfrutar do café colhido na própria propriedade em uma pequena loja de antiguidades.

Segundo Gomes (2016) para realização da atividade é necessário o agendamento de um grupo com no mínimo 15 pessoas. A visitação começa a partir dos jardins da Fazenda, logo na entrada, com a recepção da guia de turismo caracterizada com vestimentas que lembravam as "Sinhás" na época do império, e com frases de entonações que expressam estar sozinha porquê as "mucamas" estavam de folga. Os turistas, após a apresentação, recebem uma cesta que servirá para o piquenique (produto ofertado pelo estabelecimento) com frutas, bolos, sucos, entre outros. A ambientação pela propriedade se inicia pelos campos da fazenda, onde a guia de turismo "Sinhá" narra a história da colheita e produção de café que aconteciam ali; posteriormente, apresenta-se ao turista uma pequena área a qual a fazenda destinou para representar a colheita do café, onde o turista pode colher e comprar os grãos. Após realizar a visitação na parte externa da fazenda, a guia-sinhá apresenta a arquitetura, os utensílios, os sabores e os costumes da casa grande que lembravam o período imperial brasileiro.

Entretanto, a Fazenda Santa Eufrásia se encontra temporariamente fechada para visitação devido a uma interdição jurídica realizada pelo Ministério Público Federal (MPF) após uma reportagem do *The Intercept Brasil* em dezembro de 2016 questionando as atividades turísticas desenvolvidas na fazenda, pois segundo o periódico, estava sendo reproduzidos atos racistas nos tours ofertados, como exemplo a própria visitação que a fazenda realizava, por usar pessoas negras como guia para

reproduzir o período da escravidão. No *site* (2018) disponibilizado pela fazenda, consta um comunicado informando que a visitação está suspensa devido à uma obra de restauração do local.

Figura 3: Funcionários vestidos de escravos.



Fonte: Site Foco Regional (2018).

A atuação do MPF na propriedade resultou na elaboração do TAC- Termo de Ajustamento de Conduta, assinado respectivamente no dia 6 de maio de 2017 pela Elizabeth Dolson (proprietária da fazenda) e os responsáveis pelo MPF. O TAC serviu como instrumento para sensibilizar à população e aos estabelecimentos do Tour da Experiência sobre uma nova maneira de praticar o turismo de memória na região.

Mara Palace Hotel

O Hotel Mara Palace é um hotel que apresenta características do período imperial. Compreende um dos 5 estabelecimentos credenciados pelo projeto Tour da Experiência no município de Vassouras, e um dos 21 empreendimentos da região do Vale do Café.

Considerado pela comunidade de Vassouras como sendo um dos mais tradicionais da cidade, o hotel foi construído a partir de 1870, quando o Comendador Antônio Carlos Teixeira Leite, oriundo de uma família de abastados cafeicultores fluminenses, a chamada aristocracia cafeeira do Vale do Paraíba, ordenou que construíssem um palacete, hoje conhecido onde se situa como Mara Palace Hotel, localizado no centro histórico de Vassouras.

O centro histórico de Vassouras onde se situa o Hotel é uma localização privilegiada, pois apresenta elementos arquitetônicos históricos, tendo o principal eixo do centro, a Rua Barão de Vassouras, tombada pelo IPHAN, desde 1958. Segundo o site Mara Palace (2018), o hotel faz parte do conjunto histórico urbanístico e paisagístico do município, encontra-se próximo da antiga Estação Ferroviária, das casas do Barão de Massambará e de Vassouras, da Câmara Municipal e do Paço Municipal.

O produto elaborado pelo Hotel Mara Palace, para se adequar ao projeto Tour da Experiência e certificado pelo Selo é o “Chá com Eufrásia”. Eufrásia é uma figura famosa na região devido ao passado histórico da sua família, que eram proprietários de terras e de café. O serviço/produto certificado oferecido ao turista traz características da época Belle Époque

francesa, como a música e a culinária, como bolos, chás, biscoitos amanteigados, entre outros.

Mosaico 2: Chá Com Eufrásia.



Fonte: Portal do Vale do Café (2018).

Para que a experiência possa ser compartilhada ao turista é necessário que haja um agendamento de no mínimo trinta pessoas, sendo o valor cobrado para cada um R\$80,00. E para que haja familiarização com a história e a experiência do "Chá",

recomenda-se que o grupo realize a visita anteriormente à Casa da Hera, local onde é contextualizada a história de Eufrásia por historiadores e guia de turismo especializados (GOMES, 2016, p. 99).

Hotel Santa Amália

Mosaico 3: Cozinha da Baronesa e o Batuque do Quilombo.



Fonte: Portal do Vale do Café (2018).

No hotel Santa Amália, o produto certificado é elaborado com base na ambientação da propriedade ressaltando aos turistas os aspectos ali existentes do século XIX, na conjuntura do Brasil Imperial, como receitas típicas, danças e costumes.

São recebidos por mucamas do século XIX que contará histórias dos negros e nobres do ciclo histórico do café ao mesmo tempo que são servidos aperitivos de receitas típicas. Com apenas tochas iluminando o ambiente, um grupo de maculelê e jongo faz apresentação para os convidados. O jantar temático acontece no salão, servido por garçons vestidos de escravos africanos (PORTAL VALE DO CAFÉ, 2018).

Os hóspedes ou turistas que chegam na localidade, pois a visitação é aberta ao público que queira desfrutar desses elementos, são recebidos por funcionárias do estabelecimento com vestimentas que relembram as "mucamas" do passado (PORTAL VALE DO CAFÉ, 2018).

O Batuque do Quilombo é uma forma de destacar as manifestações, que são importantes e relevantes na região, tais como o maculelê, o jongo e a capoeira. São oferecidos também a comida típica quilombola, feita com alguns alimentos que eram utilizados pelos negros escravizados.

No hotel este produto é servido com aspectos de um Coquetel, onde se junta a gastronomia, a dança e a música num único espaço para que o turista desfrute e desperte emoções únicas fazendo parte de um resgate cultural. No banquete gastronômico o cardápio é enriquecido com os pratos como feijão, couve, cachaça, banana, carne seca, típicos da fazenda; posteriormente, no restaurante (outro ambiente do hotel), os

pratos se resumem a parte da "cozinha da baronesa" (Gomes, 2016).

Na parte externa, há apresentações de grupos da região que dançam capoeira, o jongo e o maculelê. Segundo Gomes (2016) essas encenações não são contextualizadas ao conteúdo, aos relatos e aos contos sobre a importância daqueles elementos, e os significados que representavam para a população negra na época do período imperial.

Cabe ressaltar, primordialmente, que esse produto elaborado, credenciado e chancelado pelo Sebrae em conjunto com o Hotel Santa Amália, acontece entre duas ou três vezes ao ano, devido a necessidade do planejamento, marketing promocional e a adequação dentro do calendário festivo da região (GOMES, 2016, p. 97).

Botequim Por Acaso

Segundo o Portal Vale do Café (2018), o Botequim Por Acaso

formulou um cardápio com elementos da dieta alimentar dos indígenas, africanos e tropeiros. “Raízes e Viagens por um Brasil Imperial” explora a gastronomia do Brasil Império através das influências herdadas desses povos. (PORTAL DO VALE DO CAFÉ, 2018)

Mosaico 4: Raízes e Viagens por um Brasil Imperial.



Fonte: Portal do Vale do Café (2018).

De acordo com Gomes (2016) o produto trabalhado pelo empreendimento, sendo o único estabelecimento dentre os 5 certificados com o Selo Tour da Experiência em Vassouras, que utiliza elementos na culinária com aspectos regionais e étnicos. Isso denota um diferencial sobre os demais produtos por não apresentar os costumes da classe dominante da época, formada pela nobreza, proprietários de terra e de escravos, e os grandes comerciantes de café.

Fazenda Cachoeira Grande

Mosaico 5: Fazenda Cachoeira Grande.



Fonte: Portal do Vale do Café (2018).

A história da fazenda Cachoeira Grande começa no ano de 1824, quando foi construída e pertencia ao Barão de Vassouras, um dos mais importantes produtores de café da região. Atualmente são realizadas visitas à propriedade, a qual se encontra restaurada e decorada com utensílios de antiqüários

mantendo o cenário ainda nostálgico do período do Império Brasileiro.

Segundo Gomes (*apud* BORGES, 2017) a visitação à fazenda aberta ao turista acontece em dois horários que são as 11h e às 15hs diariamente e com guias de turismo bilíngues, que falam além do português, idiomas como inglês, espanhol ou francês, cabendo ressaltar que as visitas guiadas só foram disponibilizadas pela propriedade (ideia vindo do SEBRAE) no período da copa do mundo e das olimpíadas que aconteciam no Brasil.

De acordo com Gomes (2016), a visitação custa cerca de R\$70,00. O tour pela fazenda começa no jardim com o guia narrando a história do surgimento da propriedade, sobre a produção de café, o declínio da atividade cafeeira, até alcançar a sede da fazenda - a casa grande, que atualmente está mobilhada com os artigos de antiquários, pois a fazenda tinha sido comprada com danos estruturais e os objetos antigos que faziam parte da antiga sede foram saqueados.

O produto certificado pelo SEBRAE no estabelecimento é o "Banquete Imperial", que proporciona ao turista uma atividade que reúne a música clássica, como representada nos jantares da nobreza, os convidados são recepcionados por funcionários vestidos de negros escravizados.

Entretanto, o Banquete Imperial só foi realizado uma vez até a atual data, pois Gomes (*apud* Borges, 2017) ao entrevistar um funcionário local, alegou que a produção do banquete gera muitos custos, e só podendo ser realizada mediante agendamento de grupos com no mínimo 20 pessoas, e o valor do Banquete varia na faixa de sete mil reais.

Conclusão

Os produtos certificados e trabalhados pelos estabelecimentos do município de Vassouras, de acordo com a proposta do Tour da Experiência, são permeados de elementos como a memória, história e identidade, cuja centralidade está na atividade do café e no período do império, sendo apropriados para atender um mercado a partir de uma nova experiência. Assim um questionamento pode ser feito: que tipo de conteúdo e qual história está sendo promovida e reproduzida através deste projeto?

Que tipos de experiências estão sendo contadas nesse turismo na cidade de Vassouras, qual o objetivo de selecionar e transformar em produtos/serviços elementos históricos do período imperial brasileiro de forma trivial? Por que e como o contexto histórico-cultural, memória e identidade afro-brasileira do período destacado estão sendo utilizados sob uma única narrativa, cujo sujeito é a nobreza branca? Qual experiência está sendo incentivada, promovida, chancelada e intermediada pelo poder público e demais agentes executores responsáveis?

No próximo capítulo será realizado um estudo detalhado, através de perspectivas conceituais e teóricas, de como o racismo pode ser enxergado e reproduzido na prática destas visitas nos estabelecimentos credenciados pelo projeto Tour da Experiência em Vassouras, discutiremos também como a valorização da história, memória e identidade do povo negro pode ser utilizada no turismo de memória de forma ética, na medida em que as atividades turísticas tem uma faceta pedagógica e podem (e devem) ser instrumentos de valorização da cultura de todos os grupos sociais envolvidos nesses produtos/destinos mobilizados pelo turismo.

Referências

BENI, Mario Carlos. Turismo: da economia de serviços à economia da experiência – In: *Turismo da economia*, vol. 6, n.3. 2004.

BORGES, Marcio Silva; RODRIGUES, Gabriel Magalhães. O Vale do Café no século XXI: comparação de indicadores de desenvolvimento rural sustentável e os desafios de escalageográfica. *Anais... XVII ENANPUR*, São Paulo. 2017.

GOMES, Pâmela Ketulin Mattos. *Que experiências é essa? O Projeto Tour da Experiência em Vassouras- RJ*. Seropédica: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. 2016.

GOMES, Pâmela Ketulin Mattos; MENDONÇA, Teresa Cristina de Miranda. O tour da experiência caminhos do Brasil Imperial em Vassouras (RJ). Qual história está sendo contada?. *Mosaico Revista Multidisciplinar De Humanidades*. V.8, p.32. Vassouras (RJ): 2017.

SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). *“Projeto Economia da Experiência: Continuidade e abrangência de novos destinos*. Petrópolis (RJ): 2016.

TONINI, Hernanda. Economia da experiência: o consumo de emoções na Região Uva e Vinho. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v.3, n. 1, p. 90-107, abr. 2009.

UOL. Universa Uol (Ed.). *"Tour racista": Fazenda faz funcionários atuarem como escravos e é detonada*. 2016.

UMA DISCUSSÃO SOBRE O VINHO E O TURISMO NO HORIZONTE DO VALE DOS VINHEDOS E DA CAMPANHA GAÚCHA

Vanessa Manfio

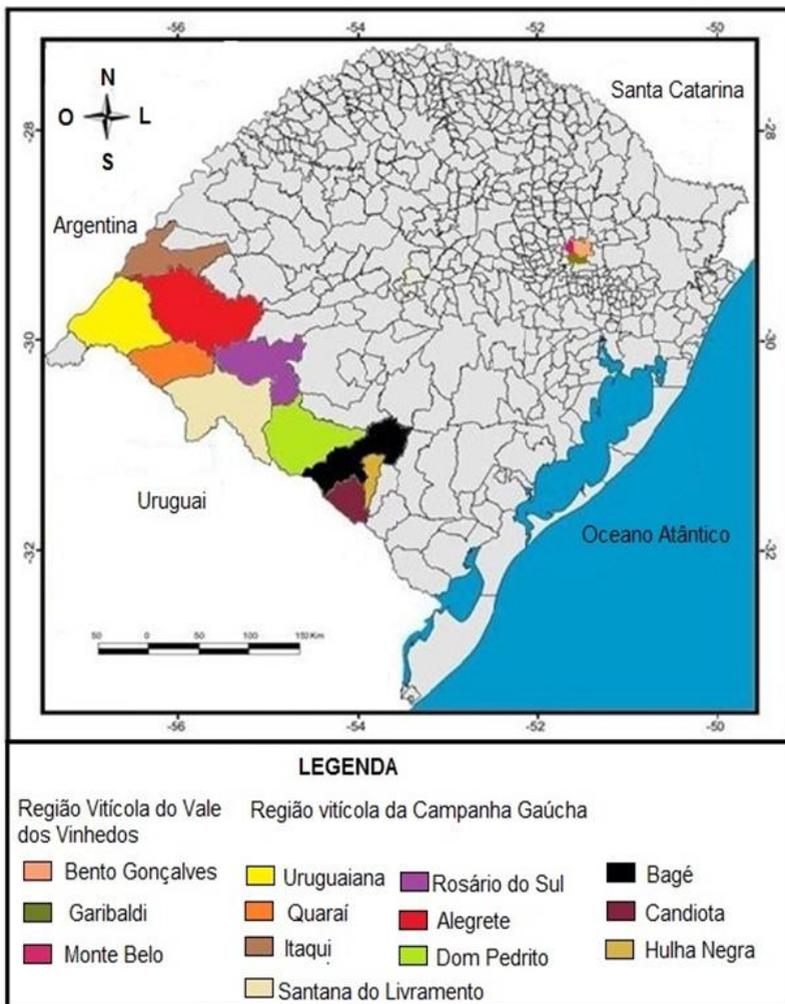
Vinício Luís Pierozan

Introdução

O turismo do vinho sempre despertou interesse de pesquisadores das áreas afins. No entanto, no Brasil o turismo voltado aos espaços vitícolas tem ganhado maior visibilidade somente, nos últimos anos, quando novas regiões brasileiras despontaram na produção de vinhos e conseqüentemente o enoturismo passou a ser estimulado e grandes investimentos começaram a ser realizados no setor.

No espaço agrário brasileiro, a Serra Gaúcha, é a região nacional já reconhecida e consolidada na produção de vinhos, especialmente o Vale dos Vinhedos, apresentada no mapa 1, cuja tradição vitivinícola é antiga e associada à imigração europeia, sobretudo a italiana.

Mapa 1: Localização do Vale dos Vinhedos e da Campanha Gaúcha.



Fonte: IBGE (adaptado por MANFIO, 2018).

A cultura italiana, as vinícolas e o ambiente fazem da região uma área de dinamismo no quesito enoturismo. É uma região de tradição vitícola, que divide o espaço entre o “velho”, composto principalmente pelos parreiras conduzidos na forma latada e casas antigas, que resistem ao tempo, construídas principalmente em madeira com porões em basalto, que contrasta com o “novo” vitícola, expresso na paisagem dos vinhedos conduzidos em espaldeira, nas modernas e inovadoras vinícolas, e demais atividades voltadas ao vinho.

Por sua vez, a região da Campanha Gaúcha, igualmente apresentada no mapa 1, nova área produtora de vinhos no estado, também vem se articulando no turismo vitícola, aproveitando as potencialidades regionais, tais quais: os aspectos históricos que rodeiam e permeiam a região, a cultura, paisagem do Bioma Pampa e o tradicionalismo gaúcho. Logo, a região carrega a identidade gaúcha nas veias. Assim, a articulação desta identidade com o vinho traz uma nova perspectiva para o turismo.

Diante dessa questão, este trabalho busca discutir sobre o turismo do vinho, levantando as dinâmicas e potencialidades do enoturismo que se desenvolve nas duas regiões gaúchas: o Vale dos Vinhedos e a Campanha Gaúcha. Para atingir este objetivo foram utilizados os seguintes recursos metodológicos: revisão de literatura, trabalho de campo e análise da paisagem, seguindo os fundamentos do método descritivo.

Por fim, espera-se com este trabalho contribuir com os estudos sobre o turismo e a vitivinicultura, especialmente no âmbito do estado do Rio Grande do Sul. Além de fortalecer os conhecimentos sobre a Campanha Gaúcha, novo polo turístico do vinho.

O turismo no universo do vinho: revisão teórica

O turismo é uma atividade relacionada ao lazer, ao conhecimento de novos lugares e geografias. Além disso, “o turismo é uma atividade de caráter socioeconômico que tem apresentado, nas últimas décadas, importante papel no desenvolvimento das localidades” (GALVÃO; MARQUES; CASTRO, 2015, p.1).

O turismo vem sendo destaque nas discussões científicas, mas não é uma temática nova para ciência em geral. Galvão, Marques e Castro (2016, p.3) dizem que “A discussão do turismo enquanto ciência não é recente e tampouco conclusa”. No entanto, Binfaré *et al.* (2016, p.28) considera,

[...] o turismo como sendo parte integrante do estilo de vida de um número crescente de pessoas em todo o mundo. Que viajam para satisfazer suas necessidades, que vão desde a recreação ativa ou passiva, conferências e reuniões, a passeios ou negócios, onde utiliza uma variedade de equipamentos e serviços criados para seu uso e satisfação. A experiência turística pode acontecer em diferentes lugares, entre eles regiões costeiras, campos, montanhas, lagos, rios, etc. O seu acontecimento pressupõe tempo livre.

Dentro do segmento do turismo, está inserido o enoturismo que se refere ao turismo voltado ao ambiente da produção de vinhos. De acordo com Locks e Tonini (2005), o enoturismo, turismo de vinhos ou turismo enológico, como também é conhecido é um segmento da atividade turística. Zanini e Rocha (2010, p.69) também destacam que

Embora o vinho tenha motivado deslocamentos para as regiões produtoras há séculos, somente nas últimas duas décadas é que o cultivo da videira e a elaboração de

vinhos se consagraram mundialmente como atrativos turísticos.

O enoturismo envolve a contemplação dos elementos ligados ao universo do vinho, tais quais: a própria bebida e a uva, a paisagem dos vinhedos, a cultura, as cantinas e os registros históricos. Para Valduga (2012), o termo enoturismo é resultado da união do termo eno e da palavra turismo, sendo que eno deriva do grego *oînos* e significa vinho.

Nesta perspectiva, Hall *et al.* (2004, p.3) entendem que “o enoturismo pode ser definido como visitas a vinhedos, vinícolas, festivais de vinhos e vivenciar na prática as características de uma região de uvas e vinhos”. Completa Valduga e Oliveira (2015), este tipo de turismo pressupõe o deslocamento de pessoas, motivadas pela degustação da bebida, observação dos processos destinados a elaboração dos vinhos, bem como, a apreciação das tradições, cultura, gastronomia e tipicidade dos territórios vitivinícolas.

Nesse sentido, o enoturismo é uma realidade presente em diversos países produtores de vinhos e pode ser organizado de diferentes maneiras, como: redes e rotas enoturísticas, turismo individual, eventos, vindimas, entre outros (HALL, *et al.*, 2004), favorecendo as potencialidades regionais. Ressalta ainda, Cunha *et al.* (2012, p.1),

No “enoturismo”, o turista caminha pelos vinhedos, ouve histórias e detalhes relacionados ao vinho, conhece equipamentos e detalhes que fazem parte da produção, além de degustar os vinhos, sentir aromas e texturas e desfrutar de belas paisagens que tornam o roteiro mais apaixonante.

O enoturismo tem um papel importante para as regiões vitícolas, pois através dele ocorre o aumento do consumo do

vinho, a divulgação dos produtos e cultura local, e, sobretudo, estimula o desenvolvimento econômico. Para Würz (2016, p.3), “O enoturismo traz, na sua essência de atividade econômica, a ideia de transformar o vinho em um evento cultural, valendo-se dos aspectos históricos e culturais das regiões produtoras”. Assim, o enoturismo é visto como um grande negócio para a indústria do vinho, por garantir as vinícolas um rendimento paralelo, reforçando a venda direta dos produtos e possibilitando uma maior exposição da marca (AGUIAR, 2008).

Porém, o enoturismo precisa ser planejado com eficiência. Pois, pode provocar a exclusão social da população que não está inserida dentro dessa dinâmica, e a destruição do patrimônio identitário local, por isso, é necessário um planejamento e um olhar científico, a fim de agregar a sociedade, a economia local, a vitivinicultura e o poder público, permitindo o avanço socioeconômico da região vinhateira (MANFIO; PIEROZAN; MEDEIROS, 2016). Nesse sentido, também é sabido que

Já existem evidências de que o turismo associado ao vinho tem grande potencial para se consolidar, não só como modalidade turística, mas também como alternativa de desenvolvimento econômico e social para as regiões vitivinícolas brasileiras, a exemplo do que ocorre em outras partes do mundo. (ZANINI; ROCHA, 2010, p.70).

O enoturismo valoriza o lugar, os moradores e a cultura típica, pois o visitante que viaja para conhecer a vitivinicultura e saborear um vinho quer também conhecer a essência do lugar, as histórias antigas, as construções e vivência que fazem parte do ambiente vitícola.

Em suma, o enoturismo é uma ferramenta para o desenvolvimento da vitivinicultura nos espaços onde se

desenvolve a atividade e se bem planejada exerce um poder de atração e a criação de redes de diferentes serviços, como, por exemplo, pousadas, hotéis, restaurantes, cantinas e atividades mais dinâmicas como passeios a cavalo, de bicicleta, piquenique, *spa* do vinho, entre outras.

Vale dos Vinhedos: a capital brasileira do enoturismo

O Vale dos Vinhedos “[...] é conhecido por esse nome em razão de seus vales cobertos por videiras [...]” (ZANINI; ROCHA, 2010, p.72), está localizado na porção Nordeste do estado do Rio Grande do Sul, particularmente na região denominada de Serra Gaúcha. A área geográfica do Vale dos Vinhedos tem o seu território delimitado em três diferentes municípios, Bento Gonçalves (60%), Garibaldi (33%) e Monte Belo do Sul (7%), totalizando 8.112,3 Km², a área cultivada com vinhedos totaliza 2.123,01 Km², que equivale a 26,14% do território (APROVALE, 2019b, *on-line*).

Em 2002 o Vale dos Vinhedos obteve a primeira Indicação Geográfica (IG)¹ do país, a Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos (IPVV) (APROVALE, 2019b, *on-line*). O controle dos produtos protegidos pela (IG) Vale dos Vinhedos, bem como, a sua gestão é realizada pela Associação dos

¹ Utilizada para identificar a origem de um determinado produto ou serviço, quando o local tenha se tornado conhecido, ou quando certa característica ou qualidade desse produto ou serviço se deva à sua origem geográfica. A IG, além de preservar as tradições locais busca diferenciar produtos e serviços, melhorar o acesso ao mercado e promover o desenvolvimento regional, trazendo benefícios para os produtores, prestadores de serviços e consumidores (INPI, 2019, *on-line*).

Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE) (APROVALE, 2019b, *on-line*). A conquista da “[...] Indicação de Procedência ajudou na construção de uma marca regional ao longo de vários anos, resultado de uma busca constante por um diferencial, de uma identidade que caracterizasse o destino [...]” e com o passar dos anos através do turismo passou a ser cada vez mais valorizada (ZANINI; ROCHA, 2010, p.74). Em relação ao turismo,

Os primeiros indícios do enoturismo na região surgiram nas décadas de 70 e 80, quando algumas empresas familiares investiram na produção de vinhos finos. Esses vinhos finos eram comercializados nas próprias vinícolas, atraindo consumidores regionais, além de turistas que, nesse período, visitavam a vinícola Aurora, em Bento Gonçalves. (VALDUGA, 2008, n.p.)

Atualmente, o visitante que se desloca para o Vale (figura 1), tem a sua disposição um roteiro de viagem já elaborado para melhor conhecer o lugar “A Rota Enoturística do Vale dos Vinhedos, que oferece um variado roteiro turístico que inclui visita pelas vinícolas, degustação de vinhos e sucos e gastronomia italiana, e contato com a natureza”. (COSTA, 2010, p.119). Dessa forma,

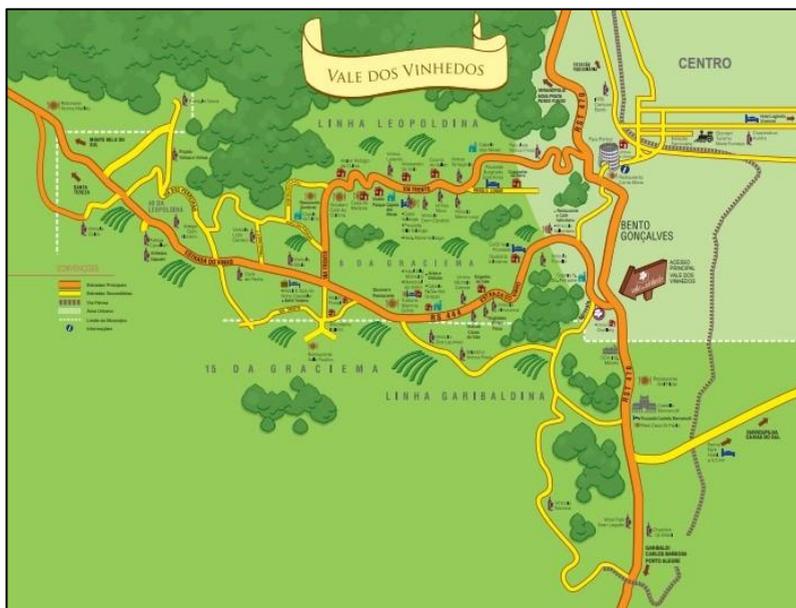
Os turistas, que vão ao Vale dos Vinhedos buscam conhecer não somente os vinhos, mas também quem os produz, como produz, querem saber como melhor apreciar a bebida enfim, os “saberes fazeres”, presentes no lugar, que o identificam e qualificam culturalmente como um território vitivinícola. (MANFIO; PIEROZAN, 2019, p.297)

O enoturismo foi bastante importante para a construção da imagem do Vale dos Vinhedos (ZANINI; ROCHA, 2010, p.74). Imagem que remete a cultura local, e principalmente a paisagem

dos parreirais conduzidos na forma latada que contrastam com os vinhedos mais novos que são conduzidos em espaldeira.

No Vale dos Vinhedos (figura 1), as rotas enoturísticas, os agentes turísticos já estão formados e organizados a atender o turista, respeitando os seus objetivos e anseios. São visíveis no espaço inúmeras agências e guias de turismo, assim como instituições que formam esta mão – de – obra e criam condições para o turismo. Diferentemente que na Campanha Gaúcha onde estes elementos ainda encontram-se em fase de consolidação e a recepção do turismo é feita pelos próprios atores locais.

Figura 1: Vale dos Vinhedos (Bento Gonçalves)



Fonte: APROVALE (2019).

A Serra Gaúcha, região onde se encontra delimitado o Vale dos Vinhedos, teve a sua ocupação realizada através da política de colonização implementada durante o governo de Dom João VI, no início do século XIX, que tinha como foco a vinda para o Brasil de imigrantes europeus (COSTA, 2010). Os italianos ao chegarem ao Brasil eram assentados

[...] em núcleos coloniais para a exploração, em regime de pequenas propriedades, de uma agricultura capaz de suprir as necessidades de um mercado interno que deveria crescer significativamente com a vinda da Corte Portuguesa para o Brasil. (MANFROI, 1975, citado por COSTA, 2010, p.119)

A vinda dos italianos para o país se deu em comum acordo entre o governo brasileiro e o italiano, tendo em vista, que o país europeu se encontrava em uma grave crise econômica e social desencadeada durante o seu turbulento processo de unificação. Particularmente ao Vale dos Vinhedos a “[...] colonização teve origem no ano de 1875, com famílias provenientes principalmente das regiões de Trento e do Vêneto [...]” (VALDUGA, 2008, n.p.). Ao se instalarem na região os italianos introduziram o cultivo da uva e o hábito de consumir vinho durante as refeições, para essa etnia a bebida é consumida como um “alimento”, com o passar dos anos essa cultura foi sendo transmitida para as diferentes gerações de descendentes e hoje a região é a que mais bebe vinho no país, consumo semelhante à alguns países europeus.

A APROVALE atualmente “[...] é constituída por um total de 69 associados, sendo 27 associados produtores e 42 associados setoriais. Entre os associados setoriais, situam-se 4 hotéis, 5 pousadas, 4 artesanatos, 14 restaurantes e 15 com outras atividades.” (FOLETTTO *et al.*, 2018, p.209). Mas, esse

número de empreendimentos aumenta ano a ano, pois com o fluxo cada vez maior de turistas que se deslocam para conhecer o local, surgem também novas demandas por parte dos visitantes. “O enoturismo passou a estimular o desenvolvimento territorial, começaram a surgir novos serviços, que buscaram favorecer e melhorar a experiência do visitante no lugar.” (MANFIO; PIEROZAN, 2019, p.297).

Assim, vários dos novos serviços que se instalam no Vale não possuem qualquer relação com a uva e o vinho, soma-se o fato que os vinhedos também estão perdendo o seu espaço, pois o solo está recebendo novos usos, com novas atividades econômicas que vão surgindo e passam a ocupar e/ou contrastar o espaço rural anteriormente ocupado somente com parreirais.

Atualmente o intenso processo de urbanização, que ocorre de maneira desordenada, como, por exemplo, o verificado na área de entrada do Vale, em Bento Gonçalves (figura 2), o envelhecimento da população rural, e a saída dos jovens da propriedade rural dos pais para a cidade, têm facilitado o avanço do setor imobiliário com a criação de diversos empreendimentos fechados, chamados de condomínios vitivinícolas, sendo construídos dentro da área delimitada do Vale dos Vinhedos. A (figura 3) apresenta a área destinada à construção do condomínio de luxo, Terroir Vinhedos Exclusivos, que será construído entre os parreirais do Vale localizados em Garibaldi.

A ocupação desordenada também descaracteriza o lugar do enoturismo, seja pelo avanço das casas ou pela favelização. Logo, as áreas rurais são invadidas de casas e estabelecimentos imobiliários que distorcem a visão bucólica e cultural do antigo Vale dos Vinhedos, trazendo uma imagem comum a qualquer lugar, a urbanização descontrolada.

Figura 2: Área do Acesso 2 para o Vale dos Vinhedos (Bento Gonçalves).



Fonte: Piana Giordani (2012, p.179).

Figura 3: Condomínio Terroir Vinhedos Exclusivos - Vale dos Vinhedos (Garibaldi).



Fonte: Skycraper City (2014).

Essa situação é bastante preocupante, pois mesmo o Vale tendo proteção legal desde 2012 como patrimônio histórico e cultural do estado do Rio Grande do Sul, os vinhedos e a produção de vinho estão sendo cada vez mais ameaçados de perderem o seu espaço em virtude do aumento da urbanização (figura 4). Nesse sentido,

O Vale sofre descaracterização de suas paisagens, principalmente por condomínios, vilas e loteamentos [...]. Há a descaracterização por alteração no sistema de condução das videiras, extinguindo-se o plátano e a latada, outro tema polêmico. (FLORES; FLORES, 2012, p.35)

Mesmo assim, com todos esses problemas, que estão se disseminando no local, somente no primeiro semestre de 2019 visitaram o lugar 255 mil turistas, que equivale a 23% a mais do número de visitantes para o mesmo período do ano anterior (APROVALE, 2019a, *on-line*).

Figura 4: Avanço da urbanização sobre a área de mata em direção aos vinhedos no município de Bento Gonçalves.



Fonte: Rigon (2017).

O número de turistas que procuraram conhecer o Vale nos últimos anos é aproximadamente três vezes maior do que o público de 10 anos atrás (APROVALE, 2019a, *on-line*). A maior parte dos visitantes que vão conhecer o Vale dos Vinhedos é do próprio estado do Rio Grande do Sul e dos

municípios que fazem parte da Região Metropolitana de Porto Alegre. É importante destacar que o enoturismo e a

[...] vitivinicultura têm trazido benefícios ao Vale dos Vinhedos: como a melhoria de infraestrutura em conjunto ao poder público, mais postos de trabalho, oportunidade de novos negócios, valorização das terras e valorização da marca regional. (ZANINI; ROCHA, 2010, p.74)

A prosperidade econômica existente no Vale dos Vinhedos é devida ao setor vitivinícola, porém com as novas demandas que vão surgindo em virtude do turismo são os vinhedos que vão perdendo o seu lugar na paisagem rural do Vale.

Campanha Gaúcha: as potencialidades e inovações em torno do turismo do vinho

A região da Campanha Gaúcha é conhecida pelos vastos campos pampianos, onde se desenvolve a pecuária bovina e ovina. No entanto, nas últimas décadas, novas atividades econômicas têm reestruturado o espaço agrário regional e proporcionado diferentes possibilidades para o desenvolvimento socioeconômico. Entre estas atividades está a vitivinicultura.

A produção de vinhos despontou na Campanha Gaúcha a partir dos anos 1970, quando estudos foram desenvolvidos nesta região do Rio Grande do Sul e comprovaram as condições adequadas para o cultivo de videiras das variedades americanas e europeias. Assim, estudos liderados por Harold Olmos da Universidade de Davis (EUA) em conjunto com universidades gaúchas e a Secretaria de Agricultura do estado do Rio Grande do Sul identificaram condições edafoclimáticas propícias para

produção de videiras (FLORES; FALCADE; MEDEIROS, 2010).

Estes estudos foram impulsionadores para que empresas estabelecidas na Serra Gaúcha implantassem videiras na região. E com o desenvolvimento da produção de vinhos, empresários locais e de fora da região passaram a investir no cultivo de videiras e na produção de vinhos na Campanha. Destaca-se também que muitos produtores locais aproveitaram a criação de uma cadeia do vinho na Campanha Gaúcha e buscaram se inserir nela fornecendo matéria-prima (uvas) para empresas vitícolas. Com isto, os atores da produção de uvas e vinhos são: os empresários regionais, os empresários externos, os produtores de uva familiares, as empresas da Serra Gaúcha e as associações (MANFIO, 2018). As associações ligadas à uva e o vinho se desenvolveram na região após a década de 2000, quando a vitivinicultura se constituiu numa atividade em consolidação na Campanha Gaúcha.

Entre as associações, merece destaque a Associação de Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha (Associação Vinhos da Campanha) que surgiu para amenizar as dificuldades relativas à constituição de uma nova cadeia produtiva na região, voltada a vitivinicultura. Logo,

[...] a associação tem fortalecido a vitivinicultura na região e promovido novas perspectivas econômicas regionais, como por exemplo, a criação de uma identidade regional associada com o vinho e, também tem proporcionado o desenvolvimento do enoturismo. (MANFIO; PIEROZAN; MEDEIROS, 2016, p.9)

Portanto, com a criação da Associação Vinhos da Campanha e a consolidação da região como produtora de vinhos finos, o segundo passo dos atores vitícolas têm sido a

implantação de atividades e rotas enoturísticas. O enoturismo será, quando consolidado, um fator de difusão da região e estimulante da criação de novas atividades e rendas financeiras.

Segundo Cunha *et al.* (2012, p.2), a região da Campanha Gaúcha apresenta grandes potencialidades para o desenvolvimento do turismo, como: o tradicionalismo gaúcho, a história do Rio Grande do Sul, o Bioma Pampa e a culinária, com churrasco.

De acordo com Chiattonne e Chiattonne (2013), o enoturismo na Campanha Gaúcha ainda está dando os seus primeiros passos, com atividades individuais e a articulação de algumas propriedades rurais para a formação de uma rota enoturística, atribuindo os diferenciais que estão inseridos nessa região.

A primeira rota enoturística criada foi a Rota Ferradura dos Vinhedos, no município de Santana do Livramento (figura 5). O nome da rota deve-se ao roteiro de visitas formarem um desenho de uma ferradura de cavalo, algo típico e identitário da região que é associado à cultura gaúcha. Esta rota foi idealizada pelo Professor Avelar Fortunato, da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), com as parcerias da Prefeitura Municipal de Santana do Livramento, da UNIPAMPA e patrocínio do Banco do Estado do Rio Grande do Sul S. A., o Banrisul (MANFIO, 2018).

Figura 5: A Rota Ferradura dos Vinhedos.



Fonte: UNIPAMPA (2017).

Em Bagé também está sendo constituída uma rota enoturística, chamada de Caminho Farroupilha de Bagé, que envolve uma parceria firmada entre as vinícolas, estabelecimentos locais e a Secretaria de Turismo do município. Segundo Manfio (2018), a rota prevê a visitação de pontos históricos, como o Forte de Santa Tecla e o cemitério dos generais, com café em pousadas da cidade e passeios pelas propriedades vitícolas locais.

O passeio enoturístico em Bagé segue roteiros receptivos de visitação a casarões antigos, estâncias, Praça da Matriz ou Praça Silveira Martins, Museu Dom Diogo, Santa Fé, cidade cenográfica, Capela Santa Thereza de Ávila, antiga estação férrea, cemitério municipal, pousada do Sobrado, as propriedades vitivinícolas Peruzzo e Estância Paraíso.

Além das iniciativas de rotas enoturísticas, “o Festival Binacional de Enogastronomia e Produtos do Pampa tem sido um locutor da gastronomia e dos vinhos da Campanha” (MANFIO, 2018, p.196). O festival conta com diversos atrativos e ocorre a participação de bares, hotéis, restaurantes, vinícolas de Santana do Livramento e Rivera (Uruguai) e envolve também palestras, passeio a Ferradura dos Vinhedos, jantares típicos e passeios as vinícolas uruguaias.

A organização de vindimas e almoços harmonizados com os vinhos produzidos pelas vinícolas da região tem atraído cada vez mais pessoas para a Campanha, a fim de aproveitar a contemplação da paisagem do Pampa e dos vinhedos, a culinária gaúcha e degustar os vinhos produzidos na região. Convém destacar que nem todas as propriedades apresentam vinícolas, algumas produzem somente uva e a comercializa com vinícolas locais. Assim, apenas alguns poucos empresários estão se destacando e obtendo retorno financeiro com o enoturismo na Campanha Gaúcha.

A Guatambu - Estância do Vinho (figura 6) compreende uma das mais requintadas vinícolas, que se destaca no segmento do turismo, pois já disponibiliza aos turistas passeios a cavalo em meio aos parreirais, degustação, vindima aberta ao público, almoços e jantares harmonizados, piquenique e espaço para realização de casamentos e festas, além de uma vinícola com atendimento ao visitante. A vinícola Guatambu também vem se destacando na filosofia sustentável, utiliza painéis solares e infraestrutura voltada a sustentabilidade no campo.

Figura 6: Vinícola Guatambu.



Fonte: Manfio (2015).

Outra vinícola que está em ascensão na região é a Campos de Cima, liderada por mulheres, apresenta espaço para degustação de vinhos, passeios vinícolas, almoços e jantares harmonizados com os vinhos da vinícola e uma pequena pousada para atender e recepcionar os turistas.

Aos poucos a região vai construindo novas infraestruturas direcionadas para atender o turismo. Além disso, hotéis, restaurantes, pousadas e bares estão criando ambientes ligados ao vinho para participarem desta nova dinâmica do turismo vitícola, criando um espaço de receptividade e hospitalidade ao turista.

No entanto, a região ainda precisa superar muitas dificuldades para adquirir uma prosperidade no turismo vitícola, tais como: melhoria da infraestrutura local (estradas, espaços

públicos, rodoviárias), revitalização de lugares históricos, revitalização de aeroportos da região, maior integração entre poder público, estabelecimentos comerciais e vinícolas, além de atendimento ao público por mais empresas vinícolas e também formações e capacitações de guias turísticos.

A superação das dificuldades poderá representar a consolidação do turismo vitícola, promissor nesta região de constante potencialidade rural e paisagística, produtora de bons vinhos e que a cada ano que passa vai transformando cada vez mais a paisagem local com a expansão dos vinhedos em espaldeira.

Considerações

Pode-se afirmar que o vinho é um grande atrativo turístico do estado do Rio Grande do Sul. O enoturismo no espaço gaúcho segue a tendência já existente há séculos na Europa, - especialmente em países tradicionais vitícolas como Itália, França, Espanha e Portugal - a vinculação do vinho com o lugar onde a vitivinicultura se desenvolve, constituindo um produto turístico. No estado gaúcho é visível o desenvolvimento do enoturismo em duas regiões tipicamente diferentes: a Serra Gaúcha e na Campanha Gaúcha. Dessa forma, o presente estudo tratou de analisar o enoturismo no Vale dos Vinhedos e na região da Campanha Gaúcha, tecendo uma discussão sobre os desafios e as potencialidades de ambos os espaços turísticos.

O Vale dos Vinhedos é o principal destino do turismo vitivinícola no país, foram os vinhos elaborados na região do Vale que mostraram para o mundo o potencial vitivinícola brasileiro, local da primeira IG do país, mas que atualmente tem

os seus vinhedos fortemente ameaçados em virtude da urbanização desordenada e da crescente especulação imobiliária em decorrência da supervalorização das terras nessa porção do território. Estas questões ameaçam a forte identidade local atrelada à ocupação do território, que se deu pela etnia italiana introdutória de vinhas e da cultura na região, marca da vitivinicultura, do enoturismo e um patrimônio histórico da região. Assim, mesmo diante de uma riqueza de elementos turísticos e a consolidação de infraestruturas locais, a região terá logo desafios importantes: a de vencer a descaracterização da região. Esta poderá implicar em prejuízos para o enoturismo, já que o atrativo cultural e histórico tende a ser abortado pelo capital visto em toda parte.

A Campanha Gaúcha, por sua vez, desponta como uma nova região enoturística no estado, que busca forjar a vitivinicultura, atividade recente no local, a atividade de pecuária e ao bioma pampa. O vinho da Campanha e, sobretudo, o enoturismo praticado na região estão estimulando o desenvolvimento de novas infraestruturas, que passaram a promover o desenvolvimento regional. A região apresenta potencialidades enoturísticas pela disposição das vinícolas, pela questão histórica e ambiental que promove belos passeios, porém terá que resolver problemas de infraestrutura e criar uma articulação expressiva entre o setor terciário e a vitivinicultura para o fortalecimento do turismo.

Contudo, o enoturismo é uma realidade brasileira, tendo a Serra Gaúcha como principal polo atrativo e uma pretensão de crescimento enoturismo pelo território do Brasil. Este crescimento enoturístico tem conflitos que são novos e diversificados, ou seja, cada região apresenta uma realidade e desafios inerentes ao seu posicionamento como universo

vitícola. Pensar o enoturismo, então, não é uma tarefa fácil, requer uma síntese dos elementos impulsionadores do enoturismo, o reconhecimento das peculiaridades e conflitos, assim como uma discussão sobre o lugar e a vitivinicultura, compreendendo a totalidade da Geografia do vinho.

Referências

AGUIAR, M. *O vinho na era da técnica e da informação: um estudo sobre Brasil e Argentina*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

APROVALE - Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos. *Notícias*: Vale dos Vinhedos atinge 255 mil visitantes no primeiro semestre de 2019. Bento Gonçalves; 2019. Disponível em:

<<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/viewdestaque.php?view=606&cnid=>>. Acesso em: 11 nov. 2019a.

APROVALE - Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos. *O Vale: Território*. Bento Gonçalves; 2019. Disponível em:

<<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/conteudo.php?view=102&idpai=126>>. Acesso em: 16 out. 2019b.

BINFARÉ, P.W. *et. al.* Planejamento turístico: aspectos teóricos e conceituais e suas relações com o conceito de turismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*. Natal, v. 4, Ed. Especial, p. 24-40, abr. 2016.

CHIATTONE, M. V.; CHIATTONE, P. V. Enoturismo: atrativo e ferramenta para o desenvolvimento sustentável de regiões. *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul. v. 5, n. 4, p. 616-634, out./dez. 2013.

COSTA, L. de C. N. Enoturismo e Paisagem Cultural: a vitivinicultura em nova proposta. *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul. v. 2, n. 1, p. 112-124, jul./dez. 2010.

CUNHA, W. M.; *et al.* Potencialidades do enoturismo na Campanha Gaúcha. In: II SIEPETUR, 2012, Santa Vitória do Palmar. II SIEPETUR, 2012.

DEMEDA, L. Condomínios vitivinícolas começam a despontar no Vale dos Vinhedos. *Zero Hora (versão online)*, Porto Alegre, 3 nov. 2017. Caderno Campo e Lavoura. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/campo-e-lavoura/noticia/2017/11/condominios-vitivinicolos-comecam-a-despontar-no-vale-dos-vinhedos-cj9k3m0ss05dx01ogqgwv19hy.html>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

FLORES, M. A. D.; FLORES, A. *Diagnóstico do enoturismo brasileiro: um mercado de oportunidades*. Brasília: SEBRAE; Bento Gonçalves: IBRAVIN, 2012.

FLORES, S. S.; FALCADE, I.; MEDEIROS, R. M. V. Desenvolvimento territorial rural sustentável sob a perspectiva da vitivinicultura no Rio Grande do Sul. In: VIII Congresso Latino americano de Sociologia Rural. *Anais eletrônicos...* Disponível em: <<http://www.alasru.org/>>. Acesso em: 20 out. 2019.

FOLETTTO, S. *et al.* Fatores que interferem no desenvolvimento do turismo sustentável no espaço rural do roteiro turístico Vale dos Vinhedos, de Bento Gonçalves/RS – Brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*. Novo Hamburgo. v. 14, n. 2, p. 204-222, jul./dez. 2018.

GALVÃO, P. L. de A.; MARQUES, P. C. L.; CASTRO, C. A. T. Turismo, políticas públicas e território: o desenvolvimento do turismo na região vinícola do Vale do São Francisco. 2015. In: XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR. *Anais eletrônicos...* Natal (RN), 2015. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/92.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2019.

GALVÃO, P. L. de A.; MARQUES, P. C. L.; CASTRO, C. A. T. O positivismo nas produções científicas do Turismo: um olhar sobre a obra “Administração do Turismo” de Miguel Acerenza. 2016. In: XIII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR. *Anais eletrônicos...* São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/624.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2019.

HALL, C. M.; SHARPLES, L.; CAMBOURNE, B.; MACIONIS, N. *Wine tourism: around the world, development, management and market*. Oxford: Hardcover, 2004.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. *Indicação Geográfica: guia básico de indicação geográfica*. Rio de Janeiro; 2019. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica>>. Acesso em: 14 nov. 2019.

LOCKS, E. B. D.; TONINI, H. Enoturismo: O vinho como produto turístico. *Turismo em Análise*. São Paulo. v. 16, n. 2, p. 157-173, nov. 2005.

MANFIO, V. *Vitivinicultura e associativismo: a dinâmica da Associação Vinhos da Campanha na formação de um território no Rio Grande do Sul, Brasil*. 260f. 2018. Porto Alegre. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2018.

MANFIO, V.; PIEROZAN, V. L. O desenvolvimento dos territórios do vinho no estado do Rio Grande do Sul: uma discussão sobre o Vale dos Vinhedos e a Campanha Gaúcha. *Revista Política e Planejamento Regional*, Rio de Janeiro. v. 6, n. 3, p. 287-305, set./dez. 2019.

MANFIO, V.; PIEROZAN, V. L.; MEDEIROS, R. M. V. Enoturismo e desenvolvimento rural: da Vale dos Vinhedos a Campanha Gaúcha. In: XXIII Encontro Nacional de Geografia Agrária. São Cristóvão/SE, 2016.

PIANA GIORDANI, M. E. *Por trás dos parreirais: embates da paisagem cultural vinícola e a urbanização – Vale dos Vinhedos, Bento Gonçalves, RS. 250f. 2013. Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.*

SKYCRAPER CITY. *RS abrigará o primeiro Hotel Boutique e Condomínio Residencial vitivinícola do Brasil*. Fórum Skycraper City. 2014. Disponível em: <<https://www.skyscrapercity.com/threads/rs-garibaldi-condom%C3%ADnio-terroir-vinhedos-exclusivos-vale-dos-vinhedos.1719904>>. Acesso em: 14 nov. 2019.

VALDUGA, V. O desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil). *Revista de Cultura e turismo - CULTUR*. Santa Cruz do Sul. Ano 6, n. 02, p. 127-143, jun. 2012.

VALDUGA, V. O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos - RS. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO – ANPTUR, V, 2008, Belo Horizonte, MG. *Anais eletrônicos...* Belo Horizonte, MG, 2008. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/61.pdf>>. Acesso em: 06 nov. 2019. n.p.

VALDUGA, V.; OLIVEIRA, B. Enoturismo no Vale dos Vinhedos/RS: uma análise da oferta e da demanda turística. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO - ANPTUR. *Anais eletrônicos...* Natal (RN), 2015. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/3.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2019.

ZANINI, T. V.; ROCHA, J. M. O enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE). *Revista Turismo em Análise*. São Paulo. v. 21, n. 1, p. 68-88, abr. 2010.

WÜRZ, D. A. Os “vinhos de altitude” e seu papel no desenvolvimento do enoturismo de São Joaquim – Santa Catarina. In: II Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do agronegócio. *Anais eletrônicos...* 2016. Caxias do Sul. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/IIsimposioinovacaoagronegocio/simposioinovacaoagronegocioucs/paper/viewFile/4595/1438>>. Acesso em: 29 out. 2019.

**CULTURA, MEMÓRIA E O MITO DO CABOCLO
BERNARDO NA FOZ DO RIO DOCE:
notas sobre a fé, a festa e o turismo entre 2010 e 2020**

Anderson Pereira Portugal

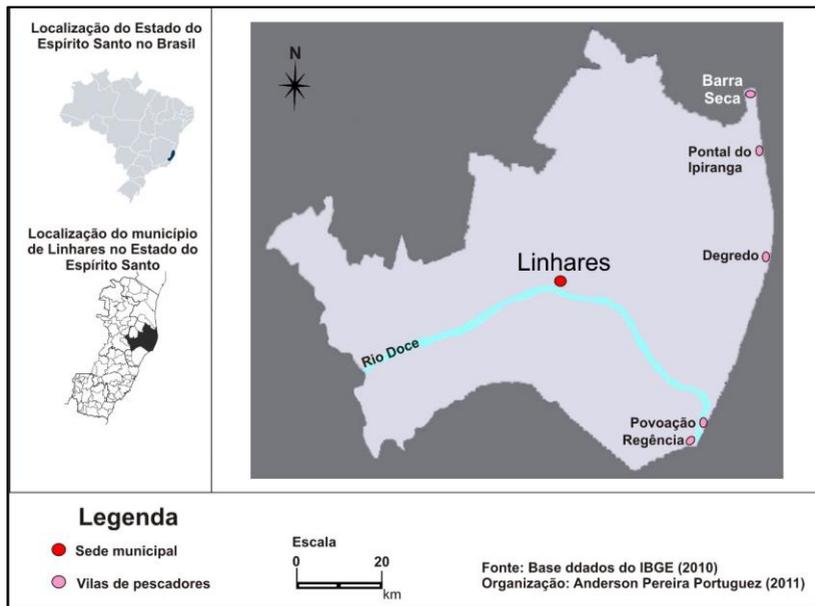
Introdução

A pesquisa doutoral que deu origem ao presente capítulo foi realizada entre os anos de 2006 e 2009 e a defesa da tese se deu em 2010. Portanto, neste início de 2020, estamos comemorando os 10 anos de finalização da pesquisa. Para marcar esta data, resolvemos revisitar as nossas anotações, os textos originais e as vilas pesquisadas para ver de perto o que se transformou na paisagem ao longo deste tempo.

Nosso estudo original foi realizado nas vilas de pescadores da planície costeira do baixo rio Doce, no município de Linhares. Neste vasto território, procuramos compreender as estratégias de sobrevivência de comunidades pesqueiras, que ali vivem em situação de elevada vulnerabilidade social.

Nossa pesquisa foi realizada em 5 comunidades: Regência, Povoação, Degredo, Pontal do Ipiranga e Barra Seca (mapa 1). Nelas, pesquisamos temas relacionados à história, à produção econômica, à cultura, aos conflitos territoriais ali existentes entre outros aspectos. Uma parte bastante significativa da tese foi dedicada ao turismo, atividade que se projetava significativamente em 2010.

Mapa 1: Localização das vilas de pescadores do município de Linhares, estado do Espírito Santo.



Fonte: Adaptado de PORTUGUEZ (2010).

Org.: Portuguez, 2020.

Desde então, acontecimentos de grande impacto mudaram a vida das comunidades na barra do rio Doce: a grande enchente de 2013, que atingiu o complexo estuarino do rio Doce causando mortes, prejuízos e isolamento das comunidades; a contaminação ambiental ocorrida após o rompimento da barragem de rejeitos de minérios em Mariana (MG) em 2015, cujo fluxo de lama degradou o ambiente estuarino do Doce e, por fim, a atual pandemia de Covid-19 de 2020, que tem desestruturado o turismo em escala local.

Um dos dados que levantamos para a atualização da pesquisa referiu-se a uma festa de grande importância turística: A festa do Caboclo Bernardo, que ocorre na vila de Regência e que desde 2010 se transformou significativamente, inclusive perdendo muito de sua identidade turística.

Para a realização desta atualização, nos valem de leituras, análise documental, entrevistas de atualização de dados com personalidades que participaram da pesquisa doutoral e visita a campo.

Trabalhos desta natureza são interessantes, pois permitem entender o território a partir de suas transformações no decurso do tempo. Esperamos com a atualização da pesquisa, contribuir com a comunidade de Regência no sentido de oferecer à mesma, dados e elementos que permitam o planejamento comunitário e, ao mesmo tempo, a compreensão dos ritmos de sua história.

A vila de Regência

Regência é uma pequena vila localizada na margem sul da foz do rio Doce, em um ponto relativamente isolado no litoral norte do Estado do Espírito Santo. Abriga o Distrito de mesmo nome, pertencente ao município de Linhares, cuja sede está localizada na região do interior do território municipal, a aproximadamente 50 quilômetros da costa.

A comunidade possui pouco mais de 300 residências, cujos moradores são predominantemente descendentes de índios Botocudo e colonizadores europeus. Daí a tradição de chamar esses pescadores mais tradicionais de *caboclos* (mestiços). No total, a população fixa de Regência é de pouco mais de 1.000 habitantes, muitos dos quais ainda vivem da pesca no rio e no

mar, embora o turismo esteja se tornando a atividade produtiva mais importante da vila.

Em 1572 foi registrada no bar do Rio Doce, a presença de índios sedentários. Os portugueses procuravam ouro no interior do território e, desde esse período, havia interesse em proteger essa região com a instalação de um quartel. No entanto, com a descoberta de veias de ouro no atual Estado de Minas Gerais, a navegação do Rio Doce foi impedida, inviabilizando a possibilidade de crescimento das aldeias localizadas em suas margens (REIS, 2003).

Com o declínio da mineração no final do século XVIII, a política de restrições começou a mudar. Autores como Saint-Hilaire (1974), Zunti (2000) e Reis (2003) registraram as dificuldades de navegar no rio, devido à inconsistência de seu fluxo, que por vezes se apresentava com águas serenas e em outros, seu curso mostrava-se muito violento. Soma-se a isso, a grande dificuldade de controlar os barcos em sua boca, temida até mesmo pelos navegadores mais experientes.

Os barcos muitas vezes encalhavam na foz do Rio Doce, pois os bancos de areia eram deslocados pelos movimentos das marés e, desta forma, nunca foi possível saber por onde passar com mais segurança. Pescadores da vila atual reclamam do mesmo fato, dizendo que a foz do rio até hoje é caracterizada por instabilidades.

Além disso, o aparecimento de febres malignas, como febre-amarela e malária, comuns em suas margens. Mesmo tendo que enfrentar esses desafios, com o tempo, a cidadela localizada na barra do rio se tornou um ponto de parada para navios vindos do sul, indo para a costa norte do Brasil e vice-versa.

Nota-se que não havia, naquela época, intimidade dos portugueses e seus descendentes com o território que pretendiam ocupar. Foi uma tarefa desafiadora, tanto pelos percalços impostos pela natureza, quanto pelos constantes ataques indígenas. Os *Botocudos*, vendo seu território ser apropriado por povos estranhos, tentaram impedir a ocupação a todo custo. O conflito territorial, custou a vida de milhares de nativos.

Na primeira metade do século XIX a região do Delta do Rio Doce, foi ocupada por índios destribalizados e/ou aculturados (REIS, 2000). Naquela época, a pequena vila era chamada de Regência Augusta. Apesar dos riscos de navegação na barra do rio, aos poucos a navegação no baixo curso, entre o porto fluvial de Regência Augusta e as cidades do interior, desenvolveu-se e trouxe, no início do século XX, ares de prosperidade para a comunidade de pescadores.

Em 15 de novembro de 1899, foi inaugurado o antigo Farol do Rio Doce, na margem norte de sua barra, sendo transferido para a margem sul em 1907 (Zunti, 2000). A cúpula deste farol foi removida e transferida para a frente do Museu Histórico de Regência, tornando-se ponto turístico. Em seu lugar, um novo farol foi construído, com arquitetura e operação mais modernas.

A cidadela de Regência Augusta prosperou como um polo comercial a ponto de se tornar mais competitiva do que a sede municipal, Linhares, onde o parque comercial era menor. Com a abertura da estrada que liga o norte e o sul do Estado do Espírito Santo, atualmente integrada ao eixo da Rodovia BR 101, a navegação entrou em declínio e a vila de Regência deixou de prosperar. Em 1954, quando a primeira ponte foi construída e inaugurada sobre o Rio Doce, em Linhares, a navegação fluvial tornou-se dispensável (NOVAES, 1969).

Outro fato que determinou o declínio desse período de crescimento de Regência foi o assoreamento do rio, devido ao modelo de agricultura implementado em seu vale, que dizimou as matas ciliares e florestas adjacentes. A erosão, implacável em região de clima tropical, levou grandes quantidades de sedimentos ao leito do rio, deixando as rotas entulhadas em alguns pontos, até mesmo para pequenas embarcações.

Em 1936, após uma grande enchente, o rio Doce abriu uma nova barra e rapidamente destruiu o trecho arenoso (restinga) onde se localizava a antiga vila. Desta forma, a vila atual, chamada apenas de Regência (suprimiu-se o nome Augusta), é uma reconstrução da comunidade em ponto mais seguro da costa.

Até 1980, a vila permanecia isolada e pouco conhecida. Foi a partir dessa época que um novo momento de prosperidade, muito lento, mas contínuo, passou a trazer novas esperanças para os moradores. Os marcos desse período representam as novas ações do capital e do poder público na aldeia: pesca tradicional, preservação ambiental, produção de hidrocarbonetos e turismo.

O turismo e a fé popular em Regência

Na vila de Regência, existem três conjuntos de atrativos que já se tornaram atrativos para um fluxo representativo de visitantes, que tende a crescer com as obras de pavimentação da Rodovia ES440. Esses três conjuntos de atrativos (meio ambiente, cultura e praias) proporcionam uma prática turística híbrida, que não dá origem a segmentações delimitadas. Em

outras palavras, o turista que visita Regência desfruta, na mesma viagem, de dois ou mais de seus conjuntos de recursos.

A praia de Regência não é a mais apreciada do litoral norte do estado, basicamente por fatores como: a violência das ondas, a ocorrência de águas-vivas, a existência de áreas protegidas por lei para a desova de tartarugas marinhas (áreas de acesso restrito) e a elevada turbidez das águas, devido ao fato de o rio Doce trazer para o mar grande quantidade de sedimentos.

O Projeto Tamar-Ibama tem uma base de pesquisas e monitoramento das tartarugas-marinhas em Regência, uma das mais importantes do Brasil. As atividades ecológicas atraem grande quantidade de visitantes para a vila e as ações ambientalistas do Projeto Tamar-Ibama são os atrativos mais notáveis, além do ambiente estuarino em si (PORTUGUEZ, 2010).

Embora a praia, a tropicalidade local, a beleza do estuário e os atrativos ecológicos do Projeto Tamar-Ibama sejam importantíssimos para compreendermos a dinâmica regional do turismo, neste ensaio trataremos de um atrativo em específico: a cultura popular. Mais especificamente, falaremos da Festa do Caboclo Bernardo, um herói da comunidade, divinizado pela fé do povo em ritos do catolicismo popular.

Mosaico 1: Atrativos turísticos de Regência.

Base de Comboios, onde o Projeto Tamar-Ibama realiza suas pesquisas sobre a vida marinha em Regência



Fonte: PORTUGUEZ (2010, sp.)

Abertura de ninho de tartarugas marinhas em Comboios, Regência.



Fonte: PORTUGUEZ (2010, sp.)

Barra do rio Doce e vila de Regência



Fonte: Disponível em:
<http://www.morrodomoreno.com.br/>[...]
..] Acessado em: 19/05/2020



Fonte: Disponível em:
<https://br.pinterest.com/>[...].
Acessado em 18/05/2020.

Org.: PORTUGUEZ, A. P. (2020).

Em Regência, há uma festa tradicional que une elementos da cultura, da memória coletiva e do catolicismo popular. O festejo é considerado um dos mais complexos e elaborados do

Espírito Santo e é certamente o principal evento cultural e turístico do município de Linhares. Durante três dias, especialmente no último, que é sempre o primeiro domingo de julho, a comunidade recebe mais de 3.000 visitantes para acompanhar a *Fiesta do Caboclo Bernardo* (PORTUGUEZ, 2010).

Bernardo José dos Santos, ou simplesmente *Caboclo Bernardo*, como é popularmente conhecido, viveu como pescador na comunidade de Regência e foi um dos remanescentes de uma tribo de índios Botocudos que estava sendo massacrado na região norte do estado na segunda metade do século XIX. Conta a história de que ele salvou 128 pessoas do naufrágio do navio-escola *Imperial Marinheiro*, que estava fazendo pesquisas sobre a barra do rio Doce e cartografando-a (ZUNTI, 2000, p. 69).

O evento ocorreu no início da madrugada de 7 de setembro de 1887, quando o navio do tipo Cruzador não resistiu a uma violenta tempestade perto da foz do grande rio. Quando a população de Regência foi informada que a embarcação estava naufragando, eles tentaram organizar o resgate. Bernardo destacou-se entre os bravos que se arriscaram para promover o resgate dos marinheiros (CASTRO, 2000, p. 45).

O *Imperial Marinheiro* era um navio novo, em ótimas condições de navegação. Foi com surpresa que a notícia de seu naufrágio foi recebida pelas elites governamentais. Por volta de 1h30 da madrugada, um barco chegou à praia trazendo 8 sobreviventes do naufrágio para pedir ajuda aos moradores.

A noite escura dificultou para as pessoas, que não conseguiram realizar o resgate, pois a tempestade era muito

forte e as ondas castigavam o navio com extrema violência (REIS, 2003, p. 71).

O barco afundou a cerca de 120 metros da praia, perto da ponta sul da foz do rio Doce, onde os marinheiros tentavam se segurar nos destroços ainda não submersos do barco. Ao amanhecer, a ressaca marinha ainda era forte, impedindo que os tripulantes pudessem se lançar ao mar para nadar até a praia, que aparentemente estava perto. Cansados e feridas, não conseguiriam se salvar se tentassem.

Foi nesse cenário de horror e desesperança que surgiu a figura heroica de Caboclo Bernardo. Ele era um homem pobre, de hábitos simples, mas muito forte e com todo o vigor de seus 28 anos de idade. Como era nativo da vila, desde criança já tinha aprendido a conviver com os segredos da barra do rio Doce. Esse conhecimento era valioso na época, pois com base em sua experiência como pescador, foi que ele conseguiu salvar os náufragos.

O pescador se jogou no mar quatro vezes, mas a força das ondas o devolveu à praia. Foi apenas na quinta tentativa que Caboclo Bernardo conseguiu carregar uma corda entre os dentes até os destroços da embarcação. Um a um, os tripulantes foram transportados para a praia. Há um registro de que a comunidade improvisou uma jangada com os restos do navio para permitir o resgate dos últimos 13 homens (REIS, 2003, p. 74).

Trinta dos 158 homens a bordo morreram. 128 foram salvos. Por isso, Bernardo tornou-se um herói, foi homenageado pela Princesa Izabel, Regente do Brasil. Recebeu homenagens no Rio de Janeiro (capital do Império) e Vitória (capital do Estado do Espírito Santo), mas com o tempo, tornou-se anônimo novamente. Ele morreu muito pobre e completamente

esquecido. Aos 54 anos, após voltar de uma pescaria, foi morto por Lionel Fernandes de Almeida, em frente à sua casa. Muitos anos depois do fato, o assassino alegou que o homicídio foi devido a bebedeiras e disputas por mulher (CASTRO, 2000).

A vila de Regência estava consternada com o que tinha acontecido, pois Caboclo Bernardo era muito amado por todos. Os intelectuais da época, sabendo de sua morte, reacenderam seu ato heroico e, desta forma, sua bravura em 1887 tornou-se notícia no Estado.

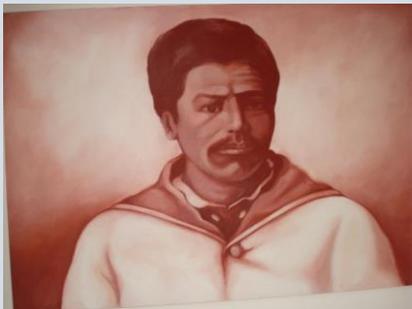
Um fato, no entanto, tornou-o um mito popular: durante seu funeral os habitantes observaram que seu corpo ainda não havia mostrado sinais de deterioração. Não havia mau cheiro e os populares começaram a acreditar que esse homem tinha algo especial, algo diferente (REIS, 2003, p. 97). Nasceu neste momento uma certa devoção que ganhou traços de veneração religiosa e admiração pelas ações de Bernardo. De geração em geração, a história foi contada e acabou por dar origem ao grande mito popular, hoje de importância nacional.

Em campo, pudemos constatar que de fato os moradores da vila se orgulham de seu herói. Para além dos relatos, há em Linhares várias referências ao Caboclo Bernardo, como bustos, logradouros com seu nome, além de, escolas, empresas e outras instituições que o homenageiam com a adoção de seu nome.

Não nos cabe, neste ensaio, discutir o papel sociológico ou antropológico dos heróis populares, ainda que nos sintamos tentados em fazê-lo. Cabe-nos, entretanto, analisar a festa anualmente realizada em honra ao Caboclo Bernardo observar suas transformações ao longo dos últimos 10 anos.

Mosaico 2: A figura emblemática do herói popular.

Representações do Caboclo Bernardo em pinturas



Logo abaixo da imagem de Nossa Senhora Aparecida, vê-se o quadro com a pintura do Caboclo Bernardo em uma capela de Regência.

Seu Miúdo (falecido), um dos grandes guardiões da memória do Caboclo Bernardo em Regência.



Fonte: Acervo pessoal (2010).

Em Regência, há declarações remontando a primeira festa em homenagem ao herói no ano de 1930 (REIS, 2003). Naquela época, era uma pequena celebração restrita aos habitantes mais

antigos de Regência, com a apresentação das bandas de congo¹ da própria vila.

Com o passar do tempo, esta comemoração foi ganhando fama, corpo e adeptos, chegando ao tempo presente como uma das folias populares de maior expressão no Espírito Santo, durante a qual ritos são realizados e o m9ito do Caboclo Bernardo é revivido pelos populares.

Em Linhares, em 11 de agosto de 1992 a Lei nº 1.646/92 foi assinada pelo então prefeito que autorizou o investimento de recursos em uma instituição cultural sem fins lucrativos, para a organização da *Festa do Caboclo Bernardo*. Assim foi criada, em Regência, a ASPROCUL – Associação Pró-Desenvolvimento Cultural "Caboclo Bernardo", que organiza o encontro anual de grupos folclóricos em sua homenagem. Foi nesta ocasião que a festa recebeu força e se tornou um evento de grande proporção (PORTUGUEZ, 2010).

Durante muitos anos Tia Mariquinha e Seu Miúdo, personalidades importantes da cena cultural de Regência mantiveram a festa viva em um modelo que já não existe mais. Em 2010, quando defendemos nosso trabalho, havia um formato que se perdeu com o falecimento dos dois líderes citados, que eram os anciões que guardavam a tradição congadeira e as repassavam para as novas gerações. Convém, então mostrar em quais aspectos a fé se transformou.

¹ Em linhas bem gerais, as Bandas de Congo do Espírito Santo são folgedos típicos da costa capixaba. São grupos folclóricos formados por homens (tocadores) e mulheres (evolução e dança) que mantêm a tradição da fé em São Benedito desde os tempos da escravidão. Além deste santo, louvam ainda Nossa Senhora da Penha e outros santos católicos.

A Festa do Caboclo Bernardo nos tempos de Tia Marquinha

Iniciaremos nossa descrição a partir das festas que participamos no final da década de 2000. Naquela ocasião, era imperativa a atuação de duas personalidades da vila de Regência: Tia Marquinha, organizadora da festa e Seu Miúdo, contador de histórias da vila, que relatava detalhes da vida do Caboclo Bernardo para visitantes, turistas e jovens da comunidade.

Até 2010, a festa conta com uma extensa programação cultural, que podia variar de ano para ano, com apresentações culturais na praça, montagem de feiras para venda de bebidas, artesanato e doces, exposições de artes plásticas, lançamento de livros, sarau de poesia, competições esportivas (vôlei, futebol, triatlo, surfe e outros), além dos dois principais momentos da homenagem: a encenação do Alto do Caboclo Bernardo e o encontro de grupos folclóricos (de caráter cultural e religioso).

O Alto do Caboclo Bernardo é uma encenação popular em que os habitantes da vila representam para os turistas, os eventos da noite em que o jovem pescador se tornou herói nacional. Este teatro popular, com sua singeleza e organização, foi descrito por alguns autores, entre eles Reis (2003).

O encontro de grupos folclóricos consiste em um conjunto de atividades realizadas ritualmente no terceiro dia do festejo (domingo), descrito aqui, com base nas observações de campo feitas nas edições de 2007 a 2010, nas quais o autor deste trabalho conseguiu coletar os dados tanto da organização dos eventos, quanto da própria festa (na época, para a redação da pesquisa doutoral).

O trabalho começa cedo na Pousada da saudosa Tia Marquinha, falecida em 02/12/2016 já em idade bem avançada.

Sua pousada era o ponto de encontro de dezenas (de 30 a 40) grupos folclóricos e 3.000 turistas de todo o Espírito Santo. Nas primeiras horas do dia, as crianças já apareciam adornadas para a recepção dos grupos, que chegavam de ônibus e eram recebidas por elas com muita música, dança e louvor a São Bento.

A recepção acontecia no caminho que de acesso à pousada e, após a apresentação das crianças, cada grupo percorria os 80 metros entre o portal de entrada e uma pequena capela, construída no quintal da pousada para abrigar a imagem de Nossa Senhora Aparecida e a pintura (quadro) do Caboclo Bernardo.

Na Pequena Capela de Nossa Senhora da Conceição Aparecida, os grupos folclóricos respeitadamente entravam e cantavam canções para homenageá-la, muitas vezes curvando-se de joelhos.

Esse ritual era repetido várias vezes durante a manhã, sempre que um novo grupo chegasse para representar seu município. Os foliões aglomeravam-se no pátio do alojamento, decorado para embelezar a celebração. Um almoço comunitário era servido enquanto, em uma fogueira acesa de forma ritual, os percussionistas afinam seus tambores.

Os turistas se juntavam às delegações municipais de Bandas de Congo e participavam dos louvores a São Bento, padroeiro da maioria dos congadeiros.

Por volta das 14 horas, começava a segunda fase da festa, desta vez com um impacto visual muito mais impressionante, o que levava os turistas a um estado de encantamento e envolvimento. Os congadeiros se organizavam e saíam em animada procissão pelas ruas de Regência até a Igreja Matriz.

Os turistas seguiam o cortejo, que passava em frente às casas que são mantidas com as janelas e portas abertas, como um sinal de receptividade e respeito pelos grupos que passam na frente deles. Aqui e ali, vimos moradores e turistas lançando pétalas de rosas ao chão para purificar e perfumar a rua pela qual a procissão passava.

Ao chegar à praça, os grupos entravam na Casa do Congo, um galpão, construído para abrigar a imagem de São Bento. Lá, eles cantavam, dançavam e oravam em homenagem ao Caboclo Bernardo e seus santos de devoção.

Cada grupo folclórico ficava apenas alguns minutos dentro da Casa do Congo, onde prestava homenagem a São Bento e Caboclo Bernardo. Muitos desses grupos não são religiosos, como é o caso de índios e companhias de danças folclóricas de descendentes de europeus (alemães, italianos e outros²). No entanto, todos entram no complexo como um sinal de respeito e integração com os moradores.

O último compromisso da festa é a apresentação dos grupos na praça, onde uma pequena feira é montada para divertir os turistas e os membros dos grupos convidados.

Até o anoitecer, a praça de Regência convertia-se no espaço público de entretenimento que misturava eventos religiosos com festividades profanas, bem ao estilo da cultura popular brasileira.

² Na região serrana do Espírito Santo, entre o início do século XIX e início do século XX, ocorreu intensa imigração europeia. Graças a este fato, em diversos municípios existem companhias folclóricas que mantêm tradições de música e dança das culturas pomerana, alemã, suíça, espanhola, polonesa e principalmente italiana (PORTUGUEZ, 2010).

Mosaico 3: Imagens da Festa do Caboclo Bernardo (2009).



Fonte: Acervo pessoal (2009).

Acostumados a apreciar as belezas e as possibilidades divertidas oferecidas pela praia e pela natureza local, os turistas

se viam nestas ocasiões diante de um atrativo bem distinto. Por um dia, a vida de um pescador pobre de origem indígena tornava-se uma atração turística emocionante para centenas de famílias que vinham de vários lugares do Espírito Santo, do Brasil e até do exterior, para conhecer a vila de Regência. Esse lugar historicamente esquecido e isolado estava aprendendo a reconhecer, em sua história, sua capacidade de superar obstáculos e conquistar objetivos relacionados ao seu desenvolvimento.

Mudanças recentes na estética da festa

Na atualidade, a festa não é mais realizada da forma como era. Com o falecimento de Tia Mariquinha e Seu Miúdo, a festa passou por processos de simplificação e se esvaziou em termos estéticos. Por outro lado, ela mantém sua essência e o Caboclo Bernardo continua a ser o foco das atenções, das comemorações e, ao lado de São Benedito, também o foco de muita devoção.

Acontecimentos recentes forçaram a festa a se adequar. No verão de 2013 o rio Doce provocou a maior inundação de seu baixo curso desde a grande enchente de 1979. Uma rápida pesquisa que realizamos nos jornais daquele ano mostrou que a vila de Regência foi fortemente afetada, as estradas foram danificadas, os acessos foram interditados e tudo isso gerou graves impactos sobre o turismo local.

Muitas fazendas localizadas no acesso às vilas de Regência e Povoação foram afetadas pelas águas, o que também atrapalhou muito atividade turística, pois havia ali um roteiro de turismo rural implantado na planície, envolvendo sobretudo as propriedades produtoras de cacau. Mesmo assim a festa ocorreu

neste ano e, aparentemente, Regência se recuperaria em pouco tempo. Porém, em dezembro deste mesmo ano, toda a cultura capixaba chorou o falecimento de tia Mariquinha. Após sua morte, a festa nunca mais seria realizada da forma como documentamos.

Em 2015 ocorreu o rompimento da barragem de rejeitos de produção de minério da Samarco Mineradora, em Mariana, MG. O gigantesco fluxo de lama desceu o rio Doce e atingiu drasticamente a vila de Regência, que viu sua economia (que sempre foi frágil) simplesmente estagnar. Este fato alterou ainda mais a estética da festa, pois a comunidade desde então vem se esforçando para sobreviver em tempos de dificuldade econômica. Entre 2015 e 2020, a comunidade passou a se recuperar economicamente e o turismo voltou à vila. O surfe é, de fato, um atrativo especial da barra do rio doce. Mas a Festa do Caboclo Bernardo, mais simples e abreviada, não deixou se der frequentada.

Segundo a historiadora Profa. Regina Lúcia Paiva Rabelo Reis, especialista na biografia de Caboclo Bernardo, atualmente os foliões chegam já na rua que dá acesso à praça e o cortejo de umas poucas centenas de metros não tem a mesma grandiosidade dos tempos de Tia Mariquinha. Dali já se dirigem para a Casa do Congo, para a Igreja e depois o festejo se encerra na Praça.

Os turistas que frequentam a festa há muitos anos, ou que a conheceram no passado, percebem claramente sua simplificação.

Mosaico 4: Enchente do rio Doce em 2013 e impactos do rompimento da barragem de Mariana em 2015.

Inundações causadas pelo transbordamento do leito do rio Doce nas proximidades de Regência em 2013.



Fonte: Acervo de Marcel Padrão (2013).

Lama tóxica chegando ao mar após degradar a maior parte do leito do rio Doce em 2015. Na imagem, vê-se Regência e a foz do rio.



Fonte: Disponível em: [https://brasil.elpais.com/\[...\]html](https://brasil.elpais.com/[...]html). Acessado em 21 de maio de 2020.

Org.: O autor.

Em 2020, quando os investimentos na recuperação da festa pareciam possibilitar sua reorganização e melhoria, a pandemia global da Covid-19 provocada pelo novo *coronavírus*, atingiu em cheio as aspirações dos organizadores da Festa. As medidas rígidas de isolamento social e controle de atividades de grupos fizeram com que a festa sofresse, mais uma vez, forte simplificação, resumindo-se talvez a apenas atividades virtuais que estão em fase de planejamento.

Quando o Caboclo Bernardo salvou os náufragos do navio *Imperial Marinheiro* ele teve que entrar no mar bravio 5 vezes. Nas primeiras tentativas o mar o devolvia à areia. Porém, com persistência, ele conseguiu na quinta tentativa vencer as ondas e avançar pela tormenta até a embarcação moribunda.

Como ele, os moradores de Regência são resistentes. Enfrentam as tempestades da vida e seguem em frente. Essa bravura é que mantém viva as tradições caboclas daquela gente. E resilientes, como o próprio Caboclo Bernardo, certamente conseguirão superar mais essa dificuldade e devolver aos turistas o prazer de desfrutarem de uma das mais tradicionais festas de congo do Espírito Santo.

Para concluir

O isolamento territorial da vila de Regência foi um fator determinante para o seu atual desenvolvimento turístico. Se, por um lado esse isolamento condenou os habitantes da cidade à pobreza, por outro, assegurou a preservação de sua natureza exuberante e de suas características culturais mais marcantes.

Desde a década de 1980, quando as primeiras ações de incentivo ao turismo chegaram à vila, a cultura local foi

apropriada pelo setor, que conseguiu tirar bom proveito dos recursos locais. Nessa perspectiva, a fé em São Benedito e a Festa do Caboclo Bernardo tornaram-se elementos identitários da comunidade e, até certo ponto, fortaleceram sua atratividade turística.

Ano após ano, este festival vinha crescendo, desde a década de 1930. Na década de 2000 se tornou mais complexo, cada vez mais atraente e, ao mesmo tempo, fortalecendo as bases locais, que foram organizadas para atrair recursos e apoiar a conservação desse elemento cultural.

A Festa do Caboclo Bernardo era, de fato, um exemplo claro de mobilização comunitária para salvaguardar a cultura cabocla dos pecadores da costa norte do Estado do Espírito Santo. Porém, com o falecimento de Tia Mariquinha, maior incentivadora da festa, o evento sofreu drásticas mudanças.

Soma-se a isso ocorrências catastróficas ligadas à natureza (provocadas ou não pelo ser humano) que se impuseram sobre a vida na vila, obrigando os organizadores a reinventar a festa, deixando-a mais simples e menos elaborada. Acredita-se, porém, que futuramente a festa possa ser revigorada com a emergência de novas lideranças e com o trabalho de apoio exercido pelo poder público municipal.

Referências

CASTRO, H. A. *O Caboclo Bernardo na história do Espírito Santo: a superação do mito*. Vitória: Secretaria Estatal de Cultura, 2000.

NESPOLI, Guilherme Scarpi. *Impactos positivos e negativos do crescimento da produção do setor de hidrocarbonetos sobre a*

organização da atividade turística em Pontal do Ipiranga. Trabalho de Conclusão de Curso de Turismo. Vitória: FESV, 2009.

NOVAES, Maria Stella de. *História do Espírito Santo*. Vitória: Fundación Educacional de Espírito Santo, 1969.

OLIVEIRA, Christian. Dennys Monteiro de. *Basílica de Aparecida: um templo para a cidade-mãe*. São Paulo, Olho D'Água, 2001.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. *Estrategias de supervivencia de las comunidades de pescadores del litoral norte del Estado de Espírito Santo (Brasil): el caso de la villa de Regência – Linhares*. Trabajo de Investigación. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2008.

PORTUGUEZ, A. P. *Geografía Humana del Bajo Río Doce*. Uberlândia: Assis, 2010.

PORTUGUEZ, A. P. *Espaço e cultura na religiosidade afro-brasileira*. Ituiutaba: Barlavento, 2015.

REGÊNCIA - PORTAL. Disponible en <<http://www.regencia.org.br/historia.htm>>. Visitada el 20 de abril de 2008 [y otras visitas].

REIS, Regina Lúcia P R. *Caboclo Bernardo: História e Cultura na Barra do rio Doce*. Linhares: Unilinhares, 2003.

SAINT-HILAIRE, Auguste de. *Viagem ao Espírito Santo e Rio Doce*. São Paulo: EDUSP, 1974.

ZUNTI, Maria Lúcia G. *Panorama Histórico de Linhares*. 2 ed. Linhares: Pousada das Letras, 2000.



Sobre os organizadores e autores

SOBRE OS ORGANIZADORES

Anderson Pereira Portuguese

portuguez.andersonpereira@gmail.com

Licenciado em Geografia pela Universidade Federal do Espírito Santo, Mestre em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo e Doutor em Geografia e Desenvolvimento: Território Sociedade e Turismo? pela Universidad Complutense de Madrid (Espanha). Estágio pós-doutoral em Geografia Cultural pela Universidade de Brasília. Trabalha com ensino, pesquisa e extensão nas seguintes áreas: Geografia do Turismo; Geografia Cultural; Diversidade e Direitos Humanos; Religiosidade popular e matrizes culturais afro-brasileiras; Desenvolvimento local e protagonismo social. É professor Associado I do Curso de Geografia do Instituto de Ciências Humanas do Pontal - Universidade Federal de Uberlândia, assim como do Programa de Pós-Graduação em Geografia do Pontal PPGE/UFU. É Presidente do Instituto Ganga Zumba, Seção Minas Gerais desde 2015. Conselheiro da Fundação Municipal Zumbi dos Palmares (desde 2017). Membro do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (Ituiutaba, 2017-2018). Fundador da Editora Barlavento, braço editorial da Sociedade Cultural Asé Tobi Babá Olorigin (Ituiutaba, MG).

Autor/organizador de mais de 30 livros, além de ter publicado mais de uma centena de capítulos de livros, artigos científicos publicados em congressos e revistas científicas. Homenageado duas vezes pela Câmara dos Vereadores de Uberlândia por seus esforços em favor da proteção da memória religiosa afro-brasileira no Triângulo Mineiro. Membro do Grupo de estudos e Pesquisa "Diálogos com a Geografia Cultural" (UFU); Membro do Grupo de Estudos e Pesquisa em Turismo no Espaço Rural - GEPTER (UNESP); Membro do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Educação para as relações étnico-raciais e ações afirmativas (ICHPO-UFU); Membro do Grupo de estudos e Pesquisa "Turismo, Território e Cultura" (UECE).

Giovanni de Farias Seabra

gioseabra@gmail.com

Professor Titular da Universidade Federal da Paraíba e Professor Visitante da Universidade Federal de Roraima, vinculado ao Programa de Pós Graduação em Geografia - PPG-GEO / Instituto de Geociências; Professor Passante na Universidade Nacional da Costa Rica, (2016); Bacharel em Geografia pela Universidade de Brasília (1986); Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Pernambuco (1991), Doutor em Geografia Física na Universidade de São Paulo (1998), Pós-Doutor em Geologia Sedimentar e Ambiental, na Universidade Federal de Pernambuco (2004); Pós-Doutor em Geocologia das Paisagens, pela Universidade Federal da Bahia (2006); Pós-Doutor em Gestão Socioambiental de Parques Nacionais, pela Universidade Central do Chile (2015). Autor de diversos livros e artigos científicos, tem experiência na área de Geociências, com ênfase em Geocologia das Paisagens, atuando, principalmente, nos seguintes temas: Diagnóstico e Análise Ambiental, Metodologia da Pesquisa, Ecodesenvolvimento, Planejamento do Turismo e Educação Ambiental. É coordenador do Projeto Turismo Sertanejo, desde 2001.

Carmen Regina Dorneles Nogueira

cr.nogueira@hotmail.com

Possui graduação em Geografia pela Universidade Federal de Santa Maria (1984), especialização em Geografia Humana pela Faculdade Imaculada Conceição (FIC)1986, mestrado em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo (USP), 1999 e doutorado em Ciências (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo (USP), 2007. Atualmente é professora adjunta da Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, no município de São Borja/RS, onde exerce a coordenação do Curso Licenciatura em Geografia-EAD/UNIPAMPA-UAB e a do Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas - PPGPP. Tem experiência na área de Geografia, com ênfase em Geografia do Turismo atuando principalmente nos seguintes temas: turismo, educação ambiental, desenvolvimento, ensino e meio ambiente.

SOBRE OS AUTORES

Ana Maria Marques Santos

anamarques.ufrj@gmail.com

Licenciada e Bacharel em Psicologia UFRJ/FAHUPE (1992), Formação em Psicólogo - UFRJ/FAHUPE (1993). Doutora em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social pelo Programa de Pós-graduação de Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social do EICOS/Cátedra da Unesco/UFRJ, na linha de pesquisa: Comunidades, Desenvolvimento, Meio Ambiente e Inclusão Social (2012). Mestre em Educação - área de concentração: Educação, Trabalho e Meio Ambiente, pela UNESA/RJ (2005). Professora Adjunta do Departamento de Educação e Sociedade, da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRuralRJ, no Instituto Multidisciplinar de Nova Iguaçu - IM. Leciona nos Cursos de Pedagogia e demais Licenciaturas, com as disciplinas de Psicologia e Demandas Educacionais, Psicologia e Educação, e Trabalho, Educação e Meio Ambiente. Professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Geografia - PPGGEO da UFRRJ, na linha de pesquisa "Processos Formativos, Práticas e Ensino de Geografia". Atua principalmente nas seguintes áreas: formação docente: psicologia sócio-histórica e educação, educação ambiental crítica, políticas públicas e ações político-pedagógicas em Educação Ambiental; ações participativas em EA. Coordenou entre 2012-2015 o Programa de Formação de Professores da Educação Básica - PARFOR da UFRRJ, tornando-se, adjunta do Programa, de 2016 até o presente momento. Membro do Fórum Nacional de Formação de Professores da Educação Básica - FORPARFOR, representante Sudeste do FORPARFOR, representante da UFRRJ no Fórum Permanente de Formação Docente do Estado do Rio de Janeiro - FEPAD-RJ, do Fórum Estadual de Educação FEERJ, além de compor o Fórum de Licenciaturas da UFRRJ. É pesquisadora do Grupo de Estudo e Pesquisa em Educação Ambiental, Diversidade e Sustentabilidade (GEPEADS -IM/UFRuralRJ), do Grupo de Estudos e Pesquisas em Ensino de Geografia (GEPEG-UFRRJ) e do Laboratório de Investigação em Educação, Ambiente e Sociedade (LIEAS/UFRJ), Trabalhos de pesquisa-ensino-extensão na área de formação de professores, ações socioambientais participativas, políticas públicas em educação, educação ambiental e ecologia social, espaço-território e ensino de geografia.

Arthur Mendes Sousa
arthur-sousa@hotmail.com

Profissional do segmento hoteleiro, possui graduação em Lazer e Turismo pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH USP). Voluntário nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Verão Rio 2016. Atuou como Bolsista PEEG na disciplina "Gestão e Promoção de Eventos no Lazer e Turismo" (2013), foi ainda bolsista de Iniciação Científica no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica da Pró-Reitoria da Universidade de São Paulo (2011-2012). Possui o título de Técnico em Hotelaria pelo Senac São Paulo. Possui interesse pelos tópicos: Legados e Desenvolvimento Social; Turismo Responsável; Megaeventos; Gestão de Espaços e Equipamentos.

Carolina Mara Teixeira
caarol_mara@hotmail.com

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Especialista em Relações Étnico-Raciais e Educação pelo CEFET/RJ (agosto/2018). Mestre em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas - PPGDT/UFRRJ. Mediadora a distância do Consórcio Fundação Centro de Ciências e Educação Superior à Distância do Estado do RJ -CEDERJ/UFRRJ no curso de Licenciatura em Turismo. Doutoranda em Planejamento Urbano e Regional pelo IPPUR/UFRRJ.

Daene Silva de Morais Lima
E-mail: daenesmorais@hotmail.com

Mestra em Turismo (UFRN). MBA em Gestão de Pessoas (ESAB). MBA em Marketing (ESAB). Tecnologia em Gestão Pública (IFRN) Bacharel em Turismo (UnP).

Amanda Mendes de Castro
amandamendes13@live.com

Graduação em Turismo pela Faculdade Estácio do Ceará, Brasil (2018);
Estagiária de Turismo do Secretaria Municipal do Turismo de Fortaleza,
Brasil.

Eustógio W. C Dantas
ewcdantas@gmail.com

Professor Titular da Universidade Federal do Ceará. Doutor em Geografia e Planejamento - Université de Paris IV (Paris- Sorbonne) (2000). Exerce trabalhos de orientação na Pós-Graduação em Geografia, na qual foi coordenador de 2004 a 2008, e no Doutorado e Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA). Atuou como Professor Visitante na Université de Paris IV - Sorbonne (Institut de Géographie) (2008) e na Université d'Angers (UFR ESTHUA, Tourisme et Culture) (2018). Indicado Coordenador de Área da Geografia na CAPES para o quadriênio 2014-2017. Eleito sócio efetivo do Instituto do Ceará (Geográfico, Histórico e Antropológico) em 2013. Atuação como editor de periódicos (MERCATOR, 2004/atual e da Revista da ANPEGE, 2003/2005 e 2010/14) e de Coleção de Livros (da SPRINGER - "The Latin Studies Book Series" e "SpringerBrief in Latin American Studies", 2016/atual e da UFC - Coleção Estudos Geográficos, 2009/atual). Compõe a Comissão Editorial dos Cadernos das Metrôpoles (IPPUR-UFRJ, 2011-atual) e participa do Conselho Científico de 422 periódicos na área da geografia e afins: Revista Franco-brasileira CONFINS, Revista GOT (Portugal), GEOUSP, Ateliê Geográfico, Vivência (2002-2011), Revista Eletrônica Caminhos da Geografia, Geotextos, etc. Atua na área de Geografia e Estudos multidisciplinares, com ênfase na temática urbana: comércio, emprego informal, maritimidade e urbanização litorânea.

Frederico do Nascimento Rodrigues

Graduado em Gestão de Negócio em Turismo e Hotelaria, pela Universidade Estadual Vale do Acaraú - UVA (2004-2006). Graduado em Geografia (Bacharelado) pela Universidade Estadual do Ceará - UECE (2010-2013), Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Ceará - UFC (2014 - 2016), Doutorando em Geografia da Universidade Federal do Ceará - UFC; Foi membro do grupo de pesquisa Turismo, Território e Cultura - UECE, foi membro do Laboratório de Estudos do Território e do Turismo (NETTUR). Atualmente é Integrante do Laboratório de Planejamento Urbano e Regional (LAPUR) - UFC. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. Atua nas seguintes linhas de pesquisa: Estudo Socioambiental da Zona Costeira, Dinâmica Territorial e Ambiental, Geografia Urbana, do litoral e do turismo; Produção do Espaço Urbano pelo Turismo; Turismo, Trabalho, Renda e Desigualdades Sociais, Metropolização Turística, Turismo, Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.

Cláudio Gabriel Soares Araújo

Discente do Programa de Pós Graduação em Políticas Públicas - PPGPP - da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA; Discente do curso de Gestão do Agronegócio pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul - UERGS, Especialista em Administração Pública Municipal pela Universidade Aberta do Brasil - UAB e Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA (2018); Especialista em Administração da Qualidade pelo Centro Universitário Internacional - UNINTER (2018); Tecnólogo em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal Farroupilha - IFFar (2016); Técnico em Agropecuária pelo Instituto Federal Farroupilha - IFFar (1995). Atuação profissional junto a EMATER-RS/ASCAR exercendo cargo/função de Extencionista Rural de Nível Médio - Técnico em Agropecuária - Classificador Vegetal reconhecido pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento - MAPA.

Fausi Kalaoum

E-mail: f.kalaoum@hotmail.com

Graduado no curso de turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Pós-graduação lato sensu, especialização em gestão de cidades e planejamento urbano na instituição Cândido Mendes (UCAM). Mestrado no Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas (PPGDT) na UFRRJ. Doutorando no programa de pós-graduação em Turismo pela Universidade de São Paulo (USP). Interesse nas áreas de Planejamento Urbano, Planejamento Turístico, Políticas Públicas, Governança Regional Turística.

Fillipe Soares Romano

E-mail: fillipe.romano@usp.br

Bacharel em Lazer&Turismo (2016) e Ciências da Atividade Física (2012) pela EACH/USP; Mestre (2018) e Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo pela Universidade de São Paulo, atualmente é bolsista CAPES nível doutoramento e Jovem embaixador pesquisador filiado à World Leisure Organization - WLO, membro do Grupo Interdisciplinar de Estudos do Lazer - GIEL/EACH-USP. Foi representante discente da Pós-Graduação na EACH/USP; Co-fundador e ex diretor presidente da Empresa Júnior de Lazer e Turismo (2012/2014); Atuou como coordenador do Projeto Turismo Viver São Paulo da Pró-Reitoria de Cultura e Extensão da UnATI-USP; bolsista de mérito-acadêmico no Instituto Politécnico de Coimbra em Portugal (2014). Monitor PAE e PEEG das disciplinas: Fundamentos do Lazer II (2012 e 2016); Transportes e Turismo (2013 e 2015), Promoção de Eventos em lazer e Turismo (2015); Esportes de Aventura (2017). Áreas de interesse: Turismo; Legados; Gestão de Equipamentos de Lazer; Megaeventos Esportivos; Animação Sociocultural.

Jean Carlos Vieira Santos

E-mail: svcjean@yahoo.com.br

Pós-doutorado em Turismo pela Faculdade de Economia da Universidade do Algarve/Portugal (2014-2015); Doutor pelo Instituto de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia (2010); Estágio Doutorado PDEE/Capes na Universidade do Algarve / Portugal (2008/2009); Mestre pelo Instituto de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia (2004); Especialista em Geografia pela Faculdade de Educação São Luiz/SP (2001); e Graduado em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia (1994). É membro da Associação de Defesa do Patrimônio Cultural e Ambiental do Algarve em Portugal (ALMARGEM). Atualmente, é Professor e pesquisador em Regime de Tempo Integral de Dedicção à Docência e à Pesquisa na Universidade Estadual de Goiás - UEG, no Programa de Mestrado Territórios e Expressões Culturais no Cerrado (PPG-TECCER/Anápolis), Programa de Mestrado em Geografia (PPGEO-Campus Cora Coralina/Goiás) e nos cursos de graduação e tecnologia do Campus Caldas Novas. Foi Bolsista de Incentivo ao Pesquisador (PROBIP) da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Estadual de Goiás (PrPUEG). Conta com artigos disponibilizados em periódicos e anais de Congressos realizados no Brasil e Exterior. Possui experiência na área, com ênfase nos seguintes temas: Geografia do Turismo; Olarias e Artesanatos em Destinos Turísticos; Estratégias Territoriais e Espaciais do Lazer e Negócios do Turismo em Cidades Turísticas do Cerrado.

Juliana Rose Jasper

jasper@terra.com.br

Possui Graduação em Turismo (Bacharelado) pela Universidade de Santa Cruz do Sul (2003) e Mestrado em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (2006) e cursando Doutorado em Turismo e Hospitalidade Na Universidade de Caxias do Sul (início 2016) . Atualmente é Professora do Curso de Tecnologia de Gestão em Turismo da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA Jaguarão. Trabalhou como docente em três instituições e como coordenadora de curso na Faculdade La Salle Estrela. Também tem experiência na área de Turismo pela Prefeitura Municipal de Estrela, atuando principalmente nos seguintes temas: gestão do turismo, roteiros turísticos, eventos, educação ambiental, gestão ambiental, desenvolvimento sustentável e espaço rural.

Lisianne Sabedra Ceolin
lisianneceolin@unipampa.edu.br

É Doutora em Direito pela PUCRS, na Área de Concentração Fundamentos Constitucionais do Direito Público e do Direito Privado. Possui graduação em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2001) e mestrado em Direito pela Universidade de Caxias do Sul (2006). Atuou como docente na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Campus Uruguaiana (2003-2009). Atualmente, é professora adjunta da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, Campus São Borja, onde exerce a coordenação pro tempore do Bacharelado em Direito, atuando, também, nos Cursos de Ciências Sociais - Ciência Política e Ciências Humanas - Licenciatura, bem como no Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas (docente permanente).

Lorene Monteiro Maia
lorenemaia@gmail.com

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2012), Especialista em Gestão Hoteleira (UFRRJ/2014) e Mestranda em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas (PPGDT/UFRRJ). Exerceu por três anos a função de Consultora do Programa RIO+Social (parceria entre a agência da ONU no Rio de Janeiro e o Instituto Pereira Passos) no cargo de Gestora Territorial das favelas Pavão-Pavãozinho, Cantagalo, Tabajaras e Cabritos, tendo atuado também na função de assistente na equipe de Manguinhos. Integrou a equipe de pesquisa do Inventário da Oferta Turística da Região da Costa Verde. Atualmente é Tutora a distância na Fundação CECIERJ do consórcio CEDERJ/UAB no curso de turismo, pólo de Nova Iguaçu, na disciplina de Turismo e Inclusão Social, já tendo sido tutora presencial da disciplina Turismo e Sociedade.

Márcia Maria Bezerra de Sousa

marciamariasouza34@gmail.com

Coordenadora do Curso de Turismo Estácio do Ceará ,Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará (2014), Pós-graduada em Docência do Ensino Superior, Universidade Federal do Ceará (2011), Graduada em Turismo e Administração Hoteleira, Universidade de Santo Amaro, São Paulo (2005) UNISA, Diretora comercial da Agência de Viagens Fly World Turismo. Professora Titular da Faculdade Lourenço Filho no Curso Gestão em Turismo, Comércio Exterior com ênfase em Gestão de Empresas e Desenvolvimento Pessoal e Profissional. Professora Titular da Graduação em Turismo do Centro Universitário Estácio do Ceará, nas disciplinas de Planejamento Turístico, Destinos Turísticos, Agência de Viagem, Sistema de Reserva Professora do Centro Universitário Estácio do Ceara, nos cursos de Técnico em Agencia de Viagens , Técnico de Hospedagem , Técnico de Guia de Turismo promovidos pelo PRONATEC.

Márcia Sousa

Graduação em Marketing pela Universidade Estácio de Sá, Brasil (2017).

Mariana Nogueira Henriques

Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática (linha de pesquisa Mídia e Identidades Contemporâneas) da Universidade Federal de Santa Maria. Mestra em Comunicação (2016) e Bacharela em Comunicação Social - Jornalismo (2013) pela mesma instituição. Integrante do grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. Tem experiência em pesquisas na área dos Estudos Culturais, representação, gênero, identidade feminina e gauchidade. Atualmente é jornalista na Assessoria de Comunicação do Gabinete do Reitor da Universidade Federal de Santa Maria.

Milena Manhães Rodrigues

milenaarj@gmail.com

Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (USP). Turismóloga, com mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social pelo Programa EICOS da Universidade Federal do Rio de Janeiro e especialização em Análise Ambiental e Gestão do Território pela Escola Nacional de Ciências Estatísticas - ENCE/IBGE.

Atualmente é Mediadora Pedagógica a Distância da disciplina Turismo e Sociedade da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, via Fundação CECIERJ pelo Consórcio CEDERJ/UAB. Também compõe a base de avaliadores da Revista Hórus e atua como pesquisadora do Projeto "Condições sanitárias, socioambientais e de saúde" - TED entre a Funasa e a Fiocruz.

Mirian Pereira Gautério Bizzotto

mirian.bizzotto@ueg.br

Graduada em Letras Português- Inglês e em Pedagogia pela Fundação Universidade Federal do Rio Grande (1990). Especialista em Psicopedagogia, em Planejamento Educacional e em Língua Materna. Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Atualmente é professora da Universidade Estadual de Goiás, Câmpus Caldas Novas, nos cursos de Administração, Tecnologia em Gastronomia e Tecnologia em Hotelaria. Professora de Pós-Graduação no curso de Especialização em Gestão de Negócios em Gastronomia. Tem experiência na área de Letras, atuando, principalmente, nos seguintes temas: linguagem, leitura, comunicação, produção de texto, revisão de textos científicos, oratória, letramento, literatura infanto-juvenil, metodologia científica, motivação, criatividade, liderança, qualidade, administração, hotelaria, gastronomia.

Revisora de Artigos da Revista de Administração da UEG (RAUEG). Coordenadora de Extensão, Cultura e Assuntos Estudantis da UEG - Câmpus Caldas Novas, desde 2004. Participante do Grupo de Pesquisa em Desenvolvimento Sustentável - GP-DES, da UEG - Câmpus Caldas Novas.

Nadir Lurdes Damiani

damiani@santoangelo.uri.br

Mestrado em Estudos Históricos Íbero-Americanos pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil (2004). Professor Pesquisador da URI - Prefeitura Municipal de Santo Ângelo, Brasil. Guia de Turismo categoria América do Sul.

Tania Maria de Freitas Barros Maciel

taniabm@gmail.com.br

Professora Titular da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Coordenadora Substituta eventual do Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (EICOS). Pesquisadora e consultora da United Organization Education Scientific and Cultural Organization (UNESCO) e Coordenadora da Comissão Técnica Executiva da Cátedra UNESCO de Desenvolvimento Durável da UFRJ (1992-2016). Pós-doutorado pelo L'Institut d'Etudes Politiques de Paris ? Sciences Po, tendo trabalhado na Chaire Développement Durable. Participou do Laboratoire Européen de Psychologie Sociale (LEPS) na Maison des Sciences de L'Homme (2007-2008). Doutorado em Sciences de L'Education - Université de Paris V (Rene Descartes) (1988), Mestrado em Sciences de L'Education - Université de Paris V (Rene Descartes) (1974-1975), Mestrado em Psicologia Social pela Universidade Gama Filho (1981), Graduação em Educação pela Universidade Santa Úrsula (1972) e Licenciatura em Pedagogia pela Universidade Santa Úrsula (1972). Possui experiência nas áreas de Educação e Psicologia, com ênfase em Psicologia Social, atuando principalmente nos seguintes temas: Comunidades, Meio ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Governança.

Tanize Damian Pizzuti da Silva

tanizesilva@unipampa.edu.br

Mestre em Políticas Públicas, pela Universidade Federal do Pampa (2019). Pós-Graduação Lato Sensu em MBA em Administração Pública e Gerência de Cidades, pela Uninter (2016). Graduada em Administração pela Universidade Regional e Integrada do Alto Uruguai e das Missões - URI

(1999). Atualmente é assistente em administração da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA. Tem experiência profissional na área de Administração Pública, com ênfase em Finanças Públicas.

Vanessa Manfio

E-mail: nessamanfio@gmail.com

Graduada em Geografia com Licenciatura Plena pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e Mestre em Geografia, também pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); Área de Pesquisa: Geografia Humana, ênfase em estudos: urbanos, agrários, culturais, econômicos, metodologia da pesquisa geográfica e ensino de geografia. Além disso, trabalhou como tutora no curso de Geografia Licenciatura à Distância da Rede Gaúcha de Ensino Superior a Distância - REGESD/ Universidade Federal de Santa Maria, exerceu o magistério na rede estadual entre 2011 e 2014 e fui professora Substituta de Geografia do Instituto Federal do Rio Grande do Sul, campus Ibirubá - RS. Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS com estágio de Doutorado Sanduíche na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro/Portugal financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) através do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE). Atualmente, membro do Grupo de pesquisas Núcleo de Estudos Agrários (NEAG) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Vinício Luís Pierozan

E-mail: vpierozan@hotmail.com

Possui formação em Geografia, Licenciatura Plena (2014), pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, e Mestrado em Geografia (2017) pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia POSGEA/UFRGS. Foi bolsista de graduação do Programa de Educação Tutorial, PET - SESu/MEC, entre 2011 e 2015, programa vinculado a Secretaria de Educação Superior. Como bolsista PET desenvolveu atividades extracurriculares orientadas pelo princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Foi membro do Comitê Local de Acompanhamento e Avaliação, CLAA/UFRGS, de janeiro de 2012 à janeiro de 2015. Órgão gestor do Programa de Educação Tutorial no âmbito da UFRGS e subordinado a PROGRAD - Pró-Reitoria de

Graduação. Atualmente é professor de Geografia da rede municipal de ensino de Canoas, RS. Tem experiência na área de Geografia, com ênfase em Geografia Humana e Ensino de Geografia, principais temas de interesse: geografia agrária, geografia cultural, ensino de geografia, educação tutorial e turismo.

