

Deborah Hornblas Travassos
(org.)

Turismo: **Gestão, Cenários** **e Reflexões**

(volume 1)



EDITORA
TODAS AS
MUSAS

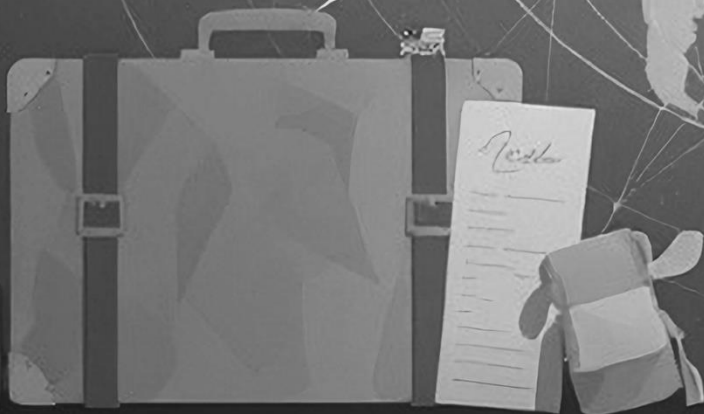


Turismo:

Gestão, Cenários

e Reflexões

Vol.1



Deborah Hornblas Travassos

(org.)

Turismo: Gestão, Cenários e Reflexões

Vol.1

1ª edição

São Paulo

Toda as Musas

2025

Editor: Flavio Botton
Supervisão Editorial: Fernanda Verdasca Botton
Capa e diagramação: Studio Vintage Br
Deborah Hornblas Travassos ©
A revisão dos textos é de responsabilidade dos autores e autoras



A reprodução não autorizada desta publicação, por qualquer meio, seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº 9.610/98.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Turismo [livro eletrônico] : gestão, cenários e reflexões : vol. 1
/ [organização Deborah Hornblas Travassos]. -- 1. ed. --
São Paulo : Editora Todas as Musas, 2025. Suporte Html5

Vários autores.

ISBN 978-85-9583-201-5

1. Cultura 2. Folclore 3. Gastronomia 4. Turismo
Administração 5. Turismo - Guias 6. Turismo - Estudo e
ensino I. Travassos, Deborah Hornblas.

25-311992.0

CDD-338.4791

Índices para catálogo sistemático:

1. Turismo : Economia 338.4791

Maria Alice Ferreira - Bibliotecária - CRB-8/7964

Agradecimentos

Gostaria de agradecer a todos alunos e professores que colaboraram com elaboração de artigos excelentes, vocês enriqueceram demais a experiência.

De antemão, agradeço também as professores e alunos que irão futuramente enviar artigos e trabalhos de conclusão de curso, possibilitando a publicação de outras edições do nosso livro.

Ao nosso caro coordenador Luís Augusto Severo Soares fica aqui um agradecimento em especial por ter tornado nosso curso mais do que práticas, mas estimulando pensamento crítico em tempos de Inteligência Artificial.

Não posso deixar de ficar grata ao editor da Todas as Musas, Flavio Botton, que sempre me atende com tanto respeito e carinho.

Sumário

Apresentação

Deborah Hornblas Travassos 7

Turismo religioso a Israel em tempos de guerra: tendências

Deborah Hornblas Travassos 11

Teoria e método de pesquisa em turismo: reflexões para aplicação no turismo gastronômico

Priscilla Lopes Bruno..... 37

O eixo turístico Luz-Tiradentes (SP): limites do turismo e do direito à cidade

Luís Augusto Severo Soares..... 67

Turismo sustentável no carnaval: oportunidades para boas práticas

William Ladeia de Carvalho 101

Astroturismo no Sesc Pantanal: proposta de roteiro para observação do céu noturno

Isabella Campos Salomão, Milena Mengon de Lima e Juliana Augusta Verona 125

Equipamentos culturais e narrativas históricas tendo como base “Encontro com os vizinhos do Museu da Língua Portuguesa” no Bairro do Bom Retiro (SP): O que há de potências turísticas neste território?

Marina Marques Barreto, Juliana Augusta Verona e Sueli Soares dos Santos Batista147

Da representação à desconstrução: explorando o estereótipo feminino no turismo brasileiro

Camila de Jesus Fonseca, Giovanna Silva Dionísio, Isabele Aleixo da Silva e Sueli Soares dos Santos Batista 171

Centro de Tradições Nordestinas (CTN): a presença da cultura nordestina na cidade de São Paulo

Ana Maria Clemente de Lima de Jesus Nogueira da Rocha, Irecione Carlos de Oliveira, Monique de Assis Ribeiro e Viviane Veiga Shibaki 201

Do palco para a comunidade: Ministros do Riso e a Jornada da Alegria como modelo de extensão curricular para a formação em Gestão de Eventos

Allex Rangel, Viviane Veiga Shibaki e José Carlos Medeiros 225

Uso do folclore como um atrativo turístico: um resgate da cultura nacional

Willian dos Santos Machado e Deborah Hornblas Travassos253

Índice remissivo281

Apresentação

Deborah Hornblas Travassos

É com expectativa e orgulho, que apresento o primeiro volume desse livro produzido pelos professores e alunos do curso de Gestão de Turismo da FATEC SÃO PAULO. Esse curso foi aberto no começo de 2008, quando a atividade de Turismo no Brasil passava por grandes alterações, a começar pelo aumento da demanda de turistas e a busca pela profissionalização de pessoas atuantes em toda complexa cadeia de negócios que envolve a atividade, como: organização e operação de viagens, gestão pública de atrativos, gastronomia, hotelaria, transportes, cultura etc. Com isso assistimos o expressivo aumento da abertura de novos cursos superiores.

Foram muitos anos procurando reconhecimento e o entendimento por parte das autoridades e do público em geral da importância do nosso setor. É bastante significativo que ganhamos casa própria apenas em 2003 com a abertura do primeiro Ministério do Turismo da nossa história, que simbolicamente e não por mero acaso é o último da Esplanada dos Ministérios em Brasília, no Bloco “U”.

Me considero uma das sócio fundadoras desse time, fiz concurso público para atuar como docente na FATEC em Agosto de 2008, quando a primeira turma já havia iniciado há um semestre, ainda assim, me sinto meio criadora e criatura dessa empreitada bem-

sucedida, que perdura até hoje. Passados 17 anos, o curso amadureceu, sofreu diversas modificações e hoje estamos aqui, consolidados e formando profissionais com grandes e diversas habilidades e competências. Posso afirmar, com toda segurança que com o passar de nossa história nos tornamos uma forte referência no mercado.

Para chegar até aqui, o caminho não foi tão seguro e regular, passamos por dificuldades e muitas dúvidas, mas se o início foi árduo, hoje posso dizer, que temos acertado a nossa trajetória. Em inúmeras conversas entre nossos pares, nas salas de aula, em reuniões pedagógicas e nos corredores da FATEC, começamos a pensar na possibilidade de mostrarmos tanto no ambiente interno como externo as nossas produções, além de criarmos uma fonte de consulta por vezes tão escassa na nossa área e assim, nasceu a ideia de publicarmos um livro, e falo por mim e pelos colegas que isso nos causa grande satisfação.

Refletindo a diversidade do setor, essa publicação apresenta artigos que analisam os mais diferentes assuntos relacionados ao turismo.

Iniciamos a empreitada com um artigo produzido por mim, Profa. Dra. Deborah Hornblas Travassos e que trata do turismo religioso em Israel em tempos de guerra: tendências.

Seguimos com o artigo da Profa. Me. Priscilla Lopes Bruno com a teoria e método de pesquisa em turismo: reflexões para aplicação no turismo gastronômico.

O artigo o eixo turístico Luz-Tiradentes (SP): limites do turismo e do direito à cidade foi escrito pelo coordenador do curso de Gestão de Turismo da Fatec-São Paulo, Luís Augusto Severo Soares.

O artigo Turismo Sustentável no Carnaval: Oportunidades para boas práticas foi escrito pelo Prof. Dr. William Ladeira de Carvalho.

Dos vários trabalhos de qualidade apresentados para a conclusão de curso foram selecionados para esse primeiro livro as seguintes pesquisas:

1)Astroturismo no Sesc Pantanal: Proposta de roteiro, elaborado pelas alunas Isabella Campos Salomão e Milena Mengon de Lima orientadas pela Profa. Dra. Juliana Augusta Verona.

2) Equipamentos Culturais e narrativas históricas tendo como base “Encontro com os vizinhos do Museu da Língua Portuguesa” no Bairro do Bom Retiro (SP): O que há de potências turísticas neste território? Elaborado pela aluna Marina Marques Barreto e orientado pelas professoras Profa. Dra. Juliana Augusta Verona e Profa. Dra. Sueli Soares dos Santos Batista

3) Da representação à desconstrução: explorando o estereótipo feminino elaborado pelas alunas Camila de Jesus Fonseca, Giovanna Silva Dionísio e Isabele Aleixo da Silva, orientado pela Profa Dra. Sueli Soares dos Santos Batista

4) Centro de Tradições Nordestinas (CTN): A presença da cultura nordestina na cidade de São Paulo, elaborado pelas alunas: Ana Maria Clemente de Lima de Jesus Nogueira da Rocha, Irecione Carlos de Oliveira e Monique de Assis Ribeiro. Orientadas pela Profa. Dra. Viviane Veiga Shibaki.

5) Do palco para a comunidade: Ministros do Riso e a jornada da alegria como modelo de extensão curricular para a formação em gestão de eventos, escrito por Alex Ranngel da Fatec Barueri e orientado pela Profa. Dra. Viviane Shibaki e Prof. José Carlos Medeiros.

6) Uso do folclore como atrativo turístico: um resgate da cultura nacional, elaborado pelo aluno Willian dos Santos Machado e orientado pela Profa. Dra. Deborah Hornblas Travassos.

Esperamos que a leitura seja produtiva e agradável e que sirva para propósitos tanto de conhecimento como de pesquisa.

Turismo religioso a Israel em tempos de guerra: tendências

Deborah Hornblas Travassos

Profa. Dra. Deborah Hornblas Travassos é professora na FATECSP.

Contato: deborah.travassos@fatec.sp.gov.br

1 INTRODUÇÃO

Costumo comentar em minhas aulas que o Turismo é uma atividade bastante elástica, o que significa que por ser vista como algo supérfluo, por grande parte da população, é algo muito sensível a oscilações, seja do preço-demanda, da oferta ou da renda da população.

Faço então o seguinte questionamento: será que a categoria de turismo religioso tem um comportamento similar as outras tipologias do turismo? Será que o turista que viaja com objetivos religiosos pensa como aquele que vai a lazer ou a negócios? A resposta a essa pergunta tão complexa que passa por várias categorias sociológicas, antropológicas, mercadológicas, econômicas etc. É provavelmente não. As urgências de quem se desloca por motivos da fé, atravessa outras categorias impalpáveis como por exemplo, cumprimento de promessas, curas físicas e espirituais, obrigações religiosas, entre tantas outras motivações.

O capítulo se inicia com uma breve análise sobre o significado de turismo religioso e a sua diferença (se é que há alguma) da peregrinação. A seguir foi importante traçar o panorama religioso brasileiro na atualidade a partir do censo de 2022. A seguir, como não poderia deixar de ser, foi necessário fazer uma brevíssima descrição da guerra atual entre Israel e o Hamas e suas consequências diretas para a entrada de turistas no Estado israelense e finalmente realizei algumas considerações sobre essas tendências atuais do turismo para a chamada Terra Santa.

2 QUAL O SIGNIFICADO DE TURISMO RELIGIOSO?

Antes da massificação dos deslocamentos humanos, que se deu através do advento das novas tecnologias de locomoção e comunicação, as incursões às localidades religiosas, eram encaradas pelos peregrinos, como uma demanda de fé, que só teriam verdadeira significância se fossem permeadas de grandes sacrifícios pessoais, que incluíam longas jornadas, extremo desconforto até que alcançassem seu objetivo final. O turismo tornou-se desde a Revolução Industrial no século XIX e o consequente surgimento do modo capitalista de produção um produto, assim até mesmo as jornadas em busca de locais de fé foram reificadas. (TRAVASSOS, 2017)

Antes de tudo é necessário fazer uma breve análise do significado de turismo religioso. Essa forma de deslocamento reifica o sagrado tornando-o um produto dentro da lógica capitalista. segundo Georg Lukács a reificação é um processo histórico inerente às sociedades capitalistas, caracterizado por uma transformação experimentada pela atividade produtiva, pelas relações sociais e pela própria subjetividade humana, sujeitadas e identificadas cada vez mais ao caráter inanimado, quantitativo e automático dos objetos ou mercadorias circulantes no mercado. A reificação ou coisificação é uma operação mental que consiste em transformar conceitos abstratos em objetos, é o ato de transformar ideias em coisas concretas. (LUKÁCS, 1989).

Os lugares sagrados, com advento do capitalismo, deixaram de ser puramente locais de peregrinação e foram reificados transmutando-se à luz dos interesses econômicos? Bourdieu (2012) analisa as origens e a estrutura do campo religioso, que ele define como um conjunto de

práticas e representações, tratando-se de um sistema simbólico, que tem o poder de estruturar a sociedade. O simbólico indica que a subjetividade da experiência religiosa materializa-se socialmente em práticas e discursos, quando encontra uma demanda social, dando sentido à existência dos indivíduos inseridos em determinado grupo ou classe.

O espaço sagrado, que é o lugar da peregrinação, da busca salvacionista, da cura, da promessa etc. possui uma dimensão material, não trata-se apenas de algo construído simbolicamente, ele existe fisicamente e é a sua materialidade que o torna atraente para os fiéis. Para Berger existe uma inter-relação entre a religião e o espaço, pois segundo suas palavras: “Há uma inter-relação entre religião, espaço e conhecimento, pois o ser humano: “enfrenta o sagrado como uma realidade imensamente poderosa, distinta dele. Essa realidade a ele se dirige, e coloca a vida numa ordem, dotada de significado” (BERGER: 1984 p. 39).

Falar de peregrinação, como um ritual religioso, nos leva a análise de Durkheim em *As Formas Elementares da Vida Religiosa* (1996). Nessa obra encontramos a dualidade entre o sagrado e o profano. Para o autor compreender a religião é identificar suas funcionalidades sociais: uma religião é um sistema solidário de crenças e de práticas relativas a entidades sagradas, são crenças e práticas que unem em uma mesma comunidade moral, chamada igreja. (DURKHEIM, 1996, p.59). Entre as práticas descritas pelo sociólogo podemos inferir que é possível incluir nessa categoria a busca pelo sagrado através de jornadas sacrificiais, a que comumente chamamos de peregrinação.

O uso da teoria de Bourdieu nesse capítulo sustenta a análise do sentido simbólico que constitui as viagens de peregrinação à Israel e o

uso de símbolos judaicos pelas denominações evangélicas brasileiras, que assumem uma postura de que tem mais direito à “Terra Santa”, do que qualquer outro grupo, pois dizem ser herdeiros diretos dos primeiros que seguiram Jesus ainda em épocas neotestamentárias

No sentido weberiano, a peregrinação e turismo não se apresentam como etapas num processo histórico absolutamente retilíneo, mas são formas de interagir com o sagrado, mas as fronteiras que separam o profano do sacro não são claras. O que vemos com cada vez mais força é deslocamento da ênfase do ponto de chegada para o peregrinar ou o viajar em si.

Podemos afirmar que a peregrinação é um costume que permeia a sociedade desde os tempos mais remotos. Ela surgiu no mesmo momento em que o homem partiu em busca de um sentido maior para a sua existência. “A peregrinação existe porque se crê que as coisas, lugares e pessoas possuem graus de sacralidade distintos. E o ser humano tem necessidade e atração pelas coisas mais sagradas”. (ABU-MANSUR, 2003). A jornada dos peregrinos tem o intuito de antes de qualquer coisa a conquista do mérito espiritual, da cura, um ato de penitência ou de agradecimento.

Para Abumansur, entretanto, as operadoras de turismo e agências de viagens, dentro da sua lógica capitalista, não distinguem a motivação do turista ao oferecer o seu produto. Já quando se trata de turismo religioso a abordagem está intrinsecamente associada ao lazer, eventos religiosos que demonstram uma interação do sagrado com o profano. Podemos classificar a ideia de profano como uma manifestação desvinculada da conotação religiosa e que está inequivocamente associada à sensação de lazer/prazer e conectado com os princípios dos negócios ligados ao turismo.

Dentro da perspectiva da atividade turística como uma atividade econômica na lógica capitalista, o turismo em todas as suas manifestações envolve a cadeia produtiva de todo o setor. O conceito de cadeia produtiva foi ampliado visando não apenas a relação comercial das empresas do setor, mas também a relação de poder e dependência entre eles e é atualmente estudado como rede de negócios.

Pereira (2017), define como rede de negócios a interligação das atividades de vários setores empresariais envolvidos desde a matéria-prima até a comercialização do produto ao consumidor final em determinado ramo de negócio. No turismo essa rede é formada pela interligação de setores e subsetores que, integram processos e decisões sobre a formação e distribuição do produto turístico. Essa rede é formada por:

Empresas líderes: hotelaria, agenciamento, organizadores de eventos, centros de convenções, transportadoras, bares e restaurantes.

Provedores de serviços: sistemas de informação, empresas de comunicação, administradoras de cartão de crédito e seguradoras.

Infraestrutura de apoio: segurança, órgãos públicos de fomento e gestão de atrativos culturais, históricos ou ambientais. (PEREIRA, 2017).

2.1 TURISMO RELIGIOSO E PEREGRINAÇÃO: AS DUAS FACES DA MESMA MOEDA

Para a igreja católica existem nas viagens duas possibilidades de vivência religiosa: O turismo religioso e a peregrinação. O Vaticano, por exemplo, parte do princípio de que existem diferenças claras entre os objetivos e as sensações provocadas pelas intenções de

deslocamentos. Para essa linha de pensamento a peregrinação pressupõe basicamente obrigação e sacrifício, enquanto o turismo religioso pode ser definido como uma visitação a lugares sacros, sem que haja obrigatoriamente algum tipo de envolvimento de fé, mesmo por que a pessoa que visita um lugar sacro não necessariamente professa a religião daquele sítio, é o caso, por exemplo, de judeus ou muçulmanos que visitam o Vaticano, nesse caso lazer e prazer convivem no mesmo espaço do sagrado.

Na definição da Conferência Mundial de Roma, realizada no ano de 1960, o turismo religioso é compreendido como uma organização que movimenta inúmeros peregrinos em viagens pelos mistérios da fé ou da devoção a algum santo. João Paulo II em seu discurso feito em 17 de outubro de 1980 no Vaticano disse:

“Gostaria, enfim, de vos ajudar a suportar as vossas preocupações pastorais. Conheço a vossa inquietude no sentido de enquadrar ou, pelo menos, educar um «turismo religioso» que se desenvolve paralelamente à expansão das verdadeiras peregrinações, com a única finalidade de visitar os sublimes lugares espirituais. Importa manter com os responsáveis e animadores de tal turismo, um relacionamento e um diálogo que possam dar os seus frutos com o tempo. João Paulo”. <https://www.vatican.va>

O discurso acima mostra que há uma preocupação do Vaticano, em separar o turismo religioso da chamada verdadeira peregrinação. Para a Igreja de Roma a peregrinação realiza-se de diversas maneiras: as peregrinações aos locais sagrados que a fé professa, as festas religiosas, aos espetáculos e as representações teatrais de cunho religioso, e os congressos, encontros e seminários ligados à evangelização.

A cartilha “Turismo Cultural: Orientações Básicas” criada pelo Ministério do Turismo (MTur) ressalta que os deslocamentos motivados por interesses religiosos, místicos, esotéricos, cívicos e étnicos são entendidos por esta entidade como recortes no âmbito do Turismo Cultural “e podem constituir outros segmentos para fins específicos: Turismo Cívico, Turismo Religioso, Turismo Místico e Esotérico e Turismo Étnico” (MTUR, 2008, p. 18). Ainda nessa cartilha “o Turismo Religioso configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas”. Entende-se por religiões institucionalizadas aquelas que apresentam doutrina, hierarquia, estruturas, rituais, sendo o grupo que engloba aquelas de origem oriental, afro-brasileiras, espíritas, protestantes e católicas (MTUR, 2008, p. 18).

Podemos afirmar que o turismo religioso não é necessariamente motivado por fé, ou seja, nem sempre quem visita, por exemplo, o vaticano é católico. O turismo a esse local pode ser por motivos artísticos, históricos, ou por mera curiosidade. De acordo com Dias, (2003, p. 22) a palavra peregrino tem sido mais associada à experiência individual vivida pelo que faz a jornada. O peregrino não se sente como um turista.

Os locais religiosos transformam-se em momentos de aproximação entre pessoas que compartilham a mesma fé e religião. Esses locais podem ser classificados em termos de significância religiosa aos objetos de devoção (milagres, relíquias, imagens). Para Burns (2002:54), a dominação capitalista da cultura e, por conseguinte do Turismo pela mercantilização, perverte suas consequências sociais quando busca inserir os cidadãos no universo das regras de consumo.

Autor de várias obras sobre turismo o brasileiro Mário Beni (2000, p.4) alia a visão da Antropologia com conceitos mercadológicos ao afirmar o turista é aquele que se desloca para outros lugares a partir de escolhas e motivações variadas. Já o peregrino se concentra na motivação religiosa, contudo ele é um turista, pois na atualidade há uma tendência cada vez mais forte da mercantilização da fé. Assim, sem dúvida haverá consumo na viagem com fins religiosos, meios de hospedagem serão utilizados, alimentação, souvenirs etc. Os peregrinos assumem um comportamento de consumo turístico, pois utilizam equipamento e serviços com estrutura de gastos semelhantes aos turistas comum.

O turismo religioso apresenta características que coincidem com o turismo cultural escolhido por determinados grupos. Para Dias (2003, p.17), o turismo baseado na fé, no entanto, não está restrito as peregrinações, esses deslocamentos podem ocorrer por outras motivações como: trabalhos missionários, interesses arqueológicos ou antropológicos por sítios considerados sacros, a busca de lazer nas festas de cunho religioso, entre tantos outros possíveis motivos que não estão ligados ao sentido de peregrinação que envolve sacrifício/obrigação. Essa comercialização de um mercado da fé é cada vez mais utilizada pelas operadoras de viagem e turismo especializadas em destinos religiosos e que apresentam seu produto como uma peregrinação.

Para a OMT (Organização Mundial do Turismo), o turismo religioso só é superado em número de pessoas pelo turismo de negócios e para essa instituição ainda não está claro o impacto sociocultural provocado pelo turismo religioso e como ele se diferencia da peregrinação. Dentro da lógica da OMT, o turismo religioso movimenta em todo o mundo mais de 330 milhões de pessoas por ano, que procuram

lugares sagrados. Ainda segunda essa organização (dados de 2020), 56% dos turistas viajam a lazer, 27% por motivos religiosos, 12% a negócios e 5% são motivos não especificados. Esse movimento, que vem aumentando cada vez mais, é definido como Turismo da Fé, que contempla os mais diversos destinos e que atendem todos os tipos de crença, como o islamismo, judaísmo e o cristianismo. Os números são crescentes quando trata-se de pessoas que viajam para participar de eventos religiosos, tais como nascimentos, casamentos, rituais de passagem e funerais.¹

O turismo religioso é uma das formas de deslocamento que mais apresenta crescimento no mundo. No Brasil essa modalidade de turismo (até o início da crise do Covid-19) era uma das mais procuradas principalmente por evangélicos. A concepção por esses grupos do que é peregrinação e de turismo e lazer possui fronteiras muito porosas, os turistas que se declaram peregrinos também se divertem e usam a infraestrutura turística, como hotéis, lojas, restaurantes etc.

Um recente estudo apresentado pela OMT mostrou Israel na preferência número um dos turistas baseados na fé monoteísta. Nessa perspectiva é muito importante que o local visitado seja um centro religioso reconhecido como pilar de fé, como é o caso da cidade de Jerusalém. A maioria dos locais que são escolhidos como destino religioso não tem a importância de Israel, isso não significa, no entanto, que um local não possa desenvolver essa potencialidade.

Há uma permanência da religião do seu papel-chave na construção dos valores, não só individuais, mas também do grupo, pois ela dá a condição de urdir a essência de determinados comportamentos, a

¹ <https://www.unwto.org/>

partir de valores básicos e compartilhando uma moralidade religiosa (CARLETTI, 2016).

2.2 A DOCTRINA DO DISPENSACIONALISMO E ISRAEL:

Há uma forte tendência das denominações evangélicas brasileiras procurarem Israel destino. No Brasil, o sionismo cristão na cultura evangélica brasileira está profundamente escorado no dispensacionalismo norte-americano e se apoia nos movimentos das políticas estadunidenses pró-Israel. Essa influência é verificada na televisão e Internet, que nos últimos anos tem sido uma ferramenta de comunicação fortemente utilizadas pelas mais variadas denominações evangélicas. A IURD (Igreja Universal do Reino de Deus), por exemplo, possui um dos mais importantes canais abertos de televisão, a Rede Record, que transmite farta programação de conteúdo religioso. É visível nos cultos televisionados, a bandeira do Estado de Israel e outros símbolos judaicos religiosos como a *menorá* (candelabro de sete braços) e é muito comum vermos os pastores realizando o culto usando *kipá* (solidéu) e *talit* (xale de orações).

Segundo o sociólogo e pastor da Assembleia de Deus, Gedeon Freire de Alencar, o sionismo cristão não foi percebido no cenário político do Brasil até recentemente, a explicação para esse fenômeno pode ser encontrada na esperança milenarista dos evangélicos brasileiros. O reconhecimento das raízes bíblicas do povo judeu contemporâneo tem como consequência não só um alinhamento religioso, mas político também. Ainda segundo o sociólogo as peregrinações à Israel

se tornaram um desejo constante entre os evangélicos no que ele chama de “um sionismo ingênuo”.²

As religiões de matriz judaico-cristã sempre viram em Israel um local sagrado, sendo muito comum identificarem o país não como um país moderno, fundado em 1948, mas como um Israel espiritual, a Terra Prometida por Deus e o local de onde o Messias veio e aonde um dia voltará. Dessa forma deve-se identificar a qual Israel os grupos de judeus messiânicos procuram e se há uma busca apenas a Terra de Israel (milenar) ou o Estado de Israel (secular), ou se existe uma procura por um misto das duas possibilidades.

A doutrina do dispensacionalismo, pode contribuir no sentido de fornecer pistas para o significado de Israel para os judeus messiânicos. Segundo essa doutrina, a segunda vinda do Messias, no caso Jesus ou Yeshua como dizem os judeus messiânicos, será um acontecimento que se dará em Jerusalém, em Israel. (TOPEL, 2011). A palavra dispensação deriva-se de um termo latino que significa administração ou gerência e refere-se ao método divino de lidar com a humanidade através de alianças e de administrar suas promessas. O termo dispensacionalismo produz uma ideia de administração de tempo, a partir do conceito de que a história da humanidade pode ser compreendida por ações divinas constituídas em períodos estabelecidos de forma específica que, em alguns momentos. Para os defensores da doutrina dispensacionalista a história humana está compreendida em um plano traçado e que este pode ser identificado através das interpretações da

²http://dspace.est.edu.br:8080/jspui/bitstream/BR-SIFE/900/1/reinke_ad_tm343.pdf.

Bíblia Sagrada. Essas dispensações são identificadas em períodos bíblicos distintos.

A dispensação é uma interpretação teológica que estabelece uma forma específica de observar a Bíblia e suas narrativas, seria uma espécie de régua para determinar o nível de relacionamento com Deus. Os dispensacionalistas dão profunda importância a distinção entre Israel, Igreja e as Nações da Terra, o Israel histórico e político, descaracterizaria o movimento. Para essa doutrina a nação judaica tem um papel de extrema importância e bem peculiar nas administrações divinas para a humanidade. Como veremos mais a frente nessa pesquisa a proposta dispensacionalista se opõe a doutrina da Teologia da Substituição, pensamento esse que inviabilizaria as apropriações simbólicas. O surgimento da valorização de Israel e das raízes judaicas começa a predominar no cenário evangélico neopentecostal brasileiro, no qual muitos são acusados por outras denominações pentecostais e por vezes neopentecostais, de judaizantes. A chamada judaização faz referência à presença de ritos e símbolos judaicos nas igrejas neopentecostais. Os símbolos judaicos são inseridos nos ritos com um capital simbólico funcional, trata-se, pois, de uma resposta à necessidade de manutenção do sagrado. Assim o dispensacionalismo é visto ou identificado como fenômeno judaizante por apresentar uma aceitação de um Israel não só milenar, como também o Estado Moderno fundado em 1948 é aceito como algo que faz parte do processo

3 ALGUMAS QUESTÕES RELACIONADAS AS VIAGENS RELIGIOSAS A ISRAEL:

Segundo a Organização Mundial do Turismo em 2019 Israel foi 54º destino mais procurado por turistas, entretanto a pandemia de 2020/21 tem causado uma diminuição significativa em números de turistas em terras israelenses. O jornal Folha de São Paulo em dezembro de 2020 publicou uma matéria de página inteira sobre o Natal em Israel com dados alarmantes: Em 2020, Israel fechou o ano com só um pouco mais de 1 milhão de visitantes, sendo que em 2019 recebeu 4,5 milhões de visitantes. A Palestina amarga números ainda piores, de 1,5 milhão em 2019 para praticamente 0 pessoas em 2020. A Basílica do Santo Sepulcro foi fechada em março de 2020 pela primeira vez desde 1349 por conta da Peste Negra. Nesse momento (março de 2021), Israel é o país do mundo que mais vacinou sua população contra o Coronavírus, sendo assim possível que a atividade turística se recupere em um período de tempo de médio prazo, provavelmente em 2022.

O Brasil é o 13º país que mais envia turistas à Israel sendo que é bem possível que haja uma recuperação do setor em um período relativamente curto, ou assim, que a população brasileira esteja imunizada com o avanço da vacinação.

As diferenças entre turismo religioso e peregrinação não são claras e bem delimitadas, os lugares sagrados têm sido reificados pela lógica capitalista. Se analisarmos a peregrinação como uma busca salvacionista, da cura, da promessa etc., comumente essas jornadas são pontuadas pela dor e sacrifício, todavia em tempos da

contemporaneidade, esses caminhos não podem ser apenas pensados como algo construído simbolicamente, eles existem fisicamente e é a sua materialidade que os torna atraentes para os fiéis.

Quando usamos o termo turismo religioso as condições do sacrifício se dissolvem, pois os obstáculos pressupostos pela peregrinação são minimizados pela existência de uma série de facilidades proporcionadas por toda uma estrutura moderna como hotéis, restaurantes, lojas e toda espécie de lazer e conforto.

Nos roteiros propostos pelas operadoras de turismo, evangélicas ou católicas encontra-se uma recorrência do termo peregrinação para referir-se as viagens à Israel, mas simultaneamente fazem a alusão, mesmo que discretamente, a infraestrutura turística, com a oferta de bons meios de hospedagem e restaurantes, além de lojas de souvenirs.

No Brasil o sionismo cristão está apoiado na doutrina escatológica do dispensacionalismo que parte da ideia da volta iminente de Jesus e que esse retorno se dará em Israel e assim que os judeus o aceitarem como o Messias enviado por Deus. Essa doutrina é aceita pelas denominações protestantes, pentecostais e neopentecostais brasileiras pela influência norte-americana que se apoia nos movimentos das políticas estadunidenses pró-Israel. A volta de Jesus para Israel leva os evangélicos a assumirem um papel de garantia e salvaguarda da “Terra Santa”, isso significa garantir a permanência do Estado israelense nas mãos dos judeus.

3.1 PANORAMA RELIGIOSO NO BRASIL NA ATUALIDADE

Percentual das principais religiões professadas por brasileiros ente 2010 e 2022:

	2010	2022
Católica	65,0 %	56,70 %
Evangélica	21,6%	26,90%
Espíritas	2,20%	1,80 %
Sem religião	7,90%	9,30%

Quadro elaborado pelo autor com base nas estatísticas elaboradas pelo Instituto IBGE. www.ibge.gov.br.

Pelo quadro verificamos que houve uma expressiva queda no número de católicos (cerca de 9%) e inversamente um aumento do número de evangélicos (aumento de 5,3%) em um espaço de doze anos. Apesar de um aumento de 1,4 entre 2010 e 2022 de pessoas que se declaram “sem religião”, o aumento do número de viagens internacionais de brasileiros com objetivos de peregrinação aumentou significativamente:

Segundo a Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo) em 1999 cerca de 15 milhões de brasileiros procuravam para um destino religioso, já 2002 houve um aumento de 7%. Em 2018 se registrou um crescimento de mais de 60% em relação a 2010 no número de evangélicos adeptos ao turismo religioso, uma prática que até então era popular entre os católicos³.

O Ministério do Turismo israelense divulgou os seguintes dados em 2017: 54% dos turistas que chegam a Israel fazem sua visita por motivos religiosos e a composição dentro desse percentual é: 39% são

³ <https://embratur.com.br/>.

católicos, 33% protestantes e 22% ortodoxos russos. Segundo a Pan-rotas os principais turistas que chegam a Israel são: EUA, Rússia, França, Alemanha e Reino Unido, já os principais locais visitados são: Jerusalém, Tel Aviv, Mar Morto, Tiberíades e Mar da Galileia⁴.

4 A GUERRA ENTRE ISRAEL E O HAMAS: UM BREVÍSSIMO RESUMO

A Guerra Israel-Hamas, iniciou em 7 de outubro após um ataque terrorista coordenado por vários grupos militantes palestinos contra cidades israelenses, passagens de fronteira, instalações militares adjacentes e colonatos civis nas proximidades da Faixa de Gaza, no sul de Israel. Também chamado de Terceira Intifada, as hostilidades foram iniciadas por um bombardeio de mísseis contra Israel e incursões transportadas em veículos para o território israelense, tendo sido realizados vários ataques contra os militares israelenses, bem como contra as comunidades civis israelenses. A retaliação israelense com bombardeios e incursões militares contra Gaza foi chamada de Operação Espadas de Ferro.

O ataque foi liderado por grupos militantes palestinos, incluindo o Hamas, a Jihad Islâmica e a Frente Popular para a Libertação da Palestina, com o apoio do Irã. O presidente da Autoridade Palestina, Mahmoud Abbas, apoiou verbalmente o levante, afirmando que os palestinos tinham o direito de se defenderem contra a ocupação israelense. O Coordenador Especial das Nações Unidas para o Processo de Paz no Oriente Médio, a União Europeia e muitos países membros

⁴ https://www.gov.il/en/departments/ministry_of_tourism/govil-landing-page

expressaram condenação dos ataques e disseram que Israel tinha o direito à autodefesa. Pelo menos 2 200 mísseis foram disparados da Faixa de Gaza nas primeiras horas enquanto militantes do Hamas violavam a barreira Israel-Gaza, matando pelo menos 200 israelenses e levando o governo de Israel a declarar estado de emergência; o primeiro-ministro israelense, Benjamin Netanyahu, afirmou que Israel "está em guerra" em um discurso nacional após o início dos ataques.

Militantes palestinos que se infiltraram em Israel invadiram vários kibutzim ao redor da Faixa de Gaza e da cidade israelense de Sderot, com fontes da mídia palestina e israelense relatando que soldados e civis israelenses haviam sido feitos reféns.

O desenrolar dessas ações provocou a imediata declaração de guerra de Israel contra o Hamas e já computa dados de mais de 4 mil mortos entre as partes (cerca de 2.800 palestinos e 1.400 israelenses). O número de feridos ultrapassa 14 mil.

Israel, por sua vez, vem mobilizando efetivos das suas Forças de Defesa (Israel Defense Forces – IDF) e concentrando-os nos seus limites com a Faixa de Gaza (sul), nas suas fronteiras com o Líbano (norte) e na região da Cisjordânia (leste).

O conflito produziu uma grave crise humanitária no território de Gaza, causando entre 60 mil e 70 mil mortos e mais de cem mil feridos palestinos (até janeiro de 2025), incluindo milhares de mulheres e crianças, destruição maciça de infraestrutura e habitações, quase dois milhões de pessoas desalojadas de suas casas, desabastecimento generalizado de energia, combustível e medicamentos, destruição de hospitais e serviços sanitários, 95% da população perdeu o acesso à água de boa qualidade e a fome atingiu virtualmente 100% da população.[64][69] Segundo oficiais das Nações Unidas, "a crise humanitária

em Gaza é mais do que catastrófica, e piora a cada dia. Nos três meses desde o início do conflito, Gaza tornou-se um lugar de morte e desespero". No lado israelense cerca de 1 195 pessoas morreram e 500 mil foram desalojadas⁵.

Em razão dos históricos conflitos árabe-israelenses na região e dos significativos números de baixas civis no atual embate, houve o deslocamento das atenções – seja dos órgãos de segurança internacionais, seja da mídia – da Guerra entre Ucrânia e Rússia para o confronto envolvendo israelenses e palestinos.

Para o Estado brasileiro, em especial, o problema ganha notoriedade e relevância, posto que o país foi protagonista na Resolução nº 181/1947 da Organização das Nações Unidas (ONU), que previa a criação do Estado de Israel e o Estado Árabe da Palestina. Vale ressaltar que o Brasil exerce a presidência rotativa do Conselho de Segurança da ONU, possui boas relações tanto com o Estado de Israel e com a Autoridade Nacional Palestina (ANP) e não reconhece oficialmente o Hamas como um grupo terrorista⁶.

4.1 QUEDA DO TURISMO A ISRAEL

Em virtude dessa guerra e da sua subjacente crise humanitária o número de turistas que buscam Israel como destino vem caindo drasticamente como podemos observar nos números abaixo:

⁵ <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-68737412>

⁶ https://www.gov.br/esg/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/livretos/arquivos/2023_10_24_conflito_israel_livreto_2-1-1.pdf

Números da queda do turismo a Israel entre 2019 e abril de 2025:

Número de turistas que chegaram a Israel
2019: 4,55 milhões
2023: 3,55 milhões
2025: 1,65 milhões

Queda percentual entre 2019 e 2025- 64%; entre 2023 e 2025- 54%

Queda do turismo a Israel por região entre 2019 e 2025⁷

Ásia	81%
África	72%
Europa	65%
América	36%
Brasil	71%

Apesar dessas quedas em número de turistas significante pode-se observar por números que sempre que há uma expectativa de cessar-fogo, há uma recuperação do fluxo de turistas para a região em 2024, por exemplo, houve um leve aumento de 10% do fluxo de turistas em relação a 2023. Apesar dos períodos de instabilidade enfrentados devido a conflitos, Israel recebeu, em 2023, três milhões e meio de visitantes, alcançando uma receita de aproximadamente US\$ 4,9 bilhões. Embora dezembro tenha sido o mês mais crítico, com apenas 52,8 mil turistas, os números mensais no início do ano ultrapassaram 300 mil.

A Organização Mundial do Turismo relatou que, até julho de 2023, o Oriente Médio registrava um aumento de 20% nas chegadas de turistas em comparação com os níveis pré-pandêmicos. Países vizinhos, como Jordânia e Egito, também estão colhendo números positivos. A Jordânia, por exemplo, registrou um aumento de 88,4% na receita do

⁷ <https://www.gov.il/en/pages/visitors-and-tourists-2023> e <https://www.unwto.org/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024>.

Turismo no primeiro trimestre de 2023 em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando US\$ 1,671 bilhão. No primeiro semestre de 2024, os números foram impactados pelas tensões regionais, mas ainda assim, a receita se manteve 12% acima do nível pré-pandemia. Projeções para 2025 indicam um crescimento de 25%, consolidando a Jordânia como um destino complementar popular.

No Egito, o setor de Turismo também apresentou sinais positivos. Em outubro de 2023, o país registrou um aumento de 8% no número de turistas em comparação com o ano anterior, recebendo 1,45 milhão de visitantes. Em 2024, as receitas chegaram a US\$ 14,4 bilhões, com crescimento de 6% em relação ao ano anterior, e as expectativas para 2025 são ainda mais otimistas⁸.

O que podemos observar em relação a crise perpetrada pela Guerra é um rigor maior para a entrada de turistas em território israelense a partir de 1º de janeiro de 2025 com a exigência de se obter uma Autorização Eletrônica de Viagem (ETA) antes de chegar a Israel. Sem uma ETA, a entrada não é permitida. Uma Autorização Eletrônica de Viagem permite apenas que você chegue à fronteira com Israel, mas não lhe concede permissão para entrar ou residir em Israel. Ao chegar à fronteira, você será verificado por um agente de controle de fronteira, que poderá determinar que você não está autorizado a entrar em Israel.

Como saber se você precisa de um visto de entrada ou apenas de um ETA? “Verifique a elegibilidade do país, Visite Israel - entrada | Página de verificação de elegibilidade. Se você não for elegível para um

⁸ https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2025/02/com-cessar-fogo-israel-espera-superar-35-milhoes-de-visitantes-em-2025_214218.html e <https://www.gov.il/en/pages/visitors-and-tourists-2023>

visto de entrada online, entre em contato com o consulado ou embaixada israelense mais próximo para obter assistência. Missões Diplomáticas de Israel | Ministério das Relações Exteriores”.

4.2 UMA GUERRA SEM FIM: ISRAEL X IRÃ

Na segunda semana de junho de 2025, Israel lançou uma ofensiva ao República Islâmica do Irã, inimigo tradicional e segunda maior potência bélica do Oriente Médio, atrás apenas do Estado Sionista.

A justificativa de Israel para esse ataque ancorou-se na pressuposta aceleração do programa de produção de armas nucleares já que após o desmonte do Hamas em Gaza e do Hezbollah no Líbano, o Irã perdeu importante apoio fora de seu território, procurando uma forma eficaz de autodefesa.

Israel alegou sentir-se ameaçado por esse programa nuclear e iniciou ataques ao território iraniano, matando cientistas (ao menos 10) envolvidos no desenvolvimento de tecnologia atômica e atingido a populosa capital Teerã. A ofensiva foi respondida com mísseis de longo alcance que caíram sobre importantes cidades israelenses como Tel Aviv, Haifa e Rishon Le Tzion.

Essa nova escalada da violência no Oriente Médio deve a curto e médio prazo prejudicar ainda mais o turismo na região, pois a ameaça constante de bombas torna o lugar perigoso demais. Ou seja, soma-se a um já combalido setor do turismo causado pela guerra com o Hamas, a guerra contra o Irã.

5 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS: A EXPLOÇÃO DE DEMANDA REPRIMIDA

Como pudemos observar o turismo religioso é crescente, as pessoas procuram os destinos de sua fé baseadas em critérios como: estar no local de sua crença e/ou pagar ou fazer algum tipo de promessa ou sacrifício. A percepção do público que procura destinos religiosos, principalmente a locais que vivem em ebulição política como é o caso de Israel, é que há uma emergência em visitar o local o mais rápido possível, antes que mais uma guerra ou conflito impeça a ida para esse local, daí a rápida recuperação em número de visitantes desses destinos sempre que a paz ou mesmo uma trégua é declarada.

Em um cessar das guerras atuais que assolam o Oriente Médio, o primeiro efeito seria o retorno imediato de turistas que já planejavam conhecer o país, mas aguardavam estabilidade. Agências de viagem e companhias aéreas relataram, ao longo dos últimos anos, uma “fila invisível” de viajantes interessados, especialmente cristãos evangélicos e judeus que moram fora de Israel.

Ao final das guerras, contra o Hamas e contra o Irã, é provável que governo israelense, juntamente com o setor privado, deva lançar campanhas internacionais afirmando que Israel é um país seguro e que os turistas não correm nenhum tipo de risco, procurando atrair para o seu território turistas/peregrinos que esperaram por muito tempo a oportunidade de chegar a Terra Santa. Assim como também há uma forte probabilidade de que, companhias aéreas hoje afastadas retomariam rotas e novas conexões seriam abertas.

Importante ressaltar que essas análises são válidas para o Estado de Israel e não para a Palestina arruinada em toda sua infraestrutura e sem as mínimas condições para receber visitantes, nesse país há locais extremamente importantes para a cristandade como as cidades de Belém, Jericó, Nazaré e Hebron, que ficam na Cisjordânia, porção leste do território, que também está sendo duramente afetada pela guerra, apesar dos conflitos se concentraram na Faixa de Gaza na porção oeste do território, essa última provavelmente levará décadas para se reconstruir.

Apesar das projeções animadoras para o estado de Israel é importante lembrar que, até o momento, não há uma previsão concreta para o fim da guerra. As possibilidades levantadas neste texto se baseiam em análises de cenários, estudos do setor de turismo e planos já esboçados por autoridades e agências israelenses para o período pós-conflito. Enquanto a paz não chega, o futuro do turismo em Israel permanece incerto — mas com um potencial considerável de renascimento quando esse dia finalmente chegar⁹.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABUMANSUR, E.S. **Religião e turismo: notas sobre as deambulações religiosas**, in ABUMANSUR, E. S. (org.) Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre a religião e o turismo. Campinas, SP: Papirus, 2003, p. 53-56.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2000.

⁹ <https://israeldefato.com/o-que-esperar-turismo-em-israel/>

- BERGER, P. **O Dossel Sagrado: Elementos para uma teoria sociológica da religião**. 4^a ed., São Paulo: Paulus, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2012
- _____. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1980.
- BURNS, P. **Turismo e antropologia uma introdução**. São Paulo: Chronos, 2002.
- CARLETTI, Anna e FERREIRA, Marcos A. **Religião e as Relações Internacionais: dos debates teóricos ao papel do cristianismo e do islã**. Curitiba: Juruá, 2016.
- DIAS, R. **O turismo religioso como segmento do mercado turístico**, in DIAS, R. e SILVEIRA, E.J.S. da (orgs.). **Turismo religioso: ensaios e reflexões**. Campinas, SP: Alínea, 2003 (p. 7-37).
- DURKHEIM, E. **Formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- LUKÁCS, G. **História e consciência de classe: estudos de dialética marxista**. Rio de Janeiro, 1989.
- PEREIRA, M. **Análise sobre a rede de negócios do turismo: uma abordagem conjuntural**. Alemanha: Novas edições acadêmicas, 2017.
- TOPEL, Marta. **Jerusalém & São Paulo: a nova ortodoxia judaica em cena**. Rio de Janeiro: Topbooks, 2005.
- _____. **A inusitada incorporação do judaísmo em vertentes cristãs brasileiras: algumas reflexões**. Revista Brasileira de História das Religiões. ANPUH, ANO IV, n.10, maio de 2011.

TRAVASSOS. Deborah Hornblas. **Judaísmo messiânico no Brasil e seus instrumentos de legitimação: a reinvenção do judaísmo ou uma nova religião?** São Paulo: Todas as Musas, 2015.

WEBER, Max. **Três tipos puros de poder legítimo**. In WEBER, Max. *Três tipos de poder e outros escritos*. Lisboa: Tribuna da História, 2005.

<https://www.vatican.va>, acesso em 17/03/2021

<https://www.gov.br/turismo/pt-br>, acesso em 08/05/2025

<https://www.unwto.org/>, acesso em 10/06/2025

<https://www.ibge.gov.br/>, acesso em 09/06/2025

<https://embratur.com.br/>, acesso em 17/04/2025

https://www.gov.br/esg/pt-br/centrais-de-aconteudo/publicacoes/livretos/arquivos/2023_10_24_conflito_israel_livreto_2-1-1.pdf, acesso em 03/06/2025

Israelw@tourism.gov.il, acesso em 07/06/2025

https://www.gov.il/en/departments/ministry_of_tourism/govil-landing-page, acesso em 07/06/2025

<https://israeldefato.com/o-que-esperar-turismo-em-israel/> acesso em 18/04/2025

http://dspace.est.edu.br:8080/jspui/bitstream/BR-SIFE/900/1/reinke_ad_tm343.pdf. acesso em 16/02/2021.

Teoria e método de pesquisa em turismo: reflexões para aplicação no turismo gastronômico

Priscilla Lopes Bruno

Especialista em Planejamento e Marketing Turístico, MBA em Gestão de Pessoas, possui Bacharelado em Turismo e Tecnologia Superior em Gastronomia. Professora da Graduação e Pós-graduação em Gastronomia, Turismo, Eventos e Hotelaria nas Instituições: Faculdade Anhanguera e SENAC Campos do Jordão. E-mail: priscilla160@hotmail.com.

1. INTRODUÇÃO

Pensar em turismo é imaginar automaticamente lugares maravilhosos, praias paradisíacas, cidades magníficas, lugares modernos ou simplesmente antigos, a mente não para de buscar aquilo que mais se anseia no momento e o corpo fica todo eufórico só de ver ou ouvir esta palavra. Quando ouvimos sobre Turismo Gastronômico o corpo já fica todo ansioso pensando em visitar um restaurante, saborear alguns pratos elaborados pelos melhores *Chefs do local*, tudo isso harmonizado com uma excelente bebida, nossa mente realmente não vê a hora de viajar. Mas daí quando lemos a palavra Teoria, a euforia acaba e ficamos parados nessa incógnita, nos perguntando o que isso tem a ver com os momentos felizes e prazerosos que o Turismo e o Turismo Gastronômico podem nos propiciar? E ainda existe uma Teoria sobre isso?

Estas são questões que devemos analisar mais profundamente antes de tentar responde-la. Depois de consultar várias enciclopédias e dicionários sobre o verbete *teoria* em sua maioria identificam esse termo como “parte especulativa de uma ciência; noções gerais; hipótese; conjectura”. Observamos aqui que teremos muito a estudar, para se chegar a alguma conclusão.

Para aprofundarmos mais sobre o assunto, foi preciso buscar a etimologia da palavra teoria, que segundo Montanari (2004) vem do grego “*theoría*”, ato de ver, observar, examinar como um ato contemplativo. Do latim “*theoría*” significa apenas a especulação, a investigação especulativa.

O Centro Nacional de Educação Científica dos EUA, 2018 define teoria como sendo “uma explicação bem fundamentada, de algum

aspecto do mundo natural que pode incorporar fatos, leis, interferências e hipóteses testadas”.

Panosso (2011, p.40) define teoria como “tentativa de explicação de tudo que está à volta do indivíduo; portanto, ela fundamenta também o modo de agir e as decisões de cada um, a teoria é algo que está ligado à prática”.

Analisando as definições pode-se afirmar que uma teoria tenta explicar, em noção geral, algum aspecto da realidade de difícil compreensão ou concretização. Uma teoria começa através de uma observação e a partir dessa análise chega-se a um modelo para explicar esse fenômeno e por meio dela nascem hipóteses que podem ser testadas, fazendo assim previsões teóricas, seja em laboratório ou na natureza (Pereira, 1985).

De acordo com o filósofo inglês Karl Popper (2013), as teorias são todas provisórias, pois a ciência está sempre reavaliando, testando em cenários diferentes, ou seja, buscando novas evidências, porque estão em constante evolução. Estabelecido o conceito de teoria, várias são, entretanto, as análises sobre a abrangência e precisão da mesma para descrever o cenário como um todo, há momentos que se pode deparar com teorias não adequadas à aquela natureza ou foram feitas de forma errôneas ou ainda por princípios de falseabilidade (refutadas) ”pois é sempre possível que um sábio se revele falso” (Popper *apud* Panosso, 2016, p.31), o filósofo sugere novas descobertas, novas evidências, mais próximas da verdade, podendo invalidar a primeira teoria ou substituí-las por outra.

Já para o físico Thomas Kuhn (2018) a ciência é subjetiva e evolui de tal modo que se aproxima da verdade, podendo ser feita substituição de teorias, ou seja, uma teoria pode substituir outra, porque

responde a algumas questões que a outra teoria não conseguiu concluir. Para o físico uma teoria pode satisfazer mais do que outra, por isso são consideradas mais importantes, devido as suas respostas. O físico defende ainda que todas as teorias merecem ser estudadas e não simplesmente descartadas por serem antigas, como defende Popper, mas porque em todas elas sempre há boas argumentações científicas.

Entretanto, o procedimento de substituição de uma teoria por outra não é um fato simples, e provavelmente, não existe, uma forma única adequada de como tal procedimento funcione, pode haver resistência nessa mudança.

A teoria é uma forma de estudar e comprovar algum fenômeno que está acontecendo na natureza ou sociedade e atraindo ou influenciando pessoas, sua forma filosófica de entender esse fenômeno nos enriquece e desperta curiosidade de como estamos vendo e compreendendo o mundo, estimulando a entender também as atitudes humanas, neste processo.

O turismo é um fenômeno de deslocamento, que possui diversas finalidades como negócios, lazer, saúde, entretenimento, gastronomia, entre outros; estudar esse fenômeno é tentar entender algumas questões: Como agimos fora do ambiente onde fomos criados? Como se dá a nossa relação de afeto entre o espaço visitado e nosso lar? Como mensuramos os aspectos positivos e negativos que o turismo pode trazer a uma localidade? É tentar entender o que é exatamente turismo e turismo gastronômico? Existe um método científico do turismo/gastronomia? Existe um objeto de estudo do turismo/gastronomia? E se é possível uma teoria sobre ele? São muitas perguntas sobre o tema e muitas dúvidas, entretanto, as teorias em turismo, segundo Alexandre Panosso (*Ibidem-ibid.*, p. 48):

Até então não tem dado conta dos maiores problemas teóricos [...] E as promessas feitas pelos teóricos em turismo não foram cumpridas [...] As novas gerações de estudantes são formadas apenas para a formação profissional, técnica, sem reflexão, sem pensamento analítico.

O autor ainda enfoca que há fragilidade nos debates na área, não havendo muitas contradições entre as teorias, para ele talvez se deva a fraqueza de argumentos sobre discussão crítica em turismo e por haver ainda uma comunidade científica reduzida. Na área da gastronomia, percebemos bastante esse reflexo, como salienta Bernard (2001, p.76) “a gastronomia, que leva implícitos os costumes ancestrais, a história, a geografia, o cotidiano, o religioso, o econômico e o social, não foi totalmente explorada”, deixando em aberto um campo fascinante, a ser explorado.

Dentro desta conotação nos propomos no presente trabalho a entender como os métodos de pesquisa em turismo podem nortear os futuros trabalhos de pesquisa em gastronomia e faremos uma análise reflexiva dos principais autores da área.

2. ENTENDENDO A TEORIA E SEU MÉTODO DE ESTUDO PARA O TURISMO

O Turismo, segundo o Ministério da Educação e Cultura (MEC) está inserido dentro das ciências aplicadas que está subordinada a ciências humanas e grande parte das ciências humanas tem como método de trabalho a análise da produção cultural humana.

Nas *ciências humanas* a formulação da teoria tem que ter uma visão mais ampla com relação às outras ciências, tendo em vista que seu

objeto de investigação é a natureza humana e social, ou seja, o sujeito. Esta ciência segundo Otaviano Pereira (1985) não se enquadra de forma pura e simples nos moldes estatutários das ciências formais, nem na questão de interpretação, porque nas ciências humanas a interpretação não é uma questão tão central e absoluta, é uma questão de interpretação por excelências. E segundo o autor, também não se devem apoiar-se totalmente nos modelos teóricos das outras ciências, “sem poder construir um modelo próprio e é a partir desses modelos que a elaboração da teoria nas ciências humanas prende com certa flexibilidade mostrar seus resultados e criar suas interpretações” (PEREIRA, 1985, p.64-65), refletindo aqui a complexidade do ato teórico.

A ciência moderna para Dencker (2007, p.24) surge entre os séculos XVI e XVII, com a aplicação do método empírico de Galileu, que ainda é um método que perdura atualmente e consiste em formular hipóteses e submetê-las a prova experimental. E essa teoria só tem validade enquanto for possível sua confirmação mediante a observação.

Já Cherubini Neto (2002, pg.16), acredita que o conhecimento científico transpõe o empírico, pois procura conhecer não só o fenômeno, mas suas relações de causa e efeito. Ele pressupõe um ou mais problemas a serem resolvidos, ou uma(s) hipótese(s) a ser(em) confirmada(s), através processos de pesquisa norteados por métodos. Para a Organização Mundial do Turismo (OMT *apud* Dencker, 2007, p.24) a melhor maneira de estudar o turismo consiste em “um conjunto de métodos empíricos experimentais, seus procedimentos, técnicas e táticas para ter um conhecimento científico, técnico ou prático dos fatos turísticos”.

Entretanto há diversas escolas/métodos que podem estudar o turismo como: positivistas; sistêmicas; dialéticas; fenomenológica,

hermenêutica e teoria crítica, falando das mais atuais. É notável que o conhecimento científico no turismo tem sido, há muito tempo, pautado preponderantemente sob a ótica do positivismo, conforme explica Nechar (2006) e a preferência por estes enfoques se dê pelo pouco conhecimento ou talvez até preconceito em relação a esta postura investigativa ou ainda pelo fato de os professores sentirem-se em posição confortável para atuar nestas investigações.

Outro método também bastante utilizado na área foi à sistêmica, muitos pesquisadores, conforme Panosso (2011) desenvolveram estudos reconhecidos como a Teoria Geral de Sistemas de Raymundo Cuervo em 1967, que depois foram explorados por outros pesquisadores como Neil Leiper em 1980, Alberto Sessa em 1985, Jafar e Richie em 1981 e Jafar Jafar em 1985, Donald Getz em 1986, John Tribe em 1997, Afonso de Jesus Jiménez Martinez em 2004 e o brasileiro Mario Benni em 1988, que para ele:

Essa teoria observa um estudo circunstanciado sobre o turismo, no sentido de identificar os seus elementos com os respectivos atributos e as relações de causa e efeito, a fim de delinear, com clareza, a extensão abrangida pelo Sistema de Turismo – SISTUR (BENNI, 1990, pg. 16).

Para métodos mais interpretativos, podemos citar a fenomenologia, que gira em torno das baseadas na etnografia e semiótica (NECHAR, 2006), que conforme Panosso Netto (2011) consiste no conhecimento e na descrição do mundo das essências, livrando qualquer influência psicológica que possa haver no fenômeno (processo de *époché*) e faz parte de uma corrente de investigação qualitativa.

Há hermenêutica consiste em um saber orientado para interpretação de textos, evitando enfoques descritivos, típicos da área e é o novo paradigma filosófico da atualidade, segundo Beuchot, (2003 *apud* Panosso, 2016), mas com poucos adeptos no turismo. Já a teoria crítica que segundo o professor Alexandre Panosso (2011), é o novo paradigma nos estudos turísticos onde abre espaço para temas como mobilidade (estudadas por Urry em 2000 e 2007), cidadania, desigualdade, entre outras, trazendo uma capacidade de discernimento na construção da teoria, cultivando pensamentos reflexivos interpretativos e abrangentes, levando a uma coerência de raciocínio.

Numa investigação em turismo e consequentemente da gastronomia, o mesmo autor (2011), faz uma reflexão bastante interessante, onde não basta criticar o conhecimento, mas se deve ajudar a construir um conhecimento crítico, através de uma visão multidisciplinar e transdisciplinar, criando modelos críticos novos, sem embasamentos repetitivos disciplinar de outras áreas de conhecimento, ou seja, a melhor forma de se fazer uma reflexão, voltado para a contribuição e crescimento da área é estabelecer primeiramente o objeto de estudo dessa pesquisa, na qual direcionará a melhor metodologia a ser utilizada, de acordo suas necessidades de conhecimento, das vantagens e limitações que o método pode trazer. Para Gimenes (2010), a falta de compatibilidade entre a metodologia escolhida e o objeto do estudo, em algumas pesquisas na área da gastronomia, faz com que dificulta a interpretação da análise do autor e a falta de clareza nesses estudos inibe a construção de novas teorias.

O segmento de Turismo Gastronômico está inserido dentro do Turismo e buscar a melhor forma de estudá-lo vai depender do objeto de estudo a qual se pretende pesquisar. Qualquer dos métodos de

pesquisa citados anteriormente poderá ser bem-sucedido, basta entendê-lo e aplicá-lo corretamente.

No turismo gastronômico há um crescimento acelerado dentro da indústria do turismo, todo viajante se alimenta quando viaja, mas cada vez mais estão buscando viajar para comer. Então devemos começar a valorizar mais os estudos gastronômicos, principalmente no Brasil, não porque está em voga, mas por que os alimentos, principalmente os regionais, como explica Barrera (2006), fazem parte substancial de um patrimônio cultural e através dele pode haver explorações econômicas muito interessantes e saudáveis, assim como os europeus fazem, dando classificações de origem aos seus produtos, valorizando com isso o produtor local e a região em que está inserida, além ainda de promoverem “festas com os produtos/ingredientes locais”, atraindo o turismo, gerando divisas e fazendo ações de “*gastromarketing*”¹.

2.1 TEORIA *VERSUS* PRÁTICA NO TURISMO/GASTRONOMIA

Percebemos também que há outra questão nas ciências humanas a ser analisada, que vem sendo discutidas por vários filósofos e “escolas”, é a relação entre a teoria/prática. A prática não pode ser entendida separadamente da teoria, isso seria uma ação animalizada e não humana, segundo Otaviano Pereira (1985), para pensar em prática o homem tem de se abstrair e fazer uma reflexão sobre seu ato, mas não

¹ Gastromarketing – termo utilizado na Espanha para definir negócios em gastronomia, numa visão moderna sobre esse tema, pois é muito mais que marketing gastronômico, une marketing, inovação e gastronomia.

devemos nunca desvincular a teoria da prática e nem menosprezar qualquer dos lados.

Para se estudar o turismo e o turismo gastronômico essa questão se torna importante, porque o turismo é uma atividade prática, os agentes protagonistas (turistas) estão em todos os lugares, como nos meios de hospedagem, nos estabelecimentos de alimentos & bebidas, nos parques naturais e artificiais, nas montanhas, nas praias, nos lugares culturais e históricos, enfim, estão tão próximos de nós e da nossa realidade que estudar o turismo/gastronomia apenas na teoria seria um desperdício de oportunidade e de negação da própria ciência humana e como diz Alexandre Panosso (*Ibidem-Ibid.*, p.41) em sua obra “estudar a teoria apenas como abstração, separando a teoria da realidade, leva o empobrecimento do estudo”. Precisamos segundo Maciel (2017) ver o protagonista da história (turista) como sendo algo relevante, e seu conceito de desenvolvimento *etnossensível* e *inclusivo*, vem reafirmar a importância de estudar o turismo na prática, como um objeto de estudo como todo, sem omitir, “aqueles que não se encaixem nas produções narrativas do heroísmo” (*Idem-id*, 2017, pg.8).

O turismo apesar de não se prender entre a relação causa/efeito das ciências que trabalham com o objeto natural empírico/formal, vem interagindo com diversas áreas de outras ciências e será quase impossível dispensar os modelos de pensamentos ou “escolas” dessas outras áreas, como a geografia, antropologia, psicologia, sociologia, economia, entre outras e que segundo Gimenes, 2010, devem ser utilizados para uma melhor compreensão nos estudos gastronômicos. Entretanto, surge uma questão aqui a ser pensada: “será que vamos sempre depender dos modelos teóricos de outras ciências para estudar o

turismo e o turismo gastronômico? Ou podemos criar modelos próprios?” É difícil de dizer, talvez demore alguns anos ou séculos para podermos responder precisamente essa questão, porém quando tomamos por base esses modelos preexistentes o turismo torna sim um estudo mais flexível nos resultados e acaba sendo criadas interpretações próprias, refletindo a complexidade do ato teórico, pois como o homem é o protagonista de toda teoria, um ser teórico/prático e não somente uma abstração, segundo Pereira (*Ibidem-ibid.*, p.64-68) ele nunca será um estudo fácil de ser entendido, porque ele transforma a natureza e ao transformá-la, transforma a si mesmo e, sua constante mudança de comportamento, trará cada vez mais estudos e teorias para área, porque “a ciência é feita por homens, que também influenciam a produção do conhecimento” (Panosso, 2016, p.33).

3. ALGUMAS TEORIAS DO TURISMO

Os conceitos e teoria a respeito do turismo evoluíram ao longo do tempo, e epistemologia significa o “estudo de conhecimento”, que só ganhou importância na década de 1990, segundo Lohmann e Panosso (2012) quando pesquisadores resolveram pesquisar o alicerce teórico do turismo, tentando entender mais profundamente sua importância no conhecimento construtivo desta área, como a Organização Mundial do Turismo, que conceitua Turismo como:

Uma atividade que as pessoas realizam durante suas viagens e permanecem em lugares diferentes do ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, para fins de lazer, por motivos de negócios e outros (OMT, 2003 *apud* NOGUERO, 2008).

Em se tratando de conceitos e teorias, o turismo se difere das outras áreas, porque é algo diverso e complexo, como explica Boyer:

O turismo é um tipo de consumo diferente dos outros, pois se realiza em outro local e não visa à satisfação de uma necessidade fundamental do homem: ele não é um dado da Natureza ou do Patrimônio Histórico, pois nenhum lugar é turístico em si' [...] O turismo é um produto da evolução sociocultural e pode ser definido assim: Turismo = conjunto dos fenômenos resultantes da viagem e da estadia temporária de pessoas fora de seu domicílio, na medida em que este deslocamento satisfaz, no lazer, uma necessidade cultural da civilização industrial (BOYER, 2003, p.16 *apud Idem-id*, 2004 , pg.22-23)

E com o passar do tempo, pesquisadores foram percebendo a importância do turista e se preocuparam com o seu comportamento durante as viagens, como é o caso de krippendorff (1989) que em suas pesquisas chama a atenção para o viajante que não se preocupa em manter contato com os visitados, percebe que o turista acaba fazendo coisas semelhantes ao ambiente na qual queria escapar. Já Urry em seus estudos observou outros olhares para o turista e o para o turismo, como relata:

Não existe um olhar único do turista; seu olhar varia de acordo com a sociedade, o grupo social e período histórico. Tais olhares são construídos por meio de diferença [...] não existindo apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas as épocas históricas [...] na verdade, o olhar, em qualquer período histórico, é construído em relação com seu oposto, com formas não turísticas de experiência e de consciência social: o olhar depende daquilo que ele constata, das formas de sua

experiência não turística. (URRY, 1996, p.16 *apud* FIGUEIREDO e RUCHMANN, 2004, pg.22)

Esse olhar pressupõe a experiência que ele obteve no local, que pode ser medida pela receptividade ou hospitalidade da comunidade local, das empresas turísticas e não-turísticas que utilizou durante sua estadia. O Turista gosta de observar o estranho, o diferente, que para ele é algo novo, mas aos poucos o estranho é substituído por uma sensação de familiaridade (ORTIZ, 1999 *apud Idem-id*, 2004, pg.20) e isso pode trazer desinteresse visto em outra localidade.

Mas ainda, analisando a área sob essa semiótica, encontramos outra teoria que trouxe uma visão diferente do turismo, pois observou a visão do residente local e sua percepção sobre o turista, como a teoria de Doxey (1975) a “*Irridex*” onde desenvolveu um modelo indicador de irritabilidade dos visitados em relação aos visitantes. Este estudo apesar de ter sido feito em Barbados e em *Niagra-on-the-lake*, no Canadá, constatou nestes dois países que os residentes estavam incomodados com o excesso de turistas, principalmente na alta temporada e os impactos psicológicos que estavam trazendo em ambos os locais. Após este estudo, as pessoas também observaram os impactos que o turismo estava trazendo à comunidade e despertou interesse em tentar entender mais sobre esse fenômeno.

E foi assim que Butler (1980) desenvolveu sua teoria sobre “o ciclo de vida de uma destinação turística”, onde analisou a evolução de um destino turístico e suas variáveis, considerando o número de turistas em determinado período de tempo e a importância em determinar escolhas de estratégias em cada fase para que um destino turístico possa sobreviver. Para chegar neste consenso ele se baseou na teoria de

Doxey, e sua ideia de “desenvolvimento excessivo e que muitos turistas em um destino podem causar insatisfação e perda de qualidade de vida para turistas e moradores”, também se baseou na “teoria dos lugares centrais” de *Christaller*, um geógrafo alemão, escrito no início de 1960; norteou-se também na teoria de “resorts costeiros e o centro comercial de lazer” de *Charles Stansfield*, nos EUA (1972) e na teoria de Stanley Plog (1974), também nos Estados Unidos, onde classificou os comportamentos dos turistas, através de psicográficos inter-relacionados.

Percebemos aqui que para desenvolver uma teoria é necessário pesquisar outras teorias e às vezes de países diferentes para que haja uma construção crítica-reflexiva na nossa área.

Não importa se um desses autores citados acima desenvolveu uma teoria simples, a questão aqui é que quando foram feitas correspondia à realidade de sua época e do local em que foi estudado. O importante é que essas teorias despertaram curiosidades em outros pesquisadores que quiseram aplicá-las e, se por acaso não foram suficientes, talvez por serem simples, pelo menos os ajudaram a desenvolver teorias melhores e mais complexas, como o caso das de Butler. Não devemos esquecer e nem preterir as primeiras teorias, pois são tão importantes quanto às últimas, porque explicam a evolução da área (turismo), o modo de vida e o comportamento das pessoas em uma época, assim podemos nos perguntar se estamos agindo do mesmo modo atualmente. E se estamos repetindo padrões. Isso aguça a tentar entender o turismo e sua evolução.

A valoração da experiência turística se dá pela autenticidade das vivências oferecidas, como sugere MacCannell (2003 *apud Idem-id*, 2004, pg.27) além do seu interesse pessoal por aquilo que está

vivenciando. A viagem turística pressupõe a busca de aprendizado, conhecimento e seu objetivo é obter uma experiência prazerosa com ela.

Já Panosso (2011) defende que o turismo é uma experiência, por algo que foi vivido, que se dá desde os momentos que antecedem o ato do turismo, como também nos momentos depois do término da viagem, porque há continuidade da experiência, através de recordações e vivências com o passado, independente do tempo cronológico, as impressões não são formadas apenas durante as viagens. Então, o ser considera-se turista pela experiência e o ser turista se configura como fenômeno turístico, sendo esse *Ser* o sujeito dos estudos turísticos, é o protagonista do fenômeno turístico, porque interage com a infraestrutura turística e com as empresas do setor.

Para Tribe (1997 *apud Ibidem-Ibid.*, 211) a epistemologia aplicada ao turismo é importante na ajuda da validação do conhecimento produzido na área, auxiliando a delimitar o campo do turismo (inícios e fim) e também porque esta área necessita de novas pesquisas para responder aos atuais problemas criados pela sua prática, pois estamos em constantes transformações. Desse modo é possível perceber a contribuição dos estudos epistemológicos e suas ferramentas para a atuação profissional e desenvolvimento no setor.

3.1 TEORIAS DO TURISMO GASTRONÔMICO

As teorias de turismo gastronômico são mais recentes, de acordo com Long (2004), a terminologia “Turismo Gastronômico” foi adquirida no final dos anos 1990, embora sua existência venha muito antes dessa época, foi a partir daí que houve importância atribuída à gastronomia nas viagens e segundo o SEBRAE, 2017, “a gastronomia é um

dos principais atrativos do turismo, porque ao realizar uma viagem, os turistas buscam novas experiências para aguçar todos os sentidos”, dentre eles o paladar, que segundo Gândara e Mascarenhas, (2015, pg. 65), “o paladar é uma das características que deve ser levada em consideração, assim como a questão nutricional e estética de um prato”. Experimentar novos sabores é fazer uma imersão nos costumes culinários de uma população e é o contato mais próximo com a diversidade cultural de um povo. Esse tipo de turismo é essencial para dar origem a experiências únicas, como comenta Corner (2006, p.6):

Quando o turista vai pela primeira vez a uma cidade, sempre prefere comer, não em lugares turísticos, em restaurantes com cozinhas preparadas para turistas, mas nas ruas, nos bairros onde a população faz suas refeições, sempre em busca da cozinha local, que fica marcada pelos odores e pelos sabores únicos.

Comer em esses restaurantes não turísticos é buscar o hábito alimentar de uma população, que segundo Mascarenhas e Matias (2008) refletem sua identidade cultural, além de retratar sua origem, sua evolução, seu modo de vida, atraindo a atenção do visitante em querer degustar as iguarias locais e despertando os sentidos.

O ser humano possui cinco sentidos: audição, olfato, paladar, tato e visão. São através deles, segundo Moreira (2010), que relacionamos com o ambiente e percebemos o que está ao nosso redor, entretanto cada indivíduo possui um nível diferenciado de sensações e percepções. Através do olfato podemos identificar cheiros ou odores do ambiente e com o paladar sentimos os sabores.

Na vida diária, fazemos uso de todos os nossos sentidos. Quando nos sentamos à mesa, os olhos veem a refeição. O nariz

sente seu cheiro. A pele e o interior da boca percebem sua temperatura, dureza e textura. A língua prova seu sabor. A impressão que nos fica é a combinação de todos esses sentidos. Essa impressão também é afetada por experiências anteriores. O cérebro lembra-se de visões, dos sons, dos cheiros, dos gostos e das sensações e associa tudo isso (PARKER, 1993, p. 34 *apud* MOREIRA, 2010, p. 50).

O cérebro humano é capaz de associar impressões e evocar emoções por meio do paladar e do olfato. Essas lembranças são consideradas pela teoria de Norman (2008 *apud* Moreira, 2010 p.49) “as mais importantes no processo cognitivo e emocional durante o processo de visita, pois se relacionam aos níveis de sentimentos e emoções”. E para Bruna Moreira (*Ibidem-ibid*, pg.49) “uma experiência agradável pode gerar emoções positivas nos usuários, bem como memórias em longo prazo”. Para Dias (2009 *apud Idem-id*, 2010, p.52) “as lembranças de odores têm tendências para serem mais intensas e emocionalmente mais fortes”.

Dessa forma, entende-se através dessas teorias que a lembrança evocada por algum cheiro ou gosto pode nos remeter há momentos felizes e prazerosos em uma viagem. Entretanto, no turismo gastronômico o estímulo das viagens está relacionado não somente ao paladar, mas também ao conhecimento da cultura e tradição de uma localidade, aliada a experiências únicas e inesquecíveis, quando saboreiam pratos novos ou através de uma releitura com ingredientes e formas de preparos inusitados. Para Gândara (2008, pg.181) o turismo gastronômico é:

Uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas

gastronômicas de uma determinada localidade. O turismo gastronômico pode ser operacionalizado a partir de atrativos como culinária regional, eventos gastronômicos e oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados, bem como roteiros, rotas e circuitos gastronômicos.

A comida é uma das ofertas que representa bem a oferta turística porque ela é degustada em plenitude e lembrada com satisfação, segundo Mascarenhas e Gândara (2015). Para Ruschmann (1997) e Schluter (2003 *apud Idem-id*, 2015) a alimentação em viagens turísticas pode ser uma contemplação da oferta turística ou mesmo um atrativo turístico, além de saciar a fome de visitantes e turistas que estão fora de seu domicílio, ajuda a interagir culturas e ajuda também a fomentar a economia local.

De acordo com a OMT, 2017, o segmento de turismo gastronômico oferece uma enorme potencialidade para estimular as economias locais, regionais e nacionais e promover a sustentabilidade e a inclusão. Os destinos recorrem à gastronomia para atrair os turistas dispostos a mergulhar nos lugares e culturas que eles visitam. E ainda, o turismo gastronômico tem o potencial de direcionar o fluxo turístico para destinos menos visitados, o que poderia traduzir-se numa melhoria drástica em termos de oportunidades e desenvolvimento econômico dessas regiões, segundo o relatório de plano de ação da Organização Mundial do Turismo (2017).

A união entre a gastronomia e o turismo apresenta-se como uma plataforma para revitalizar culturas, preservar patrimônio material e imaterial, dar autonomia as comunidades e valorizar o conhecimento intercultural. E, segundo a teoria de Gândara e Mascarenhas (2015, p.64), “o turismo gastronômico é uma das formas de preservação do

patrimônio imaterial à medida que a própria cultura se transforma em produto para o consumo”.

É fato que o Turismo Gastronômico tem aumentado seus adeptos ano após ano e o comportamento dos turistas tem mudado nessa última década, segundo a OMT (2017), o turista que, apenas, procurava sol e praia como oferta turística já não corresponde a essa realidade, ele quer cada vez mais, integrar-se e vivenciar o local que visita, através de experiências *in loco* e, posteriormente, relembrar e compartilhar, seja em fotos no “*instagram*” ou reportagens em “*blogs*”, os momentos e conhecimentos adquiridos.

Segundo levantamento da *World Food Travel Association* (WFTA, 2016), em seu relatório *Food Travel Monitor*, nos Estados Unidos, o turista gastronômico em sua grande maioria são jovens casais com curso superior e com alta renda. Para a OMT (2017), esse tipo de viajante costuma gastar mais, distribui-se de maneira mais equilibrada em todo o território e pode ter um impacto maior em toda a cadeia de valor do turismo.

Para tentar entender o turista gastronômico e fazer uma ligação com teorias estudadas no turismo, podemos traçar um perfil conforme a teoria de Smith (1989, p.12) que classifica os turistas como:

Exploradores: é um pequeno número de pessoas que não querem ser identificadas como turistas, que estão ativamente envolvidos com o meio ambiente e a população local, e preferem visitar lugares que ainda não foram explorados. Eles geralmente concordam em modificar seu estilo de vida para adaptá-lo ao ambiente local.

Mas será que essa teoria se enquadra perfeitamente com o turista gastronômico? Ou então podemos ainda analisar esse turista pelo viés de Cohen (1979, p.183), como turista andarilho:

O turista andarilho procura romper todos os vínculos com a indústria turística. A viagem é encarada como uma tentativa de ir o mais longe possível de casa e da familiaridade. Não possui itinerário pré-estabelecido, o andarilho se insere na comunidade visitada e na sua cultura.

E não é exatamente isso que o turista gastronômico busca em suas viagens, conhecer e absorvendo a cultura gastronômica como um todo e aproveitar cada momento da localidade receptora?

Já na teoria de Stanley Plog (1977, p.16), o turista gastronômico seria o “alocêntrico: pessoas providas de um espírito aventureiro e motivadas a descobrir novas destinações, raramente retornando ao mesmo local”, segundo essa pesquisa o turista gastronômico raramente retorna a um local visitado, porque quer cada vez mais experimentar sensações novas, o desconhecido, o excepcional, “a aventura é igual á descoberta, á revelação de um mistério” (CAMARGO, 1998, p.34) e são essas emoções e motivações que o turista busca ao planejar a próxima viagem, busca experiências gastronômicas de raças e culturas diferentes, repetir o mesmo destino turístico seria não ter mais o prazer de desvendar o inusitado.

São várias teorias em comportamento e tipologia de turistas na qual podemos nos basear para a construção teórica e crítica do turista gastronômico, mas isto não é o objetivo deste artigo e sim mostrar teorias na qual se pode basear para construção de uma teoria na área da Gastronomia.

Segundo Gimenes (2011, pg.428), “os estudos voltados para o turismo gastronômico podem ser realizados a partir dos mais diferentes vieses, tomando corpo a partir das mais diversas metodologias”. Podem seguir sobre assuntos como: “o papel destes estabelecimentos na oferta de lazer e entretenimento de um destino turístico”; ou “a questão dos pratos típicos e seu uso turístico”; ou ainda “o desenvolvimento de polos de turismo gastronômico propriamente dito”. O importante é estudar de forma prazerosa o assunto escolhido, apreciando bons autores harmonizados com uma degustação de sabedoria.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Teoria faz-se sempre presente e indispensável em qualquer área, porque é um conjunto de ideias que tentam entender os fenômenos da natureza ou da sociedade. As teorias não são transformadas em verdades definitivas, elas são formadas para previsões, com hipóteses testáveis.

Sempre que observado algum fato novo que venha a contrariar alguma teoria vigente, devem-se ignorar as ideias conflitantes, pois as teorias evoluem e no caso da ciência humana, o homem que está sempre transformando o lugar, também se autotransforma e nada impede que um fato seja observado e experimentado novamente por outro enfoque, para Dencker (2008, p. 25) “no momento em que a teoria deixa de ser suficiente para explicar a realidade, é substituída por outra”. As teorias incorporam valores a uma ciência e para Maciel (2017) a filosofia ajuda as pessoas a pensar a prática.

O turismo não nasceu de uma teoria, segundo Panosso Netto (2011), mas sim da prática humana, da necessidade de se deslocar por

questões de sobrevivência, ou por questões comerciais, religiosas, de saúde, de alimentação, entre outras. Para o autor toda elucubração teórica visa apenas a compreender esse fenômeno, tentando explicá-lo e interpretá-lo, mas não construí-lo ou criá-lo.

E acredita-se que para a epistemologia estudar as teorias antigas, se faz tão importante como as contemporâneas, porque além de trazerem o alicerce teórico do turismo, nos norteiam a entender as necessidades da época em que foram estudadas e também nos ajuda a entender em quais teorias um pesquisador se baseou para a construção de uma nova, ou seja, qual linha de pensamento ele se fundamentou para a construção da sua teoria.

Analisando mais profundamente uma teoria percebesse que para entendê-la melhor devemos pesquisar em primeiro lugar o autor, sua vida e sua obra, assim entenderemos sua cultura, sua educação, seu sentimento, suas razões que levaram a construção daquela teoria, ali estará sua paixão e só entendendo sua história, a sua essência, é que você irá compreender melhor a mensagem que ele quis passar e dará mais valor ao seu estudo.

Existem algumas tentativas de compreensões positivistas, sistêmicas, fenomenológicas, marxistas, entre outras, no fenômeno turístico, porém nem todas possuem alguns conhecimentos sólidos para construir conceitos estáveis. E nas pesquisas tradicionais do turismo, como aponta Tomillo Noguero, Panosso e Jager (2011), a análise positivista, está baseada na “relação turista e comunidade local”, assim como no “funcionamento do sistema turístico” e suas “consequências”, esquecendo-se de analisar o significado de “estar viajando” e de “uma educação para viagens”, onde aborde o comportamento que uma pessoa deve ter sendo turista e/ou hóspede numa viagem.

A teoria do turismo e da gastronomia encontra-se em momento delicado, porque existe uma crise do conhecimento, como apontam os autores acima referidos, porque o Estado não prioriza os estudos superiores públicos, dando suporte financeiro as pesquisas, o que leva a perda de conhecimento através de pesquisas singelas. E, se não há estudos consistentes, principalmente nas universidades, onde se desenvolvem pensamentos críticos, não teremos um desenvolvimento de valor fundamental para o turismo.

Outra questão que os autores acima abordam é a centralização de publicações em turismo/turismo gastronômico no idioma inglês, como sendo somente importantes, superiores e válidos, desconsiderando pesquisas em outros idiomas. E com isso nos perguntamos: e nossas teorias escritas e desenvolvidas em português? E dos espanhóis, dos alemães, dos franceses, dos italianos não têm valor algum? Quer dizer que teremos que traduzir nossos trabalhos para o inglês para termos créditos?

São esses alguns impasses que observamos no desenvolvimento das teorias em turismo/ gastronomia, entretanto foi constatado através desse estudo que não existe uma única teoria do/sobre o turismo/gastronomia, existem algumas teorias sobre essa área, que vêm sendo estudadas por agentes de diversas ciências, trazendo uma visão holística, multidisciplinar e que ajudaram o desenvolvimento da área. Mas também há uma crise na formação de conhecimento teórico do turismo/gastronomia, o que torna uma barreira para avanços mais efetivos na solução de problemas que esta área traz. Ainda é cedo para sabermos se as teorias estão no caminho certo ou errado, mas pode-se dizer que estamos caminhando, mesmo em passos lentos, para a construção de uma “Teoria do Turismo Gastronômico”. E almeja-se que

através dessa reflexão, estimule mais pesquisas específicas na área da gastronomia, a fim de se desenvolver excelentes trabalhos e que possam ajudar a preservar as tradições culturais gastronômicas das sociedades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRERA, E. **Rutas Alimentarias: Una estrategia de desarrollo que vincula los alimentos con identidad local y el turismo**. UBA. Buenos Aires, 2006.
- BENI, Mario Carlos. Sistema de Turismo – SISTUR: estudo do turismo face à moderna teoria de sistema. **Revista Turismo em Análise**, v.1, n.1, p. 16, 1990.
- BERNARD, A. Rutas de arte y gastronomía: una propuesta inexplorada. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v.10, n.1/2, p.76-90, jan.2001.
- BRILLAT SAVARIN, J-A. **A fisiologia do gosto**. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Companhia das letras, 1995.
- BUTLER, Richard W. **The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources**, 1980. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/228003384.PDF>. Acesso em 24 de maio de 2018.
- CAMARGO, Luiz Octávio. **Educação para o lazer**. São Paulo: Moderna, 1998.
- CENTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIA - NSCE. **Theory and Fact**. Disponível em: <https://ncse.com/library-resource/theory-fact>. Acessado em: 06 de abril de 2018.

CHERUBINI NETO, Reinaldo. ***O que è conhecimento? Sintetizando, epistemologia, metodologia e teoria de sistemas em nova proposição.*** REAd –Revista Eletrônica de Administração – UFRGS. Edição 25 Vol. 8 No. 1, jan-fev 2002. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/46555>
Acesso em 19 de maio, 2018.

COHEN, Erik. A PHENOMENOLOGY OF TOURIST EXPERIENCES. **Annals of Tourism Research**, Vol 13, No. 2, May 1979, pp. 179-201. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/243767631/A-Phenomenology-of-Tourist-Experiences>. Acessado em 20 de junho de 2018.

CORNER, Dolores Martin Rodrigues. **A gastronomia como atrativo no turismo cultural.** FAAC – Faculdade Associada de Cotingia, 2006, p.6. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenu/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GTO3-6.pdf. Acessado em 11 de junho de 2018.

DENCKER, Ada de F. M. **Pesquisa em turismo.** Planejamento, métodos e técnicas. 9. ed. São Paulo: Futura, 2007.

_____. Pesquisa como base a construção teórica no campo do turismo e da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, ano 2, n. 1, p. 55-67, 1. Sem. 2005.

DOXEY, George V. **A causation of visitor-resident irritants: methodology and research inferences.** The Travel Research Association, 6th Annual Conference Proceeding, San Diego, CA, 1975. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/302424839.PDF>. Acesso em 24 de maio de 2018.

- FAGLIARI, G.S. **Turismo e alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Rocca, 2005.
- FIGUEIREDO, Silvio e RUCHMANN, Doris. **Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas**. In: Novos Cadernos NAEA, v.7, n.1, p.155-188, junho, 2004.
- GÂNDARA, J.M. G. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In PANOSSO, A. e ANSARAH, M.R. (Org.) **Segmentação em Turismo**. São Paulo: Manole, 2008.
- _____. e MASCARENHAS, Rúbia G. T. O papel da gastronomia na qualidade e na competitividade dos destinos turísticos. **Revista CULTUR- Cultura e Turismo**, ano 09 n 01 fev-2015.
- GIMENES, M. H. S. G. **Sentidos, sabores e cultura: a gastronomia como experiência sensorial e turística**. In: GAETA, C.; PANOSSO NETTO, A. Turismo de experiência. São Paulo: SENAC, 2010.
- _____. Uma breve reflexão sobre o lugar da gastronomia nos estudos sobre turismo realizados no Brasil. **Revista Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 4, n. 2, p. 425-431, outubro de 2011.
- GOOEDNER, M. I. **Tourism: principles, practice, philosophies**. 5 ed. New York. Wiley & Sons, 1988.
- GOMENSORO, Maria Lúcia. **Pequeno Dicionário de Gastronomia**. São Paulo: Objetiva, 1999.
- JAFARI, Jafar. **El turismo como disciplina científica**. *Política y Sociedad*, v. 42, n. 1, p. 39-56, 2005. Disponível em:

- <www.ucm.es/BUCM/revistas/cps/11308001/articulos/POSO0505130039A.PDF>. Acesso em: 2 de abril, 2018.
- _____. **La cientifizacion del turismo**. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Buenos Aires: Ciet, vol. 3, n. 1, jan. 1994.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. 13^a edição. São Paulo: Perspectiva, 2018.
- LONG, Lucy M. **Culinary tourism**. Kentucky: the University Press of Kentuck, 2004
- MACIEL, Josemar de Campos. **Hospitalidade e desenvolvimento: por uma pequena conversação**. Dissertação (Pós-doutorado em Turismo) EACH –USP. São Paulo, 2017.
- MASCARENHAS, R.G.T. e MATIAS, L.F. Culinária tropeira e suas potencialidades no turismo dos Campos Gerais do Paraná: uma análise dos municípios de Lapa e Castro. **Revista CULTURA e Turismo**, ano 01 n 02 jul-2008.
- MONTANARI, Loescher. **Vocabolario della lingua greca - Greco Italiano (2^a ed)**. ed. GI. Torino: 2004.
- MOREIRA, Bruna Ruschel. **Eventos de moda: experiência e emoção através do uso dos sentidos**. Dissertação em Design pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Porto Alegre, RS, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3397>. Acessado em: 29 de junho de 2018.
- NECHAR, M. Castillo. **Orientaciones en la construcción del conocimiento turístico: acerca de su epistemología**. In:

- SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 6., 2006, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2006.
- Organização Mundial de Turismo – OMT. Red de Gastronomía de la OMT **Plan de Acción**, 2017. Disponível em: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy_action_plan_print_2_es_web_o.pdf. Acessado em: 11 de junho de 2018.
- PANOSSO NETO. **Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia**. 2ed. São Paulo: Aleph, 2011.
- _____ e LOHMANN, Guilherme. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. 2ª Ed. São Paulo: Aleph, 2012.
- PEREIRA, Otaviano. **O que é teoria**. 4ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- PLOG, Stanley C. “Where in the World Are People Going and Why Do They Want to Go There?,” a paper presented to **Tiangus Touristico Annual Conference**, Acapulco, Mexico, 1979. Disponível em: <file:///C:/Users/Vilmar/Documents/Pri/PLOG%252c%20S.%202001.%20Why%20Destination%20Areas%20Rise%20and%20Fall%20in%20Popularity.pdf>. Acessado em: 20 de junho de 2018.
- PROPER, Karl Raimund. **A Lógica da Pesquisa Científica**. SP. Ed. Cultrix, 2013.
- SEBRAE. **A importância da gastronomia no turismo**, 2017. Disponível em: <http://blog.sebrae-sc.com.br/importancia-da-gastronomia-no-turismo/>. Acessado em: 11 de junho de 2018.
- SMITH, Valene L. **Hosts and guests: the anthropology of tourism**. Philadelphia, University of Pennsylvannia Press, 1989.

TOMILLO NOGUERO, Félix Tomillo; PANOSSO NETTO, Alexandre, JAGER, Margaret. Por uma visão crítica nos estudos turísticos.

Revista Turismo em Análise, v. 22, p.539-560, 2011.

World Food Travel Association - **WFTA. Food Travel Monitor**, 2016. Disponível em:

<https://www.worldfoodtravel.org/cpages/food-travel-monitor>.

Acessado em: 17 de junho de 2018.



O eixo turístico Luz-Tiradentes (SP): limites do turismo e do direito à cidade

Luís Augusto Severo Soares

Professor da FATEC São Paulo, doutor em Geografia pela USP

Contato: lassoares78@gmail.com

1 OS PASSOS INICIAIS E O CHÃO DO QUAL PARTIMOS

Os passos iniciais de nosso percurso podem ocorrer e envolver a análise de diferentes aspectos sobre a gênese econômica e social da capital paulista, mais precisamente, dos avanços e dos retrocessos que marcam a constituição de uma das principais cidades do mundo contemporâneo. No entanto, pensamos que muitos, a exemplo de Carlos (2015a), já realizaram este caminho, observando a passagem da metrópole que concentra o capital industrial para a metrópole reproduzida sob a égide do financeiro, com o emprego de noções e pensamentos com os quais concordamos e, previamente, pretendemos validar. Frente a isso, o esforço aqui empreendido se realiza junto à compreensão dos atuais movimentos de reprodução do espaço urbano da metrópole no âmbito da reprodução crítica do capitalismo¹, uma busca que não se separa do pensamento erguido junto à noção da produção do espaço social e à leitura de sua efetivação como um movimento de realização humana e social (LEFEBVRE, 2013; CARLOS, 2015b). Deste modo, olharemos para o processo no qual o espaço é produto, meio e condição para a humanização do homem, que sob o capitalismo, passa a integrar a continuidade das relações de produção tornando-se, ao mesmo tempo, o produto, o meio e a condição para reprodução ampliada do capital. Observaremos a realidade concebida, o

¹ Como lembra Carlos (2015b, p. 25), no quadro da mundialização do capital e das contínuas crises do capitalismo “a reprodução do espaço aparece como possibilidade renovada de realização da reprodução capitalista, num processo contraditório que encontra seus limites, detonando crises periódicas. Isso se dá porque, ao se desenvolver, o capitalismo realiza sua missão histórica – a sua reprodução –, mas ao fazê-lo, cria suas próprias contradições como momentos críticos, suscitando a necessidade de sua superação”.

real e o *possível* que não dispensa uma base prático-sensível, onde a *Sociedade Urbana* (LEFEBVRE, 2004) com seus agentes históricos e sociais, resistências diferenciadas, signos e representações, poderá se projetar.

Por conseguinte, trataremos da crítica ao continuísmo e das confusões sobre a mudança ilusória, e também apontaremos para o *Direito à Cidade* sem submetê-los a quaisquer reduções ou abstrações que neguem a conquista do possível. Por esse trajeto, procuraremos balizar os limites do pensamento e da prática que se renovam nas linhas do debate acadêmico e nas ações governamentais que posicionam a cidade e o turismo como peças de um jogo, que a despeito das intenções, acabam por manter a produção da vida nas margens das abstrações e das práticas comuns ao capitalismo.

Para o prosseguimento de nossos passos e das noções que brevemente relatamos, dividiremos esse ensaio teórico em dois momentos: no primeiro, exporemos os projetos e as ações governamentais, que ao longo das últimas quatro décadas configuraram o aqui denominado eixo turístico Luz-Tiradentes. Em uma perspectiva ampla e sem nos desviarmos pelos atalhos que se desprendem dos detalhes que conformam a estrutura conceitual e prática de tais intervenções, apontaremos como as contradições decorrentes da reprodução do espaço urbano na esfera da reprodução do capitalismo se articulam às resoluções contempladas nos projetos que fundam esse mesmo eixo.

No segundo momento, direcionaremos nosso olhar para o *possível*, para a interação dialética entre o real visado e/ou efetivado pelos projetos e ações governamentais e as possibilidades da prática socioespacial. Nessa mesma direção, retomaremos nossos passos sob o chão da virtualidade anuncia o *Direito à Cidade* – ou seja, ao encontro, à festa,

ao uso, à vida – conforme propôs Lefebvre (2004; 2006; 2008) no horizonte da *problemática urbana*.

2 A CONSTITUIÇÃO DO EIXO TURÍSTICO LUZ-TIRADENTES: LIMITES DA PRÁTICA E DO PENSAMENTO.

Nos anos recentes, tornou-se influente o discurso favorável à solidificação do que nomeamos de dupla designação do turismo² e da correlata ideia de que o turismo é um meio capaz de promover, concomitantemente, a recuperação de espaços degradados, a valorização das particularidades histórico-culturais fixadas na cidade e o desenvolvimento social e econômico dos locais que o ofertam. Um corpo prático e conceitual esboçado nos estudos acadêmicos dedicados ao turismo realizado na cidade, que a partir do reconhecimento dos conflitos entre a validação do dinamismo cultural e histórico local e a produção da uniformidade requerida pelo mercado turístico³, tecem uma série críticas à atuação do poder público e aos negócios turísticos e, não menos

² Embora os objetivos atribuídos a esse ensaio não nos permitam estender o debate sobre esse tema, é importante ter em mente que a apreensão da dupla designação do turismo deve se realizar por diferentes escalas e níveis de análise, pois tal designação tanto é o resultado das contradições do trabalho-capital que, em um primeiro momento, remetem à verificação do sentido assumido pelo par lazer-turismo na sociedade capitalista, como também é o produto de um processo que liga as diferentes expectativas dos governos nacionais, estaduais e municipais ao atual processo de mundialização do capital, frente ao qual, o turismo aparece como um setor econômico e como uma esperança social, ambos sustentados pela ideia de que o crescimento das atividades produtivas é um sinônimo de desenvolvimento socioeconômico equilibrado.

³ Tal interpretação tem como referência as análises por Gastal (2001), que ao tratar a cidade como “produto cultural único” alerta para o risco de que o excessivo avanço do mercado turístico seja um meio de descaracterização dos produtos culturais constituídos na realidade urbana.

importante, propõe soluções e planejamentos que têm vários nomes, reafirmando a tentativa de equilibrar os efeitos dessa conflituosa relação.

No sentido oposto, não almejamos denunciar os supostos erros cometidos na composição e na efetivação dos planos e projetos governamentais que conformam a consolidação do eixo turístico Luz-Tiradentes. Nossos passos se guiam por uma perspectiva mais ampla e reconhecem o turismo como uma prática e como uma atividade mercadológica, que no contexto da reprodução do capital se efetiva como uma possibilidade para a produção-reprodução do espaço urbano requerida pela acumulação capitalista.

Consequentemente, analisaremos a formação do eixo turístico Luz-Tiradentes, observando-o a partir da dinâmica que interliga a produção-reprodução do espaço urbano da metrópole paulistana à efetivação de inúmeros projetos e intervenções governamentais direcionados à reversão da degradação física, econômica e social dos diferentes espaços que conformam o Centro de São Paulo. Um conjunto de movimentos – de colisões, coalizões, cisões etc. – que nos permitirá expor as ideologias, os discursos e as práticas que, de diferentes modos, posicionam o turismo nos limites do direito à cidade.

Sem desprezar os movimentos que envolvem a gênese histórica de São Paulo, partiremos da conjuntura vigente entre as décadas de 1970 e 1980, especialmente em seu contexto inicial que, por um lado, explica os resultados decorrentes da centralização econômica em São Paulo e sua consequente concentração no Centro da cidade, em grande medida, decorrente da concentração do capital industrial e, por outro, aponta as implicações da constituição de novas centralidades no interior da metrópole, que em associação com o crescimento do setor

terciário da economia, promovem o deslocamento da centralidade do capital na cidade (CARLOS, 2009).

Um período que redefine o papel do Centro paulistano a partir da reestruturação da produção econômica, momento de expansão do setor de serviços, a princípio, localizado no Centro e de sua posterior migração para outras áreas da cidade que, conjuntamente com o redirecionamento das estratégias do setor imobiliário, levariam à desvalorização da área central. Portanto, trata-se do processo que correlaciona a valorização das novas centralidades à desvalorização das antes existente, como lembra Lencione (2008).

Partindo de tal análise, pode-se observar como a produção de novas centralidades na metrópole paulistana – que a partir da década de 1970 apontam na direção da Avenida Paulista – engendra os interesses da reprodução do capital e o efetivo atendimento das qualidades impostas pelos setores produtivos. Logo, revela como o Estado se envolve no contraditório processo de desvalorização/revalorização do Centro da metrópole.

A partir desse contexto, em 1975 o Projeto Centro⁴ é apresentado pela Coordenadoria Geral de Planejamento (GOGEP⁵) sugerindo, dentre outros objetivos, a renovação econômica e funcional da área central da capital e a preservação dos 180 bens históricos localizados na “Zona de Ocupação Especial Z8/007” – “Área da Luz”. No ano seguinte, dando atenção à dispersão das atividades centrais e à degradação do

⁴ Sancionado na Lei nº. 8328/1975, cujas disposições definem o parcelamento, uso e ocupação do solo nas zonas de usos especiais Z8 (SÃO PAULO, 1975).

⁵ Atual SEMPLA (Secretaria Municipal de Planejamento Urbano do Município de São Paulo).

notável conjunto histórico-cultural presente na Área da Luz, o mesmo órgão reforçaria as propostas apresentadas no Projeto Centro com as disposições contidas no Plano Integrado da Área Central (PMSP/CO-GEP, 1976) que, dentre outras medidas, propunha uma série intervenções espaciais necessárias à manutenção de certos usos tradicionais no Centro, a revalorização dos espaços públicos e a criação de pontos de encontro e convivência (como a implantação de calçadas integrados a galerias).

A breve descrição da atuação da GOGEP nos anos que atravessam a década de 1970, nos permite observar o elemento inicial para a problematização aqui proposta, pois sinaliza a aproximação preliminar entre o turismo e os projetos de revalorização do Centro. Em uma perspectiva mais ampla, essa mesma consideração se desdobra na verificação de que a renovação da Área da Luz é, desde suas primeiras propostas, fruto de um pensamento construído nos intramuros da intervenção espacial, isto é, uma ideia que aponta continuamente o planejamento e a organização dos usos e das funções do espaço como ferramentas capazes de conjugar e harmonizar os antagonismos que suscitam a revalorização dos espaços urbanos degradados.

Diante de tal pensamento, é possível sublinhar os limites de certas revisões críticas, que a exemplo das empreendidas por Cesar, Bruna e Franco (1977), não extrapolam o apontamento de que a reversão da estagnação e da decadência física da Área da Luz dependeria da valorização imobiliária e funcional e da integração desta unidade urbana às novas dinâmicas econômicas e sociais da cidade.

Empenhados pela tentativa de ultrapassar estes limites, podemos retomar a análise das intervenções governamentais constituintes do eixo turístico Luz-Tiradentes, cuja trajetória envolve a execução do

Projeto Luz Cultural criado pela Secretaria de Estado da Cultura em 1984. Com o objetivo de revitalizar e viabilizar a ativação cultural dos edifícios históricos localizados na região da Luz, desde então ensejados por sua vocação cultural, previa-se que “o estímulo ao uso dos atrativos culturais da região da Luz poderia gerar um processo natural de revitalização urbana, considerado menos agressivo que a realização de grandes intervenções urbanísticas” (Kara-José, 2007, p. 61).

Descrito como uma iniciativa detentora de “um novo estilo de intervenção urbana”⁶, o mesmo projeto defendia o resgate dos bens históricos a partir da ampliação dos usos culturais e turísticos no interior e no entorno dos instrumentos culturais já instalados na área, um caminho que geraria um novo dinamismo econômico para a região⁷.

Apesar da aura de inovação, das propostas de incentivo à recuperação de bens culturais e históricos e da redescoberta do bairro por meio de roteiros turísticos alternativos (KARA-JOSÉ, 2007), o Projeto Luz Cultural não alcançaria os resultados previstos e se tornaria alvo de constantes críticas, dentre as quais, a que reafirmam que o projeto se “apegava à concepção monumental de patrimônio histórico,

⁶ Conforme as afirmações feitas pelo então secretário da Cultura do Estado, Jorge Cunha Lima, a reportagem de Âmbar de Barros intitulada “Bairro da Luz pode ganhar novo perfil com o projeto Luz Cultural” (BARROS, 1986).

⁷ Como destaca a reportagem de Barros (1986) o “coração do projeto”, isto é, o perímetro inicial de atuação do mesmo envolvia a reforma da Praça Coronel Fernando Prestes (onde se localizavam importantes edifícios históricos, a exemplo do Edifício Paula Souza e do Edifício Santhiago, integrados a Faculdade de Tecnologia de São Paulo) e a recuperação do antigo prédio da Escola de Farmácia e Odontologia para a criação das Oficinas Culturais Três Rios (antes Oficina Cultural Oswald de Andrade, hoje sede do projeto CULTSP Pro capitaneado pela Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo), ambos localizados no bairro do Bom Retiro, nas proximidades da Avenida Tiradentes.

apostando que o simples investimento na imagem cultural da região pudesse desencadear um processo de reabilitação do bairro” (TOZI, 2007, p. 102). No limiar dessa avaliação, o uso do patrimônio como produto atrelado ao consumo de uma paisagem turística também seria posto como um dos equívocos do projeto (KARA-JOSÉ, 2007).

A despeito dos supostos erros, deve-se destacar que os anos posteriores à sua realização seriam marcados por diferentes intervenções urbanas na área central da capital paulista⁸, sobretudo, as concernentes ao poder público municipal, cuja expectativa se vinculava à tentativa de recuperar o dinamismo econômico e social do Centro em associação com o crescimento da cidade.

Seguindo um caminho similar, os programas e os planos centrados na renovação da região da Luz se aproximariam à ideia de que sua recuperação deveria ser induzida com intervenções capazes de criar um cenário propício para a concretização de investimentos privados na área, cuja efetivação, levaria ao desenvolvimento social e econômico da mesma. Nesse horizonte, a reciclagem dos imóveis de interesse histórico-cultural, a revitalização dos espaços públicos e o consequente acréscimo do turismo, se tornariam parte de um mesmo consenso, que dentre outros alvos vislumbrados pelos novos protagonistas do cenário mundial (CASTELLS e BORJA, 1996), incluía a renovação do espaço urbano em articulação com a reprodução do capital mundializado⁹.

⁸ Como exemplo pode-se citar a Operação Urbana Anhangabaú aprovada em 1991.

⁹ Fazemos referência a realização de distintos planos de incentivo ao turismo associando-o à requalificação espacial de áreas desvalorizadas para sua posterior reinserção na esfera da reprodução capitalista, a exemplo da recuperação de Puerto Madero em Buenos Aires, analisada por Bertoncello (1999).

A verificação dessa condição nos permite destacar a especificidade dos caminhos tomados pelos programas e projetos governamentais, incluindo aqueles direcionados aos bairros da Luz, Bom Retiro, Santa Ifigênia e Campos Elíseos. Um traçado que, desde os anos iniciais da década de 1990, estaria entremeado pelas ações da Associação Viva o Centro (AVC), pelas solicitações de financiamento feitas ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e pelos novos movimentos do capitalismo competitivo, que em união com o capital financeiro e imobiliário, conduziram à valorização produtiva dos espaços da metrópole a novos fragmentos da cidade, expandindo-se, sobretudo, na direção sudoeste do Centro (CARLOS, 2001).

Nesse quadro, os programas e projetos voltados à recuperação do Centro se acumulariam e se desdobrariam com a inserção de novos debates que, sem necessariamente enfrentar as contradições, reclamavam por novos direitos¹⁰. Em 1993, último ano de vigência da Operação Urbana Anhangabaú, seria criado o Programa de Requalificação Urbana e Funcional do Centro de São Paulo¹¹ (PROCENTRO), em 1995 seria apresentado o Projeto Pólo Luz, em 1997 o PROCENTRO seria ampliado tendo a Operação Urbana Centro e a Lei de Fachadas como produtos correspondentes. Paralelamente, outros planos e intervenções seriam gestados e sob o discurso da modernização da cidade

¹⁰ Conforme destacado por Frúgoli Jr. (2000) ao apresentar os conflitos e negociações em torno da “requalificação” do Centro da capital, destacando-os a partir da inserção de novos debates e decisões relacionadas à questão social (moradia, trabalho, participação política das classes populares etc.).

¹¹ Criado pelo Decreto 33.389/1993 (SÃO PAULO, 1993a) e complementado pelo Decreto 33.390/1993 que cria a Comissão Procentro (SÃO PAULO, 1993b).

fariam o espaço urbano de São Paulo se imbricar ainda mais aos passos da reprodução capitalista, então efetivado fora do Centro da cidade.

Diante desse quadro, descrito por Meyer (1999, p. 28) como um “momento sombrio” e revelador de que “os esforços de recuperação de setores urbanos não conseguem sair dos planos”, a Secretaria Estadual da Cultura proporia em conjunto com a AVC a instalação do Pólo Luz que, em síntese, apontava o estabelecimento de parcerias com a iniciativa privada para a recuperação dos equipamentos públicos intrínsecos a Estação Júlio Prestes¹², que em conjunto com a Estação da Luz, com a Pinacoteca do Estado e com o Museu de Arte Sacra formariam um conjunto potencialmente capaz de estimular o turismo na área.

Diretamente ligado às propostas da AVC, sobretudo, àquelas que reforçavam a vocação e o potencial da área como polo difusor de transformação urbana, o Pólo Luz, conforme previsto por Meyer (1999, p. 28), se desdobraria em inúmeras ações “cumulativas de restituição de qualidades urbanas”, isto é, em “novos espaços públicos, equipamentos, sistema viário adequado às novas funções, aumento da mobilidade e do acesso pelo transporte público, serviços complementares, programas de melhoria”. Concebido de tal modo, o projeto visava à reversão do processo negativo observado no entorno da orla ferroviária que cruza a região da Luz, e a partir de uma ideia aparentemente livre de contradições, sugeria que a renovação das potencialidades desse

¹² No denominado de Complexo Cultural Júlio Prestes deu-se a implantação em 1999 da Sala São Paulo, no edifício vizinho (o antigo DOPS – Departamento de Ordem Política e Social), foi instalada em 2004 a Estação Pinacoteca e em 2008, no andar térreo do mesmo edifício, o Memorial da Resistência de São Paulo.

espaço possibilitaria a atração de novas empresas que se tornariam atrativas para o fortalecimento dos negócios já existentes e para a ampliação do turismo.

Embora a ideia não seja isenta às críticas, sobretudo se validarmos as interpretações dadas por Harvey (2006) frente à análise das experiências de empreendedorismo urbano, as propostas da AVC, como lembra Frúgoli Jr. (2000, p. 77-8), traziam em si, a crença de um novo conceito de gestão e transformação urbana, a saber: “a passagem do Centro como um ‘território insolvente’ para o de ‘território fecundo’”, que sob a ótica de um “urbanismo reparador” integraria o Centro à dinâmica da metrópole globalizada.

Sem fazer uso do termo recuperação e enviesada sobre os valores da vocação dos polos indutores, dentre os quais o entorno da Estação Luz, do Complexo Júlio Prestes e da Avenida Tiradentes, figurava com a força do comércio popular e do turismo cultural, tal recomendação conduziria à ideia de que a adaptação estratégica de cada unidade da área central aos desígnios da cidade mundial acarretaria avanços para a cidade como um todo.

Com um discurso e objetivos semelhantes, o programa Monumenta/BID¹³ daria um novo impulso aos desejos inicialmente manifestados no projeto Pólo Luz e contribuiria decisivamente com a formação do eixo turístico Luz-Tiradentes, sobretudo, ao definir o Conjunto Urbano Histórico da Luz como a área a ser atendida pelo programa¹⁴. Sob o pretexto de resgatar a memória e a história, o programa

¹³ Inicialmente apresentado no ano de 1999, o programa foi formalizado em 2002, após a assinatura de um convênio entre a prefeitura de São Paulo e o Ministério da Cultura.

¹⁴ Conforme menciona Oliveira (2009, p. 156), a escolha dessa área se deve a grande concentração de monumentos públicos tombados pelo Instituto de

apontava para os efeitos positivos que atingiriam a área do projeto (o local das intervenções) e a área de influência (o entorno dos locais recuperados) (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2006). Em ondas concêntricas de valorização imobiliária e econômica, o resgate cultural e a potencialidade do turismo se ajustariam às possibilidades de ampliação do valor econômico decorrente do uso do patrimônio localizado na cidade.

Mais que um programa de requalificação o Monumenta/BID se configurava como um programa de investimento e de promoção econômica, uma vez que, sem separar-se dos objetivos que brindam à cultura, à identidade coletiva, à participação da população etc., previa o uso produtivo dos imóveis e áreas restauradas, habilitando-os para a criação de ciclos econômicos capazes de gerar recursos para a manutenção e valorização do patrimônio localizado nas áreas atendidas pelo projeto (BONDUKI, 2010). Assim, em conjunto, as determinações do BID, os governos municipal e estadual dariam continuidade às ações de reabilitação da área central tendo as imediações do bairro da Luz e da Avenida Tiradentes como o palco para a efetivação do turismo¹⁵.

Apontando para outros interesses, mas também mediado pela ideia de que as áreas degradadas da cidade somente seriam recuperadas quando envolvidas na efetivação de processos econômicos estáveis, o

Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), um conjunto que reunia a “Pinacoteca do Estado, Estação da Luz, Museu de Arte Sacra (Convento da Luz), Estação Júlio Prestes e sua gare, os edifícios de Ramos de Azevedo, o Jardim da Luz, Quartel da Luz, entre outros”, incluindo outros dois importantes edifícios já tombados pelo mesmo instituto, a saber: o Mosteiro da Luz e Igreja de Nossa Senhora da Luz e a Estação da Luz.

¹⁵ Nesse período, a “vocação” cultural da região alcançaria novos patamares com o término da reforma da Estação da Luz, onde no mesmo ano de 2006, se instalaria o Museu da Língua Portuguesa.

Projeto Nova Luz é apresentado em 2009. Devidamente amparado nos termos que autorizavam o uso de Concessão Urbanística como um mecanismo aplicável a seu perímetro de atuação¹⁶, o mesmo proporia novos rumos para a revitalização da área da Luz e posicionaria o turismo nas entrelinhas de suas intenções definindo-o como uma alternativa para a ampliação do capital financeiro e imobiliário que, juntamente com o setor de construção civil, encontraria na reprodução do espaço da área da Luz uma possível condição para sua progressão.

Frente a tal expectativa, os empreendimentos turísticos poderiam se instalar no perímetro do projeto aproveitando-se da concentração de negócios do terciário avançado, cuja previsão de instalação demandaria a presença de meios de hospedagem, de espaços para eventos etc., tal como ocorrido no vetor sudoeste da cidade¹⁷. Deste modo, o Projeto Nova Luz uniria as qualidades geradas pelos projetos de recuperação da área da Luz aos investimentos imobiliários previstos para a região, o que daria um novo papel ao turismo, definindo-o como um produto financeiro-imobiliário articulado ao processo de reprodução do espaço da metrópole.

De acordo com nossa compreensão tal renovação se constituiria em dois diferentes movimentos. Primeiro, se validaria na qualidade de setor produtivo realizando-se em um ciclo iniciado com a obtenção de

¹⁶ Respectivamente, Lei 14.917/2009 (SÃO PAULO, 2009a) e Lei 14.918/2009 (SÃO PAULO, 2009b).

¹⁷ Conforme os dados expostos no relatório da HVS/HotelInvest (HVS/HOTELINVEST, 2014), na data do projeto, aproximadamente 54% do total de 36.535 unidades habitacionais (UHs) disponíveis na cidade se concentram na área composta pelos bairros do Itaim, Campo Belo, Moema e Jardins, essa concentração fica mais clara quando se verifica que 80% do total de 2.122 UHs do segmento *Upscale* (ou *Top*) disponíveis na cidade compõem a oferta hoteleira localizada nessa mesma área.

investimentos para incorporação do produto imobiliário a ser elaborado¹⁸. Nesse momento se daria a “desabsolutização da propriedade imobiliária” (BOTELHO, 2007, p. 171) e se realizaria o segundo momento do ciclo, quando o capital financeiro enquanto capital produtivo produz o espaço com o capital obtido nos movimentos da operação inicial. Por fim, no terceiro momento, ocorreria um novo processo de acumulação com a venda ou locação da mercadoria construída – por exemplo, o hotel ou *flat* –, bem como com o lucro operacional do negócio em si, que no caso dos empreendimentos hoteleiros, decorre da venda das unidades habitacionais.

Nesse sentido, se daria o segundo movimento, aquele que amplia a designação econômica do turismo a partir da reprodução do espaço urbano. Portanto, mesmo que o projeto Nova Luz não tenha se concretizado, sua intenção nos revela como o turismo agiria na valorização do Centro paulistano. Com efeito, ainda que o mesmo possa ser tratado como um argumento ou incentivo para a recuperação dos espaços degradados, na realidade, na esfera da reprodução do espaço, o turismo se configura como um resultado e como um meio favorável à reprodução do capital articulada ao consumo produtivo do espaço.

Por essa razão, não é de se estranhar que o avanço (real ou potencial) do turismo apareça como um benefício decorrentes da reversão da degradação urbana. Um avanço sustentado na imagem dos efeitos

¹⁸ Tal caracterização se sustenta na observação das diferentes fontes de investimento e financiamento empregadas na construção de *flats* e hotéis que incluem os financiamentos oriundos de bancos públicos e privados. De igual modo, observa-se a recente presença dos Fundos de Investimentos Imobiliários (FII's) que possibilitaram a transformação de bens imóveis em títulos mobiliários e ampliaram a relação direta entre os setores imobiliário, hoteleiro e financeiro.

multiplicadores, das melhorias no ambiente urbano, da preservação do patrimônio histórico-cultural etc. que devolvem a memória e a identidade à população e que se tornam atrativos para o turista. A simples menção a tais efeitos renova a ideia de direito à cidade e reposiciona o turismo no interior dos movimentos que possibilitam a continuidade das relações de produção do capitalismo e dos processos de reprodução do capital.

Portanto, como já havíamos alertado na parte inicial de nosso ensaio, os projetos de recuperação do Centro e de defesa ao turismo continuam a prometer resultados positivos e, com o reiterado emprego de eufemismos inovadores, acabam por recapitular a ideia de que o planejamento das qualidades urbanas da região é necessário.

Frente a isso, caberia perguntar: Após a realização dos passos que encontram a constituição do eixo turístico Luz-Tiradentes se chega à crítica e ao momento de propor correções aos objetivos apresentados e às ações efetivadas pelos projetos que assombam a crença na infalibilidade do planejamento estratégico e do urbanismo reparador que torna a cidade mais justa e participativa?

Não, os passos já realizados nos levam aos limites de uma prática e de um pensamento que, a nosso ver, formataram o eixo turístico Luz-Tiradentes intercalando-o às ideias do direito à cidade e aos movimentos de reprodução do capital que, frente a seu próprio avanço crítico, passa a se realizar a partir da reprodução do espaço urbano. Desse ponto em diante, resta-nos caminhar entre o real e o *possível* da cidade e do urbano para deles extrair considerações sobre o *Direito à Cidade*.

3 A REITERAÇÃO DO *EIXO TURÍSTICO LUZ-TIRADENTES*: NOVOS DISCURSOS (E UM CONTÍNUO *POSSÍVEL*).

A partir das observações apresentadas pode-se afirmar que o eixo turístico Luz-Tiradentes se define como o resultado aberto e moveção dos conflitos que emanam da produção do espaço social, um processo a ser apreendido por uma tríade dialética que, como propôs Lefebvre (2013). Nesse sentido, o espaço do homem e da sociedade produz/reproduz o espaço concreto e real, o *percebido* na realidade da vida. Uma materialidade que não se separa do *espaço concebido* pelas abstrações da produção econômica, pelas requalificações amparadas na ciência e na ação estatal, e do *espaço vivido*, constantemente reaberto pelo confronto das necessidades e das práticas que renovam os valores de uso e de troca no tempo-espaço da cidade, onde as qualidades necessárias à acumulação capitalista se efetivam conduzindo o *percebido* e o *vivido* conforme o *concebido* (LEFEBVRE, 2013).

Com efeito, o olhar que nos permite apreender os movimentos de constituição do eixo turístico Luz-Tiradentes está atento à dinâmica da produção do espaço social, que ao longo do movimento de constituição da capital paulista passa a se realizar enquanto esfera da reprodução capitalista, cuja finalidade subordina a espaço do homem e da sociedade e expõe a contradição valor de uso/valor de troca que salva-guarda a ampliação da acumulação capitalista (CARLOS, 2011).

Assim, o movimento de constituição do eixo turístico Luz-Tiradentes se apresenta no interior de um movimento mais amplo e explicita os antagonismos entre a produção humana e social e a produção capitalista que a sobrepõe e a conduz. Um movimento que não se finda na

denúncia das relações de dominação e dos processos de mercantilização do espaço. Se nos detivermos nesse ponto, nos afastaremos da prática socioespacial e da tríade dialética exposta por Lefebvre, e, por consequência, nos limitaremos ao exame dos conflitos entre a economia e a política que, em qualquer medida, não ultrapassam a planificação técnica e racional do espaço da metrópole. Uma ideologia e uma prática empenhada com o desenvolvimento que se comprime sob o teto da ordem mundial, da abertura das fronteiras e da criação de nós locais que se atam aos fios da escala global.

Frente a isso, a questão a ser planteada envolve a assimilação do momento em que o espaço urbano, enquanto mercadoria, ganha valor de troca a partir das possibilidades de realização do valor de uso, “o que significa que a apropriação do espaço e os modos de uso tendem a se subordinar, cada vez mais, ao mercado” (Carlos, 2011, p. 87).

Por esse caminho, a contradição valor de uso/valor de troca não poderá ser desconsiderada, pois como lembrado por Lefebvre (2006), não se pode pensar que o valor de troca – a expressão comumente vinculada à mercantilização dos espaços da cidade – existe separado do valor de uso – das práticas e das relações sociais que se concretizam no espaço-tempo da vida. Portanto, os espaços criados pela lógica da reprodução capitalista não podem prescindir do valor de uso, dos atributos e das qualidades que evidenciam uma utilidade.

É nesse momento que a realização da prática socioespacial entra em conflito com a reprodução espaço enquanto condição para a acumulação do capital, o momento em que o tempo de lazer, preso no interior da *cotidianidade* da sociedade do consumo dirigido (Lefebvre, 1991), aparece como um tempo de liberdade e de oposição ao tempo do trabalho, uma prática que sustenta o turismo urbano da

experiência e da alteridade selecionada e vendida. Assim, o uso se converte em um valor de uso para validar a troca no espaço recuperado e o valor de troca do espaço produzido enquanto mercadoria. Seja na imagem de um espaço requalificado, repleto de atrativos turísticos, de âncoras de identidade e complexos culturais, seja na forma de um novo Centro ocupado por equipamentos turísticos modernos (hotéis, espaços gastronômicos, de eventos, de compras etc.) o desfecho nos parece similar.

À vista disso, para que o valor de troca do espaço recuperado do Centro se efetive, o valor de uso também deve ser reproduzido. Se por um lado, o eixo turístico Luz-Tiradentes expressa a contradição do espaço-mercadoria que se ajusta¹⁹ e se une aos usos suscitados pelo turismo e pela cultura, por outro, a partir do Projeto Nova Luz, esse mesmo eixo assume a forma de uma mercadoria potencial para a expansão do turismo de negócios, de eventos e de compras, isto é, uma possibilidade de acumulação do capital a partir da reprodução do espaço, tal como, nos dias atuais, propõe, nas entrelinhas, a Concessão Administrativa PPP Campos Elíseos – Novo Centro Administrativo – cujo objetivo, sintetizado no Decreto n. 69.620, de 11 de junho de 2025, aponta a “abertura de processo licitatório, na modalidade concorrência internacional, para a concessão administrativa para a construção, reforma, adequação, manutenção, conservação, gestão e operação do Centro Administrativo Campos Elíseos” e paralelamente, a revitalização e requalificação do Centro de São Paulo com a recuperação da região degradada, a redução das despesas de manutenção das

¹⁹ Aqui fazemos referência às análises inicialmente construídas a partir do debate sobre o “ajuste do patrimônio” no processo de produção do espaço urbano promovido originalmente por Scifoni (2015).

estruturas do Estado e aquisição de terrenos para a construção de edifícios próprios para abrigar as unidades administrativas.

Nessa perspectiva, a concepção e a efetivação dos projetos de recuperação do patrimônio histórico-cultural, de requalificação de áreas degradadas e de adaptação do Centro às dinâmicas da cidade contemporânea, incluindo as ações em que o Estado e a “concorrência internacional” se incumbem da tarefa de intervir no espaço sob o pretexto de proteger os cofres públicos e recuperar áreas, estão unidas por um mesmo objetivo, que como explicita Alvarez (2013, p. 120), é intervir estrategicamente nos fragmentos da cidade para produzir “novos lugares urbanos” necessários à valorização do capital. Um movimento que não se separa da seleção cuidadosa “dos investimentos e dos sujeitos que se quer atrair para estas áreas”, ou, em nossas palavras, dos investimentos e dos sujeitos que se quer afastar, seja com a seleção das temporalidades da história que se interessa narrar, seja com a violência que opera sob o pretexto de agir pela ordem.

Logo, pode-se ponderar sobre os caminhos que se abririam com a continuidade do eixo turístico Luz-Tiradentes. Ainda que o Projeto Nova Luz não tenha se concretizado e a construção do Centro Administrativo Campos Elíseos não tenha se confirmado como alternativa para revitalizar o “combalido Centro da capital paulista” e assim ocupar o lugar do conjunto de quarteirões da região que convencionou-se chamar de degradada²⁰, a potência de sua proposta se faz presente.

²⁰ Os termos são apontados na reportagem de Rebello (2025) que expõe como os R\$ 5,4 bilhões, vindo pela iniciativa integra o Programa de Parcerias de Investimentos do estado de São Paulo (PPI-SP), irão revitalizar e valorizar a região. Com o projeto, devem surgir naturalmente, uma nova dinâmica no entorno, atraindo moradores e empresas e maior capacidade de estruturação de

Portanto, não se trata de analisar detalhadamente cada intervenção, de esmiuçar os pormenores dos termos que dão corpo aos instrumentos indutores da política urbana, de propor a readequação dos descompassos urbanísticos e jurídicos concretizados para abreviar as barreiras da reprodução do espaço e, tampouco de empreender uma possível revisão das falhas observadas nas estratégias de valorização dos fragmentos da cidade. Se nos isolarmos nesse caminho, muito provavelmente nos distanciaremos da prática socioespacial, por consequência, separaremos a cidade e o urbano da *práxis* humana, ou até mesmo, submeteremos nosso pensamento ao restrito campo da reprodução do capital, encontrando nesse mesmo campo a certeza de nossas soluções.

A escolha por essa direção ocultará o sentido da problemática urbana (Lefebvre, 2004; 2006) e nos fará confundir o *Direito à Cidade*, que nas palavras de Lefebvre (1991) não se separa da realização do homem e do cotidiano pleno de apropriações e resistências contra as forças homogeneizantes, com o direito à cidade que reitera a propriedade privada, as necessidades, os mitos e ideologias recriados em conjunto com as relações sociais que se renovam no estrito universo da produção capitalista.

A renovação desse direito despedaça a produção da vida e a consciência das contradições a serem superadas, marcando-as com falsas soluções amparadas por técnicas que, a despeito de suas intenções, se juntam ao mesmo corpo de conflitos que pretensamente negam. Como lembra Carlos (2010, p. 180), por esse caminho, desloca-se:

comércio. Assim o Centro vai gerar um complexo que as pessoas queiram ver e fotografar, estimulando turismo urbano e cultural na região.

“(...) a questão da compreensão da cidade para a questão da gestão da cidade. Esse deslocamento faz coincidir a crise da cidade, a crise vivida na vida cotidiana da cidade – como prática socioespacial e percebida como estranhamento, que é, em essência, uma crise social – com uma explicação política presa ao universo do planejamento. Não raro, os problemas urbanos se explicam pela necessidade de um planejamento em função da constatação de que haveria ‘falta de planejamento da cidade’”.

Tal observação se desdobra na tentativa de evitar que o debate sobre a composição e a continuidade do eixo turístico Luz-Tiradentes se limite à exposição das especificidades dos projetos antigos ou recentes, comparando-os aos demais mecanismos de regulação urbanística, de inclusão social ou de fomento ao direito à cidade, que nos limites de qualquer modelo de planejamento ou lei decompõe e restringe o *possível do Direito à Cidade*. Validar tal restrição nos levaria à aceitação/aperfeiçoamento do sempre novo urbanismo, do sempre mais moderno planejamento turístico e das tentativas de intervenção que, como já mencionado, fazem o *vivido* e o *percebido* se autonomizar do *concebido*, imaginando ser razoável legitimar um para domar os outros. Quando não, por meio de comparações que não escapam à coerência do planejamento, opera-se o pensamento que repõe a lógica supostamente negada, transformando o patrimônio histórico-cultural em atrativo turístico, cuja potencialidade renovará o Centro.

Outros desdobramentos ainda podem ser destacados, pois a continuidade das concepções sobre o espaço a ser recuperado, sobre a dinâmica a ser efetivada e sobre a força do turismo não cessam diante dos movimentos da reprodução do espaço urbano e da reprodução capitalista. A nosso ver, esses desdobramentos se realizam pela crítica apresentada pelos estudiosos que tratam do turismo urbano em São

Paulo e pelas tentativas de dar um novo contorno ao eixo turístico Luz-Tiradentes. Dois movimentos que nos distanciam da apreensão dos conflitos entre a realização da prática socioespacial e a produção do mesmo como mercadoria.

O primeiro movimento se efetiva na crítica apresentada por algumas obras teóricas e por diferentes planos de órgãos públicos e privados envolvidos com a promoção do turismo paulistano. A nosso ver, esses dois meios se interligam por posicionarem a diversidade e a variedade cultural, histórica, étnica, econômica e social da capital paulista como diferenciais capazes de alavancar diversos segmentos turísticos paulistanos.

No que diz respeito à atuação dos órgãos municipais, tal visão está presente nos planos municipais de turismo e, no que concerne ao Centro da cidade, nos projetos, que dentre outros objetivos, visam à consolidação da área central como um *cluster* turístico capaz de atrair novos consumidores para a cidade e/ou prolongar a permanência daqueles que chegam a São Paulo para realizar negócios ou participar de eventos. Nesse sentido, a validação dos projetos antes citados favoreceria a ideia de que o turismo na capital paulista deveria se guiar por dois objetivos interdependentes: primeiro, garantir a continuidade do turismo de negócios e, segundo, promover o incipiente turismo cultural.

Em paralelo, muitos estudiosos do turismo se dedicariam a criticar tais metas, pois segundo os mesmos, os órgãos responsáveis pela promoção do turismo local falham por não incentivar a experiência turística vivenciada na metrópole (ALLIS, 2012). Para justificar estas críticas, o dinamismo histórico-cultural-simbólico e a variedade dos recursos turísticos localizados na cidade são postos como qualidades a

serem organizadas, promovidas ou divulgadas para que a metrópole possa concorrer pela demanda e pelos investidores, que aguardam sua preparação com fórmulas de produtividade, competitividade e valorização em mãos.

Com efeito, o conteúdo teórico e prático que orienta tais análises recoloca o turismo como uma justificativa para a recuperação do espaço da cidade e, ao mesmo tempo, como uma atividade que se integra à reprodução do espaço, expressando a contradição valor de uso/valor de troca. Isto é, legitima o turismo como uma meta a ser racionalmente planejada para garantir os avanços no plano econômico, social e político local.

No que diz respeito ao âmbito econômico, o turismo é dado como uma alternativa de atração de investimentos para a cidade, principalmente, para estimular a instalação de empreendimentos capazes de gerar novos ciclos de crescimento para a economia local. Por sua vez, o social se justifica pelos efeitos decorrentes do avanço econômico, ou seja, pela geração de emprego e renda, bem como a devolução de espaços requalificados à população e ao visitante. Por fim, ao político resta, fundamentalmente, planejar o turismo e os espaços para o turismo, posicionando-os como peças que atam o local aos nós competitivos do global.

Nesse percurso, os benefícios do crescimento do turismo aderem aos movimentos da reprodução do capital e a cidade passa a ser oferecida como um produto-experiência ou como um “produto cultural único” (Gastal, 2001) que deve se sustentar pela elaboração de uma constelação de estratégias de comunicação, de planejamento espacial, de preservação do patrimônio histórico etc. Nos limites dessa leitura, o incentivo ao turismo deve equilibrar os interesses daqueles que se

predispõem a atuar nesse setor, de modo que incorre na necessidade crescente de avaliar criticamente o potencial turístico da cidade.

Dessa forma, sem que se desprendam das considerações que reiteram a potencialidade do consumo produtivo do espaço para a ampliação da reprodução do capital, os planejadores e especialistas do turismo sugerem a necessidade de equilibrar a relação entre o espaço e o turismo a partir do objetivo de valorizar a cidade e o morador. Uma abordagem que aponta o planejamento como única ferramenta capaz de mediar os conflitos e os interesses dos grupos atuantes no campo que aglutina a metrópole e o turismo. Para os mesmos, o desenvolvimento do turismo urbano deve envolver a participação da população sem permitir que as imposições imediatistas dos intermediários comandem tal processo. Em outras palavras, coloca-se o turismo como um meio para o estabelecimento do direito à cidade, sem que isso, de fato, signifique a indicação de um caminho distinto daqueles inerentes à racionalidade do capital.

Sem se distanciar dos objetivos e das ações legitimadas nos projetos descritos na parte inicial de nossa análise, o turismo no espaço a ser “recuperado” é apresentado como potencial para a criação de novos atrativos e circuitos culturais e para a recuperação de bens e áreas de valor histórico, cultural ou paisagístico, que por meio do estabelecimento de linhas de crédito, da efetivação de mecanismos de incentivo etc., contribuirá para o fortalecimento e a reabilitação do espaço.

Se assim for, os espaços da metrópole, do fragmento que conforma os bairros da Luz, Bom Retiro, Santa Ifigenia e outros, separados de suas próprias dinâmicas e realidades, se tornam um traço sublinhado no mapa da revalorização que liga a Avenida Tiradentes, o complexo cultural da Luz, o Centro Velho, o novo Centro Administrativo e os

atrativos reiterados em *folders* e cartões postais que encenam o turismo paulistano. Um território de potencial dinamismo econômico que se une a valorizada/desvalorizada/revalorizada centralidade do Centro, que diante da hierarquização do espaço da metrópole, se mantém como um ícone repleto de vazios.

Frente a isso caberia questionar: o reconhecimento do Centro, incluindo o eixo turístico Luz-Tiradentes como uma região de interesse para o movimento de reprodução do espaço da cidade, permitiria a retomada da centralidade outrora perdida? Se por um lado, a análise da perda da centralidade pode parecer verdadeira, por outro, cabe lembrar que a mesma não foi perdida. As palavras de Carlos (2009) e de Lecione (2008), mencionadas em nossos passos iniciais, nos recordam que o deslocamento da centralidade do capital na cidade não significa a descentralização do capital na metrópole, demonstrando que a desconcentração espacial e econômica do Centro, não se separa da reprodução do espaço urbano no âmbito da metrópole. Assim, as novas centralidades não são meras oposições às velhas, mas sim consequências de um mesmo processo com novas articulações e formas de reprodução do espaço. A noção de centralidade perdida apenas repõe a lógica que o uso de termo aparenta negar e reestabelece o direito à cidade tendo o turismo, a cultura, o lazer, a história e o uso desses mesmos, como elementos de valorização para a produção do espaço sob o comando do capital, isto é, de interesses externos a produção do espaço social.

Com efeito, se a crítica se mantiver no horizonte que tão somente ilumina a inoperância dos projetos governamentais e a proximidade dos mesmos com os interesses do capital, não fará mais do que criar novos projetos mais articulados, integrados, participativos, coerentes

etc. Projetos com o mesmo contorno daqueles que continuamente desenhem a reprodução espaço em articulação com a acumulação do capital. A recuperação da centralidade é também a reprodução dos conflitos entre a apropriação e a propriedade privada, entre a liberdade e o lazer, entre o encontro e a fruição no cotidiano e o turismo e a falsa ruptura criada no interior da *cotidianeidade*, entre o real do direito à cidade e o *possível* do *Direito à Cidade*. Ou, se preferirmos, entre a centralidade do espaço ocupado pelas coisas, obras e corpos, pela festa e pelo encontro/desencontro da descoberta que não se separa em frações de tempo-espaço e a “centralidade capitalista: lugar de consumo e consumo de lugar” (Lefebvre, 2006, p. 130).

4 OS PASSOS PARA NOVOS DEBATES E O CHÃO DO *POSSÍVEL* E DO *DIREITO À CIDADE*

No âmbito do nosso percurso e sem estarmos presos a uma solução, reencontramos o eixo turístico Luz-Tiradentes como uma expressão concreta e aberta das práticas e pensamentos que definem e renovam o direito à cidade e o turismo aproximando-os e, talvez, transformando-os em produtos e meios para a reprodução das relações de produção. A noção fornecida por Lefebvre (1973) nos permite indicar a reprodução das condições necessárias à continuidade da produção capitalista, da incessante criação/reinserção das relações sociais na reprodução do espaço urbano da metrópole sem diferenciar o real e o *possível*. Tal noção aponta para a realização da vida cotidiana e nos afasta da especificidade da produção que se sobrepõe à realização do homem. Um percurso que envolve a prática socioespacial, as relações

sociais, os meios de produção, as normas legais, as necessidades e os desejos não reduzidos a um sentido restrito.

Portanto, o *Direito a Cidade* e a possibilidade de rever as separações que se reproduzem com o turismo promovido e realizado no urbano, não são metáforas sobre a diversidade e o dinamismo da centralidade do urbano e da liberdade humana que vagueia pelo mundo idealizado e desprovido de contradições, menos ainda, uma apologia às soluções equilibradas que provêm das ferramentas que substituem a contradição por problemas.

A noção de produção da vida – a base do debate do *Direito à Cidade* e do turismo no sentido aqui proposto – é a totalidade da *práxis* e dos conflitos produzidos em seu movimento dialético e se revelam na cidade e no urbano *possível*. É o conteúdo da crítica ao direito à cidade e ao turismo. Portanto, para além da ideia de que todos devem se integrar devir do espaço e do tempo da sociedade capitalista, de que todos devem aderir a um mesmo projeto que coloca a especificidade da produção capitalista sobre a totalidade da produção do homem, é preciso superar a produção que (des) envolve a cidade e o homem.

“O Direito à cidade se manifesta como forma superior dos direitos: direito à liberdade, à individualização na socialização, ao habitat e ao habitar. O direito à obra (à atividade participante) e o direito à apropriação (bem distinto do direito à propriedade) estão implicados no direito à cidade” (Lefebvre, 2006, p. 135).

Tais palavras apontam a possibilidade de realizar novos passos para alcançar outros debates que não se limitem ao chão onde o *possível* se perde e se transforma na “impossibilidade de realizar uma possibilidade, como virtualidade bloqueada” (Lefebvre, 1971, p. 248). Tais

palavras sublinham uma tendência e, sem eliminar os confrontos e lutas, dialetizam o espaço-tempo do turismo, do urbano e da produção do homem. Em um caminho distinto àquele percorrido pelos projetos e intervenções que tentam planejar a recuperação do Centro e pelos estudos acadêmicos que se creem críticos ao produtivismo capitalista, nos provocam a pensar no direito ao *possível*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

O Fim da História. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1971.

“A metrópole de São Paulo no contexto da urbanização contemporânea”. *Estudos Avançados*, v. 23, n. 66, 2009, pp. 303-314.

“Sobre a gestão democrática da cidade: questões para o debate”. *GeoTextos*, Salvador, v. 6, n. 1, 2010, pp. 179-189.

A condição espacial. São Paulo: Contexto, 2011.

A Re-produção das Relações de Produção. Porto: Escorpião, 1973.

A reprodução do espaço urbano como momento da acumulação capitalista. In: _____ (org.). *Crise urbana*. São Paulo: Contexto, 2015b, pp. 25-36.

A Revolução urbana. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

A Vida Cotidiana no Mundo Moderno. São Paulo: Ática, 1991.
Decreto Municipal 33.389 de 14 de julho de 1993. Cria Programa de Qualificação Urbana e Funcional do Centro de São Paulo – PRO-CENTRO, a ser implantado na área especial de intervenção, que especifica, e dá outras providências. São Paulo: Diário Oficial, 15 de dez. 1993a.

Decreto Municipal 33.390 de 14 de julho de 1993. Cria a comissão PROCENTRO para atuar no Programa de Requalificação Urbana e Funcional do Centro de São Paulo, e dá outras providências. São Paulo: Diário Oficial, 15 de dez. 1993b.

Espaço e política. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

Espaço-tempo na metrópole: *a fragmentação da vida cotidiana.* São Paulo: Contexto, 2001.

Lei Municipal 8.328 de 2 de dezembro de 1975. Dispõe sobre o parcelamento, uso e ocupação do solo no município, nas zonas de usos especiais Z8, cria novas zonas de uso, amplia zonas existentes e dá outras providências. São Paulo: Diário Oficial, 3 de dez. de 1975.

O direito à cidade. 4ª ed. São Paulo: Centauro, 2006.

ALLIS, Thiago. *Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo.* 2012. 269 f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2012.

ALVAREZ, Isabel Pinto. **A segregação como conteúdo da produção do espaço urbano.** In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CORRÊA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria (orgs). **A cidade contemporânea: segregação espacial.** São Paulo: Contexto, 2013, pp. 111-126.

BARROS, Âmbar de. **“Bairro da Luz pode ganhar novo perfil com o projeto Luz Cultural”.** *Folha de São Paulo* (Caderno Cidades), São Paulo, p. 34, 4 de maio 1986.

BERTONCELLO, Rodolfo. **El turismo y las grandes metrópolis: la ciudad de Buenos Aires.** In: RODRIGUES, Adyr A. Balastrieri (org.). *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais.* 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1999, pp. 209-23.

BONDUKI, Nabil. **Intervenções urbanas na recuperação de centros históricos**. Brasília, DF: Iphan/Programa Monumenta, 2010.

BOTELHO, Adriano. **O urbano em fragmentos: a produção do espaço e da moradia pelas práticas do setor imobiliário**. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2007.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. São Paulo: do capital industrial ao capital financeiro. In: _____; OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino (orgs). *Geografias de São Paulo: a metrópole no Século XXI*. 1ª ed. 1ª reimp. São Paulo: Contexto, 2015a, pp. 51-84.

CASTELLS, Manuel; BORJA, Jordi. “**As cidades como atores políticos**”. *Novos Estudos CEBRAP*, n. 45, julho 1996, pp. 152-166.

CESAR, Roberto de Cerqueira; FRANCO, Luiz Roberto Carvalho; BRUNA, Paulo Júlio Valentino. **Área da Luz – Renovação urbana em São Paulo**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

FRUGOLI JR, Heitor. **Centralidade em São Paulo: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole**. São Paulo: Cortez/Edusp, 2000.

GASTAL, Suzana. **O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de turismo**. In: CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos (org.). **Turismo Urbano**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2001, pp. 33-42.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. 2ª ed. São Paulo: Annablume, 2006.

HVS/HOTELINVEST. **Panorama da Hotelaria Brasileira 2013-2014**. São Paulo: HVS/ HotelInvest, 2014.

KARA-JOSÉ, Beatriz. **Políticas culturais e negócios urbanos: a instrumentalização da cultura na revitalização do Centro de São Paulo 1975-2000**. São Paulo: Fapesp/Annablume, 2007.

LEFEBVRE, Henri. **La producción del espacio**. Madrid: Capitán Swing, 2013.

LENCIONI, Sandra. “**Concentração e centralização das atividades urbanas: uma perspectiva multiescalar. Reflexões a partir do caso de São Paulo**”. *Revista de Geografia Norte Grande*, n. 39, maio 2008, pp. 7-20.

MEYER, Regina Maria Prosperi. **Um Novo Modelo para a Recuperação da Área**. In: **ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO**. *Pólo Luz. Sala São Paulo, Cultura e Urbanismo*. São Paulo: Terceiro Nome, 1999, pp. 19-32.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Regulamento Operativo do Monumenta – Programa de Preservação do Patrimônio Histórico Urbano**. Brasília: Programa Monumenta, 2006.

PMSP/COGEP. **Plano Integrado da Área Central de São Paulo**. São Paulo: COGEP, 1976.

REBELLO, Aiuri. Tarcísio proposta transformação Centro de São Paulo. *Gazeta do Povo*, 26 jun. 2025, Especial para a *Gazeta do Povo*. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/sao-paulo/tarcisio-proposta-transformacao-centro-de-sao-paulo/>. Acesso em: 15 set. 2025.

SCIFONI, S. **O patrimônio como negócio**. In: CARLOS, A. F. A; VOLOCHKO, D. e ALVAREZ, I. P. *A cidade como negócio*. São Paulo: Contexto, 2015, pp. 209-226.

TOZI, Desirée Ramos. **Primavera de estações: o programa monumenta e as políticas públicas de preservação do**

patrimônio cultural na região do bairro da Luz/São Paulo.

2007. 142 f. Dissertação (Mestrado em História Social) – Departamento de História, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.



Turismo sustentável no carnaval: oportunidades para boas práticas

William Ladeia de Carvalho

Prof. Dr. William Ladeia Carvalho, Professor da FATEC.

Contato: william.carvalho19@fatec.sp.gov.br

1 INTRODUÇÃO

A área do turismo pela sua abrangência congrega diversos serviços que apoiam o turista em suas necessidades fora do lar, dentre elas, hospedagem, alimentação, participação em eventos e nos momentos de lazer. Os eventos especificamente foram criados com o intuito de permitir a troca cultural entre pessoas, intermediando relações diplomáticas e também negócios.

Segundo Swarbrooke (2006) os eventos funcionam como atrativos para uma localidade, pois despertam o interesse do público em conhecer aquele destino com possibilidades de retorno, contribuindo assim para a sustentabilidade do turismo local.

Para a organização de um evento é necessário infraestrutura equivalente para o seu sucesso, e essa infraestrutura começa ser pensada a partir do orçamento, pois mesmo que haja patrocínio e apoio de empresas, o evento tem um investimento que poderá reverberar em mais oportunidades de negócios, maior participação do público e automaticamente maior consumo.

Diante de um calendário robusto de eventos, como é o caso do Brasil, principalmente no eixo Rio-São Paulo, percebe-se que os eventos geram inúmeros benefícios, como empregos diretos e indiretos, hospedagem para a área hoteleira e para o comércio em geral, mas pouco se fala sobre as preocupações em relação ao impacto dos eventos no meio ambiente.

A responsabilidade ambiental não é somente da empresa organizadora e seus profissionais, mas também do participante que deve ter o cuidado e a preocupação com as embalagens muito utilizadas nesses

acontecimentos, principalmente no que tange os descartes de plásticos, copos e garrafas.

Essa responsabilidade está presente no Art. 225 da Constituição Federal Brasileira (1988): “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.

No parágrafo 3 “As condutas e atividades consideradas lesivas ao meio ambiente sujeitarão os infratores, pessoas físicas ou jurídicas, a sanções penais e administrativas, independentemente da obrigação de reparar os danos causados”. CONSTITUIÇÃO FEDERAL BRASILEIRA, 1988).

Mesmo diante dessas condições legais, é raro encontrar algum tipo de fiscalização ou mesmo punição aos infratores que costumam despejar nas vias e locais públicos, toneladas de lixo todos os anos nos eventos com grandes plateias.

Para que um evento ocorra, é necessário a compra de produtos dos mais variados tipos, seja para uma festa de aniversário, casamento, congresso, festival ou carnaval, as quantidades de materiais e produtos estão condicionadas à sua magnitude.

Quanto maior o espaço e quantidade de pessoas, maior será o uso de insumos alimentícios, produtos de papelaria, plásticos e tecidos. Quando o assunto é decoração, a quantidade de materiais é infinita, uma vez que as estruturas de um evento variam muito, desde o uso de madeira, cristais, flores e plantas para o salão ou espuma, isopor, fibra de vidro, materiais acrílicos, tintas, missangas, metais, plumas, vidros, madeira e penas diversas, entre naturais e sintéticas, até pedras preciosas para os desfiles de Escolas de Samba.

Nesse quesito, o carnaval é um dos eventos mais emblemáticos e populares, e provavelmente o que mais utiliza materiais nos dias de folia. Em um breve resgate histórico, pode-se afirmar que o entrudo deu início a essa que é uma das maiores comemorações culturais brasileiras.

Em sua origem, o carnaval rudimentar utilizava diversos elementos que eram jogados nas pessoas como forma de diversão, dentre eles água, lama e até objetos, ou seja, as pessoas e as ruas ficavam imundas, entretanto a preocupação era com a brincadeira e com a extrapolação das regras sociais. (BRITO, 2024).

O tempo passou e o carnaval se profissionalizou, mas mantém seu formato original, substituindo a farinha de trigo e os excrementos por confete e serpentina, e ainda lantejoulas, purpurinas, pós coloridos, maquiagens, todos utilizados em grande quantidade para tornar o folião ainda mais tematizado com a ocasião.

O fator consumo está arraigado na cultura dos participantes do carnaval, por ser uma festa exuberante onde o limite é praticamente inexistente, a permissividade é levada a sério, e os participantes não economizam nas compras de alimentos e principalmente bebidas para passarem o carnaval da forma mais animada durante os dias de festa.

Toda essa brincadeira custa caro para o meio ambiente, pois não há lixeira que dê vazão a quantidade de latinhas de cervejas, garrafas e copos descartáveis que acabam sendo descartados nas ruas, já que nem todos os participantes tem o hábito de descartarem esses itens de forma correta.

Uma vez que o carnaval é um evento que pode ocorrer em vários lugares abertos ou fechados, públicos ou privados, em todos eles

podemos afirmar que a sustentabilidade ainda é um problema a ser resolvido.

Cabe destacar que pouco se fala sobre do aspecto sustentável dos desfiles das Escolas de Samba nos sambódromos do Brasil, seja na passarela Professor Darcy Ribeiro (Marquês de Sapucaí) no Rio de Janeiro ou no Pólo Cultural e Esportivo Grande Otelo (Sambódromo do Anhembi) em São Paulo, porém nem tudo está perdido, felizmente já começam despontar ações voltadas a esse tema.

Duas situações distintas podem ser estudadas sob o aspecto da sustentabilidade, a própria estrutura da Escola de Samba e o local de desfile (infraestrutura do sambódromo).

Segundo a Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro - LIESA (2023), o maior espetáculo da terra é de fato faraônico, para se ter uma ideia é importante considerar que no Rio de Janeiro existem dois grupos de Escolas de Samba, denominados série A com 15 escolas e o Grupo Especial com 12 escolas, ao todo são aproximadamente 27 Escolas de Samba que desfilam anualmente na Marquês de Sapucaí, sem contar as escolas que desfilam em outras passarelas daquela cidade. (LIESA, 2023).

Para uma análise comparativa, de acordo com a Liga Independente das Escolas de Samba de São Paulo – Liga SP (2025), o número de Escolas de Samba paulistanas é também expressiva, soma 32 agremiações que desfilam no sambódromo do Anhembi. (LIGA SP, 2025).

No caso do carnaval carioca, nota-se que cada escola apresenta aproximadamente 6 alegorias (carros alegóricos) com estruturas variadas que levam mais de 6 meses para ficarem prontas, sendo que a cada ano a escola precisa superar a expectativa dos jurados e dos expectadores que lotam o sambódromo do Rio de Janeiro nos camarotes,

cadeiras, frisas e arquibancadas, em busca de um espetáculo grandioso, luxuoso, criativo e lucrativo.

Diante dessas premissas, as Escolas de Samba correm em busca de patrocínios e apoios da Prefeitura da cidade e também de empresas privadas que possam contribuir para que consigam sair dos barracões com chances de vitória.

O investimento de cada escola do grupo especial carioca, dentre elas Mangueira, Portela e Mocidade Independente de Padre Miguel é de aproximadamente 4,5 milhões de reais. (RIBEIRO, 2018).

Sobre o número de desfilantes, cada escolas desfila em média com 3000 integrantes, todos devidamente paramentados com as fantasias que traduzem o enredo (tema) daquele ano, é impossível imaginar a quantidade de materiais utilizados para fazer com que a Escola entre na avenida e possa competir com as demais agremiações.

Considerando o exemplo da carioca Grêmio Recreativo Escola de Samba Beija Flor de Nilópolis, que normalmente desfila com 3000 integrantes, o investimento gira em torno de mil e quinhentos reais cada fantasia, valor cobrado pela Escola para os desfilantes pagantes. (MENDONÇA, 2020)

Cabe lembrar que nesse preço está envolvido os materiais utilizados para confecção, além do trabalho dos estilistas, aderecistas e costureiras, que entregarão aos desfilantes as fantasias em data próxima ao dia do desfile.

As somas são vultosas e o evento grandioso, gera benefícios para as cidades sedes, mas qual é o preço que o meio ambiente paga com esse acontecimento?

2 SAMBÓDROMO – ARQUIBANCADAS

Para o público do sambódromo carioca, os portões são abertos duas horas antes do início dos desfiles que varam a madrugada, cuja capacidade é 90 mil pessoas (LIGA DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO, 2021).

Esse contingente é dividido entre vários setores do sambódromo, entretanto as arquibancadas são as que comportam mais pessoas, e os foliões podem levar alimentos e bebidas em quantidade reduzida por pessoa, até porque há praças de alimentação no local e vendedores circulam vendendo sorvete, pipoca, água mineral, cerveja, refrigerante, sanduiches diversos, entre outros itens, todos devidamente embalados.

A questão é onde descartar essa infinidade de embalagens nas noites dos desfiles? Nota-se que já as lixeiras disponíveis não comportam a quantidade de material descartado que acabam jogados no chão, além é claro das bandeiras de plástico das Escolas de Samba, distribuídas antes de cada desfile para o público saudar a agremiação e tornar o desfile ainda mais animado e emocionante.

Outros itens também são descartados nas arquibancadas como é o caso das revistas da Liga de Escolas de Samba onde cada participante recebe na entrada do sambódromo com o descritivo das escolas e as letras dos sambas de enredo.

Como as arquibancadas são de cimento, os foliões levam almofadas coloridas para terem algum conforto durante a noite e também as capas de chuva, porém todos esses itens são deixados nas arquibancadas ao término do desfile. (vide figura 1).

Figura 1. Arquibancada do sambódromo após o término dos desfiles



Fonte: Bruno, Coluna Zero - Copacabana em Foco (2011).

De acordo com o *site* Copacabana em Foco (2011) a Companhia Municipal de Limpeza Urbana – COMLURB já chegou a retirar do sambódromo 463 toneladas de lixo, sendo 44 de materiais recicláveis.

Cabe registrar que nas arquibancadas populares há foliões que recolhem latinhas de alumínio para posterior venda, assim conseguem obter algum ganho com o carnaval e contribuem de forma indireta com a reciclagem do alumínio.

3 DESFILES E FANTASIAS

Em relação aos desfilantes, poucos conhecem o destino das fantasias quando o desfile termina na apoteose do samba. Para quem já

desfilou, é sabido que algumas fantasias são doadas para a comunidade da Escola e depois devolvidas, porém aquelas que foram compradas provavelmente não.

É importante salientar que existem fantasias grandiosas e pesadas que dificilmente seriam despachadas pelas companhias aéreas e acabam sendo abandonadas em qualquer lugar após o desfile.

Por falta de orientação e até de preocupação com o meio ambiente, muitos desfilantes descartam suas fantasias nas ruas próximas ao sambódromo, outros foliões deixam no quarto do hotel, lembrando que essas ocorrências são comuns no lastro do carnaval brasileiro, ou seja, alguma ação sustentável deveria ser pensada para que fizesse parte do planejamento do carnaval.

Considerando os tipos de materiais utilizados na construção dos carros alegóricos e das fantasias, na tabela 1 consta o tempo para decomposição de materiais utilizados nos desfiles (vide tabela 1).

Tabela 1. Tabela de decomposição dos materiais utilizados no carnaval na natureza

Tipo de material	Tempo de decomposição	Fonte:
Aço	Mais de 100 anos	Ambiente Brasil (2021).
Alumínio	200 a 500 anos	
Borracha	Indeterminado	
Corda de nylon	30 anos	
Couro	50 anos	
Embalagens Longa Vida	Até 100 anos (alumínio)	
Espumas (espuma)	Indeterminado	
Isopor	150 anos	

Linha de pesca	600 anos	
Madeira pintada	Mais de 13 anos	
Metais (componentes de equipamentos)	Cerca de 450 anos	
Panos	De 6 meses a 1 ano	
Papel e papelão	Cerca de 6 meses	
Papel plastificado	1 a 5 anos	
Plásticos (embalagens e equipamentos)	Até 450 anos	
Pneus	Indeterminado	
Sacos e sacolas plásticas	Mais de 100 anos	
Tampinhas de garrafas	100 a 500 anos	
Tecidos de algodão	1 a 5 meses	
Vidros	Indeterminado	
Observação: Tampinha de garrafas, embalagens Longa Vida, dentre outras, são utilizadas pelas Escolas de Samba na reutilização de materiais.		

Fonte: Próprio autor

A situação das ruas próximas ao setor da dispersão nos dias de carnaval é caótica, trata-se de um amontoado colorido de materiais dos mais variados tipos, tecidos brilhantes, ferragens, plumas, espumas, atrapalhando a saída dos desfilantes e pedestres, causando espanto diante da organização “do maior espetáculo da terra”. (vide figura 2).

Figura 2: Fantasias descartadas no final dos desfiles no carnaval do Rio de Janeiro



Fonte: El País (2014)

Para o repórter do jornal El País Rafael Sánchez Fabres (2014) quando o desfile termina, pessoas vasculham montanhas de fantasias a procura dos materiais de maior valor. Alguns chegam a lotar caixas para levarem para seus destinos de origem.

É importante considerar que o problema do pós carnaval não é uma situação apenas do Rio de Janeiro, outros Estados passam pelo mesmo inconveniente inclusive São Paulo. (vide figura 3).

Nesses dois casos, mais especificamente o do Rio de Janeiro, o cenário degradante do pós desfile leva a questionar o que é feito com todos esses materiais que ficam amontoados até a equipe da COMLURB realizar a retirada com os caminhões de coleta.

Figura 3: Fantasias descartadas no carnaval de São Paulo



Fonte: UOL (2019)

Em São Paulo, o repórter Daniel Lisboa do site UOL (2019), apurou que não há uma concordância com o que é feito com as fantasias descartadas, ao questionar funcionários da Liga Independente das Escolas de Samba de São Paulo – Liga SP ou garis que trabalham na dispersão, as respostas revelaram que a responsabilidade de retirada das fantasias era da prefeitura ou das Escolas de Samba ou que iriam para o lixo mesmo.

No caso dos carros alegóricos, esses retornam para o barrão das Escolas de Samba, onde parte dos materiais são reaproveitados e outros descartados, pois a alegoria não poderá ser repetida nos próximos desfiles.

4 BOAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

É sabido que o carnaval é a festa da alegria do povo brasileiro, entretanto é preciso que os organizadores do carnaval passem a orientar o público do sambódromo e os desfilantes sobre a responsabilidade civil em relação ao espaço de uso comunitário, para que os acolham de forma sustentável.

O papel da comunicação é fundamental nesse processo, já que muitas vezes o público e os desfilantes desconhecem os trâmites do pós carnaval, esquecendo que a rotina da população volta ao normal ao findar da quarta-feira de cinzas e terão que se deparar com uma cidade repleta de lixo.

Algumas medidas poderiam minimizar esse problema, por exemplo a distribuição de sacos descartáveis para que o público das arquibancadas pudesse colocar seus resíduos e após o desfile descartar em local adequado, facilitando o trabalho dos profissionais da limpeza.

Em relação às fantasias, a orientação seria para a forma de descarte, ou seja, o desfilante precisaria saber aonde entregar a fantasia após o desfile. Uma alternativa seria o uso de caçambas que comportassem esse material na dispersão.

De acordo com a COMLURB (2021) a empresa já realizou ações sustentáveis com as fantasias, dentre elas reciclagem e exposição, porém outras ações poderiam ser realizadas no intuito de tornar a imagem do evento mais responsável para com o meio ambiente.

O carnaval brasileiro passou por um período de recesso devido à pandemia do Coronavírus (COVID-19), um hiato que durou dois anos, voltando à normalidade em 2023.

Em 2025 o carnaval carioca demonstrou mais um avanço em relação à sustentabilidade ambiental. Segundo a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Clima (SMAC) (2025), o evento liderou a ação Folia Verde, atividades voltadas à coleta seletiva e a educação ambiental durante os 12 dias de folia, que iniciou nos ensaios técnicos e finalizou nos Desfiles das Campeãs.

As ações reverberaram na coleta de 38 quilos de resíduos sólidos, superando a quantidade de 2024 que foi de 12 quilos. Para Tainá de Paula,

secretária de Meio Ambiente e Clima, o Folia Verde 2025 deixou um legado que vai muito além da festa, pois possibilita um futuro carnaval mais verde e sustentável, gerando emprego e renda para os envolvidos na gestão de resíduos.

O início da ação ocorreu antes dos dias oficiais de desfiles na Marquês de Sapucaí, incluindo a lavagem do sambódromo, passagem de som e teste de equipamentos, sendo que a equipe denominada de educadores ambientais do Centro de Educação Ambiental (CEA) e de profissionais de coleta de resíduos sólidos, já atuavam em sinergia para garantir que a sustentabilidade fosse constante em cada fase do evento.

Desde os desfiles da Série Ouro, Grupo Especial, Apuração, Mirim e Campeãs, em conjunto com a Rio Carnaval/LIESA (Liga de Escolas de Samba), o Folia Verde cumpriu seu propósito de enfatizar sua importância para o carnaval.

Dentre as ações realizadas nos dias do evento, a comunicação foi uma das premissas, pois ficou a cargo dos Educadores Ambientais interagirem com o público, distribuindo informações sobre a importância da coleta seletiva e do descarte correto de resíduos, por meio de um quiz interativo espalhado por diversos setores do Sambódromo. (vide figura 4).

Outra iniciativa sustentável para o carnaval carioca foi a obtenção do certificado ISO 20121 pela APCER (Associação Portuguesa de Certificação).

De acordo com a APCER (2025), a Associação entregou à Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro em 2025 o certificado de gestão sustentável de eventos, enaltecendo as práticas efetivas relacionadas ao impacto econômico, social e ambiental.

O certificado ISO 20121 (Norma Internacional de Sistemas de Gestão para Sustentabilidade de Eventos) foi entregue à LIESA pelo

reconhecimento ao alinhamento da gestão de eventos com princípios sustentáveis.

Figura 4: Equipe do Folia Verde



Fonte: Prefeitura do Rio de Janeiro Meio Ambiente e Clima (2025).

A certificação é um passo importante, pois avalia as práticas de sustentabilidade em eventos, sempre voltada à melhoria contínua, pensando na criação de um legado positivo para as comunidades envolvidas.

Destaque para as seguintes ações da LIESA: (vide quadro 1).

Quadro 1: Práticas sustentáveis – LIESA

Iniciativa	Resultado / Previsão
Gestão ambiental e economia circular	Recolha de mais de 11 toneladas de fantasias para reaproveitamento e transformação em novos produtos culturais, através do projeto Sustententa Carnaval e da parceria com a Associação Mulheres do Sul Global.
Compromisso climático e energia limpa	Instalação de bases de captação de energia solar na Sapucaí e projeto de uso de 100% de energia limpa na Cidade do Samba até 2030.
Impacto social e inclusão	Parcerias com 11 cooperativas de recicladores, promovendo trabalho digno e capacitação profissional;
Governança e cultura participativa	Envolvimento ativo de <i>stakeholders</i> e fornecedores em compromissos socioambientais.

Fonte: APCER adaptado pelo autor (2025).

No primeiro semestre de 2025 Gabriel David (Presidente da LIESA) recebeu a certificação ISO 20121 na Cidade do Samba com a presença de Daiane Lima (Head de Sustentabilidade do Rio Carnaval) e de **Paulo Bertolini** (Diretor da APCER Brasil).(vide figura 5).

Figura 5: Entrega da certificação ISO 20121 à LIESA



Fonte: APCER (2025).

Para o diretor da APCER Brasil Paulo Bertolini, a certificação da LIESA é um reconhecimento técnico e também simbólico, uma vez que demonstra que a cultura pode liderar ações de sustentabilidade e a APCER fica orgulhosa de participar desse momento.

A entrega do certificado só reforça o papel do carnaval carioca como agente de transformação ambiental e social, demonstrando que eventos de grande escala também podem ser geridos com responsabilidade ambiental. (APCER, 2025).

São Paulo também contou com ações de sustentabilidade no carnaval de 2025, de acordo com a Prefeitura de São Paulo (2025), essas práticas foram possíveis por meio de parcerias entre empresas voltadas às boas práticas ambientais, dentre elas as Concessionárias Loga e Ecourbis e SP Regula, através da Gerência de Saneamento Ambiental (GSA), Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho de São Paulo (SMDet) e da Cooperativa Central Tietê.

Um dos maiores eventos brasileiros tornou-se economicamente positivo e ecológico, com operações que ocorreram durante os dias de festa. As inovações para o carnaval de São Paulo ficaram por conta de triciclos 100% elétricos, eficazes na coleta de resíduos comuns e recicláveis no Sambódromo do Anhembi. Os veículos conseguiram manter a limpeza do evento e maximizaram a emissão de gases poluentes, corroborando o compromisso de São Paulo com o desenvolvimento sustentável. (vide figura 6).

Figura 6: Triciclos para coleta de resíduos 100% elétricos



Fonte: Prefeitura de São Paulo (2025).

A Prefeitura de São Paulo destacou ainda que a ação conjunta entre Concessionárias e Cooperativa fez muita diferença, a Cooperativa Central Tietê, foi uma das responsáveis pela correta separação e destino dos materiais recicláveis, promovendo a sustentabilidade e a sensibilização entre visitantes e participantes com a causa ambiental. (vide figura 7).

Figura 7: Reciclagem de materiais no carnaval 2025 de São Paulo



Fonte: Prefeitura de São Paulo (2025).

A parceria também contribuiu para a geração de emprego, colaborando com a economia local. (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2025).

5 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Nota-se que o carnaval brasileiro, especialmente o carioca e o paulista, caminham para a implantação de ações de melhorias e sustentabilidade ambiental.

Dentre as possibilidades para tornar o carnaval ainda mais responsável é o de engajar ações junto aos *stakeholders* que atuam no trade turístico das cidades, dentre eles os hotéis.

Além das comunicações salientarem a importância do descarte correto das fantasias no pós-desfiles, muitos componentes acabam levando as fantasias para o quarto, assim sendo, a administração do hotel disponibilizariam no *hall* da recepção um compartimento para que

os hóspedes pudessem deixar suas fantasias para posterior retirada de empresas que determinassem o destino correto para essas peças.

O mesmo poderia ser feito com as agências de viagens, já que essas empresas também intermediam a compra e a retirada das fantasias. Os terminais de transportes como metrô, aeroportos e rodoviárias também contribuiriam com o recebimento de fantasias evitando o descarte irresponsável desses itens.

As exposições de fantasias como as da COMLURB serviriam de inspiração para outras cidades, principalmente em pontos turísticos, pois destacariam o evento e valorizariam o trabalho feito pelos artistas criadores das fantasias.

Desfiles de fantasias também seria uma outra possibilidade, com o auxílio das empresas que retirariam as fantasias para que mais pessoas pudessem apreciar a qualidade e a criatividade dos artistas do carnaval.

Esses mesmos materiais poderiam ser doados para as oficinas de figurinos para serem estudadas e até reproduzidas, dando a oportunidade para que os aprendizes conhecessem o material e a forma como foram construídas as fantasias. Certamente essas contribuições auxiliariam a dar um destino mais criativo e útil do que simplesmente ir para os aterros ou lixões.

Compete aos órgãos do turismo a organização do carnaval e a todos os participantes que o evento possa ser visto com um olhar mais responsável sem perder a euforia e a alegria, mas ciente do impacto que pode causar na cadeia ambiental o material utilizado nos desfiles, revertendo esses danos em ações sustentáveis.

Essas iniciativas denotam que não pode mais haver retrocesso, pelo contrário, espera-se que mais ações nos carnavais vindouros possam ser exemplos de boas práticas.

Além dos sambódromos, há muito o que ser feito em relação aos blocos de rua que também impactam as grandes metrópoles brasileiras no quesito sustentabilidade ambiental.

Esse assunto não termina nesse estudo, mas abre caminho para a responsabilidade que toda a população deve ter em participar de um evento grandioso, mas que ainda não é 100% sustentável.

Um olhar responsável e sustentável começa iluminar o fim do túnel por onde as Escolas de Samba passam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBIENTE BRASIL. **Tempo de Decomposição dos Materiais.**

Disponível em: << https://ambientes.ambientebrasil.com.br/residuos/reciclagem/tempo_de_decomposicao_dos_materiais.html>>. Acesso em: 06 de janeiro de 2021.

APCER. **Carnaval do Rio fortalece compromisso com a sustentabilidade com certificação ISO 20121.** Disponível em:

<<<https://apcergroup.com/pt/noticias-e-destaques/4891/carnaval-do-rio-fortalece-compromisso-com-a-sustentabilidade-com-certificacao-iso-20121>>>. Acesso em 24 de agosto de 2025.

BRILHANTE, N. **Lixo do carnaval permanece no entorno do sambódromo em Manaus.** Disponível: <<<https://www.acritica.com/channels/manaus/news/lixo-do-carnaval-permanece-no-entorno-do-sambodromo-em-manaus>>>.

Acesso em 06 de janeiro de 2021.

BRITO, T. O que era o entrudo precursor do carnaval que chegou a ser proibido em cidades brasileiras.

Disponível em: <<https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2024/02/10/o-que-era-o-entrudo-precursor-do-carnaval-que-chegou-a-ser-proibido-em-cidades-brasileiras.ghtml>>>.

Acesso em: 6 de junho de 2025

CONSTITUIÇÃO FEDERAL BRASILEIRA. Meio Ambiente.

Art.225 do Meio ambiente. Disponível em:

<<https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_15.12.2016/art_225_.asp>>.

Acesso em: 15 de janeiro de 2021.

COPACABANA EM FOCO. A COMLURB retirou 849,5 toneladas de lixo no carnaval de 2011. Disponível em: <<

<https://ama2345decopacabana.wordpress.com/2011/03/16/a-comlurb-retirou-8495-toneladas-de-lixo-no-carnaval-de-2011/>>>. Acesso em 15 de janeiro de 2021.

FABRES, R. S. A lixeira do carnaval. Disponível em:

<<https://brasil.elpais.com/brasil/2014/03/03/album/1393885361_093647.html#foto_gal_4>>. Acesso em 06 de janeiro de 2021.

SECRETARIA MUNICIPAL DO AMBIENTE E CLIMA - SMAC.

Campanha consolida sustentabilidade no Carnaval 2025 e coleta 40 kgs de resíduos sólidos.

Disponível em: <<<https://ambienteclima.prefeitura.rio/noticias/fo-lia-verde-campanha-consolida-sustentabilidade-no-carnaval-2025-e-coleta-40kgs-de-residuos-solidos/>>> . Acesso em 15 de maio de 2025.

LIGA DAS ESCOLAS DE SAMBA DO RIO DE JANEIRO – LIESA.

Escolas de Samba. Disponível em: <<<https://liesa.org.br/carnaval/escolas.html>>>. Acesso em 24 de maio de 2023.

LIGA INDEPENDENTE DAS ESCOLAS DE SAMBA DE SÃO PAULO – LIGA SP. **Escolas de Samba de São Paulo.** Disponível em: <<<https://ligasp.com.br/ligasp/>>>. Acesso em 15 de setembro de 2025.

LISBOA, D. **O mistério das fantasias descartadas no final dos desfiles no Anhembi.**

Disponível em:<<<https://noticias.uol.com.br/carnaval/2019/noticias/redacao/2019/03/03/o-misterio-das-fantasias-descartadas-no-final-dos-desfiles-no-anhembi.htm>>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

MENDONÇA, A. V. **Veja onde ainda é possível comprar fantasia para desfilar no carnaval de 2020.** Disponível em: <<<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2020/noticia/2020/01/03/veja-onde-ainda-e-possivel-comprar-fantasia-para-desfilar-no-carnaval-de-2020-no-rio.gh.html>>>. Acesso em 24 de dezembro de 2020.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. **SP Regula, Loga e Ecourbis - Juntas no Carnaval 2025: Sustentabilidade e Eficiência.**

Disponível em: <<<https://prefeitura.sp.gov.br/web/spregula/w/sp-regula-loga-e-ecourbis-juntas-no-carnaval-2025-sustentabilidade-e-efici%C3%Aancia>>>. Acesso em 06 de junho de 2025.

RIBEIRO, G. **Média de gasto das escolas do Grupo Especial caiu de R\$ 6 milhões para R\$ 4,5 milhões.** Disponível em: << https://odia.ig.com.br/_conteudo/2018/02/diversao/carnaval/5512912-media-de-gasto-das-escolas-do-grupo-especial-caiu-

de-r-6-milhoes-para-r-4-5-milhoes.html>>. Acesso em: 29 de dezembro de 2020.

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável, Setor Público e Cenários Geográficos**. São Paulo: Aleph, 2006.

Astroturismo no Sesc Pantanal: proposta de roteiro para observação do céu noturno

Isabella Campos Salomão

Graduada em gestão de turismo pela Fatec São Paulo, contato:
bella.salo3o@outlook.com

Milena Mengon de Lima

Graduada em gestão de turismo pela Fatec São Paulo, contato:
milenamengon@outlook.com

Juliana Augusta Verona

Orientadora: Profa. Dra. Juliana Verona, UPEP - Unidade de Pós-Graduação, Extensão e Pesquisa Centro Paula Souza, São Paulo, Brasil. Contato: juliana.verona@cps.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

O astroturismo, ou turismo astronômico é uma segmentação turística com enfoque na observação do céu noturno e seus astros, sendo uma modalidade procurada principalmente por amantes da astronomia, cientistas e estudiosos. Apesar de ser considerado um nicho específico, o astroturismo vem ganhando força gradualmente no mundo todo, sendo até mesmo classificado como uma aposta do Ministério de Turismo (MTur) pela edição de 2024 da revista eletrônica Tendências do Turismo.

Além da astronomia, esse segmento turístico também acaba por abranger outras segmentações, como ecoturismo, turismo científico, geoturismo, turismo cultural, entre outras, promovendo, dessa forma, uma integração benéfica para as práticas turísticas como um todo, não se restringindo apenas as abordagens científicas.

Nos dias atuais, grande parte da população mundial vive nas grandes cidades, que são os maiores polos de poluição luminosa. Segundo artigo publicado na Revista Brasileira de Astronomia escrito por MELLO et al, 2022: Atualmente, estima-se que 80% da população mundial não consiga mais ver a Via Láctea. Essa estatística é ainda maior para os países da Europa Ocidental e para os EUA, onde este número pode chegar a 99%.

É possível notar com clareza os efeitos negativos da luminosidade tão intensificada nestes centros, tanto para o ecossistema como um todo, interferindo diretamente nos animais, plantas e seres humanos, impactando em ciclos biológicos, na vida selvagem, na saúde humana e nas mudanças climáticas, quanto para céu noturno, que, nessas

condições, passa a ter sua visualização prejudicada quase totalmente, com exceção apenas de alguns dos astros mais luminosos sendo visíveis. É cada vez mais difícil achar lugares que possuem uma boa visibilidade, porém, ainda é possível encontrá-los longe de grandes centros.

Quando o assunto é astroturismo, alguns lugares se destacam e se colocam como referência na observação dos céus, como, os Estados Unidos da América (que possuem mais de cem certificações pela *Dark Sky International*), países da Europa como Portugal e Espanha e o deserto do Atacama, no Chile, que é considerado um dos melhores lugares para a realização da prática. Existem diversos fatores que levam ao destaque das regiões para a observação dos céus, como o clima, nível de visibilidade do céu (medido pela escala de Bortle) e a infraestrutura turística. Entretanto, não é necessário sair do Brasil para ter contato com as belíssimas paisagens do céu noturno, pois alguns destinos mais afastados das cidades, possuem uma ótima oportunidade de observação do céu. Apesar de contar apenas com uma certificação *Dark Sky*, no Parque Estadual do Desengano – Rio de Janeiro, o Brasil se beneficia de muita diversidade de biomas e da sua grande extensão territorial, fazendo com que exista uma ampla janela de observações nos mais variados estados. Segundo artigo publicado na revista Brasileira de Astronomia, o potencial astronômico destaca-se principalmente em regiões com presença do Cerrado, Caatinga, e regiões específicas da Mata Atlântica. O bioma Pantaneiro também apresenta um forte potencial devido a qualidade do céu e seu clima bem definido.

Como é o caso do complexo Sesc Pantanal, situado na maior Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) do país, que conta

com 108 mil hectares de áreas preservadas e seis Postos de Proteção Ambiental.

O complexo conta com três unidades, sendo elas:

Sesc Poconé:

Localizado na cidade de Poconé, a 100Km de Cuiabá (capital do estado do Mato Grosso), a unidade oferece principalmente atividades socioculturais e cursos livres, com a finalidade de incluir e melhorar a qualidade de vida da população local e incentivar a valorização cultural na região.

A unidade fornece ainda educação básica, com educação infantil e fundamental e um trabalho de assistência Social.

Parque Sesc Baía das Pedras:

O parque é caracterizado como uma unidade da Estância Ecológica Sesc Pantanal, possuindo uma área de 4.200 hectares, estando localizada próximo ao Hotel Sesc Porto Cercado.

Seu principal objetivo é oferecer atividades de lazer e contato com a natureza para os visitantes, contando com cavalgadas, trilhas, lagos e diversos animais para a contemplação.

O parque cedeu 10 hectares a Universidade Federal do Mato Grosso, a fim de criar uma Base Avançada de Pesquisas no Pantanal. A área conta também com um aeródromo para transporte logístico, emergências e monitoramento ambiental.

Hotel Sesc Porto Cercado:

Localizado a 40km da cidade de Poconé, as margens do Rio Cuiabá, está o Hotel Sesc Porto Cercado, que conta com serviços de

hospedagem, áreas de lazer, academia, SPA, restaurantes, e o eixo ambiental, com borboletário e um centro de interpretação ambiental.

Além disso, também conta com uma lista de diversos passeios, sendo eles, passeios de barco, a cavalo e trilhas ecológicas.

Durante a realização da focagem noturna (passeio fluvial noturno) é possível observar detalhes do céu, que não são visíveis nas noites das grandes cidades, como o grande rastro do centro da Via Láctea. Frente a isso, surge a oportunidade de uma possível criação de um passeio focado em explorar as maravilhas do céu noturno e a viabilidade de sua execução.

O Sesc Pantanal é referência quanto a ecoturismo no Pantanal brasileiro, possuindo uma ampla estrutura e sempre prezando pela preservação ambiental, como constado pela FUNATURA, 2002:

Procura, conceitualmente, harmonizar a missão do SESC com a missão da Reserva com o objetivo de promover o turismo social, o ecoturismo e o lazer em contato com a natureza; ressalta o valor social da Reserva, como um benefício importante para a região, protegendo a biodiversidade e seus habitats ali representados.

1 OBJETIVOS

Analisar a viabilidade do desenvolvimento e implementação de um roteiro de astroturismo com base na observação do céu, contendo diferentes abordagens possíveis, realizado pelo Sesc Pantanal.

Para alcançar esse objetivo, algumas ações específicas devem ser levadas em consideração, como realizar o levantamento bibliográfico referente ao tema, explorando os conceitos de turismo social,

astronomia e cultura, buscando a análise integrada dos temas, avaliar as melhores épocas do ano para a realização do passeio, tendo como base as estações bem definidas, com épocas de cheia e de seca, definir possíveis abordagens do roteiro levando em consideração os âmbitos astronômico, cultural e o que estará visível no céu em cada época, estruturar e propor implementação do roteiro no Sesc Pantanal, elencar e propor soluções aos desafios existentes e estimar custos para a execução do roteiro e valor do investimento para os visitantes que o realizarem.

2 METODOLOGIA

Esta pesquisa possui carácter quanti-qualitativa, tem como foco os objetivos específicos apresentados previamente, busca analisar a viabilidade da implementação de um roteiro de astroturismo no Sesc Pantanal, considerando principalmente os aspectos do turismo astronômico, turismo social e ecoturismo. Para isso foi feito um levantamento bibliográfico, com base em artigos científicos, revistas e publicações especializadas sobre os assuntos.

3 JUSTIFICATIVA

O astroturismo é uma segmentação turística que vem ganhando espaço no mercado, ela visa a observação do céu noturno, com ou sem o auxílio de equipamentos (telescópios, lunetas e câmeras) e tendo como objetivo principal a visualização de astros do céu noturno como um todo. Os locais para a realização da prática são diversos, porém exigem certas condições para que a visualização seja possível, por isso,

em grandes centros essa observação não é comum (a menos que aconteça em locais fechados, como em planetários e museus com foco na astronomia). Os benefícios dessas práticas são muitos, além da experiência adquirida pela realização de um passeio para observação do céu noturno, é possível obter conhecimento e propagar saberes científicos e culturais de forma acessível para todos, sendo também um meio de conscientização sobre os grandes malefícios da poluição luminosa presente principalmente em cidades e da preservação do meio ambiente. Assim como descrito por Mello; Gomes; Borgo & Cesar, 2022:

Pesquisas recentes apontam que o astroturismo proporciona a seus adeptos o hábito de buscar conhecimento, relaxamento e impressões sensoriais significativas, provocadas pelo contato com o ambiente noturno e a noite estrelada. A associação entre o espaço geográfico e o espaço sideral na experiência turística é profundamente impactante e só experienciada no astroturismo.

O país possui diversas regiões que possuem condições de visualização extremamente promissoras para a prática de astroturismo, principalmente em regiões afastadas das grandes metrópoles, como é o caso da região centro oeste.

Ao sul do Mato Grosso, no Pantanal, as margens do Rio Cuiabá, entre as cidades de Poconé (a 40km) e Barão de Melgaço (a 60km), está localizado o Hotel Sesc Porto Cercado, unidade de hospedagem do Sesc, que compõe o projeto socioambiental da Estância Ecológica Sesc Pantanal e atua na área de conservação ambiental e ecoturismo. O hotel possui uma ampla estrutura, com hospedagem, restaurantes, espaços de lazer e espaços de educação ambiental. Um dos pontos fortes do Sesc Pantanal, são os passeios oferecidos, sendo realizados de barco, a pé (trilhas) e a cavalo. Os passeios fluviais acontecem no Rio Cuiabá e

visam mostrar a fauna e flora pantaneira, além de ser possível visualizar e ter contato com a população ribeirinha e seus costumes, esses passeios são os mais consumidos pelos visitantes. Além disso, o Sesc Pantanal participa ativamente na região da maior Reserva Particular do Patrimônio Natural do país (RPPN), que conta com 108 mil hectares de regiões protegidas, e consequentemente uma impressionante preservação da biodiversidade de fauna e flora. O território conta com seis Postos de Proteção Ambiental que trabalha intensamente no combate a crimes contra a biodiversidade e até mesmo no controle de incêndios florestais, muito comuns na região em determinadas épocas do ano, e que oferecem um perigo real para o bioma e sua preservação. Segundo Almeida (2025): “Sozinha, a RPPN Sesc Pantanal protege 108 mil hectares, dimensão equivalente à cidade do Rio de Janeiro (RJ), onde foram catalogadas mais de 258 espécies de plantas e 630 de animais vertebrados.”.

Durante a noite é realizado o passeio fluvial de focagem noturna, que tem foco no comportamento do bioma (animais e plantas) durante o período noturno. Porém, além do bioma, o que mais chama atenção é o céu estrelado sob as cabeças dos visitantes, que ganha ainda mais destaque quando as luzes do barco são desligadas. Este é, um dos diversos lugares do Brasil, onde ainda é possível visualizar a Via Láctea a olho nu e de forma bem evidente. Considerando dados do Light Pollution Map, a região se enquadra na escala de Bortle como classe 1.



Figura 1 - Escala de Bortle no Hotel Sesc Porto Cercad

A pesquisa se mostra importante e inovadora a medida que se observa que, até o momento atual, não existe um roteiro específico para a observação e contemplação do céu realizado pelo Sesc Pantanal, mas é visto que o local oferece total capacidade e infraestrutura para realizá-lo, tendo em mente que, o astroturismo tem total conexão com a questão ambiental e de preservação, sempre tão evidenciada pelo Sesc.

O turismo de experiência vem crescendo cada vez mais e se destacando como tendência, conceito que é facilmente aplicado ao astroturismo, já que o mesmo, gera inúmeras experiências sensoriais inesquecíveis, segundo Mello (2023), “O astroturismo, como atividade diferenciada, propõe e proporciona este turismo de experiência ao estabelecer um diálogo sobre o Cosmos, a Terra, a vida e a humanidade.”

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 POLUIÇÃO LUMINOSA

Também chamada de poluição lúmica, a poluição luminosa é a mudança nos níveis naturais de luz de iluminação noturna, causada pela iluminação artificial inadequada e excessiva. Levando em consideração, as lâmpadas mais adequadas para se utilizar seriam as amarelas, pois lâmpadas brancas (LED) dissipam ainda mais sua luminosidade, fazendo com que elas intensifiquem a poluição luminosa. Este tipo de poluição acontece com mais intensidades nos grandes centros urbanos, como é possível observar na figura 2, o mapa mostra as zonas no mundo com maiores níveis de claridade dada pela iluminação artificial, o que interfere a visão do céu noturno a olho nu, além disso, ela também afeta ecossistemas pois pode alterar o comportamento de alguns animais e do ser humano.

Já para identificar as áreas com o céu mais escuro, consequentemente mais propício para a observação, Jonh E. Bortle criou e publicou no ano de 2001, na revista *Sky & Telescope*, uma escala numérica de 1 a 9 em ordem decrescente, ou seja, o céu de classe 1 o mais escuro, portanto com melhores condições para a atividade, e o de classe 9, o que sofre mais interferência das luzes artificiais.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

No desenvolvimento do trabalho fica evidente a conexão entre o turismo social, astronomia e cultura, mostrando a viabilidade da implementação de um roteiro de astroturismo dentro do Sesc Pantanal –

que tem uma relação direta com o turismo social e temas culturais. Nesta seção serão apresentados e discutidos os resultados obtidos ao longo da realização da pesquisa, destacando os objetivos específicos que foram apresentados.

5.1 MELHORES ÉPOCAS PARA A REALIZAÇÃO DO ROTEIRO

As estações climáticas exercem influência direta sobre a visualização do céu noturno. Durante os períodos de cheia, por exemplo, devido a presença de nuvens, não é possível visualizar as estrelas, constelações, nebulosas, etc. Tendo isso em mente e considerando as estações fortemente definidas no pantanal mato-grossense, como destacado por ADÁMOLI, 1896 (*apud* OLIVEIRA & DA SILVA, 2013):

O Pantanal Mato-grossense pertence à bacia hidrográfica do Alto Rio Paraguai, que nasce na Serra dos Parecis e corre para o sul até encontrar com o rio Paraná. Está localizada entre os paralelos 14° e 22°S e entre os meridianos 53° e 61°W. Seus principais afluentes na região de Cáceres são os rios Sepotuba, Caçaçal e Jaurú. Possui alternância de períodos de secas e cheias bem definidos, caracterizando um clima estacional tropical úmido. A época das cheias, com maior precipitação vai de janeiro a março, provocando enchentes na região, enquanto que a época de seca ocorre entre julho a setembro, os meses de menor precipitação.

Diante desse cenário, propõe-se que roteiro seja realizado de maio a setembro, já que este período abrange a maior época de seca na região. Com isso espera-se melhores condições, com um céu limpo,

favorecendo a observação e consequentemente a experiência durante a realização do roteiro.

5.2 POSSÍVEIS ABORDAGENS PARA A REALIZAÇÃO DO ROTEIRO

Para a realização do roteiro proposto, é possível optar por diferentes abordagens de apresentação, tanto científica, quanto cultural, sendo que, cada uma delas, apesar de focos distintos, garantem aprendizados e experiências únicas.

Para contexto, é necessário entender que, atualmente, existem 88 constelações determinadas pela União Astronômica Internacional, com o objetivo de padronizar e facilitar a integração de estudos de diferentes partes do mundo. Esta padronização pode ser benéfica por um lado, visando principalmente um melhor entendimento dos astros presentes e das constelações modernas, além da possibilidade de explorar o céu seguindo as definições oficiais. Como dito por OLIVEIRA FILHO e SARAIVA (2024): "As constelações mudam com o tempo, e em 1929 a União Astronômica Internacional adotou 88 constelações oficiais, de modo que cada estrela do céu faz parte de uma constelação."

Porém, existem algumas preocupações, visto que, com a padronização e globalização, as raízes culturais tem se perdido, incluindo as próprias raízes de povos originários do Brasil, como os tupis-guaranis por exemplo. Cada um dos povos antigos tinha uma percepção própria e única do céu, identificando padrões que se correlacionavam com sua cultura, como os tupis-guaranis, que enxergavam no céu os animais

presentes em sua fauna e também seus mitos. Assim como descrito por Afonso (2013):

A visão indígena do Universo deve ser considerada no contexto dos seus valores culturais e conhecimentos ambientais. Esse conhecimento local se refere às práticas e representações que são mantidas e desenvolvidas por povos com longo tempo de interação com o meio natural.

Portanto, a abordagem cultural se mostra tão interessante quanto a científica a medida que se observa um apagamento cultural e a necessidade de sua recuperação. Como descrito por Afonso (2006):

A comunidade científica conhece muito pouco da astronomia indígena e da sua relação com o ambiente, patrimônio que pode ser perdido em uma ou duas gerações pelo rápido processo de globalização, que tende a homogeneizar as culturas e assim perder as nuances da diversidade.

Desta forma, é destacado a necessidade da recuperação e valorização da memória de forma eficaz, podendo ser vinculado a experiências e vivências, que por sua vez, intensificam o aprendizado e entendimento do tema.

Abordagem científica:

Foca nos aspectos técnicos do céu, mostrando os diferentes elementos visíveis no momento, como estrelas, constelações, nebulosas, aglomerações estelares, etc. Visa explicar e identificar o funcionamento do céu de acordo com padrões estabelecidos pela comunidade científica.

Levando em consideração o local escolhido e seu clima, com viabilidade de realização em média entre maio e setembro (por conta da época de seca), existem elementos muito icônicos no céu que podem ser explorados, segundo dados obtidos através do aplicativo de visualização do céu, Stellarium:

- Constelações visíveis: Cruzeiro do Sul, Centauro, Sagittarius, Escorpião, Virgem, etc.
- Mancha da via láctea, principalmente seu centro;
- Estrelas: Antares, Spica, Alpha e Beta Centauri, etc.;
- Triângulo da primavera: compreende três estrelas: Vega (constelação da Lyra), Deneb (constelação do Cisne) e Altair (constelação da Aquila);
- Os planetas (quando visíveis);
- Lua em suas diversas fases.

Abordagem cultural:

Como já descrito anteriormente, cada cultura enxerga o céu noturno de formas diferentes, reconhecendo padrões de acordo com suas crenças e elementos comuns do seu cotidiano. É possível explorar essa riqueza cultural de diversas formas, porém, a abordagem deste guia será focada nos povos originários do Brasil.

Segundo Afonso (2013) e dados obtidos através do Stellarium, na época de realização do roteiro, estará visível:

- Constelação do Veado:

Localiza-se entre as constelações ocidentais da Vela, Centauro e Cruzeiro do Sul. A constelação surge a partir do mês de março, a sudoeste, e demonstrava a passagem do calor para o frio para os

indígenas ao sul, e da época de cheia para a época de seca para aqueles que habitam mais ao norte.

- Constelação da Ema:

Uma das mais icônicas constelações reconhecidas por povos antigos, a constelação da Ema se destaca por ocupar uma região importante do céu, sendo formada por constelações ocidentais como Cruzeiro do Sul, Escorpião, Centauro, Triangulum Australe, Mosca, entre outras, além de utilizar também manchas da Via Láctea, como a nebulosa escura Saco de Carvão, formando a cabeça do animal. Segundo sua crença, a Ema poderia ser vista engolindo dois ovos de pássaro, representados pelas estrelas Alpha Centauri e Beta Centauri.

- Constelação da Anta do Norte:

Para muitos povos a Via Láctea também é conhecida como Caminho da Anta, já que essa constelação se localiza exatamente sobre a mancha da galáxia. Ela abrange as constelações ocidentais do Cisne e Cassiopeia, com seu focinho sendo representado pela estrela Deneb. Assim como a constelação do Veado, ela marca a passagem de estações e época de cheia para seca.

5.3 DESCRIÇÃO DO ROTEIRO

- Nome: Rota Celeste;
- Local: Parque Sesc Baía das Pedras;
- Início: 20h30;
- Término: 22h;
- Duração aproximada: 1h30min;
- Idade mínima: 2 anos;

- Valores:
 - Credencial sesc: R\$30,00
 - Público geral: R\$40,00
- Número de passageiros: 20

O roteiro tem como foco principal a apresentação e apreciação do céu noturno no bioma pantaneiro em um local de visualização privilegiada, com o auxílio de um guia / monitor especializado, indo até a unidade do Parque Sesc Baía das Pedras para uma imersão ainda maior com a natureza.

A van sairá do hotel as 20h30, seguindo para o parque, acomodando todos no local apropriado para iniciar a atividade.

O guia deve assumir o controle na chegada e passar as instruções a todos, sendo elas: Explicar o objetivo da atividade e solicitar que não utilizem o celular e outros objetos luminosos, para não atrapalhar a visibilidade do céu, até que seja liberado.

Para melhor visualização, o guia (e somente o guia) contará com o auxílio de um laser astronômico, que pode ser utilizado para apontar os objetos descritos no céu.

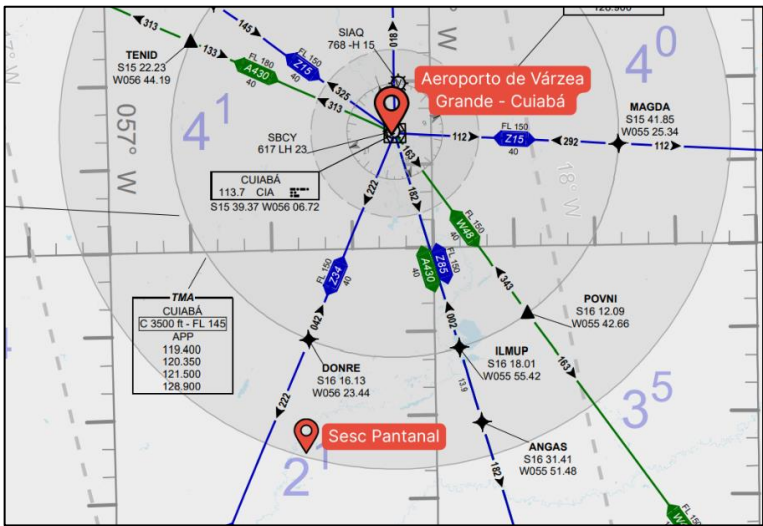
Para a explicar o céu, o guia pode optar por diferentes abordagens de apresentação, científica e cultural (mencionadas no tópico 6.2). O guia também poderá indicar aplicativos (como Stellarium) para apoio da observação. Ao final da explicação será dado tempo para os passageiros observarem e questionarem, caso tenham dúvidas e tirem fotos. Ao final do tempo previsto, a van fará o retorno ao Hotel.

5.4. DESAFIOS ENCONTRADOS

Durante a realização da pesquisa, além da questão climática - que representou um desafio relevante, que foi considerado e resolvido para viabilizar a realização do roteiro - outro aspecto técnico importante que foi destacado é a utilização dos lasers astronômicos. Pela localização do Sesc Baía das Pedras ser relativamente próxima ao Aeroporto Internacional Marechal Rondon em Várzea Grande (Cuiabá-MT), surgiu a preocupação quanto à possível interferência do feixe de laser nas rotas aéreas da região. Segundo dados apresentados na carta aeronáutica fornecida pelo departamento de controle do espaço aéreo, apresentada na figura 2, é possível observar a localização do Sesc e do aeroporto, além das rotas de aéreas (representadas em azul e verde), fica perceptível que a atividade não irá interferir na rota dada a distância segura do Sesc em comparação com os locais sobrevoados pelos aviões.

Portanto, os desafios encontrados não inviabilizam a aplicação do roteiro proposto, pelo contrário, ambos foram identificados e analisados criteriosamente, sendo possível encontrar soluções viáveis, garantindo a segurança da atividade.

Figura 2 – Carta Aeronáutica



Fonte: AISWEB - Informações Aeronáuticas do Brasil.

Disponível em: <https://aisweb.decea.mil.br/?i=cartas&p=rotas>. Acesso em: 07/05/2025.

5.5 CUSTOS PARA A EXECUÇÃO E VALOR DO INVESTIMENTO

Para a implementação e execução do roteiro proposto, serão necessários recursos humanos e materiais, como contratação de guias e monitores, entre outros, conforme descrito abaixo na tabela 1.

Para conduzir os visitantes durante o a realização do roteiro não é obrigatória a formação em Guia de Turismo, uma vez que será proposta uma parceria com o portal especializado em astronomia Night Sky, que oferece cursos, workshops online e expedições com ênfase no astroturismo e astrofotografia, possibilitando assim a capacitação tanto de guias credenciados quanto de monitores locais. Assim, todos

os profissionais envolvidos poderão conduzir a atividade com segurança e conhecimento.

Entre os equipamentos necessários incluem-se lanternas e baterias, que serão necessárias no deslocamento noturno da van até o local onde será feita a observação. O laser astronômico será essencial para a identificação e explicação do céu feita pelos guias/monitores. Por fim, os materiais de marketing e divulgação inclui desde panfletos até mídias digitais, visando promover o roteiro ao público-alvo de maneira ampla e eficaz.

Tabela 1 – Custos para execução do roteiro.

Categoria	Item	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Recursos Humanos	Guia/Monitor	4	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00
Recursos Materiais	Lanterna Grande de Longa Distância	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
	Baterias para Lanterna	-	R\$ 50,00	R\$ 50,00
	Laser de Apontamento Astronômico	4	R\$ 250,00	R\$ 1.000,00
	Pilhas para Laser	-	R\$ 60,00	R\$ 60,00
Outros Custos	Marketing e Divulgação	-	-	R\$ 1.000,00
TOTAL GERAL				R\$ 10.710,00

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Para estimar o valor de investimento necessário feito pelos turistas para realizar o roteiro, foi considerada como referência a tabela de preços (retirada do site do Sesc Pantanal) com o valor de outros passeios já oferecidos pelo Sesc, como por exemplo, o roteiro de focagem noturna, realizado no Sesc Pantanal cujo valor de investimento é de R\$40,00 para credenciados e R\$60,00 para público geral, e ainda o roteiro de passeio no Parque Baía das Pedras, realizado durante a tarde com duração de 1 hora 30 minutos, cujo investimento é de R\$20,00 para credenciados e R\$30,00 para visitantes não

credenciados. Tomando tais valores como base, foi decidido estabelecer um investimento de R\$30,00 para credenciados e R\$40,00 para público geral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O trabalho apresenta como objetivo principal analisar a viabilidade da implementação de um roteiro de astroturismo no Sesc Pantanal, considerando seus aspectos ambientais, culturais, turísticos e educacionais. A partir da análise da fundamentação teórica, foi possível observar que a região apresenta condições favoráveis para o desenvolvimento dessa atividade, destacando-se pela baixa poluição luminosa, infraestrutura adequada, forte vínculo com o ecoturismo e pela atuação do Sesc como promotor do turismo social. A proposta do roteiro "Rota Celeste" mostra-se viável e inovadora, ao integrar abordagens científicas e culturais na observação do céu, oferecendo assim uma experiência única.

Durante a pesquisa, os principais desafios identificados foram analisados e solucionados, reforçando a viabilidade do projeto. A estimativa de custos e a definição do valor de investimento foram elaboradas com base em práticas já oferecidas pelo Sesc, garantindo sustentabilidade financeira à proposta e acessibilidade à diferentes perfis de visitantes. Além disso, a proposta utiliza de forma consciente as instalações já disponíveis e consolidadas dentro do Sesc Pantanal, como hospedagem, serviços de A&B e de transporte, otimizando recursos sem necessidade de grandes investimentos adicionais.

Conclui-se que a implementação do roteiro de astroturismo no Sesc Pantanal representa uma oportunidade de diversificação da oferta

turística da região, promovendo não apenas lazer, mas educação, inclusão social e valorização do patrimônio natural e cultural brasileiro. Espera-se que a proposta possa ser implementada no Sesc futuramente e que incentive o desenvolvimento de novas iniciativas e projetos voltados para o astroturismo articulado ao ecoturismo e ao turismo social, contribuindo para o fortalecimento da atividade turística no Brasil de forma responsável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFONSO Germano. As Constelações Indígenas Brasileiras. 2013.
Disponível em: <http://www.telescopiosnaescola.pro.br/indigenas.pdf>. Acesso em: 20/05/2025
- ALMEIDA, Marcelo. Turismo social: **reflexões e práticas no Brasil (Social tourism: reflections and practices in Brazil)**. Universidade de São Paulo. Revista Turismo e Desenvolvimento, nº26. Janeiro 2016. Acesso em 07/08/2024
- ALMEIDA Vinicius. **Reservas Particulares e pesquisas científicas: caminhos para transformar o planeta**. 2025. Disponível em: <https://www.sescpantanal.com.br/noticia.aspx?noticia=563>. Acesso em: 20/05/2025
- BEZERRA, Givaldo Santos. **Os fundamentos teóricos – conceituais do ecoturismo**. Sergipe, 2009. Acesso em: 07/08/2024
- BRASIL. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Social no Brasil**. Brasília, 2019. Acesso em: 07/08/2024
- Ciência Hoje. **Astroturismo, uma viagem pela noite estrelada**. Disponível em: <https://cienciahoje.org.br/artigo/astroturismo-uma-viagem-pela-noite-estrelada/>. Acesso em 07/08/2024.

Contribuciones a las ciencias sociales. **Turismo astronómico: o caso do observatório do lago de Alqueva (ola) no Alentejo – Portugal**. 04/2021. Disponível em: <https://www.eu-med.net/uploads/articulos/6e38030d6d26411661d764c4e51987ee.pdf>. Acesso em 07/08/2024

MARTÍNEZ, C.M.J. **Manual de Astroturismo**. Argentina: Vazquez Mazzini Editores, 2017. Acesso em: 02/08/2024

OLIVEIRA & DA SILVA. **Conhecimento ecológico tradicional de pescadores profissionais sobre peixes da baía Caiçara, Pantanal de Mato Grosso**, Cáceres, Brasil. 2013. Disponível em: <file:///C:/Users/Elmde/Downloads/24517-Texto%20do%20artigo-96307-1-10-20140729.pdf>. Acesso em 29/05/2025.

OLIVEIRA FILHO e SARAIVA. **Constelações. 2025**. Disponível em: <http://astro.if.ufrgs.br/const.htm#:~:text=As%20constela%C3%A7%C3%B5es%20mundam%20com%20o,Cada%20constela%C3%A7%C3%A3o%20tem%20sua%20coordenada>. Acesso em: 20/05/2025

Revista de Turismo Contemporâneo. **Astroturismo – Viajando para ver as estrelas**. 01/2023. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/27440/16358>. Acesso em 07/08/2024.

SESC. O que é Sesc? (s.d). Disponível em: <https://www.sesc.com.br/faq/o-que-e-sesc/#:~:text=Sesc%20%C3%A9%20a%20sigla%20para,aos%20trabalhadores%20e%20seus%20familiares>. Acesso em: 20/11/2024.

Equipamentos culturais e narrativas históricas tendo como base “Encontro com os vizinhos do Museu da Língua Portuguesa” no Bairro do Bom Retiro (SP): O que há de potências turísticas neste território?

Marina Marques Barreto
Graduanda do Curso de Gestão de Turismo da Faculdade de
Tecnologia de São Paulo.

Juliana Augusta Verona
Doutora em Geografia pela UNESP. Orientadora e Professora do
Curso de Gestão de Turismo da Faculdade de Tecnologia de São
Paulo.

Sueli Soares dos Santos Batista
Doutora em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano pela
USP. Coorientadora e Professora do Curso de Gestão de Turismo da
Faculdade de Tecnologia de São Paulo.

INTRODUÇÃO

O “Encontro com Vizinhos do Museu da Língua Portuguesa” é uma iniciativa do próprio museu que promove a interação entre a instituição e os equipamentos culturais do território, estabelecendo um espaço de diálogo e reflexão sobre questões comuns que afetam a comunidade. O principal objetivo dessa iniciativa é fortalecer as ações em rede e construir uma presença comunitária mais significativa, essencial para a consolidação de equipamentos urbanos artísticos e culturais que atendam às necessidades dos cidadãos. Essa prática de promover encontros entre o museu e a vizinhança é fundamental para ampliar o uso desses espaços pela comunidade, garantindo que as ofertas culturais sejam acessíveis e relevantes.

A importância desse tema se destaca diante da profunda necessidade de proporcionar à comunidade do bairro Bom Retiro, em São Paulo, o acesso e uso dos equipamentos e atividades oferecidos por organizações, coletivos e instituições na região. Considerando as desigualdades socioeconômicas existentes, essa iniciativa representa uma oportunidade de acolhimento e promoção da melhoria na qualidade de vida das pessoas. É crucial identificar e facilitar o acesso a diferentes equipamentos e atividades disponíveis gratuitamente, muitas das quais a comunidade local pode não conhecer.

O objetivo central desta pesquisa é mapear e documentar narrativas históricas selecionadas que deram origem às organizações, coletivos e instituições que compõem o “Encontro com Vizinhos do Museu da Língua Portuguesa”, um Fórum onde Museu e território se

encontram para discutir questões comuns, a fim de propor roteiro de turismo de experiência a partir das análises realizadas.

A pesquisa se apoiou em uma abordagem qualitativa, com ênfase na narrativa histórica como metodologia central para coleta de dados. Foram realizadas entrevistas com funcionários e representantes de instituições culturais localizadas no bairro do Bom Retiro, São Paulo, incluindo o Museu da Língua Portuguesa, a Casa do Povo e a Casa Mário de Andrade.

O processo de inventariação foi conduzido por meio do preenchimento das fichas de inventário do IPHAN, utilizadas para identificar e classificar as referências artístico-culturais encontradas e foi adotado como modelo para a atualização do levantamento das referências culturais e históricas do bairro do Bom Retiro, com destaque para a Casa do Povo. A análise incluiu tanto as entrevistas realizadas quanto a avaliação dos equipamentos culturais identificados, servindo como base para o desenvolvimento de um roteiro de turismo de experiência que integra as potencialidades e as narrativas históricas das instituições analisadas. Trata-se de uma pesquisa aplicada, de natureza descritivo-exploratória, que combinou levantamento bibliográfico, pesquisa documental e estudo de campo. Esses métodos permitiram a caracterização dos diferentes atrativos culturais e históricos, com o objetivo de subsidiar a futura criação de roteiros turísticos no bairro, com foco nas organizações participantes do "Encontro com os Vizinhos" do Museu da Língua Portuguesa.

A estruturação dos roteiros será realizada com base no levantamento dos bens inventariados, classificados em: atrativos naturais, atrativos culturais, atividades econômicas, realizações técnicas,

científicas e artísticas, além de eventos programados (Ministério do Turismo, 2007, p. 27).

1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO: BAIRRO DO BOM RETIRO E O “ENCONTRO COM OS VIZINHOS”

A ocupação do bairro passou a ser datada a partir do séc. XIX, onde se abrigavam sítios e chácaras, procurada e pertencentes pelas famílias afortunadas da época como local de “retiro” nos fins de semanas, diante do tal alojamento destaca-se a chácara “Bom Retiro” que futuramente dará nome a região. Com o desenvolvimento da industrialização o espaço que era destinado a lazer foi passando a ter caráter fabril. Segundo a Divisão do Arquivo Histórico, observa-se:

[...] anteriormente, por volta de 1860, o lugar passara a contar com a primeira grande olaria da cidade, que utilizava as argilas da várzea, a Olaria Manfred, e que, em fins do século XIX, o capitalista Manfredo Meyer adquiriu e loteou enorme área abrindo ruas. Nessa época chegaram aí imigrantes europeus, particularmente italianos, e se fixaram. instalaram-se as primeiras grandes fábricas como a Fábrica Anhaia, de tecidos de algodão, na rua desse nome. c a Cervejaria Germânia, dos irmãos Richert, na Rua dos Italianos, hoje pertencente a Companhia Antártica como Cervejaria Progresso. (Dertônio, p.13, 1971)

Adjunto com a “The São Paulo Railway”¹, tem-se a proliferação de fábricas pelo bairro tornando-o essencialmente operário. Em meados

¹ Conhecida também como Estrada de Ferro Inglesa Projetada pelo Barão de Mauá que ligava Santos a Jundiaí para escoar mercadorias.

de 1880 tem-se a chegada dos italianos, que passarão a ser a maioria dos trabalhadores dentro das fábricas e pioneiros entre os grupos de imigrantes a se instalarem no Bom Retiro.

Segundo Dertônio (1971, p.22) a distribuição da população estrangeira no bairro do Bom Retiro se deu: de 1870 a 1890, em maioria portugueses; de 1900 a 1940, predominantemente de origem itálica; e de 1950 a 1970, de forte predominância israelita.

Com a presença de inúmeras indústrias e a localidade próxima com o centro comercial o distrito se tornou uma possibilidade de recomeço para tais grupos, chegando até a construção da hospedaria para imigrantes funcionando por cinco anos e tendo sua transferência para a região do Brás em 1887.

Na virada do século, apesar do número expressivo de fábricas, o comércio local começava a dar seus primeiros passos, de acordo com o Guia Prático da Cidade de São Paulo “Inúmeros estabelecimentos, como alfaiatarias, armazéns, casas importadoras, padarias, farmácias, hotéis nas proximidades da Estação da Luz, lojas de calçados, uma refinação de açúcar e de café, uma casa de fumos e até urna modista italiana”. A construção do viaduto para unir as ruas José Paulino, Couto de Magalhães e a Alameda Nothmann em 1900 faria com que as atividades comerciais do bairro se expandissem.

Na década de 1950, o comércio local assumiu um papel central no território e na paisagem do Bom Retiro, marcado também pela presença de grupos imigrantes. Esses grupos trouxeram suas tradições e costumes, ressignificando-os e tornando o bairro um polo cultural capaz de atrair diversos públicos até os dias atuais. Na figura 1 a seguir, podemos observar a localização da área de estudo.

Foi realizada uma entrevista de maneira semiestruturada² com um Articulador do Museu da Língua Portuguesa, a fim de coleta de informações sobre o projeto “Encontro com os Vizinhos”. O Projeto nasceu em 2021, idealizado por uma Articuladora do Museu, com o propósito de fortalecer a rede de serviços e a interação entre os moradores da região. A proposta central era incentivar os vizinhos a se envolverem na rede local, facilitando o acesso aos serviços disponíveis no bairro.

Com o passar do tempo, o projeto no bairro evoluiu, direcionando-se cada vez mais para a integração dos trabalhadores dos serviços locais. Essa abordagem tem gerado resultados significativos, promovendo ações concretas no território e melhorando a qualidade dos serviços oferecidos. A interação entre os diferentes serviços permite organizar ações de forma mais eficaz, estabelecer fluxos de atendimento, planejar atividades conjuntas e compartilhar informações sobre os cidadãos atendidos. Esses esforços garantem um atendimento mais abrangente e integrado. A rede de vizinhos desempenha um papel essencial nesse contexto, ao facilitar a troca de informações e o conhecimento mútuo entre trabalhadores e equipamentos locais. Essa aproximação possibilita uma compreensão mais profunda das realidades do bairro e de seus moradores, enriquecendo a qualidade dos serviços e ampliando seu alcance.

Um dos principais objetivos do “Encontro dos Vizinhos” é fomentar um espaço de colaboração em rede, onde os serviços atuem de forma conjunta, uma vez que a atuação isolada é limitada. Ao trabalhar em parceria, o projeto contribui para a construção de um

² Roteiro pré-elaborado que possibilita um ambiente de diálogos, pensamentos e reflexões.

território fortalecido, no qual o esforço coletivo gera resultados que seriam inalcançáveis individualmente.

É importante destacar que os encontros com os vizinhos no Bairro do Bom Retiro, ocorrem na terceira quarta-feira de cada mês, tendo sempre um ponto focal pré-estabelecido pela organização do projeto e o espaço concedido pelo coletivo ou instituição.

Tal movimento destaca a diversidade de participantes e a dinâmica de convivência entre os moradores e as entidades envolvidas. Este tipo de iniciativa é essencial para promover a troca de experiências, integrar a comunidade e estimular o desenvolvimento social e cultural, além de proporcionar uma oportunidade para a promoção de serviços e ações de interesse coletivo, contribuindo para o fortalecimento do bairro e a ampliação da colaboração entre os moradores e as organizações locais.

2 A IMPORTÂNCIA DOS TERRITÓRIOS DENTRO DOS ESPAÇOS DA CIDADE

O geógrafo David Harvey (2012), inspirando-se em Lefebvre (2001) defende o direito à cidade como um dos direitos humanos fundamentais. Esse direito não se refere à apropriação individual do espaço urbano, mas só ocorre na dimensão do coletivo em contraponto à mercantilização da cultura e aos resultados imediatos da financeirização do capital:

O direito à cidade se manifesta como forma superior dos direitos: direito à liberdade, à individualização na socialização, ao habitat e ao habitar. O direito à obra (à atividade participante)

e o direito à apropriação (bem distinto do direito à propriedade) estão implicados no direito à cidade. (Lefebvre, 2001, p. 125)

Concordamos com Harvey (2012) quando afirma que a cidade que desejamos não está dissociada dos laços sociais, relação com a natureza, estilos de vida, tecnologias e valores estéticos também desejados e construídos. Trata-se de trazer à luz o direito de mudar a cidade e a nós mesmos no que Harvey (2012) designa como o exercício de um poder coletivo de moldar o processo de urbanização. As cidades são espaços de vida, de cultura e de educação. Avançam os conceitos e práticas em torno das cidades educadoras:

[...] com suas instituições de ensino formal e as suas intervenções não formais (com fins educativos fora da educação regulamentada) e informais (não intencionais ou planejadas), colaborarão entre si, bilateral ou multilateralmente, para tornar a troca de experiências uma realidade (Associação Internacional de Cidades Educadoras, AICE, p.4, 1990).

O conceito de cidades educadoras está articulado a outras ênfases e abordagens como as de “cidades educadoras”, “cidades inteligentes”, “cidades digitais”, “cidades saudáveis”. Apesar de serem categorias consideradas em escala global, é nas localidades e nos territórios que as experimentações para o exercício de uma plena cidadania democrática se constituem. A cidade se apresenta com múltiplas dimensões, seja como construção histórica (logo em permanente movimento), espaço das representações e espaço de disputas (econômicas, políticas e de valores). As várias dimensões interagem. O tecido urbano, periurbano e rural, o traçado das vias, localização dos conjuntos residenciais, aglomeração de comércios, freguesias, condomínios industriais,

indústrias isoladas, pontes, escolas, hortas e sítios foram produzidos, mantidos, substituídos, por confrontos (algumas vezes, s outras vezes não) econômicos, políticos, culturais, ideológicos. Isto se esperaria em uma cidade da diversidade. O sentido e entendimento da cidade se produzem na articulação destas dimensões e não são expressões abstratas apenas presentes no pensamento e expectativas dos cidadãos. São expressões de fato – materializações de um agir e viver sociais que possuem uma expressão espacial – em permanente processo de (re)construção.

A cidade contempla estas materialidades expressas espacialmente – definidoras de uma paisagem como resultado e condição das relações entre as diversas identidades culturais nela presentes em cada momento histórico. A cidade é portadora de diferentes territorialidades (Paes, 2023). A história nos mostra que os processos de urbanização somados aos longos processos de desenraizamento cultural criaram cidades distantes para as pessoas, as quais acostumaram-se a ver a cidade como um espaço distante para a convivência, habituando-se a frequentar shoppings centers e esvaziando os centros comerciais das cidades, antigos espaços de compras e de lazer.

A especulação imobiliária também tem colocado em risco os lugares de memória que associam discursos e práticas, razão e sentimentos enraizados no lugar – o reconhecimento e preservação da paisagem urbana, elementos associados à identidade cultural e à ocupação consciente ou não do espaço, ou seja, às identidades territoriais presentes na cidade (Norá, Aun Khoury, 2012).

Como forma de inspiração a novos pensares, aqui também é possível considerar a importância da compreensão do território, do espaço público e urbano, como espaços fragmentados e segregados, reflexo

dos processos de desigualdade social, potencializados pelo sistema capitalista. como resposta a esse sistema (que tem a lógica das fragmentações territoriais e sociais), surgem diversas resistências, de expressões artísticas orquestradas por coletivos culturais. Na cidade de São Paulo, tais coletivos são formados, em sua grande maioria, por jovens oriundos de regiões periféricas. Que segundo a geógrafa Odete Seabra (2004) revela:

Pode-se, contudo, supor e em certa medida até constatar, que os milhões de pobres urbanos, confinados em seus territórios, não vivem apenas a pobreza de sua condição social. E, mais, se eles estivessem vivendo apenas a pobreza de sua condição, os autos segregados (muitos de nós) não teríamos nenhum futuro. Está pouco elucidada, para não dizer desconhecida, a composição (quantitativa e qualitativa) do que possam ser os moradores pobres da metrópole. Contudo, há certo tempo, aqui ou ali, muitos jovens mostram a sua disposição de fazer a crítica da sua própria condição, nos mais diversos lugares, com uma linguagem própria (que muito se parece a 15 um dialeto) nas inscrições e nos desenhos murais, no movimento Hip Hop (Seabra, 2004, p. 202).

Neste contexto, a reflexão destaca o conceito de ressignificação do espaço, onde as ações promovidas pelos coletivos culturais atribuem novos significados ou valores simbólicos aos territórios em que atuam.

Tendo como premissa a vulnerabilidade socioambiental presente no Bairro do Bom Retiro e entendendo que justamente são as pessoas que dão significado e utilização ao território em geral – e nele está inserido o espaço urbano –, é o modo de vida da sociedade que molda essa relação. Com isso, podemos dizer que o espaço urbano (seu

significado e utilização) é hoje fruto da lógica de mercado capitalista, de um modo de vida privado.

Milton Santos, ao abordar a relação entre o capitalismo globalizado e o território, deixa claro que vivemos em uma sociedade onde a competição se sobressai à solidariedade. As relações humanas estão esvaizadas, portanto os espaços públicos, como espaços de convivência, diálogo e expressão humana perdem seu sentido primordial.

Ao menos em um primeiro momento e sob o impulso da competitividade globalizadora, produzem-se egoísmos locais ou regionais exacerbados, justificados pela necessidade de defesa das condições de sobrevivência regional, mesmo que isso tenha de se dar à custa da ideia de integridade nacional. Esse caldo de cultura pode levar à quebra da solidariedade nacional e conduzir a uma fragmentação do território e da sociedade. (Santos, 2001, p. 94).

A fragmentação do território e da sociedade, explicitada por Milton Santos é inegável, visível aos olhos. A utilização do espaço é ditada pelos interesses do mercado, beneficiando uma classe social privilegiada financeiramente. No sentido de oferecer alternativas para vivência mais coletiva e inclusiva nestes territórios, desde 2021, ocorrem encontros com as instituições, coletivos e organizações no Bairro do Bom Retiro (SP), com a finalidade de que todos se conheçam e para que a vizinhança tenha chance de acessar novos espaços e possibilitar que pontes sejam construídas para toda população que ali reside. É possível considerar a importância da compreensão do território, do espaço público e urbano, como espaços fragmentados e segregados, reflexo dos processos de desigualdade social, potencializados pelo sistema capitalista. como resposta a esse sistema (que tem a lógica das

fragmentações territoriais e sociais), surgem diversas resistências, de expressões artísticas orquestradas por coletivos culturais. Na cidade de São Paulo, tais coletivos são formados, em sua grande maioria, por jovens oriundos de regiões periféricas. Que segundo a geógrafa Odete Seabra (2004) revela:

Pode-se, contudo, supor e em certa medida até constatar, que os milhões de pobres urbanos, confinados em seus territórios, não vivem apenas a pobreza de sua condição social. E, mais, se eles estivessem vivendo apenas a pobreza de sua condição, os autos segregados (muitos de nós) não teríamos nenhum futuro. Está pouco elucidada, para não dizer desconhecida, a composição (quantitativa e qualitativa) do que possam ser os moradores pobres da metrópole. Contudo, há certo tempo, aqui ou ali, muitos jovens mostram a sua disposição de fazer a crítica da sua própria condição, nos mais diversos lugares, com uma linguagem própria (que muito se parece a 15 um dialeto) nas inscrições e nos desenhos murais, no movimento HIP HOP. (Seabra. 2004, p. 202).

A autora sublinha a importância de entender as complexidades da pobreza urbana, destacando que os jovens dessas comunidades estão criando novos sentidos e formas de resistência dentro dos limites impostos pela marginalização social.

3 INVENTÁRIO DA CASA DO POVO A PARTIR DA HISTÓRIA ORAL

A pesquisa selecionou quatro coletivos participantes do projeto "Encontro com os Vizinhos". No entanto, para os objetivos deste artigo, optou-se por focar na análise de apenas um coletivo, a Casa do Povo. A escolha deste coletivo foi motivada pela sua proximidade

geográfica com a Faculdade de Tecnologia de São Paulo (Fatec São Paulo), instituição responsável pela realização da pesquisa.

A Casa do Povo é um importante centro cultural comunitário localizado no bairro Bom Retiro em São Paulo. Fundada após a Segunda Guerra Mundial, em 1946 como forma de homenagear às vítimas do Holocausto e criar um espaço que visava dar continuidade à cultura judaica. O espaço foi criado pelo Instituto Cultural Israelita Brasileiro (ICIB) que busca promover a memória histórica, a cultura e a arte.

A Casa é um local multifacetado. Ela funciona como um centro cultural, oferecendo uma programação diversificada com grupos artísticos e culturais, desde grupos de dança até atividades que envolvem a comunidade local. O espaço também serve como um centro comunitário, onde moradores do Bom Retiro possam trabalhar, relaxar ou se divertir.

Tendo atualmente 71 anos de história, o espaço passou por várias transformações ao longo do tempo, refletindo as mudanças no bairro. Desde 2013, a Casa vem se reinventando, principalmente com o Movimento Passe Livre e começou a se reabrir para diferentes públicos, trazendo nova energia e revitalizando o espaço.

Entre os projetos realizados, destaca-se o ERUV, que pode ser visto na Figura 1. Trata-se de uma celebração que acontece durante o Shabbat, período entre a sexta-feira e o sábado (*shabatot*, em hebraico). Essa atividade busca promover momentos de desaceleração em meio à agitação da vida urbana, com almoços comunitários e corridas onde vence quem chegar por último. O objetivo é criar um ambiente mais conectado com a comunidade.

Nos últimos anos, o impacto da Casa tem sido muito positivo, a abertura para o bairro resultou em uma aproximação com grupos

diversos, não apenas da comunidade judaica, mas de várias origens sociais e culturais. Durante a pandemia, a Casa se destacou ao organizar ações de apoio à comunidade, como distribuição de alimentos e auxílio na obtenção de recursos emergenciais.

Figura 1- Celebração do ERUV.



Fonte: CASA DO POVO. *Instagram*, 2024.

Apesar dos avanços, o espaço ainda sofre com questões de manutenção. A instabilidade do financiamento cultural no Brasil exige a busca de diversas fontes de recursos. Tais como apoio de leis de incentivo à cultura e associados que ajudam financeiramente o local. Ad-junto de uma grande festa anual para arrecadar fundos, envolvendo toda a comunidade em apresentações e performances.

A Casa do Povo é um exemplo inspirador de como um espaço cultural pode se manter relevante ao longo do tempo, atuando como um ponto de memória e integração comunitária.

A história oral é uma metodologia de pesquisa e um campo de estudo que se concentra na coleta, preservação e análise de relatos

pessoais e experiências vividas, geralmente por meio de entrevistas. Essa abordagem valoriza as vozes e perspectivas de indivíduos que podem não estar representados em documentos oficiais ou nas narrativas históricas tradicionais. A história oral é particularmente útil para entender a vida cotidiana, as culturas locais e as experiências de grupos marginalizados. A pesquisa se faz do uso do Método Qualitativo, onde a história oral utiliza entrevistas como principal ferramenta de coleta de dados, permitindo que os participantes compartilhem suas histórias em suas próprias palavras.

3.1. CASA DO POVO: HISTÓRIA ORAL E ATUALIZAÇÃO DO INVENTÁRIO

No item 4.1, é abordado o processo de atualização do Inventário Cultural, que tem como referência as fichas de inventário produzidas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). A atualização foi realizada com base na entrevista conduzida com representantes da Casa do Povo, um dos coletivos culturais selecionados no projeto "Encontro com os Vizinhos". A seguir são apresentados trechos da entrevista realizada no modelo semi estruturado, no dia 9 de Setembro de 2024 com um representante do coletivo para entender seu funcionamento e como o espaço se encontra no momento presente.

Quando perguntado sobre quais foram os objetivos alcançados até o momento e quais pretende alcançar no futuro?

Representante: "Acho que um dos objetivos principais é continuar sendo um espaço acolhedor para diferentes públicos, sem que

ninguém se sinta vigiado ou limitado no que pode fazer aqui. Queremos que as pessoas se sintam à vontade para ocupar o espaço, seja de forma espontânea ou programada, e que o público, especialmente aqueles que têm mais dificuldades de acesso, se sintam acolhidos. Estamos trabalhando nesse sentido, e o trabalho vem evoluindo, mesmo que de forma gradual”.

Quando perguntado de que maneiras eles veem o impacto desse equipamento para a comunidade no território?

Representante: “Vejo o impacto muito positivo, especialmente nos últimos anos, com a Casa mais aberta para o bairro. Isso é um reflexo de uma aproximação entre a Casa e os grupos do bairro, não apenas com a comunidade judaica, mas com várias pessoas de diferentes contextos sociais e culturais. Grupos como o Mexa, por exemplo, que começaram aqui e hoje se constituem como uma companhia de teatro, têm um impacto visível”.

Quando questionado sobre as principais dificuldades enfrentadas na manutenção deste espaço no território?

Representante: “Um dos maiores desafios é a manutenção do espaço. Como o trabalho com cultura no Brasil é instável, temos que buscar diversas fontes de financiamento. Além disso, há reformas estruturais que gostaríamos de realizar, como o restauro do teatro e melhorias na acessibilidade. Por exemplo, já incluímos corrimão com braile e piso podotátil em algumas áreas, mas ainda há muito a ser feito nesse sentido ”.{...}

Em termos gerais, a Casa do Povo é um espaço importante que conecta diferentes grupos sociais e culturais, criando um ambiente acolhedor e inclusivo. Durante a pandemia, ela teve um papel fundamental, organizando ações para ajudar a comunidade, como a distribuição de alimentos e o apoio no acesso a recursos emergenciais.

Contudo, a manutenção do espaço enfrenta desafios financeiros e estruturais. A busca por financiamento é uma constante, com apoio de leis de incentivo e eventos de arrecadação, além do apoio de associados. Além também da busca em melhorar sua acessibilidade para cada vez mais pessoas utilizarem a Casa.

Em suma, a Casa do Povo é um exemplo de como um espaço cultural pode se manter relevante e vibrante ao longo do tempo, atuando como um ponto de memória e integração comunitária, mesmo diante das dificuldades.

A partir dessa entrevista, foi possível enriquecer o inventário com novas informações sobre a atuação e importância da Casa do Povo no contexto do bairro do Bom Retiro, destacando sua contribuição para a preservação cultural e o fortalecimento do território. A análise das fichas do IPHAN, com o modelo de atualização possibilitou uma compreensão mais detalhada da relevância histórica e cultural do espaço, fundamentando o desenvolvimento de estratégias para a criação de roteiros de turismo de experiência, alinhados com a dinâmica social e cultural local.

3.2. TURISMO DE EXPERIÊNCIA: PROPOSTA DE UM ROTEIRO NO BOM RETIRO

O turismo de experiência é uma modalidade que tem ganhado destaque nos últimos anos, onde “busca proporcionar ao turista momentos únicos e marcantes durante sua viagem, através de ofertas inovadoras que compensam toda a viagem” (Pezzi & Vianna, 2015:172). Tal segmentação busca proporcionar momentos únicos e autênticos, permitindo que os turistas se conectem de forma mais profunda com o destino visitado. Essa abordagem valoriza a interação com a comunidade local, as tradições, a gastronomia, a arte e outros aspectos que compõem a identidade do local, tornando a experiência turística mais enriquecedora e significativa.

Tendo como base tal eixo temático, se propôs a elaboração de um roteiro partindo do ponto inicial da Fatec São Paulo em direção aos equipamentos selecionados, conforme a figura 2.

1 Museu da Língua Portuguesa- Conexão e Identidade: Localizado na Estação da Luz, um dos principais pontos de passagem dos imigrantes que chegaram ao Brasil. O museu passou por uma profunda reestruturação após um incêndio em 2015 que danificou boa parte do espaço, mas que teve sua reabertura em 2021 (conforme ilustrado na figura 3). O novo espaço foi projetado para ser mais acessível, oferecendo rampas, pisos podotáteis, banheiros adaptados e equipes treinadas para acolher todos os visitantes. O espaço tem como principal objetivo fortalecer seu papel como um centro de valorização das línguas brasileiras, promovendo a preservação de outras línguas,

Figura 3- Arquitetura externa do Museu da Língua Portuguesa



Fonte: Instagram do Museu, 2024

2 Casa do Povo- Resistência e Memória: A Casa do Povo, conforme apresentado na Figura 4 é um espaço cultural que se destaca por suas atividades dinâmicas e exposições flexíveis, promovendo reflexões sobre cidadania, arte e memória. Os visitantes têm a oportunidade de se envolver com questões sociais relevantes, como a história da resistência e a luta por direitos. A Casa se adapta às necessidades de cada projeto, atendendo tanto associações do bairro quanto propostas artísticas inovadoras, como aulas de yoga e boxe. Essa diversidade transforma cada visita em uma experiência enriquecedora, onde a arte se torna uma poderosa ferramenta para a transformação social.

O Museu da Língua Portuguesa, traz uma abordagem interativa sobre a língua como manifestação cultural. Ao ser o ponto de partida, tem-se o papel da herança histórica para a formação do território além dos âmbitos linguísticos e históricos do Brasil. Em seguida, a Casa do Povo oferece um espaço dinâmico onde arte e cidadania se encontram, promovendo reflexões sobre a resistência e a luta por direitos, principalmente num território multicultural e que está em constante transformação. Por fim, o Café Colombiano traz uma perspectiva da multiculturalidade. Celebrando a cultura colombiana, uma cultura de grande presença no bairro e as questões de construção da memória.

Este itinerário proposto integra não só a diversidade cultural de São Paulo, como as experiências oferecidas por cada um dos espaços, permitindo uma compreensão mais ampla da riqueza cultural e histórica do Bom Retiro.

Cada local contribui de maneira única para a narrativa coletiva do bairro, revelando como a cultura é um elemento vital na construção da identidade local e na promoção de um diálogo contínuo entre passado e presente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo reafirma a relevância do bairro do Bom Retiro como um território dinâmico, que apresenta tanto desafios quanto oportunidades para o acesso da comunidade aos equipamentos, serviços e atividades oferecidos por diversos coletivos e instituições culturais. Ao abordar as potencialidades do bairro, fica claro o papel fundamental que organizações como a Casa do Povo desempenham na preservação da memória histórica e na promoção da integração social, econômica

e cultural da região. A atualização do inventário, com base na entrevista e nas fichas do IPHAN, forneceu dados valiosos que possibilitam a construção de um roteiro de turismo de experiência, integrando as narrativas locais e o patrimônio cultural de forma acessível e envolvente para o público.

Esta pesquisa também destaca a importância do trabalho colaborativo entre museus e comunidades na criação de experiências turísticas que vão além do consumo, oferecendo uma imersão no contexto histórico e social da região. Para o profissional de turismo, os resultados desta pesquisa servem como um recurso essencial para a formação de uma base teórica e prática que contribuirá diretamente para o desenvolvimento de roteiros e atividades turísticas sustentáveis e responsáveis. Assim, esta pesquisa não apenas complementa a formação acadêmica do estudante de Gestão de Turismo, mas também proporciona ferramentas que poderão ser aplicadas em futuros projetos de turismo comunitário, com foco no fortalecimento do vínculo entre os recursos locais e a participação ativa da população.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL DE CIDADES EDUCADORAS.

Carta das Cidades Educadoras. Disponível em: <https://www.edcities.org/pt/carta-das-cidades-educadoras/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

CASA DO POVO. Projeto cultural no Bom Retiro. Instagram, 2024.

Disponível em: <https://www.instagram.com/casadopovo/>. Acesso em: 22 nov. 2024.

DERTÔNIO, Hilário. **O bairro do Bom Retiro**. 1971.

- HARVEY, David. **Direito à cidade. Lutas Sociais**, São Paulo, n. 29, p. 73-89, jul./dez. 2012.
- JUNIOR, Antonio Francisco Bandeira. **A indústria no Estado de São Paulo em 1901**. São Paulo: Typ. do "Diário Oficial", 1901.
- LEFEBVRE, Henri. The urban revolution. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2003.
- MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA. Disponível em:
<https://www.museudalinguaportuguesa.org.br/mlp/o-museu/>.
Acesso em: [sem data].
- NORA, Pierre; AUN KHOURY, Tânia Y. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, v. 10, 2012.
Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/1210>. Acesso em: 15 fev. 2023.
- PAES, Maria Tereza Duarte. Patrimônio cultural, turismo e identidades territoriais – um olhar geográfico. Disponível em:
<http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiacultural/19.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2023.
- PEZZI, E.; VIANNA, S. L. G. A. **Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável**. Turismo em Análise, v. 26, n. 01, 2015.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

SEABRA, Odette Carvalho de Lima. **Territórios do uso: cotidiano e modo de vida. Cidades** – Revista Científica, v. 1, n. 2, p. 181-206, 2004.

TRUZZI, Oswaldo. Etnias em convívio: **o bairro do Bom Retiro em São Paulo**. Estudos Históricos, v. 28, p. 143-166, 2001.

VIGGIANI JUNIOR, Edson. **Bom Retiro: imagens, culturas e identidades**. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

Da representação à desconstrução: explorando o estereótipo feminino no turismo brasileiro

Camila de Jesus Fonseca
Tecnóloga em Gestão de Turismo formada pela Fatec São Paulo,
Brasil. Email: camila.fonseca@fatec.sp.gov.br.

Giovanna Silva Dionísio
Tecnóloga em Gestão de Turismo formada pela Fatec São Paulo. São
Paulo, Brasil. Email: giovanna.dionisio@fatec.sp.gov.br

Isabele Aleixo da Silva
Tecnóloga em Gestão de Turismo formada pela Fatec São Paulo. São
Paulo, Brasil. Email: isabele.silva6@fatec.sp.gov.br

Sueli Soares dos Santos Batista
Doutora em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano. Fatec
São Paulo e Unidade de Pós-graduação do Ceeteps. São Paulo, Brasil.
Email: suelissbatista@uol.com.br

INTRODUÇÃO

A problemática do turismo sexual no Brasil tem emergido como uma questão de crescente relevância nos últimos anos, suscitando discussões abrangentes e multifacetadas que envolvem fatores culturais, políticos, econômicos, psicossociais e étnicos (Assunção e Babinski, 2010).

O Estado brasileiro, a Lei 11.771 de 17 de setembro de 2008 com alterações propostas em 2024 pela Lei nº 14.978, normatiza a Política Nacional de Turismo, indicando aspectos importantes como o turismo sexual. Um dos objetivos dessa política nacional é apoiar a prevenção e o enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes e de outros abusos que afetem a dignidade humana no turismo brasileiro. Cabe aos prestadores de serviços turísticos a obrigatoriedade de inibir, no exercício de suas atividades, práticas que favoreçam o turismo sexual, entendido como a exploração sexual associada, diretamente ou não, à prestação de serviços turísticos (BRASIL, 2024).

Este estudo concentra-se na análise do fenômeno do turismo sexual, direcionando sua atenção para a necessidade de compreender como estereótipos profundamente enraizados na promoção turística podem influenciar diretamente a imagem do país e das mulheres brasileiras no exterior. Essa abordagem levanta questões cruciais, tais como: como foi moldada a imagem associada a esse fenômeno e de que maneira é possível desconstruir essa representação, especialmente por meio da expressão artística? O objetivo geral deste estudo é realizar uma análise da representação da mulher brasileira e de que forma sua objetificação contribui para a problemática do turismo sexual. Os

objetivos específicos são: a) compreender a evolução histórica das relações entre os estereótipos e a objetificação das mulheres brasileiras no contexto do turismo sexual e b) buscar formas e caminhos de desconstrução desse processo por meio de atividades artísticas e culturais. No estudo foi adotada uma metodologia que combinou levantamento bibliográfico, documental e pesquisa de campo para aprofundar a compreensão das representações do estereótipo feminino no contexto do turismo no Brasil, bem como as possibilidades de resistência e desconstrução dessas representações.

Na primeira seção do artigo trata da história das mulheres brasileiras e suas representações. É apresentada uma leitura inicial da carta de Pero Vaz de Caminha sobre o descobrimento do Brasil, buscando revelar as matrizes históricas do problema a partir também desse documento. Nessa seção é apresentado o referencial bibliográfico. Por meio desse referencial foram incorporadas informações de fontes acadêmicas, como o trabalho de Alves, Nascimento e Freitas (2016) sobre a função ideológica da Embratur e o estudo de Assunção e Babinsk (2010) sobre o turismo sexual no Brasil. Destaca-se a pesquisa de Kajihara (2008) sobre a imagem do Brasil no exterior através da divulgação oficial da Embratur. A pesquisa também se beneficiou de artigos acadêmicos, como o estudo de Carmerilla Martins e Davila de Cássia Brito Miranda (2022) sobre a erotização do corpo e o trabalho de Louise Afonso Prado (2006) sobre a Embratur como formadora de imagens da nação brasileira.

Na segunda seção do artigo são apresentadas leituras e experiências relacionadas a duas exposições artísticas e culturais que se configuram na pesquisa de campo. Houve um estudo específico quanto à Exposição ‘Casas e Coisas’ ocorrida ao longo de 2023 no Museu

Paulista. A segunda seção se debruça sobre o capítulo 3 do catálogo dessa exposição intitulado “O Sexo das Coisas” esclarecendo-se como objetos e espaços nas casas influenciaram os estereótipos, enfatizando a importância da cultura material na construção das identidades de gênero no Brasil e sua influência na percepção das mulheres e da sociedade em geral.

Foi também realizada uma imersão na exposição "Ah, eu amo as mulheres Brasileiras", com curadoria de Luiza Testa, que ocorreu no Centro Cultural de São Paulo em agosto de 2023. Essa exposição abordou temas relevantes relacionados à luta das mulheres brasileiras, desafios de gênero, racismo e expectativas sociais impostas a elas.

1 HISTÓRIA DAS MULHERES NO BRASIL E SUAS REPRESENTAÇÕES

Desde os primeiros relatos dos portugueses em terras brasileiras, especialmente a partir da histórica carta de Pero Vaz de Caminha, datada de 22 de abril de 1500, dirigida ao rei português Dom Manuel I, uma concepção peculiar sobre o Brasil e sua população nativa começou a ser moldada. Nessa carta, que é considerada a certidão de nascimento do Brasil, é possível identificar a descrição de um lugar paradisíaco, exótico e a exaltação da beleza das mulheres indígenas. O relato transcende a mera descrição física, adentrando detalhes específicos da sexualidade dos corpos indígenas em comparação aos corpos dos europeus. A alusão ao paraíso surge quando Caminha compara a inocência dos índios a Adão e Eva, ressaltando o fato de andarem nus sem qualquer inibição, como evidenciado neste trecho da carta:

Eles não lavram, nem criam. Nem há aqui boi ou vaca, cabra, ovelha ou galinha, ou qualquer outro animal que esteja acostumado ao viver do homem. E não comem senão deste inhame, de que aqui há muito, e dessas sementes e frutos que a terra e as árvores de si deitam. E com isto andam tais e tão rijos e tão nédios que o não somos nós tanto, com quanto trigo e legumes comemos [...] Assim, Senhor, a inocência desta gente é tal que a de Adão não seria maior – com respeito ao pudor. E uma daquelas moças era toda tingida de baixo acima, daquela tintura, e certa era tão bem feita e tão redonda, e sua vergonha tão graciosa que a muitas mulheres de nossa terra, vendo-lhes tais feições envergonhara, por não terem as suas como ela. Nenhum deles era fanado, mas todos assim como nós. (Carta de Pero Vaz de Caminha, 1500).

A influência dessa concepção do Brasil como um paraíso exótico, onde as mulheres eram vistas como sedutoras e desinibidas, perdurou ao longo do tempo e moldou profundamente a forma como o país foi percebido e representado. Essa ideia de um lugar onde a sexualidade era livre e natural despertou o interesse e a curiosidade dos europeus, incentivando a exploração e o desejo de conhecer esse novo mundo, contribuindo, assim, para a formação de estereótipos em torno da mulher brasileira.

No Dossiê intitulado "Erotização e Sexualização do Corpo: Representações Sociais da Mulher Brasileira", as autoras Carmella Martins e Dávila Miranda (2022) abordam o romance "Iracema" (1865), escrito por José de Alencar. As autoras descrevem que na obra é destacado que o nacionalismo e o indianismo são consagrados como fundamentos da ancestralidade do povo brasileiro. O relacionamento amoroso e sexual entre o homem europeu e a mulher indígena é utilizado como alegoria para a construção da história nacional. O corpo

curvilíneo de Iracema é retratado como puro e doce, porém, ao mesmo tempo, associado aos prazeres da carne. A metáfora dos "lábios de mel" é empregada para sugerir que sua virgindade é vista como honra, mas que essa doçura também contém o veneno, assim como o favo de mel que a abelha produz no tronco da andiroba.

As representações históricas e literárias da mulher brasileira, influenciadas por séculos de visões exóticas e estereótipos, desempenharam um papel relevante na construção da identidade nacional e na percepção do Brasil. Desde as primeiras descrições de Pero Vaz de Caminha até a personagem Iracema em "Iracema" de José de Alencar, a mulher brasileira foi associada a um ideal complexo que engloba força e submissão, pureza e sensualidade, refletindo as normas sociais da época.

Esse contexto histórico e literário ilustra como as representações da mulher brasileira foram influenciadas por diversos fatores, afetando não apenas a sua autoimagem, mas também a imagem do Brasil no cenário internacional.

1. 1 REPRESENTAÇÃO DA MULHER BRASILEIRA NO TURISMO

No âmbito da promoção turística, a representação da mulher brasileira nas propagandas da Embratur (Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, criada em 1966) é um tópico de grande relevância que demanda uma análise aprofundada, especialmente quando se examina a evolução das estratégias de promoção turística do Brasil. Na década de 1970, a Embratur iniciou uma fase crucial de

sua trajetória, concentrando-se na projeção da imagem do país no cenário internacional (Figura 1).

Figura 1 - Imagens veiculadas pela Embratur



Fonte: EMBRATUR, 1973.

De acordo com Afonso (2006), o Carnaval foi representado por meio de símbolos como ‘a mulata’ e ‘o samba’, elementos que remetem à ‘raiz africana do Brasil’, simbolizando as ‘três raças’ formadoras do país, e evidenciando a diversidade do Brasil: .

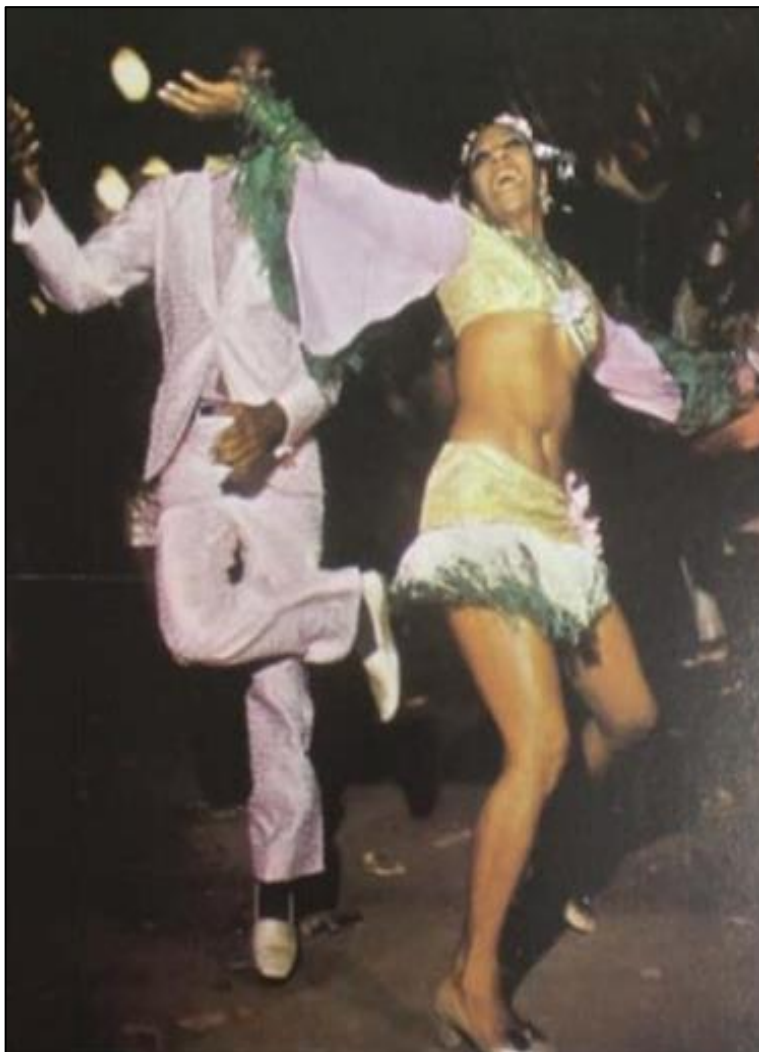
De todo o material publicado pela EMBRATUR no período, as imagens que mais se repetiram foram de aspectos e cenas do Rio de Janeiro, a principal cidade turística do Brasil; imagens de sol e praias, considerados como o maior diferencial do país; a comida, representada como herança da miscigenação do povo brasileiro — tanto os textos como as imagens divulgadas relacionavam a comida brasileira a ingredientes das “culturas” de negros e indígenas; o futebol, que havia pouco sagrado, se alçara à condição de melhor do mundo; as manifestações populares do

Nordeste; o Carnaval, principalmente o do Rio de Janeiro; e a mulher brasileira. Em todo o material, a imagem da mulher é relacionada tanto às praias quanto às manifestações culturais, mas principalmente ao Carnaval.” (AFONSO, 2006).

Além de iniciar o processo de formação de uma 'consciência turística', que previa a tentativa de envolvimento da sociedade com o turismo, mostrando os benefícios que a atividade traria ao país, a EMBRATUR também se preocupou com a imagem do país no exterior (Figura 2).

Sob o pano de fundo de um regime caracterizado por forte repressão política e censura, o governo direcionou seus esforços para utilizar a Embratur como ferramenta de divulgação de uma imagem positiva do Brasil, enfatizando-o como um destino turístico rico em belezas naturais e alegria contagiante. A continuidade dessas estratégias promocionais incluiu a disseminação de estereótipos, como a visão do Brasil com suas praias ensolaradas, mulheres belas e uma atmosfera festiva. Um elemento intrigante dessas campanhas foi a manutenção da grafia “Brazil” em vez de “Brasil”, denotando a influência da língua inglesa e a tentativa de alinhar a imagem do país com as percepções internacionais (Fig. 3)

Figura 2 - Material de divulgação da Embratur



Fonte: EMBRATUR, 1975

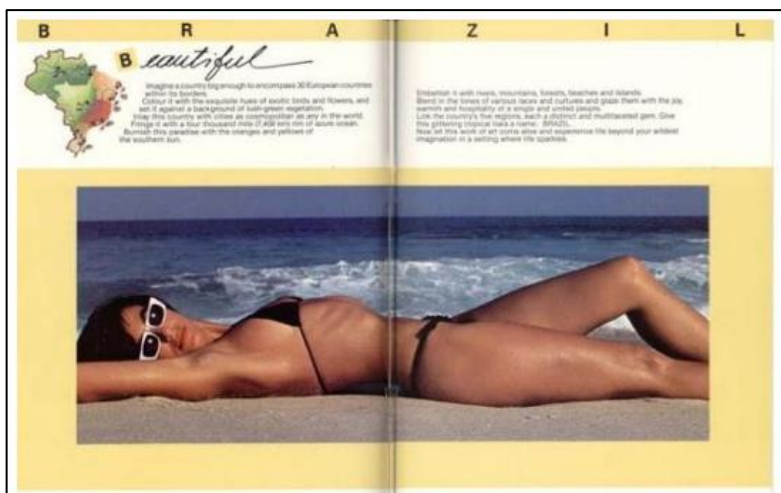
Figura 3 - Material de divulgação EMBRATUR



Fonte: EMBRATUR,1983

Uma análise fornecida por Alves, Nascimento e Freitas (2016) em seu estudo sobre a função ideológica da Embratur na construção de um mercado de bens e serviços simbólicos destaca como a imagem da mulher brasileira nas propagandas institucionais de turismo frequentemente se baseia em estereótipos que perpetuam a objetificação da mulher, com ênfase em características físicas e sexuais em detrimento de outros aspectos de sua identidade (figura 4).

Figura 4 - Material de divulgação da Embratur



Fonte: Embratur (1978)

Essa representação contribui para uma visão reducionista da mulher brasileira no contexto turístico:

Ao vender o Brasil, por meio de praias, carnaval e mulheres sensuais, os anúncios turísticos reforçam a concepção paradisíaca de uma terra fértil, onde 'tudo se dá'. Em linguagem pós-moderna, cria-se, inclusive, uma aproximação entre a imagem de Brasil Paraíso com as cartas escritas na época do Descobrimento – as descrições do Brasil com referências à selva amazônica e ao paraíso selvagem se assemelham ao conteúdo das cartas de Pero Vaz de Caminha ao rei de Portugal, Dom Manuel, à lenda do Eldorado e às narrações bíblicas do Velho Testamento, caso de Adão e Eva no Gênesis (BIGNAMI, 2005; ALVES, NASCIMENTO E FREITAS, 2016).

A sensibilidade em relação a esses estereótipos e à representação da mulher brasileira foi trazida à tona de forma negativa em 2019, quando o ex-presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, proferiu uma declaração polêmica durante um encontro com jornalistas. A frase “Quem quiser vir aqui fazer sexo com uma mulher, fique à vontade.” (SCHUQUEL, 2019) representou uma abordagem inadequada e depreciativa, caracterizada pelo uso de linguagem vulgar e desrespeitosa. Essa declaração não apenas perpetua estereótipos prejudiciais, mas também estabeleceu uma conexão clara entre o turismo sexual, estereótipos de gênero, objetificação e exploração sexual. A repercussão negativa desse discurso nas redes sociais, televisão e mídia impressa demonstrou como as palavras de uma figura pública têm o potencial de influenciar a percepção e tratamento das mulheres.

2 DESCONSTRUÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DAS MULHERES BRASILEIRAS

A exposição “Casas e Coisas”, parte da Coleção Museu do Ipiranga 2022, fornece um fascinante catálogo descrevendo sobre como os objetos em nossas residências estão intrinsecamente relacionados à construção de estereótipos de gênero e como esses estereótipos moldam a percepção das mulheres no Brasil.

No capítulo 3, intitulado “O Sexo das Coisas”, a autora, Vânia Carneiro de Carvalho, mergulha em um período específico da história brasileira, o século XIX, destacando como os objetos e espaços nas casas desempenharam um papel fundamental na perpetuação dos papéis de gênero tradicionais. Nessa época, a família nuclear burguesa era

predominante, e a casa era vista como um domínio associado ao feminino, enquanto a cidade era identificada com o masculino (Figura 5).

Figura 5 - Catálogo da Exposição “Casas e Coisas”



Fonte: MUSEU PAULISTA (2022).

Carvalho (2022) examina como a decoração das casas, principalmente nas residências urbanas aristocráticas, refletia uma estética conhecida como "robocop," que sucedeu o barroco no século XVIII. Esse estilo era marcado por elementos delicados e de escala humana, como flores, folhagens e animais domesticados, demonstrando um interesse pela botânica e zoologia da época. Essa estética não apenas definia o espaço doméstico como feminino, mas também reforçava a ideia de que as mulheres eram responsáveis por cuidar desse ambiente (Figura 6).

Figura 6 - Catálogo da Exposição “Casas e Coisas”



Fonte: Museu Paulista (2022).

A divisão de gênero é uma construção cultural materialmente reforçada. As mulheres passaram a ser encarregadas de funções reprodutivas, cuidado das crianças, saúde, preparação de alimentos e outras tarefas associadas à vida doméstica. A casa era vista como o "espaço alternativo" ao trabalho masculino, o que contribuiu para moldar a identidade das mulheres e sua percepção como responsáveis pela esfera doméstica (Figura 7).

Figura 7 - Catálogo da Exposição “Casas e Coisas”



Fonte: Museu Paulista (2022).

Além disso, o capítulo examina como as identidades masculinas eram construídas materialmente através de objetos sóbrios e móveis robustos. Itens como cadeiras de escritório e objetos associados ao trabalho intelectual faziam parte do repertório masculino, enfatizando características como força, domínio da natureza e habilidades intelectuais (Figura 8).

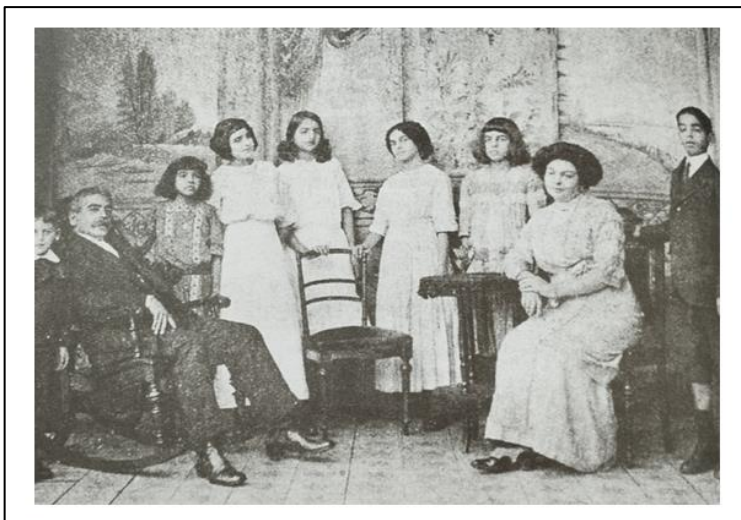
Figura 8 - Catálogo da Exposição “Casas e Coisas”



Fonte: Museu Paulista (2022).

O capítulo "O Sexo das Coisas" ilustra de maneira convincente como a cultura material desempenhou um papel vital na construção das identidades de gênero no Brasil. Mostra como objetos e espaços nas casas desempenharam um papel fundamental na perpetuação dos papéis de gênero tradicionais, o que teve um impacto significativo na percepção das mulheres em relação ao seu papel na sociedade e nas interações sociais. Esta análise profunda destaca a necessidade de compreender como a cultura material molda nossa visão de gênero e como podemos evoluir para uma sociedade mais igualitária (Figura 9)

Figura 9 - Catálogo da Exposição “Casas e Coisas”



Fonte: Museu Paulista (2022).

A segunda experiência que serviu de base para esse estudo no sentido de buscar caminhos de desconstrução das representações sociais das mulheres brasileiras foi a exposição "Ah, eu amo as mulheres brasileiras". Essa exposição foi uma mostra coletiva inaugurada em 8 de julho de 2023, no Centro Cultural de São Paulo (2024). A mostra apresentou um conjunto de 36 obras de arte que teve como propósito realizar uma revisão crítica da imagem estereotipada das mulheres brasileiras ao longo da história. Além disso, a exposição sugeriu caminhos para a mudança de paradigmas, destacando a importância do afeto e da sororidade na desconstrução desses estereótipos. A ficha técnica da

exposição revela essas preocupações desde a composição do grupo de colaboradoras, desde a curadoria até às artistas expositores¹.

Analisando os textos e imagens presentes nas obras da exposição, é notável a representação da mulher ao longo da história, desde os tempos coloniais, como uma figura submissa e obediente, cujo propósito era satisfazer sua família e futuro esposo. A desigualdade de gênero sempre permeou nossa sociedade, mesmo que atualmente haja maior reconhecimento de direitos e representatividade em posições de liderança. O machismo arraigado na sociedade brasileira ainda sobrecarrega as mulheres com desigualdades salariais, atribuindo-lhes a responsabilidade de sustentar o lar e educar os filhos, em uma jornada de trabalho que excede a dos homens. Essa desigualdade perpetua e intensifica as diversas formas de violência enfrentadas pelas mulheres, sejam elas físicas, sexuais, psicológicas, sociais, patrimoniais ou morais (Figura 10).

A exposição ressalta a batalha constante que a imagem da mulher representa, indo além de sua aparência física. Ela evidencia a força e coragem que emergem por meio das conquistas, mesmo que essas transformações ocorram de maneira gradual. A exposição enfatiza de maneira profunda como a sociedade percebe e julga a mulher. A frase “o que você vê quando olha para mim”, título de uma das obras dispostas na exposição (figura 11), apresenta uma reflexão sobre como o problema muitas vezes reside no olhar que objetifica o corpo feminino.

¹ Ficha técnica: Curadoria: Luiza Testa. Produtora: Lorena Oliveira Vilela. Artistas: Arissana Pataxó, Berna Reale, Benedita Arcoverde, Brenda Nicole, Camilla D’Anunziata, Dalila Coelho, Juliana Manara, Lenora de Barros, Manuela Navas, Mari Nagem, Marta Neves, Micaela Cyrino, Milena Paulina, Raquel Pater, Santarosa Barreto, Terroristas del Amor, Vitória Cribb e Yacunã Tuxá.

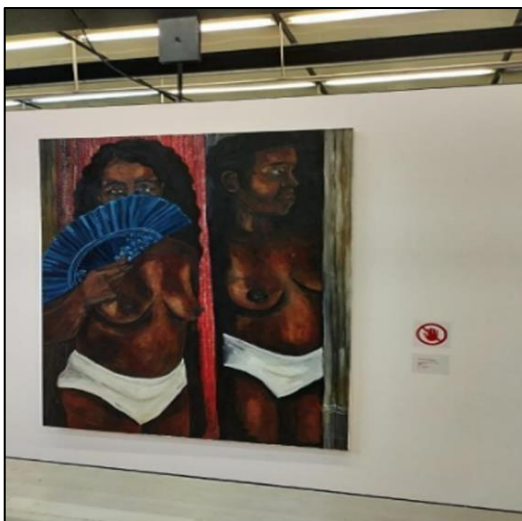
Em uma seção da exposição, são destacadas representações de mulheres reais, com o propósito de contribuir para sua desconstrução desse estereótipo. Aborda esses temas de maneira visceral, utilizando arte, fotografia e relatos de histórias reais para criar uma experiência genuína e impactante.

Figura: 10 - Exposição “Ah, eu amo as mulheres brasileiras”



Fonte: Acervo das Autoras (2023).

Figura 11 - Exposição "Ah, eu amo as mulheres brasileiras".



Fonte: Acervo das Autoras (2023).

Fica claro que a expressão artística está desempenhando um papel fundamental na desconstrução de estereótipos de gênero arraigados na sociedade. A primeira imagem exposta transmite uma sensação de liberdade, destacando como a busca pela autenticidade está se tornando uma tendência contemporânea. Cada vez mais, as pessoas estão se recusando a seguir padrões predefinidos, optando por serem verdadeiramente elas mesmas. Essa liberdade é fundamental na desconstrução dos estereótipos de gênero, pois permite que as mulheres expressem suas identidades de forma diversa e autêntica (Figura 12).

Figura 12 -Exposição "Ah, eu amo as mulheres brasileiras".



Fonte: Acervo das Autoras (2023).

Algumas obras aprofundaram ainda mais a discussão ao destacar a importância do afeto (emoções e conexões emocionais) na produção artística e na luta contra os estereótipos de gênero (figura 13). Ela argumenta que as obras de arte que exploram relações emocionais oferecem uma poderosa forma de resistência contra o estereótipo da mulher brasileira. Além disso, ressalta que o afeto não deve ser considerado uma fraqueza, mas sim uma força motriz na desconstrução dos papéis de gênero preestabelecidos.

Figura 13 -Exposição "Ah, eu amo as mulheres brasileiras".



Fonte: Acervo das Autoras (2023).

A Figura 14 diz respeito aos esforços para desconstruir esse estereótipo prejudicial e buscar uma identidade mais autêntica. Projetos como "DE IRACEMA À GAROTA DE IPANEMA" buscam desafiar e redefinir as representações da mulher brasileira, destacando a importância de uma abordagem mais respeitosa e inclusiva em relação à diversidade de experiências e identidades no Brasil.

Figura 14 - Exposição "Ah, eu amo as mulheres brasileiras".



Fonte: Acervo das Autoras (2023).

A exposição revelou ser também o resultado de extensa pesquisa sobre a temática a qual se dedicou, sendo a mostra em si uma fonte de conhecimento e informação para esse trabalho. A partir dos textos e imagens presentes na exposição foi possível perceber que a contextualização histórica do estereótipo da mulher brasileira remonta à época da colonização, quando os indígenas foram desumanizados e estigmatizados como hipersexualizados e selvagens pelos colonizadores europeus (Figura 15). Esse estigma perpetuou-se ao longo dos séculos, deixando uma marca profunda na imagem da mulher brasileira. Durante o período da escravidão, as mulheres negras foram particularmente vitimadas pela violência, incluindo o estupro sistemático por parte da elite branca dominante. Essa mistura forçada de culturas e etnias gerou a imagem estereotipada, marcada pela sensualidade. Infelizmente, essa violência histórica persiste nos dias de hoje, com o Brasil enfrentando altos índices de violência contra mulheres, incluindo estupro e assassinato.

Figura 15 - Exposição "Ah, eu amo as mulheres brasileiras".



Fonte: Acervo das Autoras (2023).

A mostra documenta como, ao longo do tempo, várias influências culturais e sociais contribuíram para a disseminação desse estereótipo. Canções populares, como "Garota de Ipanema", ajudaram a difundir uma imagem romantizada do Brasil, enquanto revistas de turismo sexual, discursos presidenciais e cursos de sedução alimentaram a fantasia do país como um lugar explorável.

A exposição partiu da análise sobre o papel da mídia na disseminação de estereótipos destacando como a mídia utiliza imagens, linguagem e publicidade para criar e perpetuar representações negativas, como a "mulata tipo exportação". A crítica ao uso da linguagem e da publicidade ressalta como a mídia muitas vezes promove conceitos abusivos que impactam diretamente a forma como as mulheres são percebidas e tratadas na sociedade. Além disso, a discussão sobre a

fetichização da sexualidade de mulheres lésbicas e a violência contra a população LGBTQIA+ enfatiza como a mídia pode influenciar a percepção pública e as atitudes em relação a grupos minoritários

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo identificou a história dos estereótipos de gênero associados às mulheres do Brasil, desde os primeiros relatos dos portugueses em terras brasileiras, moldando a percepção do país ao longo dos séculos. Além disso, o estudo examinou as estratégias de promoção turística do Brasil, evidenciando a utilização, em determinados momentos, da objetificação e exploração sexual das mulheres em campanhas da Embratur. No entanto, observou-se uma mudança notável na abordagem, exemplificada pela campanha de 2023, que evidenciou a desconstrução dos estereótipos e a adoção de uma abordagem mais inclusiva.

A pesquisa também destacou o impacto negativo das declarações inadequadas de figuras públicas, como a afirmação do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro em 2019, que contribuiu para a objetificação e exploração sexual das mulheres brasileiras, prejudicando a imagem do Brasil internacionalmente.

A visão apresentada no livro "Casas e Coisas," enfocando no capítulo intitulado "O Sexo das Coisas", contribui com essa análise, oferecendo perspectivas valiosas sobre a representação feminina. O livro enfatiza como o espaço doméstico e as atividades cotidianas historicamente foram associados às mulheres, reforçando estereótipos de gênero. Além disso, destaca a influência da publicidade e da mídia na

perpetuação desses estereótipos e ressalta a necessidade de reconhecer o papel diversificado das mulheres para além do âmbito doméstico.

É fundamental destacar a exposição "Ah, eu amo as mulheres Brasileiras". Com curadoria de Luiza Testa e protagonizada por mulheres, essa exposição serve também como um exemplo de desconstrução de estereótipos. Ao mostrar a diversidade e individualidade das mulheres do Brasil, ela promove uma visão mais aberta e inclusiva, desafiando os estereótipos arraigados ao longo da história.

A exposição, realizada no Centro Cultural de São Paulo, apresentou 36 obras de arte que revisam criticamente a imagem estereotipada das mulheres brasileiras ao longo do tempo. Ela ofereceu uma experiência profunda e impactante, explorando a representação das mulheres de maneira visceral por meio da arte, fotografia e relatos de histórias reais. A exposição destacou a importância da liberdade, autenticidade e afeto na desconstrução dos estereótipos de gênero.

Em resumo, os resultados da pesquisa indicam a importância de iniciativas culturais como exposições artísticas que convergem para promover uma compreensão mais ampla e crítica sobre a representação das mulheres no contexto brasileiro. Essas experiências demonstram a complexidade dessas representações e o progresso na desconstrução de estereótipos de gênero, contribuindo para uma visão mais inclusiva e igualitária das mulheres brasileiras na sociedade e no turismo.

Ao examinar influências históricas, como a mídia e a objetificação das mulheres, as exposições em tela instigam uma compreensão crítica mais profunda. Conscientizar o público sobre a disseminação de imagens objetificadas e erotizantes suscita questionamentos e estimula mudanças de perspectiva essenciais.

As exposições não apenas desafiam e desconstroem estereótipos, mas também abordam mitos arraigados, como a "democracia racial", evidenciando a urgência de enfrentar as desigualdades de gênero e raça que persistem em nossa sociedade. Esses esforços têm o potencial de promover atitudes mais empáticas e provocar uma rejeição coletiva de representações vendidas como produtos turísticos. As exposições lançam luz de forma clara e inequívoca sobre a objetificação persistente da mulher na sociedade atual, o que se reflete em todas as dimensões da cultura, inclusive o turismo.

As exposições enfrentam o desafio de tratar de um tema profundamente enraizado na sociedade, o machismo. Para alguns, que podem resistir ao progresso lento em relação aos direitos das mulheres, o tema pode parecer desconfortável ou até mesmo perturbador. No entanto, é nesse desconforto que reside a oportunidade de questionar e mudar percepções arraigadas.

A experiência proporcionada pelas exposições deixa uma mensagem inequívoca: as mulheres têm voz, mesmo quando muitos optam por não ouvi-las. Reforça-se a importância de reconhecer e valorizar essas vozes, contribuindo assim para um diálogo mais inclusivo e igualitário em nossa sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AFONSO, Louise Prado. **Embratur: Formadora De Imagem Da Nação Brasileira**. 2006. 150 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Antropologia Social, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

- ALVES, Mariana Conceição; NASCIMENTO, Alan Faber; FREITAS, Thamiris Oliveira. **A Função Ideológica Da Embratur E Seu Papel Na Construção De Um Mercado De Bens E Serviços Simbólicos: A Exploração Da Imagem Da Mulher Brasileira Nos Anúncios Turísticos Institucionais**. 2016. 16 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Minas Gerais, 2016. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/1154/115459330009/html/>. Acesso em: 28 set. 2024.
- ASSUNÇÃO, Lorraine Wenzel; BABINSK, Luciana Raquel. **Turismo Sexual No Brasil: causas e efeitos ao turismo brasileiro**. 2010. 15 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Centro Universitário La Salle, - Caxias do Sul, 2010. Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/turismo_sexual.pdf. Acesso em: 28 set. 2023.
- BRASIL. Lei nº 15.073 de 26 de dezembro de 2024. Altera a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Lei Geral do Turismo), para prever sanções aos prestadores de serviços turísticos que cometem infrações associadas à facilitação do turismo sexual. Disponível em: Base Legislação da Presidência da República - Lei nº 11.771 de 17 de setembro de 2008. Acesso em: 14 jul. 2025.
- CENTRO CULTURAL SÃO PAULO. **Exposição: Ah, eu amo as mulheres brasileiras!** Disponível em: <https://centrocultural.sp.gov.br/ah-eu-amo-as-mulheres-brasileiras/>. Acesso em 20 jan.2024
- METRÓPOLES. **Brasil não pode ser país do turismo gay. Temos famílias**: Presidente ainda disse que “quem quiser vir aqui fazer sexo com uma mulher, fique à vontade”. Fala foi repudiada

- nas redes sociais. [S. L.], 26 abr. 2019. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/bolsonaro-brasil-nao-pode-ser-pais-do-turismo-mo-gay-temos-familias>. Acesso em: 28 set. 2024.
- MUSEU PAULISTA. Catálogo da Exposição “Casas e Coisas”. São Paulo, Edusp. 2022
- CAMINHA, Pero Vaz de. **Carta A El-Rei Manoel Sobre O Acha-mento Do Brasil**. Correspondência]. Destinatário: Dom Manoel I. Bahia, 22 de abril. 1500. Disponível em: https://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/Livros_eletronicos/carta.pdf.
- CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e artefato**: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material (São Paulo, 1870-1920). 2001. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- KAJIHARA, Kelly Akemi. **A Imagem Do Brasil No Exterior**: análise do material de divulgação oficial da Embratur, desde 1966 até os dias atuais. 2008. 97 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: http://www.dadoséfatos.turismo.gov.br/images/pdf/outros/VI-premio/Graduaxo-1x_Lugar-A_I_magem_do_Brasil_no_Exterior.pdf. Acesso em: 28 set. 2024
- MARTINS, Carmentilla; MIRANDA, Dábila de Cássia Brito de. **Erotização E Sexualização Do Corpo**: representações sociais da mulher brasileira. Revista Científica Gênero na Amazônia - Periodicidade semestral - Qualis B-2 - unificado referente ao quadriênio 2017-2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18542/rcga.voi16-18.13288>. Acesso: 28 set. 2024.



Centro de Tradições Nordestinas (CTN): a presença da cultura nordestina na cidade de São Paulo

Ana Maria Clemente de Lima de Jesus Nogueira da
Rocha

Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de
Turismo da Faculdade de Tecnologia de São Paulo. E-mail:
ana.nogueira11@fatec.sp.gov.br.

Irecione Carlos de Oliveira

Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de
Turismo da Faculdade de Tecnologia de São Paulo. E-mail:
irecione.oliveira@fatec.sp.gov.br.

Monique de Assis Ribeiro

Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de
Turismo da Faculdade de Tecnologia de São Paulo. E-mail:
monique.ribeiro4@fatec.sp.gov.br.

Viviane Veiga Shibaki

Professora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de
Turismo da Faculdade de Tecnologia de São Paulo. E-mail:
viviane.shibaki@fatec.sp.gov.br.

1. INTRODUÇÃO

Em *A migração nordestina para São Paulo no segundo governo Vargas (1951 - 1954) - seca e desigualdades regionais* (2005), Monia de Melo Ferrari explica que os grupos que mais contribuíram para a configuração cultural da capital paulista são os migrantes nordestinos, pois deram início a esse movimento no início do século XX, trazendo consigo uma vasta riqueza cultural, incluindo tradições, costumes e uma forte ligação com suas raízes regionais.

O Centro de Tradições Nordestinas (CTN) destaca-se como um ícone¹ representativo da cultura nordestina na cidade de São Paulo. Fundado em 1991, o CTN se caracteriza como um espaço de eventos concebido como um lugar² dedicado à valorização das tradições nordestinas, atuando como ponto de encontro para migrantes e seus descendentes, além de ser um local de celebração da cultura nordestina para toda a população paulistana. (CTN, 2024).

Este artigo apresenta um estudo de caso realizado acerca do Centro de Tradições Nordestinas, investigando como ele se consolidou como um ícone da cultura nordestina na cidade de São Paulo. A análise foca

¹ O ícone representa uma realidade que possui diferentes versões, pois nesta representação estão incrustadas a cultura e os interesses de quem o interpreta (SHIBAKI, 2007, p.17).

² A criação do espaço geográfico turístico é resultado do espaço natural (natureza), mais a intervenção do homem nesse espaço natural. Um lugar é aquele no qual desenvolvemos um vínculo e está presente na nossa rotina. Já um Não-Lugar é aquele espaço em que não há um vínculo, um local de passagem e/ou que não o frequentamos muito, conforme definido por Marc Augé em sua obra *Não-Lugares: Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade* (1992).

em compreender os elementos culturais que o CTN preserva, as formas como o espaço propaga essas tradições e o impacto que exerce na construção da identidade cultural paulistana. Além disso, o estudo busca relatar as motivações dos turistas que visitam o CTN, explorando como esse espaço se tornou um ponto de convergência cultural e turística na maior cidade do país.

Desta maneira, temos como questionamento principal: Por que o CTN é considerado um ícone da cultura nordestina em São Paulo?

Desde sua fundação, o CTN é um símbolo da presença nordestina na metrópole, especialmente a partir das grandes ondas migratórias do século XX, quando muitos nordestinos em busca de melhores condições de vida mudaram-se para São Paulo. No local, a comunidade nordestina em São Paulo experimenta e fortalece seu sentimento de pertencimento³. Para os migrantes nordestinos, o CTN não é apenas um espaço de eventos culturais, mas sim de acolhimento que permite vivência de tradições e reafirmação de suas identidades em um ambiente distante de suas terras de origem. (CTN, 2024)

De acordo com uma pesquisa realizada pela revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (PEGN, 2023), o espaço criado para combater a xenofobia contra o Nordeste atrai mais de 70 mil visitantes⁴ mensalmente, totalizando cerca de 840 mil visitantes por ano. Esses

³ Pertencimento é o ato ou efeito de pertencer. Indica a condição de fazer parte de algo, envolvendo uma relação de vínculo e integração com um grupo, espaço ou comunidade. (AURÉLIO, 2010)

⁴ Segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), o visitante é o indivíduo que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a 12 meses, cujo motivo principal é outro que não o exercício de uma atividade remunerada no local visitado. Entre os visitantes que consomem os serviços turísticos há uma divisão, de acordo com o tempo de permanência no destino e com a ocorrência ou não de pernoite, onde os visitantes podem ser turistas ou excursionistas.

números incluem não só o público de origem nordestina como também os interessados pela cultura, o que acaba permitindo que o CTN se posicione como um dos principais destinos culturais da região e alcance mais de um milhão de visitantes anualmente através de seus eventos e atividades nos próximos anos.

A hipótese deste estudo foi que o CTN com o passar do tempo se consolidou como um ícone da cultura nordestina em São Paulo devido à sua função como espaço de resistência cultural, onde elementos tradicionais, como a música, a dança, a gastronomia e o artesanato são preservados e divulgados, promovendo a identidade nordestina em um contexto urbano.

Dessa forma, vimos a necessidade de enaltecer, valorizar e estudar a cultura nordestina na cidade de São Paulo, especialmente considerando a origem nordestina das integrantes do grupo de pesquisa. E ainda, ressaltar a importância do lugar como um ícone para a preservação e promoção dessa cultura, e sua contribuição para a diversidade cultural da metrópole.

Diante da magnitude do tema, nosso objetivo geral foi analisar o Centro de Tradições Nordestinas (CTN) como um ícone da presença da cultura nordestina na cidade de São Paulo, explorando sua relevância, tanto para a comunidade nordestina residente quanto para a população paulistana e turistas em geral. Uma vez que, sua atuação vai além de um simples espaço de eventos, posicionando-se como um símbolo que reflete a história de migração, adaptação e preservação da identidade cultural nordestina em uma das maiores cidades do mundo.

Como objetivos específicos, tivemos: identificar e analisar a presença da cultura nordestina na cidade de São Paulo por meio de um

estudo de caso do local. Essa etapa visa contextualizar a história e a importância da migração nordestina para São Paulo, mostrando como o CTN reflete essa presença ao longo dos anos. A análise busca entender o papel como um espaço de encontro e de preservação das tradições culturais, permitindo que a comunidade nordestina mantenha vivos seus costumes, mesmo inserida em um ambiente urbano que difere de sua região de origem.

Em seguida, identificamos e analisamos os elementos e traços culturais dos nove estados do Nordeste (Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte, Sergipe) presentes no espaço. Esta análise permitiu compreender como esses elementos são preservados e adaptados ao contexto de São Paulo, além de evidenciar a diversidade cultural do Nordeste, que muitas vezes é vista de forma homogênea, mas que dentro do CTN se manifesta em suas múltiplas facetas.

Por fim, o estudo se propôs a relatar a experiência dos visitantes e suas motivações, além das justificativas do público que não se interessou em conhecer o atrativo. Esta etapa teve como foco identificar o perfil dos turistas, suas razões para buscar o CTN e as experiências que encontraram no local, esses pontos foram explorados para entender a importância do mesmo como atração turística, destacando como ele contribui para o turismo cultural em São Paulo e reforça a visibilidade da cultura nordestina em um cenário mais amplo.

2. A REGIÃO NORDESTE E A CULTURA NORDESTINA

2.1 A REGIÃO NORDESTE

A região Nordeste, uma das cinco regiões do Brasil, destaca-se por sua diversidade cultural, histórica, geográfica e social, exercendo papel crucial na formação da identidade nacional desde o período colonial. Composta por nove estados (Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe), apresenta uma geografia que varia entre as praias paradisíacas do litoral, ao sertão semiárido com vegetação característica da caatinga.

Cada estado, com suas particularidades culturais e naturais, compõem um conjunto que configura um mosaico da identidade regional multifacetada.

Socioeconomicamente, a região revela contrastes significativos entre áreas desenvolvidas, como suas capitais e polos industriais, e regiões menos favorecidas, especialmente no sertão, onde as adversidades climáticas e sociais impactam a qualidade de vida. Apesar desses desafios, a população nordestina evidencia resiliência e uma forte capacidade de preservar e celebrar suas tradições, demonstrando alegria e solidariedade.

Um elemento cultural essencial do Nordeste é a hospitalidade, compreendida como um fenômeno social e cultural que transcende a simples recepção, englobando a construção de relações baseadas em respeito, reciprocidade e acolhimento. Conforme Camargo (2004), essa hospitalidade manifesta-se em múltiplos contextos – domésticos, comerciais, turísticos e urbanos – e está profundamente enraizada na

prática de acolher o outro por meio da partilha de histórias, músicas, danças e comidas tradicionais, que simboliza união e valorização mútua.

2.2 A CULTURA NORDESTINA

A cultura nordestina resulta da confluência complexa das influências indígenas, africanas e europeias, que constituíram a identidade da região Nordeste do Brasil. Seus principais elementos culturais abrangem festas populares (como Festa Junina e Carnaval), artesanato, gastronomia, música, dança, literatura de cordel e sincretismo religioso, cuja importância é evidenciada por reconhecimentos internacionais, como a declaração da capoeira e do frevo como Patrimônio Imaterial da Humanidade pela UNESCO.

A gastronomia se destaca como um marcador cultural forte, refletindo uma mescla de ingredientes locais e influências diversas, com pratos emblemáticos como acarajé, carne de sol com macaxeira, baião de dois, moqueca e tapioca, que carregam histórias de resistência e ancestralidade. O artesanato, por sua vez, expressa a diversidade cultural regional por meio de técnicas tradicionais e materiais variados, manifestando-se em peças icônicas como as cerâmicas de Caruaru e as rendas de bilro do Ceará.

A música e a dança representam aspectos emblemáticos da cultura nordestina, com gêneros como forró, baião, xote, xaxado, frevo e maracatu, que refletem a sua riqueza rítmica e a influência africana e indígena. Destaca-se também o repente nordestino, que conjuga poesia cantada e improvisada, revelando a profundidade da expressão cultural da região. As festas populares, notadamente as Festas Juninas,

consolidam-se como manifestações culturais de grande impacto social, caracterizadas por quadrilhas, fogueiras, comidas típicas e a celebração dos santos populares, sendo eventos de forte tradição e relevância no calendário cultural local.

Assim, a cultura do Nordeste é reconhecida por sua riqueza, diversidade e resiliência, constituindo um dos pilares da identidade nacional brasileira e irradiando sua influência cultural para além das fronteiras regionais.

2.3 MIGRAÇÃO NORDESTINA PARA SÃO PAULO

A migração nordestina para São Paulo teve início na década de 1930, intensificando-se especialmente entre os anos 1950 e 1970, quando milhões de nordestinos buscaram melhores condições de vida na região Sudeste. O fenômeno foi motivado principalmente pela histórica escassez de oportunidades no Nordeste, marcada por secas, pobreza e baixo desenvolvimento econômico, sobretudo nas áreas rurais, impulsionando o êxodo para São Paulo, que emergia como polo industrial em expansão.

A cidade de São Paulo, impulsionada pelo crescimento acelerado da industrialização e urbanização, tornou-se a principal receptora dessa massa migratória, atraindo trabalhadores em função da necessidade de mão-de-obra para sustentar seu processo de modernização econômica. Além do emprego, o apelo incluía salários mais elevados, melhores condições urbanas e redes de apoio já estabelecidas por migrantes anteriores. O governo incentivou essa migração, vendo nela suporte ao projeto de desenvolvimento nacional.

No entanto, a migração em massa também trouxe desafios significativos, como crescimento desordenado da população nas periferias, precariedade habitacional, saneamento básico insuficiente e tensões sociais e culturais. Ainda assim, os nordestinos exerceram papel fundamental na construção da metrópole, contribuindo não apenas com sua força de trabalho, mas também enriquecendo a identidade cultural de São Paulo, visível na gastronomia, nas manifestações artísticas e religiosas, consolidando a cidade como um caldeirão cultural.

Assim, a migração nordestina moldou profunda e duradouramente o desenvolvimento socioeconômico e cultural de São Paulo, sendo um elemento constitutivo da identidade da maior metrópole brasileira.

3. CENTRO DE TRADIÇÕES NORDESTINAS (CTN)

3.1 SOBRE O CTN

O Centro de Tradições Nordestinas (CTN) é o maior ecossistema da cultura nordestina do Brasil, possui 27.000 m² e teve sua criação idealizada pelo empresário e radiodifusor José de Abreu, em maio de 1991, com o objetivo de transformar o cenário de preconceito e ignorância que muitos migrantes nordestinos enfrentavam na cidade de São Paulo. Desde sua fundação, sempre manteve o orgulho de suas realizações, especialmente aquelas que impactaram a vida de milhões de nordestinos.

Nos primeiros anos de sua existência, sob a liderança de José de Abreu, o centro iniciou ações sociais, que continuam até hoje. Em 2003, o lugar recebeu o título de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) e o reconhecimento de Utilidade Pública

Municipal pela Prefeitura de São Paulo. Atualmente, seu trabalho social é destacado principalmente na zona norte, embora também atue em outras áreas da cidade (CTN, 2023).

Conhecido popularmente como um pedaço do Nordeste em São Paulo, o espaço proporciona vivências culturais que resgatam toda a memória da região nordestina, incluindo música, gastronomia, cultura, fé e ação social. A cada show, de acordo com os dados oficiais divulgados pelo CTN, recebe um público de aproximadamente 7 mil pessoas, totalizando ao longo de um mês, cerca de 100 mil pessoas que passam pelo espaço, com o intuito de vivenciar a cultura nordestina. Já em eventos especiais, como o São João de Nóis Tudim, esses números aumentam ainda mais, chegando a uma média anual superior a 1 milhão de frequentadores.

Em suas principais páginas oficiais (site e Instagram), há informações sobre um horário de funcionamento de terça-feira a sexta-feira das 11h às 16h, aos sábados das 11h às 04h, domingos e feriados das 11h às 22h. A entrada é gratuita todos os dias, com exceção dos dias em que ocorrem os shows. Os valores dos ingressos para os shows variam de acordo com a data e setor, há valores a partir de R\$48,00 e ingressos sociais com a condição de levar um alimento não perecível para doação.

O local conta com 10 restaurantes com barzinhos e 9 quiosques divididos em lojas de produtos nordestinos. Os restaurantes são parte da motivação dos visitantes, pois o espaço proporciona uma variedade de estabelecimentos que remetem a memória do “sabor do nordeste”. Além disso, também é disponibilizado para os frequentadores uma feira de artesanatos, um estacionamento, uma igreja construída em homenagem ao Frei Damião, Padre Cícero e Nossa Senhora da

Conceição (símbolos da fé cristã nordestina, onde há celebração de missas aos sábados, domingos e feriados, e também é possível realizar batizados, com agendamento prévio), um parque de diversão para crianças e adultos e uma área kids.

Ainda como atrativos, há em seu espaço um busto do cantor e compositor Luiz Gonzaga e um de Manezinho Araújo. Também há uma estátua de Zumbi dos Palmares, e do bondoso Padre Cícero, bem como do piedoso Frei Damião, expressando a religiosidade do povo nordestino que ali comparece em grande número e, frequentemente, reverência e agradece pela proteção ou graça recebida.

Os restaurantes e quiosques se concentram na Arena dos Estados, Vila dos Sabores e Vila do Forró, locais que também abrigam o camarote e o palco onde acontecem os shows.

O estacionamento é pago na entrada, é coordenado pela empresa GC Park e segurado pela Porto Seguro, possui capacidade para 300 veículos. Os valores do estacionamento variam de acordo com os dias da semana e eventos: São João de Nóis Tudim - Carros R\$52,00 e Motos R\$25,00. Segunda a sexta-feira até às 16h - R\$12,00 para Carros e Motos (caso haja consumação mínima nos restaurantes, o visitante poderá validar o ticket nos próprios restaurantes e o estacionamento será grátis). Nas sextas-feiras em que ocorrem shows pagos ou demais dias da semana em que há shows, a partir das 20h - Carros R\$52,00, Motos R\$30,00 e Veículos Grandes (com capacidade para mais de 5 assentos) R\$104,00. Aos sábados, domingos e feriados - Carros R\$32,00 e Motos R\$25,00, todos os valores estão sujeitos a alterações conforme a demanda.

Além dos atrativos físicos presentes no CTN, o espaço também atrai o público através da sua programação artística rica e

diversificada ao longo do ano que celebra a cultura nordestina. O primeiro evento do ano é o Carnaval do CTN que acontece em fevereiro, traz uma programação especial com música e dança, promovendo a alegria do carnaval nordestino. Em abril, o CTN promove o Festival de Doces Nordestinos, uma celebração dedicada às guloseimas típicas da região, como bolo de rolo e munguzá.

Um dos principais eventos é o São João de Nóis Tudim, que ocorre em junho e/ou julho e dura cerca de oito dias. Essa festa emblemática é marcada por muito forró pé de serra, apresentações de grupos folclóricos, quadrilhas e diversas atividades para crianças. Além disso, a festa oferece uma variedade de pratos típicos da gastronomia nordestina, criando uma atmosfera festiva e acolhedora.

Outro evento significativo na agenda é o Festival Gastronômico de São Paulo, realizado em agosto, durante os finais de semana. Este festival celebra a gastronomia nordestina, apresentando pratos como escondidinho de carne seca e bobó de camarão, com entrada gratuita e preços acessíveis para os alimentos.

Já o Dia do Nordeste, comemorado em 8 de outubro, inclui uma vasta programação cultural com música, arte e gastronomia, aberta ao público em geral. O Festival Viva Gonzagão, realizado próximo ao Dia Nacional do Forró (13 de dezembro), homenageia Luiz Gonzaga com apresentações musicais que celebram a tradição do forró.

Além dos eventos especiais, o CTN oferece shows regulares aos finais de semana, apresentando uma variedade de estilos musicais que incluem forró, sertanejo e samba. As apresentações geralmente começam às 20h30 nas sextas-feiras.

3.2 CONHECENDO O CENTRO DE TRADIÇÕES NORDESTINAS (VISITA TÉCNICA)

Em 02 de setembro de 2024, entramos em contato com a equipe de Atendimento ao Cliente do Centro de Tradições Nordestinas através dos canais de comunicação disponíveis para o público (E-mail⁵ e Chat Online da página oficial do CTN⁶) com o objetivo de agendar uma Visita Técnica (VT) guiada pela equipe responsável pelo espaço. Apesar dos nossos esforços, não recebemos retorno do setor responsável pelo agendamento de visitas oficiais ao local.

Como a realização de uma Visita Técnica acompanhada pela equipe CTN não era possível, no dia 28 de setembro de 2024 (sábado), das 14h até às 18h, fizemos uma Visita Técnica (VT) extraoficial no Centro de Tradições Nordestinas (CTN) localizado na Rua Jacofer, nº615 - Limão, São Paulo - SP.

Um dos motivos para a escolha da data foi justamente pelo fato de que no site oficial do CTN e no Sympla⁷ havia a informação de que ocorreria naquele dia um festival cultural chamado de “Sábado Arretado”. No entanto, ao chegar no local, a equipe organizadora informou que não estava acontecendo o festival, pois o mesmo só aconteceria no fim de semana seguinte e, por um erro nas plataformas de promoção da agenda artística, a data informada não estava correta.

A VT no CTN teve como objetivo observar (efetuar uma inspeção detalhada do local como formandos do curso de Gestão de Turismo e

⁵ E-mail para Contato: atendimento@ctn.org.br.

⁶ Página oficial para Contato: <https://www.ctn.org.br/contato>.

⁷ Plataforma de ingressos utilizada pelo CTN para comercialização de ingressos.

futuros profissionais da área) e interagir (conversar com a equipe de colaboradores e com os responsáveis pelos empreendimentos no local para entender os processos e desafios enfrentados por ambos). Além disso, também buscamos coletar informações sobre o estado dos equipamentos e fotografar as principais instalações abertas para uso do público frequentador.

É evidente que o CTN deixa a desejar no que diz respeito ao Serviço de Atendimento ao Cliente. Já que ao tentarmos contatá-los através dos canais de atendimento na intenção de agendar a visita técnica supervisionada e uma possível entrevista com os responsáveis pelo local, não obtivemos resposta. Ao realizarmos a visita por conta própria e conversar presencialmente com uma das pessoas responsáveis⁸ pelo setor, ela nos informou que esse é realmente um serviço precário, extremamente dependente de outros departamentos e com inúmeras oportunidades de melhoria.

Na ocasião, conversamos com representantes de alguns restaurantes e quiosques do CTN. Eles compartilharam suas motivações para a escolha do espaço como local de trabalho, e a mais destacada foi a importância e o significado de estar em um espaço que valoriza e promove a cultura nordestina. A maioria desses estabelecimentos começou como um empreendimento familiar, que viram nessa oportunidade de negócio, uma forma de relembrar suas raízes e estabelecer um legado.

⁸ Depoimento anônimo, a mesma não se sentiu à vontade para informar nome e sobrenome.

A pessoa responsável⁹ pelo estabelecimento “Casinha Espia Só”, ao ser questionada sobre o espaço, respondeu que o quiosque foi criado no CTN para manter as raízes e a cultura da sua família e proporcionar para o povo nordestino a sensação de se sentir um pouco em sua terra natal, matar a saudade e relembrar a infância, através dos objetos que compõem o local. Ela enfatiza ao dizer que a Casinha, nem sempre tem um lucro financeiro significativo, mas que recebe frequentemente um bom número de visitantes, que vão até lá em busca de relembrar ou vivenciar um pouco da cultura nordestina, através de memórias afetivas que a Casinha transmite aos visitantes e essa troca de experiências com os visitantes é inestimável.

Durante a pausa para o almoço, observamos que uma equipe de funcionários composta por seis pessoas estava descendo em uma das escadas que fornece acesso ao mezanino (andar acima do térreo) um contêiner de lixo¹⁰ utilizando os próprios braços. Ao questionar a atendente do restaurante Cordel e Sabor o porquê não utilizaram um elevador, a mesma informou que as instalações do Centro de Tradições Nordestinas não possuem o equipamento. Além de não contar com um elevador, também carece de rampas e piso tátil, resultando em um espaço de eventos com pouca ou quase nenhuma acessibilidade.

⁹ Depoimento anônimo, a mesma não se sentiu à vontade para informar nome e sobrenome.

¹⁰ Lixeira com capacidade para 1.000L utilizada para descartar resíduos gerados pelos estabelecimentos.

3.3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE ESTUDOS

Nossa metodologia foi baseada em uma abordagem qualitativa, visando a análise detalhada da presença e relevância do Centro de Tradições Nordestinas (CTN) como um ícone da cultura nordestina na cidade de São Paulo.

Para atingir os objetivos propostos, foi utilizado o estudo de caso como estratégia principal de pesquisa, por meio do qual tornou-se possível examinar de forma aprofundada as particularidades do CTN e seu papel na propagação e preservação da cultura da região Nordeste.

Esse estudo foi estruturado em três etapas principais: pesquisa bibliográfica, visita técnica e entrevistas com participantes-chave.

Na primeira etapa fizemos um levantamento bibliográfico sobre os conceitos fundamentais relacionados à cultura nordestina, turismo cultural, migração nordestina e o histórico do CTN. Analisamos livros, artigos acadêmicos, dissertações, teses e outros documentos que abordam a relação entre a migração nordestina e o contexto cultural e histórico de São Paulo. Esta fase serviu para fundamentar teoricamente o trabalho e orientar a análise dos dados coletados nas etapas seguintes.

A segunda etapa foi a visita ao Centro de Tradições Nordestinas, realizada para observar *in loco* o espaço, as atividades e eventos promovidos. O objetivo dessa visita foi coletar informações sobre a estrutura, os eventos culturais e religiosos, as manifestações artísticas e a interação entre o público e o espaço. A observação direta nos permitiu uma compreensão mais prática e visual da presença da cultura

nordestina no CTN, incluindo a análise dos elementos culturais específicos dos estados do Nordeste presentes no local.

Nossa terceira etapa foi composta pela realização de entrevistas semiestruturadas com diferentes atores que frequentam ou não, e ou estão envolvidos com o CTN. Foram entrevistados colaboradores internos e prestadores de serviços do atrativo, frequentadores e possíveis frequentadores. As entrevistas com a equipe do local nos forneceram uma perspectiva interna sobre a gestão e suas estratégias de promoção da cultura. Já as entrevistas com frequentadores buscaram explorar o significado do objeto deste estudo como um espaço de pertencimento e preservação de suas raízes culturais. Por fim, as entrevistas com os potenciais frequentadores permitiram entender suas motivações para ainda não terem visitado o local.

Todos os dados coletados durante as entrevistas e observações foram analisados qualitativamente, buscando identificar padrões, temas recorrentes e novas percepções que contribuem para a compreensão do CTN como um ícone da cultura nordestina em São Paulo. A triangulação entre as informações obtidas nas diferentes etapas da pesquisa garantiu maior confiabilidade aos resultados, permitindo-nos uma análise abrangente e coerente do fenômeno estudado.

Com o propósito de identificar o perfil dos visitantes atuais do Centro de Tradições Nordestinas e dos potenciais visitantes, realizamos uma pesquisa online e qualitativa do público-alvo com 100 pessoas. O questionário foi criado através da plataforma Formulários Google e disponibilizado para as pessoas responderem durante o período de 27 de setembro de 2024 a 13 de outubro de 2024 através de redes sociais, como Instagram e WhatsApp. O formulário criado é dividido em duas partes sendo uma com perguntas voltadas para os visitantes do CTN e

outra para os possíveis visitantes (pessoas que ainda não conhecem o atrativo).

Dentre as perguntas que utilizamos na pesquisa, uma foi criada com o objetivo de identificar a frequência de visitas realizadas pelo público no CTN. Segundo os resultados obtidos, 34,5% das pessoas foram ao CTN pelo menos uma vez, os outros 34,5% de duas a cinco vezes e 31% visitou o local mais de cinco vezes.

Na última pergunta da primeira parte do formulário questionava ao visitante o motivo de sua visita ao Centro de Tradições Nordestinas e disponibilizava um campo para uma resposta dissertativa. Com base nas respostas analisadas, nota-se que as motivações para uma visita são diversas e refletem o desejo de se conectar com a cultura nordestina. Muitos visitantes buscam vivenciar as tradições que, mesmo distantes de suas origens, permanecem vibrantes no espaço. A gastronomia é um atrativo central, pois os pratos típicos proporcionam uma experiência sensorial que remete à terra natal de muitos. Além disso, o local serve como um espaço de acolhimento, onde migrantes nordestinos podem reencontrar laços culturais e sociais, fortalecendo seu sentimento de pertencimento em um ambiente urbano. A agenda cultural, que inclui festas e apresentações, também é um fator importante, permitindo aos visitantes uma imersão nas manifestações artísticas da região.

Os não visitantes também tiveram que informar qual era a principal razão para não terem ido ao Centro de Tradições Nordestinas e quais fatores poderiam incentivá-los para uma futura visita.

Com base nas respostas dos possíveis visitantes do CTN para a segunda pergunta, suas justificativas estão relacionadas a falta de oportunidade e a falta de tempo que foram frequentemente mencionadas,

indicando que muitos desejam visitar, mas não conseguem se programar. A localização e a distância que também são barreiras significativas, com alguns afirmando que moram longe ou que não recebem informações sobre os eventos. Além disso, há uma percepção de que o CTN é um espaço elitizado, com preços elevados que desestimulam a visita. Alguns respondentes expressaram que nunca ouviram falar do Centro de Tradições Nordestinas ou não sabiam de sua existência, enquanto outros mencionaram a falta de companhia como um empecilho. Por fim, alguns relataram experiências frustrantes, como longas filas, que os levaram a desistir de visitar. Essas respostas destacam a necessidade de melhorar a divulgação e a acessibilidade do espaço para atrair mais visitantes.

Por fim, em relação aos fatores que poderiam incentivá-los a frequentar o local, nota-se que a necessidade de uma divulgação mais eficaz do espaço foi mencionada repetidamente, sugerindo que muitos não estão cientes das atrações disponíveis no local ou que possuem conhecimento da existência do mesmo. Além disso, promoções gastronômicas foram destacadas como um forte motivador, refletindo o apelo da cozinha nordestina. A inclusão de eventos culturais específicos e mais eventos musicais também foi citada como uma forma de atrair mais visitantes. A falta de tempo no dia a dia e questões relacionadas ao acesso e transporte até o local foram apontadas como barreiras que precisam ser consideradas. Por fim, um comentário crítico destacou que a cultura nordestina em São Paulo é muito mais rica do que o que o CTN oferece, sugerindo a necessidade de uma representação mais abrangente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo de caso reflete a importância do Centro de Tradições Nordestinas como um espaço vital para a preservação e promoção da cultura nordestina em um contexto urbano.

O estudo demonstrou que o CTN não é apenas um espaço para eventos, mas um verdadeiro ícone cultural, onde as tradições, a gastronomia, a música e as manifestações artísticas nordestinas são celebradas e mantidas vivas. A pesquisa revelou que ele atrai uma diversidade de visitantes, incluindo tanto aqueles com raízes nordestinas quanto turistas em busca de experiências culturais autênticas.

Além disso, o trabalho destacou os desafios enfrentados pelo CTN, como a necessidade de maior divulgação e a superação de barreiras como a distância e o custo. O espaço se consolidou como um ponto de encontro que fortalece o sentimento de pertencimento da comunidade nordestina em São Paulo, permitindo que os migrantes reafirmem suas identidades em um ambiente que valoriza suas tradições.

Por fim, as considerações ressaltam a relevância do CTN na construção da identidade cultural paulistana e sua contribuição para o turismo cultural, enfatizando a necessidade de estratégias para aumentar sua visibilidade e acessibilidade, garantindo que continue a ser um lugar de celebração e valorização da rica herança nordestina.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARCA FIOcruz. **Documento sobre a migração nordestina e suas implicações sociais e culturais.** Disponível em:

<<https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/61886>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade**. Lisboa: Editora Letra Livre, 2012 [1992].

BAENINGER, Rosana. **São Paulo e suas migrações no final do século 20**. Revista Brasileira de Sociologia, v. 6, n. 1, p. 79-102, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/spp/a/kBcywBrSdhBNRY96Snq5MpK/>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 6. ed. São Paulo: SENAC, 2000.

BRASIL ESCOLA. **Aspectos culturais da região Nordeste**. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/brasil/aspectos-culturais-regiao-nordeste.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

BRASIL ESCOLA. **Região Nordeste do Brasil - aspectos culturais e econômicos da região Nordeste do Brasil**. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/brasil/regiao-nordeste.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

BRASIL ESCOLA. **Secas no Nordeste brasileiro**. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/historiab/secas-nordeste.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

CAMARGO, L. O. de L. **Os domínios da hospitalidade**. In: Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CENTRO DE TRADIÇÕES NORDESTINAS. **Sobre a empresa**. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/company/ctn-centro-de-tradi-es-nordestinas/about/>>. Acesso em: 06 nov. 2024.

CENTRO DE TRADIÇÕES NORDESTINAS. **Sobre nós.** Disponível em: <<https://www.ctn.org.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 06 nov. 2024.

FERRARI, Monia de Melo. **A migração nordestina para São Paulo no segundo governo Vargas (1951 - 1954) - seca e desigualdades regionais.** 2005. 169 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2005. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/1498?show=full>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

FORMULÁRIO DE RESPOSTA. **Conhecendo o Público do CTN: Um Mapeamento das Motivações e Perfis dos Visitantes.** 2024. Disponível em: <<https://forms.gle/Fnok9E6MATV-DXzC26>>. Acesso em: 08 nov. 2024.

INFOESCOLA. **Arte nordestina.** Disponível em: <<https://www.infoescola.com/artes/arte-nordestina/>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

INTERTEMAS TOLEDO PRUDENTE. **Artigo sobre migração nordestina e suas consequências sociais e culturais.** Disponível em: <<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/viewFile/1421/1357>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

IPEA. **Reportagens sobre migração nordestina e suas implicações sociais e econômicas.** Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?Itemid=39&id=1214%3Areportagens-materias&option=com_content&view=article>. Acesso em: 12 nov. 2024.

LOUISE, Amanda. **Migrantes nordestinos continuam a transformar cidades e a protagonizar sonhos e decepções.** Mi-graMundo, 2023. Disponível em:

Centro de Tradições Nordestinas (CTN): a presença da cultura nordestina

<<https://migramundo.com/migrantes-nordestinos-continuam-a-transformar-cidades-e-a-protagonizar-sonhos-e-desilusoies/>>.

Acesso em: 12 nov. 2024.

MERCURE ACCOR. **Comidas típicas da região Nordeste.** Disponível em: <<https://mercure.accor.com/pt-br/mercure-local-guide/local-gastronomy/comidas-tipicas-da-regiao-nordeste.html>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

MUNDO EDUCAÇÃO. **Características naturais do Nordeste brasileiro.** Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/caracteristicas-naturais-nordeste.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

REVISTA PEGN. **Centro de tradições nordestinas: conheça a história do empreendimento que homenageia o Nordeste em SP.** 2023. Disponível em: <<https://revista-pegn.globo.com/empreendedorismo/noticia/2023/10/centro-de-tradicoes-nordestinas-conheca-a-historia-do-empreendimento-que-homenageia-o-nordeste-em-sp.ghtml>>. Acesso em: 06 nov. 2024.

SÃO JOÃO DE NÓIS TUDIM. **São João de Nóis Tudim.** Disponível em: <<https://saojoaodenoistudim.com.br/>>. Acesso em: 06 nov. 2024.

SEBRAE. **Impacto econômico, social e ambiental do turismo.** Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/impacto-economico-social-e-ambiental-do-turismo,9b95760686ff6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

SHIBAKI, Viviane Veiga. **Avenida Paulista: da formação à consolidação de um ícone da metrópole de São Paulo.** 2007.

Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-05112007-125748/publico/TESE_VIVIANE_VEIGA_SHIBAKI.pd.>. Acesso em: 06 out. 2024.

SHIBAKI, Viviane Veiga. **Ícones urbanos, turismo e a produção do espaço na metrópole de São Paulo**. 2008. Revista Comunicação e Inovação - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. <https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/709/557>. Acesso em: 06 out. 2024.

UFPB. **Identidade cultural nordestina e gastronomia**. Disponível em: <https://www.ufpb.br/gcet/contents/documentos/repositorio-gcet/artigos/identidade_cultural_nordestina_e_gastron-2.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2024.

UNINASSAU. **Tradição da culinária do Nordeste: sabor e criatividade**. Disponível em: <<https://www.uninassau.edu.br/noticias/tradicao-da-culinaria-do-nordeste-sabor-e-criatividade>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

Do palco para a comunidade: Ministros do Riso e a Jornada da Alegria como modelo de extensão curricular para a formação em Gestão de Eventos

Allex Ranngel

Graduando em Gestão em Eventos E- Mail

ministrosdoriso@gmail.com

Viviane Veiga Shibaki

Professora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo

da Faculdade de Tecnologia de São Paulo. E-mail:

viviane.shibaki@fatec.sp.gov.br.

José Carlos Medeiros

E-Mail jose.medeiros6 @fatec.sp.gov.br

1 INTRODUÇÃO

A educação superior brasileira vive um marco decisivo com a Resolução CNE/CES nº 7/2018, que determina a inclusão de, no mínimo, 10% da carga horária dos cursos em atividades de extensão. Essa mudança amplia a visão de formação, exigindo que universidades e faculdades levem conhecimento e impacto para fora de seus muros.

Dentro desse contexto, o Projeto Integrador (PI) do curso de Gestão de Eventos da Fatec Barueri se torna a ponte entre teoria e prática, ao propor ações que transformam a comunidade. Foi nesse cenário que nasceu a Jornada da Alegria, uma parceria com a Cia. Artística Ministros do Riso – companhia que há 18 anos difunde cultura, cidadania, educação e inclusão social.

O objetivo deste artigo é apresentar esse case real, mostrando como o PI pode se alinhar à extensão curricular oferecendo um modelo replicável, que combine a narrativa da experiência dos Ministros do Riso com um guia prático para a implantação de projetos de extensão voltados à comunidade. Ao compartilhar os benefícios observados — tanto no desenvolvimento dos alunos quanto no fortalecimento da cultura cidadã — pretende-se motivar futuros estudantes de Gestão de Eventos a construir iniciativas que transformem vidas e cidades.

É sem dúvida um componente que articula teoria e prática, estimulando solução de problemas reais, ressaltando a contextualização do movimento nacional de curricularização da extensão, previsto na Meta 12.7 do PNE (Plano Nacional de Educação) 2014-2024 e regulamentado pela Resolução CNE/CES nº 7/2018 citada acima, que obriga a inclusão mínima de 10% da carga horária em atividades de extensão

no objetivo de demonstrar, por meio de um *case* real, a aplicação prática desse marco legal.

2 HISTÓRIA DOS MINISTROS DO RISO: 18 ANOS DE CULTURA, CIDADANIA E INCLUSÃO SOCIAL

Criados em 2006 por Alex Ranngel, os Ministros do Riso surgiram como um grupo teatral com o objetivo de levar alegria e reflexão para comunidades, hospitais, escolas, feiras culturais e eventos diversos. Com o passar dos anos, a iniciativa evoluiu para algo muito maior: uma filosofia de vida baseada em cultura, cidadania, educação e inclusão social.

Fundada em 28 de setembro de 2006 pelo ator, diretor e dramaturgo Alex Ranngel, a Companhia Artística Ministros do Riso nasceu do desejo de ser notado pela sua filha alinhado ao compromisso com a arte e a transformação social. O início se dá, quando Alex Ranngel após diversas tentativas de se lançar no mercado artístico com o objetivo de ser referência e mostrar sua idoneidade, seriedade, respeito, clareza de espírito e solidariedade onde fosse ressoante e alcançasse sua filha que até então ele não tinha contato.

Muito se tentou, com bandas, peças de teatro, atuação em novela e afins, mas sempre algo dava errado, não por ele e sim por terceiros. Desesperado em ser e mostrar que além das aparências e pré-julgamentos ele era um cara bom se viu no fundo do poço e quando quase estava desistindo, foi acolhido em uma religião a qual começou a ressaltar seus dons artísticos e musicais. Na esperança que realizar este sonho que por hora adormecia, Alex foi convidado a participar do grupo de louvor e criar uma equipe de teatro e ali ficou até que um

amigo se acidentou e na visita deste que estava em coma na UTI, sentiu um desejo imenso de ajudar o próximo esquecendo mais uma vez de si mesmo.

Na reunião da ouvidoria do hospital o pedido de voluntariado foi aceito em meio a um pequeno detalhe que passou despercebido... Allex não notou que a aprovação foi para um grupo de Clowns (palhaços) que nascia naquele momento. Quando ele percebeu não quis perder a oportunidade de ajudar a quem precisava e ali se atinou que seu desejo de ser referência para sua filha ganharia mais força e também era uma maneira de ele demonstrar a quem precisava aquilo que ele sempre quis demonstrar a ela, ou seja, um desejo que se ampliou para outras vidas seja ela em qualquer condição, assim podemos afirmar com toda certeza que os Ministros do Riso são frutos de uma inspiração mais que especial para Allex, a sua pequenina filha Caroline Nunes Vieira Rangel.

Os Ministros do Riso não são apenas artistas — são agentes culturais. Ao longo de 18 anos, o grupo desenvolveu projetos que quebram a quarta parede, envolvem o público e transformam ambientes inteiros, sempre com o propósito de levar um sorriso, plantar esperança e abrir diálogos sociais importantes.

Uma equipe unida e familiar, formada a partir de pequenas inspirações de grandes influências mundiais. Nossa missão é prestar um tributo às obras de renomados escritores, autores, companhias teatrais, animações e seriados, sem jamais sermos meras cópias. Nosso objetivo é resgatar a magia do entretenimento clássico, trazendo de volta valores essenciais que marcaram épocas e influenciaram nossas vidas. Criamos textos exclusivos e originais, mas sempre com um toque nostálgico daquilo que foi belo e, com o tempo, esquecido. No

objetivos de resgatar valores de inclusão e cidadania sob a perspectiva dos Ministros do Riso. Além de reavivar a magia da infância, transportando os veteranos de hoje para os tempos dourados dos anos 80. Queremos reacender a imaginação, os sonhos e a fantasia, compartilhando esse encantamento com o mundo. Nosso lema e slogan são: **“Produzindo Arte para Mudar o Mundo”**.

Formada por artistas que unem teatro, artes circenses, canto, dança e contadores de histórias, a Cia. Artística Ministros do Riso tem um histórico rico de apresentações em hospitais, escolas, eventos comunitários, emissoras de TV e oficinas criativas. Nosso trabalho inclui a confecção e manipulação de bonecos, fantoches e marionetes – inclusive com materiais reciclados – sempre utilizando uma linguagem acessível para transmitir mensagens de cidadania, cultura, solidariedade, motivação e autoconfiança. A alegria que proporcionamos contagia a todos, independentemente da idade.

Seu diretor geral é autor de seus textos (próprios e adaptados), com mais de 250 livros, audiobooks, DVDs, campanhas sociais e episódios para seriados, além de diversos artigos publicados desde sua estreia no cenário artístico em 1997. Realizando performances, intervenções artísticas, animação, recreação, teatro empresarial, teatro adulto e infantil, entre outros formatos personalizados conforme a necessidade do evento. Embora a figura do clown seja sua marca registrada, exploram outras expressões artísticas para diversificar suas atrações se estendendo por diversos cenários, incluindo:

- Favelas, hospitais e ruas;
- Shows e teatros;
- Ações sociais;
- Gravações de DVDs e seriados de TV;

- Produção de CDs e participação em programas de TV;
- Workshops e oficinas.

A equipe é composta por artistas apaixonados pela arte, comprometidos com nossa missão. Nossa agenda inclui viagens e compromissos que exigem dedicação, pois temos um objetivo maior: mudar o mundo através da arte.

São uma fusão de influências como Cirque du Soleil, Disney e Commedia dell'Arte, utilizando o lúdico para abordar temas como moral da história e cidadania. Nossas peças são criadas para todas as idades. Trabalhamos com intensidade, mas sempre nos divertindo. Aqui não existe pressão, pois a diversidade geográfica de nossa equipe nos fortalece e nos une ainda mais.

Desde 1997, Allex já atuava no cenário artístico, apresentando espetáculos teatrais, eventos, festivais, leituras dramatizadas e "Contação de História" em diversas localidades do Estado de São Paulo.

A história desta equipe pode ser encontrada no livro "Ministros do Riso – O Livro", escrito por Allex Ranngel. Essa obra detalha a trajetória da companhia e serve como um guia para artistas e entusiastas da arte que desejam atuar em trabalhos voluntários.

A Companhia Artística Ministros do Riso desenvolve suas produções com textos autorais, onde Allex Ranngel busca transmitir sua criatividade por meio da arte da atuação, envolvendo tanto bonecos quanto atores. As principais atividades incluem:

- Oficinas de Contadores de História;
- Oficinas de Confecção e Manipulação de Bonecos;
- Oficinas de *Clown* (Ministros do Riso);
- Oficinas de Fantoques e Marionetes com Materiais Recicláveis;

- Montagem de Palcos e Cenários;
- E muitas outras atividades relacionadas à arte e cultura.

Inicialmente, a equipe atuava exclusivamente dentro da esfera religiosa. O impulso para esse trabalho como já mencionado acima surgiu após uma visita de Alex a um amigo internado na UTI de um hospital regional. Esse amigo havia sofrido uma queda de uma laje e desenvolvido um coágulo no cérebro. Diante dessa experiência marcante, Alex sentiu a necessidade de se tornar voluntário em um ambiente hospitalar, onde pôde testemunhar de perto o impacto da arte na recuperação e no bem-estar dos pacientes.

Em 2006, inspirado pelo Cirque Du Soleil, especialmente pelo espetáculo CORTEO – um DVD presenteado por sua amiga Francine Correia –, Alex decidiu buscar mais informações sobre o trabalho voluntário dentro de hospitais. Foi então que nasceu "Os Sete Ministros do Riso com Cristo", um projeto que rapidamente conquistou espaço e agenda lotada, consolidando-se como uma referência em arte e inclusão social.

Ao longo de sua jornada, os Ministros do Riso gravaram cinco DVDs independentes:

- 1) A Consciência -2007,
- 2) O Pequeno Furto -2007,
- 3) Rede de Crianças -2007,
- 4) 3 em 1 -2008 e
- 5) Um Cangaceiro na Terra Santa -2008.

Inicialmente, o grupo era formado por sete atores, mas, a cada apresentação, o número de participantes crescia, chegando a um elenco de quarenta integrantes, entre profissionais, semiprofissionais e amadores.

A partir do final de 2008, o grupo adotou uma visão multifocal, sem vinculação religiosa ou qualquer tipo de discriminação social, racial ou cultural. Essa mudança de direcionamento levou à saída de vários atores, deixando Alex Ranngel praticamente sozinho na condução do projeto. Enfrentando uma profunda crise emocional e quase desistindo de tudo, Alex decidiu canalizar sua experiência e conhecimento para a criação de uma apostila voltada a quem desejasse seguir a causa. Nesse período, ele chegou a cogitar abandonar seu icônico personagem, Maestro Céu Azul.

3 O RENASCIMENTO

Em 2009, a apostila foi concluída e, em 8 de maio de 2010, foi lançada como um livro. Esse marco reacendeu o desejo de Alex de continuar transformando vidas por meio da arte. Em um momento de reflexão, ele percebeu que havia começado a jornada sozinho e que não poderia permitir que desafios o impedissem de seguir adiante. Assim, decidiu recrutar um novo elenco para o grupo, que passou a se chamar definitivamente Ministros do Riso.

Com um conceito renovado e um compromisso ainda maior com a excelência artística, o grupo passou por uma reformulação estrutural, garantindo exclusividade e qualidade em suas produções. Em 2010, os Ministros do Riso se tornaram oficialmente a Cia. Artística Ministros

do Riso, com registro formal (CNPJ) e um novo posicionamento no cenário cultural.

4 EXPANSÃO E RECONHECIMENTO

Em 2011, a companhia intensificou suas atividades, realizando eventos em escolas e apresentando novamente a peça "Um Cangaceiro na Terra Santa" no Festival de Teatro de Carapicuíba (FESTECAR), garantindo uma temporada no mês de novembro do mesmo ano. Paralelamente, Alex Rangel continuou desenvolvendo projetos para outros artistas, grupos e emissoras, expandindo sua atuação para diversas áreas da arte e da mídia. Ele escrevia esquetes, adaptava espetáculos teatrais, desenhava caricaturas, produzia roteiros para cinema, criava spots de rádio e comerciais para TV.

Foi nesse período que Alex ingressou na Turma do Chaves Brasil (2011-2012), inicialmente como roteirista. Rapidamente, conquistou espaço e, na primeira oportunidade, assumiu o icônico papel de Chaves. Como intérprete do personagem, participou de diversas atrações televisivas, incluindo:

- Pânico na Band
- McDia Feliz
- Programa do Ratinho (SBT)
- Programa do Jacaré
- Temperando Papo (NGT)
- Feijoadada da Fama
- Projetos de Ação Social

4.1 O PROGRAMA DE TV E NOVAS CONQUISTAS

No final de 2012, uma nova seleção de elenco foi realizada, marcando o retorno da peça "O Medalhão de Ouro", agora com uma equipe consolidada. Esse renascimento culminou no lançamento do programa online "Ministros do Riso Show", transmitido pela emissora AmaralTV. Diversos integrantes passaram pelo programa, que, apesar de ter apenas quatro edições, abriu portas para a participação do grupo em outros programas de TV, como:

- Painel de Pressão (allTV)
- Circuito de Sucessos (EcoTV, SKY)
- Enigmas (TV Facebook e TV Orkut)

Além disso, os Ministros do Riso participaram de grandes eventos, incluindo o Dia do Nariz Vermelho, uma iniciativa voltada a entidades carentes, reunindo diversos palhaços, e uma celebração especial com atores do programa Altas Horas.

Após diversos anos enfim no dia 02/08/2025, o sonho de Allex Ranngel se tornou realidade, sua filha o procurou após ter sonhado com ele no hospital, gerando uma preocupação e o desejo de encontrá-lo para buscar notícias, hoje estão em contato e recuperando o tempo perdido, e os ministros estão cada dia mais fortes com o poder da renovação e da esperança através deste relato final do reencontro tão aguardado.

Com sua identidade artística cada vez mais consolidada, os Ministros do Riso conquistaram seu espaço de forma natural e autêntica,

mantendo-se fiéis ao compromisso de levar alegria, inclusão e arte a todos.

4.2 A JORNADA DA ALEGRIA: UM PI QUE VIROU REFERÊNCIA

O projeto Jornada da Alegria nasceu como um Projeto Integrador no curso de Gestão de Eventos, mas rapidamente se destacou pelo seu caráter inovador. Diferente de eventos convencionais, a Jornada não se limitou ao palco: os Ministros do Riso se dividiram em dois núcleos de atuação — um cuidando dos espetáculos e apresentações e outro interagindo com funcionários, pacientes, equipe de apoio e espectadores.

Essa abordagem trouxe um novo significado à palavra evento: mais do que entretenimento, tornou-se uma ferramenta para gerar pequenas — e grandes — mudanças na vida de quem participa ou assiste.

A Jornada da Alegria foi o Projeto Integrador IV do 4º semestre de Gestão de Eventos. O evento teve duas etapas:

Talk Show Solidário (24/04/2025): tema A Arte que Transforma, com convidados como o humorista Rick Régis e o ilustrador Rogério Ferraz.

Visita Social (25/04/2025): na Casa São Francisco de Assis, com karaokê terapêutico, brincadeiras, música e distribuição de ovos de Páscoa.

O diferencial foi a quebra da quarta parede: alunos e artistas interagiram diretamente com pacientes, funcionários e familiares, mostrando que um evento é mais que entretenimento — é ferramenta de transformação de vidas.

O Projeto Integrador da Fatec Barueri tem como objetivo a criação de um evento social que une diversas disciplinas do quarto semestre, promovendo inclusão, solidariedade e cultura. Além da preparação, treinamento e produção logo após o Carnaval, com workshops e arrecadação de doações. Essas ações resultarão em uma apresentação final, realizada ao longo destes dois dias citados, buscando integrar acadêmicos e a comunidade em um ambiente de aprendizado e engajamento social por meio do humor e da arte.

4.3 SOBRE O *TALK SHOW* – A JORNADA DA ALEGRIA (PRIMEIRA ETAPA)

O *talk show* realizado no auditório da FATEC Barueri no dia 24 de abril de 2025, marcou a primeira etapa da “Jornada da Alegria”. Idealizado pelo quarto semestre do curso de Eventos da FATEC, o encontro teve como principal objetivo destacar “A Arte Como Agente Transformador Da Sociedade”, tanto nos palcos quanto na vida cotidiana.

Para isso, reunimos artistas de diferentes vertentes que compartilham não apenas o talento, mas também o compromisso com ações sociais. Entre os convidados presenciais, participaram:

Rogério Ferraz – ilustrador e desenhista de animações renomadas como “Peixonauta” e “O Show da Luna”.

Rick Régis – humorista conhecido por seu trabalho na “Escolinha do Gugu”.

Bianca Uyemura – Cantora, atriz que interpreta “Jornalista Helle Lane dos Ministros do Riso”.

Além deles, por meio do telão, outros convidados deram suas contribuições especiais:

Ossamã Sato – Mágico e empresário, atuante na “A Praça é Nossa do SBT”,

Zodja Pereira – Atriz, dubladora e empresária, atualmente à frente de uma das maiores empresas de dublagem do Brasil, a “Dubrasil”.

Pedro Lemos – Ator que interpretou personagens marcantes como Tobias em “Chiquititas” e Waltdisney em “As Aventuras de Poliana” do SBT.

Cada artista compartilhou sua visão sobre o papel da arte nas ações sociais, enfatizando como ela pode promover o bem-estar, a empatia e a transformação social.

O objetivo do talk show foi também despertar no corpo acadêmico – professores, alunos e diretores – a percepção de que eventos podem ir além do entretenimento, sendo ferramentas de impacto social. Ao alinhar cultura com solidariedade, é possível desenvolver projetos que una organização, experiência emocional e benefício coletivo — seja arrecadando alimentos, roupas, ração para animais ou promovendo momentos de afeto e inclusão.

Essa foi a missão central da primeira etapa da Jornada da Alegria: “Mostrar que eventos podem ser agentes de transformação quando combinam propósito, arte e amor ao próximo”.

4.4 SOBRE A VISITA – À AÇÃO (SEGUNDA ETAPA)

Realizada como parte da ação social, é importante destacar que, entre os cinco locais pesquisados pela equipe, optamos por aquele que mais demonstrava necessidade real de apoio. Nosso critério não foi escolher instituições já bem estruturadas, com apoio governamental,

parcerias ou recursos constantes, mas sim uma entidade que estivesse realmente carente – tanto de recursos quanto de afeto e atenção.

O verdadeiro sentido de um trabalho social está em “ir aonde poucos vão”, onde a ajuda é mais do que bem-vinda — é essencial. Foi assim que chegamos à Casa São Francisco de Assis, uma entidade que acolhe pessoas em situação de rua e que carece de apoio constante, não apenas material, mas também humano e emocional.

A visita teve como principal objetivo “proporcionar um dia melhor a todos os acolhidos”, incluindo os funcionários e voluntários que, diariamente, dedicam tempo e energia para manter o local funcionando. Afinal, o trabalho social não deve focar apenas em quem recebe ajuda, mas também em quem a oferece, pois esses profissionais e voluntários também precisam de incentivo, cuidado e reconhecimento.

Durante a ação, levamos música, dança, palavras de afeto, abraços e, principalmente, “atenção” — algo tão simples e, ao mesmo tempo, tão raro. Ao estarmos presentes, dedicando o nosso tempo, conseguimos tornar o dia de cada um mais leve e significativo.

Oferecer o nosso tempo é um dos maiores atos de amor. Em um mundo tão acelerado, onde a maioria está ocupada demais para olhar ao redor, parar e se doar ao outro — mesmo que por algumas horas — pode ser transformador. E foi isso que vivemos na Casa São Francisco de Assis: um dia que marcou a todos, inclusive a nós.

5 OBJETIVO GERAL:

- a) Promover a inclusão social por meio da arte e da comédia;
- b) Sensibilizar a comunidade acadêmica para causas sociais;

- c) Criar um espaço interativo para compartilhamento de experiências sobre o trabalho social;
- d) Incentivar doações para crianças, idosos e pessoas em situação de vulnerabilidade;
- e) Envolver outras turmas da Fatec e a comunidade externa;
- f) Organizar equipes para dividir funções específicas: Ambientação, Captação, Cerimonial, Comunicação, Programação e Relatório (não haverá A&B para evitar interferências no café da faculdade, mas será distribuída uma lembrancinha adocicada).

6 PÚBLICO

Alunos e professores da FATEC Barueri, participantes da instituição, profissionais da área de saúde e assistência social, além de pessoas que se interessem por atividades culturais, de comédia e inclusão social.

- Número estimado de participantes: aproximadamente 170 pessoas,
- Faixa etária: 18 a 80 anos, com predominância de adultos, jovens e terceira idade.

A fase de pré evento foi uma fase essencial para garantir o sucesso da Jornada da Alegria. Essa etapa envolve planejamento estratégico, visitas técnicas, reuniões de alinhamento e a definição das atividades que serão realizadas durante o evento principal. O objetivo é assegurar que todos os aspectos operacionais, logísticos e conceituais estejam organizados e bem estruturados.

As ações do pré-evento incluem a captação de parceiros, a arrecadação de doações, a mobilização da comunidade acadêmica e externa,

além do treinamento das equipes envolvidas. A visita técnica ao local escolhido permitiu a análise do espaço físico, garantindo que a estrutura fosse adequada às dinâmicas programadas. Além disso, foram identificadas necessidades específicas para ambientação, acessibilidade e segurança.

O envolvimento dos participantes desde essa fase inicial fortalece o engajamento e a coesão da equipe, proporcionando um evento bem planejado e alinhado aos objetivos propostos.

Como parte do planejamento do evento Jornada da Alegria, realizamos no dia 17/03 uma Visita Técnica (VT) na Casa São Francisco em Barueri. O objetivo dessa visita foi estudar o espaço destinado às atividades, esclarecer dúvidas com a administração local e alinhar os detalhes logísticos necessários para a execução do evento.

Durante a visita, avaliamos a estrutura física do local, verificamos a acessibilidade e identificamos os pontos estratégicos para a realização das atividades planejadas. Além disso, discutimos a logística de entrada e saída dos participantes, a organização dos espaços para dinâmicas e apresentações, e a necessidade de materiais adicionais para ambientação.

A visita também permitiu um primeiro contato com a equipe da Casa São Francisco, fortalecendo a parceria e garantindo uma melhor compreensão sobre as necessidades do público beneficiado. Esse alinhamento inicial foi essencial para a adaptação do cronograma e das atividades propostas.

Houve uma visita técnica no dia 21 de fevereiro, durante a visita técnica, a equipe foi guiada pela Simone, que apresentou a estrutura da casa e explicou como cada espaço é utilizado para atender às necessidades dos acolhidos. Os principais ambientes visitados foram:

Recepção e Área administrativa: Espaço destinado ao atendimento e triagem dos acolhidos, onde são registradas suas informações e identificadas suas necessidades.

Salas de Atendimento: Locais onde os assistidos recebem suporte psicológico e social, além de participarem de reuniões e atividades educativas.

Refeitório: Área onde são servidas refeições diárias, garantindo alimentação adequada aos acolhidos.

Alojamentos: Quartos coletivos organizados para proporcionar conforto e privacidade, respeitando a individualidade de cada pessoa acolhida.

Espaço de Convivência: Local voltado para atividades recreativas, rodas de conversa e integração social.

Área Externa: Espaço aberto para atividades ao ar livre, lazer e momentos de relaxamento dos acolhidos.

A visita foi essencial para compreender melhor o funcionamento da casa e alinhar as ações do evento de forma que respeite e contribua com o trabalho já desenvolvido pela instituição.

7 GÊNESE DA JORNADA DA ALEGRIA – MINISTROS DO RISO

Teve como contexto a iniciativa cultural do 4º semestre em eventos em parceria de Alex Ranngel, criada para levar arte, humor e inclusão social a comunidades, escolas e hospitais.

A Origem como atividade extensionista: aproxima universidade, artistas e sociedade, atendendo à diretriz de impacto social da

curricularização, onde como foi descrito, teve apresentações, oficinas lúdicas, rodas de conversa, coleta de indicadores de participação.

Mantendo a estrutura do PI, diagnosticando de necessidades sociais, planejamento, execução da Jornada da Alegria, criando um envolvimento interdisciplinar: estudantes de comunicação, pedagogia, artes cênicas e saúde.

Registrado em plataforma institucional e critérios de avaliação seguindo modelo de Atividades Extensionistas (AEX) apresentado no livro, com formação estudantil, no desenvolvimento de empatia, habilidades de gestão de eventos, prática de cidadania.

Em relação a comunidade alcançou promoção de bem-estar, fortalecimento de redes locais de cultura e saúde, evidenciando qualitativas nos depoimentos de participantes, indicadores de público, parcerias com escolas e entidades sociais.

O PI foi usado como ferramenta de efetivação da Resolução 7/2018: vai além do cumprimento burocrático, alcançando transformação social, conforme orienta a obra “A Curricularização da Extensão”. Desafiando cada participante no tempo de planejamento, necessidade de docentes orientadores, busca de financiamento atingindo potencial de replicação, cada curso pode adaptar a metodologia da Jornada da Alegria às suas áreas.

Este case demonstra que a curricularização da extensão não é apenas exigência legal, mas oportunidade para inovação pedagógica. O Projeto Integrador se torna um laboratório vivo de cidadania, fortalecendo o elo universidade–sociedade.

Este artigo serve como guia prático para outros alunos e instituições interessados em unir arte, educação e inclusão social.

8 A FUSÃO PI + EXTENSÃO CURRICULAR

A educação superior brasileira vive, nos últimos anos, um processo de transformação profunda em sua estrutura e em seus objetivos pedagógicos. A simples transmissão de conteúdos teóricos já não atende às necessidades da sociedade contemporânea, que exige profissionais preparados para lidar com realidades complexas e diversas. Nesse cenário, a **curricularização da extensão** surge como uma resposta estratégica, reforçada pela legislação e pelos órgãos reguladores, ao buscar a integração entre **ensino, pesquisa e extensão**.

Com a publicação da **Resolução CNE/CES nº 7/2018**, tornou-se obrigatória a inclusão da extensão curricular em todos os cursos de graduação, garantindo que, no mínimo, **10% da carga horária total** esteja voltada para ações extensionistas. Essas atividades precisam ultrapassar os muros das universidades e faculdades, alcançando diretamente a comunidade e promovendo impacto social.

A extensão curricular não é apenas uma exigência burocrática, mas um **movimento pedagógico inovador**, que transforma a relação entre universidade e sociedade, formando cidadãos mais conscientes, críticos e comprometidos.

9 EXTENSÃO CURRICULAR: O QUE É E COMO FUNCIONA

A extensão é entendida como um **processo interdisciplinar, educativo, cultural, científico e tecnológico**, que articula ensino e pesquisa em interação direta com a sociedade.

Seus principais objetivos são:

- Promover a **transformação social** por meio da aplicação do conhecimento acadêmico;
- Formar profissionais com **consciência cidadã**;
- Integrar os estudantes em realidades comunitárias diversas, desenvolvendo empatia e responsabilidade social;
- Criar devolutivas concretas à sociedade, em forma de projetos, serviços, eventos e programas.

Diferentemente de atividades complementares, a extensão **faz parte do núcleo do currículo**, é planejada, possui carga horária definida e deve estar vinculada ao Projeto Pedagógico de Curso (PPC).

9.1. ESTRUTURA E FORMATOS DA EXTENSÃO

As atividades de extensão podem ser implementadas em diferentes modalidades, de acordo com a legislação e as diretrizes pedagógicas:

- **Disciplinas próprias** – componentes curriculares criados exclusivamente para a extensão, com 100% de carga horária dedicada à interação com a comunidade.
- **Parte da carga horária de disciplinas regulares** – até 75% de uma disciplina pode ser destinada a atividades extensionistas, permitindo a integração de conteúdos já existentes com práticas sociais.
- **Estágio curricular com perfil extensionista** – até 30% da carga horária do estágio pode ser contabilizada, desde que envolva ações voltadas à comunidade.
- **Trabalho de Graduação (TG) com foco comunitário** – até 50% da carga horária do TG pode ser reconhecida como extensão, quando direcionada para demandas sociais reais.

- **Projetos, oficinas, eventos e prestação de serviços** – formatos flexíveis que aproximam estudantes e professores da realidade da sociedade.

Essa diversidade de formatos garante que a extensão seja adaptável a diferentes cursos, áreas do conhecimento e contextos locais.

9.2. IMPLANTAÇÃO NA PRÁTICA

Para efetivar a curricularização, as instituições devem seguir um processo estruturado:

1 Análise da matriz curricular – verificar a carga horária total e calcular o percentual mínimo de 10% destinado à extensão.

2 Identificação de disciplinas e conteúdos – mapear onde a extensão pode ser incorporada de forma natural e integrada.

3 Criação de projetos estruturados – cada projeto deve ter objetivos claros, metodologia definida, etapas de execução e resultados mensuráveis.

4 Envolvimento do corpo docente – professores precisam estar preparados e motivados para orientar atividades extensionistas.

5 Registro e avaliação – as atividades devem constar no histórico escolar e passar por avaliação periódica para comprovação de impacto.

O documento do SEMESP apresenta **10 dicas práticas** para auxiliar nessa implantação, reforçando que a extensão deve sempre estar conectada ao perfil do egresso e às competências do curso.

9.3. EXEMPLO PRÁTICO: JORNADA DA ALEGRIA

Um exemplo concreto da fusão entre **Projeto Integrador (PI)** e **Extensão Curricular** é a **Jornada da Alegria**, realizada pelos alunos de Gestão de Eventos da Fatec Barueri, em parceria com a **Cia. Artística Ministros do Riso**, fundada em 2006 por **Allex Ranngel (Maestro Céu Azul)**.

A companhia é reconhecida por seu trabalho em **arte, cultura e cidadania**, atuando em hospitais, escolas, comunidades e eventos sociais. Essa trajetória consolidou-se como inspiração para o projeto acadêmico.

Objetivos do Projeto

- Levar arte, solidariedade e alegria a comunidades em situação de vulnerabilidade;
- Integrar teoria e prática das disciplinas do 4º semestre de Gestão de Eventos;
- Proporcionar aos estudantes uma vivência extensionista com impacto social real;
- Reforçar a importância da cultura e da inclusão como instrumentos de transformação.

9.4. ORGANIZAÇÃO E EXECUÇÃO

Os alunos se dividiram em equipes (Comunicação, Cerimonial, Ambientação e Captação de Recursos), cada uma responsável por funções específicas. Essa estrutura permitiu vivenciar, na prática, os

desafios de planejamento, execução e avaliação de um evento de médio porte.

Resultados Alcançados

- **Participação:** cerca de 170 pessoas no talk show e 150 beneficiários diretos na visita.
- **Doações:** alimentos, sofás e 200 caixas de bombons.
- **Captação de recursos:** R\$ 2.136,79 arrecadados.
- **Formação acadêmica:** os alunos desenvolveram competências em gestão de eventos, marketing, produção cultural, além de empatia e senso de cidadania.
- **Identidade visual:** inspirada nas cores vibrantes dos Ministros do Riso, reforçando a marca de inclusão e alegria.

Esse resultado mostrou que o PI não se restringiu a um exercício acadêmico, mas se tornou um **instrumento de política pública**, capaz de unir universidade e sociedade em torno de um objetivo comum.

9.5. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES:

A curricularização da extensão representa um marco para a educação superior no Brasil. Mais do que atender a uma exigência legal, ela promove uma **mudança de paradigma** na forma como entendemos o papel da universidade na sociedade. A **Jornada da Alegria**, ao integrar o Projeto Integrador à extensão, provou que o ensino pode ser mais humano, significativo e transformador. Ao unir **história de vida, arte e educação**, a experiência formou alunos mais preparados, cidadãos mais conscientes e comunidades mais fortalecidas. Esse modelo é replicável e serve de inspiração para outras instituições que

buscam unir **arte, cidadania e inclusão social**. Assim, a universidade deixa de ser apenas espectadora das demandas sociais e se torna **protagonista da esperança, da solidariedade e da transformação coletiva**.

10 GUIA PRÁTICO: COMO MONTAR UM EVENTO DE IMPACTO SOCIAL DO ZERO

Para inspirar outros alunos, segue um passo a passo baseado na experiência:

Guia Prático Expansível: Para cada uma das 6 etapas, escreva 1 a 2 parágrafos extras com dicas, exemplos de ferramentas (planilhas, apps, editais). Inclua um *checklist* em tabela e um modelo de orçamento.

Etapas 1 – Defina o conceito e a mensagem: um bom evento nasce de um tema, um propósito. No caso da Jornada da Alegria, a missão era clara: levar alegria e reflexão social para além do palco.

Etapas 2 – Planeje: crie um cronograma realista, defina metas e tarefas. Monte uma equipe e distribua funções (produção, marketing, captação de recursos, cenário, figurino).

Etapas 3 – Busque apoios e parcerias: prefeituras podem ceder espaços públicos, oferecer estrutura de apoio (som, iluminação) e até financiamento via editais. Empresas locais podem ajudar com patrocínio ou permutas.

Etapas 4 – Estruture o evento: defina logística, ambientação, sinalização e segurança. Lembre-se: um evento de impacto precisa ser organizado e acolhedor.

Etapa 5 – Execute com interação: não deixe que o evento seja só um “show”. Interaja com o público, com os trabalhadores do local, com a equipe técnica. Isso cria a sensação de que todos fazem parte.

Etapa 6 – Avalie e deixe legado: faça um balanço: o que funcionou? O que pode melhorar? Deixe materiais (fotos, vídeos, guias) para inspirar futuros eventos.

11 RESULTADOS E IMPACTO SOCIAL. DEPOIMENTOS E TRANSFORMAÇÕES VISÍVEIS

Entrevistado 1

“Antes do PI eu tinha medo de me expor. Com a Jornada da Alegria, vi que um evento pode mudar uma vida — inclusive a minha. Hoje eu penso diferente sobre a profissão.”

Entrevistado 2

“Depois da Jornada da Alegria, entendi que eventos não são só festas. Eles podem ser uma ferramenta de transformação social e cidadania. Isso mudou totalmente meu olhar acadêmico.”

Entrevistado 3

“Organizar o projeto me fez sentir profissional de verdade. Eu deixei de ser apenas estudante e percebi que consigo aplicar tudo que aprendi em sala na prática, ajudando pessoas reais.”

Entrevistado 4

“Eu sempre achei que extensão era só mais uma obrigação da faculdade. Mas viver a Jornada da Alegria me mostrou que ela é o coração da formação, porque conecta a gente com a comunidade.”

Entrevistado 5

“Ver o sorriso das pessoas na comunidade foi a maior recompensa.

Percebi que, como gestor de eventos, posso gerar impacto humano e não apenas organizar cronogramas e orçamentos.”

Entrevistado 6

“O PI me ajudou a destravar minha criatividade. Eu nunca tinha pensado que poderia criar algo tão grande em grupo e ver isso se transformar em resultados concretos.”

Entrevistado 7

“Acadêmica e pessoalmente, foi transformador. Aprendi a trabalhar em equipe, respeitar prazos, dialogar com parceiros e, principalmente, a acreditar que meu trabalho pode mudar realidades.”

12. RESULTADOS E INDICADORES

A Jornada da Alegria gerou:

- Transformação visível em quem participou e assistiu.
- Nova percepção sobre o que significa “evento” — não apenas entretenimento, mas ferramenta de inclusão social.
- Fortalecimento do curso de Gestão de Eventos, mostrando como a faculdade pode ser um motor de mudanças na comunidade.

13 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mais do que uma apresentação, a Jornada da Alegria foi um ato de transformação. Mostrou que a Gestão de Eventos vai muito além de organizar festas: trata-se de planejar experiências que mudam vidas.

Ao unir o Projeto Integrador à Extensão Curricular, cria-se um novo paradigma para a formação acadêmica, em que alunos deixam de ser apenas estudantes para se tornarem protagonistas de impacto

social e cultural. A Jornada da Alegria comprova que a gestão de eventos pode ir além do entretenimento: ela muda vidas. Em tempos de curricularização da extensão, prefeituras e editais culturais tornam-se aliados estratégicos, oferecendo espaços, logística e apoio financeiro.

Este artigo é um convite para que alunos e docentes repensem seus PIs: que eles ultrapassem os limites da sala de aula, alcancem a comunidade e formem profissionais empreendedores e socialmente responsáveis

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei nº 13.005/2014 (PNE 2014-2024).

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. Resolução CNE/CES nº 7/2018.

SCORSOLINI-COMIN, F.; SILVA JUNIOR, C. R. (orgs.). **A Curricularização da Extensão**: orientações e reflexões para um fazer integral em saúde e educação. São Carlos: Pedro & João, 2025.

FATEC Barueri. **Projeto Integrador IV**. Curso de Eventos. 2025. Associação Cáritas Nossa Senhora da Escada. Site oficial. Disponível em: <https://www.caritasbarueri.com.br>

BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Estatuto da Criança e do Adolescente.

FERREIRA, R. (2024). **Produção de Eventos com Impacto Social**. Editora Cultura Ativa.

RELATÓRIO PROJETO INTEGRADOR IV – Um Evento Social com os Ministros do Riso, Fatec Barueri, 2025.

BRASIL. Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018. Estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior

brasileira. Disponível em: https://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=30192&alias=105102-rces007-18&option=com_docman&view=download. Acesso em: 30 jul. 2025.

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Diário Oficial da União, Brasília, 23 dez. 1996.

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

RANGEL, Allex. **Ministros do Riso** – O Livro. Editora Clube de Autores / Editora Amazon / MR Editora e UICLAP Editora.

RANGEL, Allex. **Ministros do Riso** – A 4ª Categoria. Editora Clube de Autores / Editora Amazon / MR Editora e UICLAP Editora.

RANGEL, Allex. **Ministros do Riso** – <https://ministrosdorisooficial.blogspot.com/>.

Uso do folclore como um atrativo turístico: um resgate da cultura nacional

Willian dos Santos Machado

Graduando do Curso de Gestão de Turismo da Faculdade de
Tecnologia de São Paulo.

Deborah Hornblas Travassos

Orientadora e Professora do Curso de Gestão de Turismo da
Faculdade de São Paulo.

INTRODUÇÃO

Este artigo pretende apresentar a relação que há entre o folclore com a atividade turística, em especial, o folclore brasileiro, visto que ele vem aos poucos sendo esquecido pelas novas gerações, que graças a constante e rápida troca de informações, tem tido mais contato com culturas de outros países em detrimento da cultura local, assim, colocando em risco e condenando ao esquecimento a identidade cultural do país como um todo.

Para demonstrar tal relação, no decorrer deste estudo são apresentadas localidades que conseguiram unir ambos os elementos: turismo e folclore, porém, vale ressaltar que pelo fato deste último se apresentar por meios de diversos fenômenos, iremos focar apenas em dois: a literatura e nos festivais folclóricos. Segundo Monica (2001), se caracterizam como:

Literatura: Contos, relatos, histórias infantis e lendas, sendo que este último pode apresentar algumas variantes, pois os mitos de quais ele se origina vai depender de quem os viu.

Festas Populares/Religiosas: Comemorações ou eventos onde há a participação do povo, além de também possuir a presença dos diversos fenômenos folclóricos como literatura, vestimentas, culinárias, dentre outros.

A escolha dos dois fenômenos citados acima, se deve a razão de ambos serem os mais lembrados quando se trata de folclore, em especial o primeiro que em conjunto com as figuras que o compõe, por um certo tempo, foram amplamente conhecidos na maior parte do território nacional.

Referente a metodologia utilizada, foi realizado uma pesquisa exploratória bibliográfica, reunindo através do Google Acadêmico, artigos e trabalhos referentes aos objetivos desse estudo: folclore, lendas e certas cidades específicas que foram escolhidas previamente para serem analisadas, a saber Joanópolis, Olimpia e São Luiz do Paraitinga. A princípio foi decidido dar prioridade a trabalhos a partir de 2018, porém, devido à escassez de trabalhos que abordassem os tópicos citados anteriormente, foi decidido não estabelecer uma limitação temporal referente aos estudos pesquisados, além disso, tal método de pesquisa também foi aplicado para reunir e analisar obras pertencentes a folcloristas nacionais de renome.

2. FOLCLORE

2.1 O QUE É FOLCLORE?

Desde a antiguidade, a humanidade sempre carrega consigo um conjunto de tradições milenares e diversas, que são transmitidas de forma oral para seus semelhantes e preservadas por eles através de suas formas de agir e pensar, porém, a valorização dessas tradições e seus registros eram algo pouco usuais e não apresentavam muito notoriedade até meados do século XVIII, com a aparição dos irmãos escritores Jacob e Wilhelm Grimm, que eram grandes apreciadores da literatura, principalmente a que se referia a poesia tradicional alemã, que em seu conteúdo relatava histórias fantásticas contadas pelos povos germânicos que eram transmitidas de geração para geração, e através da coleção de contos dos Grimm em conjunto com o surgimento do Romantismo, foi possível notar uma identidade cultural da

população alemã; conseqüentemente, outras nações passaram a buscar reconhecer seu próprio patrimônio cultural: tradições, histórias e costumes (DENECKE, 2018).

“Esse conjunto de elementos que compõe esse patrimônio é o folclore, termo que surgiu em 1846, através da revista londrina, *The Atheneum*, que em agosto do mesmo ano, publicou a carta do arqueólogo inglês, William John Thoms, que utilizando o pseudônimo de Ambrose Merton, apresentou o termo Folk-Lore por ele criando e seu significado, sendo folk: povo, família, nação; e lore: conhecimento, instrução, sabedoria; gerando assim folk-lore: “the lore of the people”, a sabedoria do povo.” (CASCUDO, 2012, p. 9).

Com passar do tempo, a definição de folclore foi se aprofundando cada vez mais, com suas manifestações passando a serem também interpretadas como impulsos e forças inconscientes relacionadas a alma e a identidade do povo que as acolheu e as transformou a partir de uma fonte universal (COELHO, 2009), com isso, a sabedoria transmitida é atemporal, podendo estar presente em diferentes culturas separadas pelo tempo e espaço, por exemplo, na Babilônia, era comum que as pessoas usassem o fogo para afastar maus espíritos ao sair à noite, e tal hábito foi sendo diluído em futuros grupos sociais; como relata o folclorista, Câmara Cascudo:

“O padre Manuel da Nobrega, em 1549, informava que o indígena na Bahia só sai de noite com um tição aceso na mão. Era uma defesa contra os fantasmas agressivos. No sertão do Rio Grande do Norte, 1910, com 10 anos de idade, via meus primos obedecerem ao mesmo rito. Em 1963, viajando pela Zambézia, encontrava os negros atizando tições flamejantes. Os hindus contemporâneos empregam a mesma técnica.” (CASCUDO, 1967, p. 10) .

Assim sendo, o folclore está presente em todo mundo e em todos os tempos, por meio de diversos fenômenos folclóricos, que são elementos variáveis da cultura, que se alteram de região para região, de acordo com seu aspecto e função, sem perder sua autenticidade local. Tais fenômenos são transmitidos pelo homem através dos contatos do dia a dia que ele mantém com seus semelhantes na convivência como um ser social, estando presente em todos os níveis da sociedade, o que consequentemente poder gerar um efeito de aculturação, onde ocorre um conjunto de transformações oriundas do contato de dois ou mais grupos culturais diferentes (MONICA, 2001, p. 21).

2.2 LENDAS E SEUS PERSONAGENS

O folclore está recheado de lendas com seres míticos que estão relacionados a um fenômeno ou ação incompreensível, na tentativa de fornecer uma explicação para aquilo que até então não possui ou para passar algum tipo de ensinamento para seus semelhantes. No primeiro caso, como descrito por Cascudo (2012) em sua obra *Geografia dos Mitos Brasileiros*, podemos citar uma criatura das lendas dos povos originários, o Boitatá, uma serpente gigante de fogo que habita as florestas, tal ser é uma tentativa de explicar o chamado fogo-fátuo, que está relacionado aos incêndios espontâneos que ocorrem devido a queima de gases por meio de materiais orgânicos, sendo este um fenômeno comum em locais com grande concentração de árvores; já no segundo caso podemos citar um famoso personagem que se originou de uma lenda portuguesa, a Cuca, uma bruxa com características físicas de um jacaré, que era conhecida por raptar crianças malcriadas,

por conta disso, ela era considerada um ser do “ciclo da angustia infantil”, uma classificação destinada a entidades e lendas que eram utilizadas pelos mais velhos para disciplinar as crianças por meio do medo (CASCUDO, 2012).

Pelo fato de o folclore ser um elemento universal sendo particular em sua variante, muitas culturas compartilham alguns personagens semelhantes entre si. No Brasil, por exemplo, o Caboclo-d’Água que atemoriza os pescadores do rio São Francisco, é o mesmo que o Negro d’água que os canoieiros relatam terem vistos no rio Doce, e o Cabeça-de-Cuia existente no rio Parnaíba (Martins, Saul Alves. 1991), sendo que esses três por sua vez são o mesmo que o ser do folclore japonês conhecido como Kappa, um yokai que aterroriza pessoas que habitam próximos de rios e lagos, da mesma forma que o Boitatá é uma variante da lenda do Jack-o’Lantern, presente no folclore europeu, visto que ambos se originam do mesmo fenômeno: will-o’-the-wisp ou fogo-fátuo (CASCUDO, 2012, n.p).

No Brasil, devido a difusão de diversas culturas provinda de outros países, muitos personagens folclóricos sofreram algumas alterações, podem até ser vistos como representação dessa miscigenação de culturas, como o caso descrito por Câmara Cascudo (2012) sobre a Iara ou Mãe d’Água, uma mulher metade peixe que habita as águas e encanta os homens, que apesar de possuir traços indígenas, sua origem está fortemente relacionada aos colonizadores europeus, que trouxeram consigo a lenda das sereias e que ao chegarem no território sul-americano, tomaram conhecimento da lendas de seres como o Iupuiara, uma criatura masculina marinha, que habitava os rios e afogava os indígenas que passavam em seu território, e pelo fato de algumas tribos utilizarem o termo Mãe d’Água para se referir aos rios, os

europeus erroneamente associaram ambos como único ser, transformando em uma sereia, o que consequentemente fez com que a mesma fosse retratada com algumas características europeias. Posteriormente, com a chegada dos povos africanos que haviam sido trazidos como escravos pelos portugueses, a imagem da Iara foi se modificando devido a influência de Oxum, a orixá dos corpos de água doce, e a de Iemanjá, uma divindade relacionada as águas, fazendo que no imaginário coletivo, a personagem folclórica passa-se a possuir características de um país miscigenado etnicamente e culturalmente, afastando da imagem das 18 sereias caucasianas de cabelos loiros (CASCUDO, 2012).

3. TURISMO E FOLCLORE

3.1 TURISMO CULTURAL

De acordo a Organização Mundial do Turismo, o turismo constitui-se de atividades que um indivíduo realiza durante suas viagens e permanência a locais diferentes daqueles que estão presentes no seu dia a dia, por um período inferior ao de um ano, com o intuito de lazer ou trabalho (OMT, 2001 apud SANTOS, 2010, p. 13), e seja por querer ou não, tais atividades exercem uma certa influência na percepção de mundo do indivíduo, além da possível alteração do seu comportamento, visto que durante as viagens é demonstrado um encurtamento da distância cultural entre o visitante e aquele que foi visitado.

Tal relação entre cultura e o ato de viajar, é algo existente desde muito tempo atrás, tendo como exemplo o fenômeno do século XVIII conhecido como Grand Tour, que consistia em viagens na qual nobres

e burgueses europeu se deslocavam para outras regiões visando o contato com diferentes culturas para o aprimoramento de sua formação e de seu status em meio a sociedade aristocrática da época (SALGUEIRO, 2002), nesse caso, o ato de viajar com o intuito de estar em contato com novas culturas seria configurado como Turismo Cultural, que nas palavras de Silberberg (1995), é definido como:

“[...] visitação por pessoas de fora da comunidade receptora motivada no todo ou em parte por interesse em aspectos históricos, artísticos, científicos ou de estilo de vida e de herança oferecidos por uma comunidade, região, grupo ou instituição”.

De forma técnica, vale a pena mencionar o conceito dessa modalidade de turismo fornecida pela *European Association for Tourism and Leisure*, na qual é revelado o interesse no consumo de elementos classificados de forma previa como culturais:

“[...]Turismo cultural é] toda movimentação de pessoas em torno de atrações culturais específicas, tais como sítios históricos e manifestações artísticas e culturais, fora de seu lugar próprio de residência” (RICHARDS, 1997, p. 24).

No contexto de que a cultura são as ações nas quais os povos se tornam capazes de demonstrar suas “formas de criar, fazer e viver” (Constituição Federal de 1988, art. 216). O folclore acaba emergindo como uma das mais autênticas expressões culturais, ancorando-se nas tradições e na criatividade coletiva de um povo, tornado se assim um tópico de interesse a ser contemplado pelos visitantes que buscam novos contextos culturais, e como o turismo é uma das grandes fontes de rendas presentes ao redor do globo, muitos países e regiões utilizam

de seus fenômenos folclóricos, dentre eles a literatura e as festas populares, para atrair seus visitantes.

Na Romênia, é utilizado a imagem do Drácula, personagem criado pelo escritor Bram Stoker, que utilizou como inspiração a figura histórica do conde romeno, Vlad 3^a, na criação de um dos vampiros mais famoso da atualidade, que no romance escrito por Stoker, vivia no Castelo de Bran, uma construção real localizada na Transilvânia, que se tornou oficialmente o castelo da lenda do Conde Drácula, onde todo ano se realiza uma festa de halloween em homenagem a figura do vampiro (BARBOSA, 2019).

No Brasil, que possui uma riquíssima identidade cultural diversificada que está presente em todo território nacional, abrange um grande número de figuras folclóricas e festas populares que retratam as tradições e as histórias de seus habitantes, como a lenda do Auto Boi, que na versão mais conhecida, gira entorno de um casal de escravos que matou o boi favorito do seu patrão, mas posteriormente com a ajuda de um pajé conseguiram trazer o animal de volta a vida; a lenda em conjunto com a figura do boi deram origem as festas do Bumba Meu Boi que é celebrada no Maranhão; e ao Festival de Parintins celebrado no Amazonas, que apesar de encenarem as mesma lenda com peças teatrais e musicais, ambas as festividades possuem certos aspectos que diferenciam uma da outra (DIAZ, 2024).

No estado de São Paulo, alguns municípios passaram a integrar suas lendas, seus personagens e suas tradições nas suas atividades turísticas, das quais serão contextualizadas e descritas a seguir no texto.

3.2 JOANÓPOLIS, CAPITAL DO LOBISOMEM

Localizada entre as Serras da Mantiqueira e do Guirra, estando a 76 km em linha reta de distância da capital e a 100 km pela Fernão Dias até Atibaia e pela Rodovia D. Pedro até o começo da SP-36 que conecta Piracaia, a Estância turística de Joanópolis é um município de porte pequeno, e que segundo estimativas fornecidas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui uma população média de 13,338 habitantes (em 2020). O Município de Joanópolis está integrado na Região de Campinas Sub-região de Bragança Paulista, fazendo fronteira com o Estado de Minas Gerais por meios dos Municípios de Extrema, Vila Monte Verde e Camanducaia; e com os Municípios Paulista de Vargem, São Jose dos Campos, Igaratá, Piracaia e Bragança Paulista. Sua economia é baseada em atividades rurais como agricultura e pecuária, além de atividades provindas do turismo e do comercio, sendo elevado à categoria de Estância Turística em janeiro de 2001, devido ao seu patrimônio material e imaterial, em conjunto com seu aspecto histórico e natural (CAMARA MUNICIPAL).

Assim como a Transilvânia está fortemente ligada a imagem do Drácula, Joanópolis está fortemente ligada ao mito do lobisOMEM, que como muitas outras, foi trazida pelos colonizadores europeus, que trouxeram consigo seus conhecimentos e costumes ao chegarem no novo continente (CORREIA, 2008 apud GONÇALVES et al, 2018).

Em 1983, a figura do lobisOMEM passou a ganhar grande notoriedade e repercussão, graças a uma estudante da Escola Nacional de Folclore, que pertencia a uma antiga família de Joanópolis, escreveu sobre LobisOMEM em um livro que futuramente seria publicado em

2004, com o título de “Lobisomem: Assombração e Realidade” (PAIVA et al., 2000, p. 74), tal pesquisa para a concepção do livro atraiu muitos olhares para o município e seus mistérios. Ainda na década de 80, Joanópolis se configurou como a Capital Nacional do Lobisomem, título que foi sugerido pelo jornal ‘O Estado de S. Paulo’, e que inicialmente caiu como uma “bomba” pelo município.

Com o passar do anos, o interesse pela terra do lobisomem foram aos poucos diminuindo, até que em 1998, uma rede de fast food, decidiu gravar um comercial com a temática do lobisomem em Joanópolis, o que fez com que município voltasse a ser bastante comentado entre as pessoas, com isso, em agosto do mesmo ano, foi fundada a ACL, Associação dos Criadores de Lobisomem, que tinha como objetivo divulgar e perpetuar a imagem que a cidade possuía como a capital do lobisomem, fazendo até mesmo alteração na visão negativa e maldita que as pessoas possuíam da criatura, transformando-o em uma criatura amigável, que adora bares e que dá sorte. Tal mudança fez com que o público passasse a gostar do lobisomem de Joanópolis, que se tornou uma temática que atraiu turistas para os estabelecimentos onde ele se encontra, e para o município como um todo, conforme apresentado por Valter Cassalho (2015):

“Hoje em dia, o lobisomem pode ser considerado o carro-chefe na divulgação do turismo da cidade, aproveitando o folclore e mostrando as belezas naturais que o município encerra. No mês de agosto acontecia a Trilha do Lobisomem, ocasião em que dezenas de jeepeiros percorriam a madrugada joanopolense na esperança de ver o bicho. Além disso, as pessoas estão descobrindo os mistérios da lua cheia, ou seja, estão reatando com seu imaginário, buscando ouvir e relembrar as histórias de assombração e outros contos, pacientemente contados pelas

pessoas mais antigas da família ou da comunidade” (CASSA-LHO, 2015).

3.3 OLÍMPIA, CAPITAL DO FOLCLORE

Situada sobre o Aquífero Guarani, o maior reservatório de águas subterrâneas do planeta, há uma distância de 453km da capital paulista, encontra-se a cidade Olimpia, com uma população estimada, em 55.075 habitantes, dado esse fornecido pelo IBGE em 2022. Originalmente, a economia do município estava voltada para agricultura, através do cultivo de café, cana de açúcar e laranja, em conjunto ao comércio e operação de pequenas indústrias, porém, em meados da última década, graças a exploração das águas quentes da região, que levou a criação de parques aquáticos e temáticos, como o Parque Aquático Thermas dos Laranjais e o Hot Beach Olimpia, e que em conjunto com a sua ampla oferta de atrativos, fez do turismo sua maior fonte de renda, tendo um fluxo médio de cerca de 3 milhões de visitantes por ano, sendo considerada a “Orlando Brasileira” e recebendo o título de Estância Turística no ano de 2014, desde então, Olimpia tem sido apontado como um dos mais importantes polos de turismo do Estado de São Paulo (TURISMO OLIMPIA, s.d.).

A relação entre a cidade e o folclore surgiu em meados da década de 1950, quando o professor Victório Sgorlon, que lecionava canto orfeônico na escola particular, Ginásio Olimpia, elaborou uma exposição de trabalhos artesanais e peças sobre o folclore com o intuito de despertar o interesse de seus alunos sobre o tema, visto que tal temática passava despercebida pela região. Por conta disso, Sgorlon passou a promover seminários e diversas exposições de objetos “folclóricos” reunidos por seus alunos e que foram expostos nas salas do ginásio,

posteriormente, dois folcloristas renomados, Rossini Tavares de Lima e Laura Della Monicica, , foram convidados por Sgorlon para participar nas exposições (REIS, 2012), e com a presença dessas duas figuras, as atividades desenvolvidas em sala foram legitimadas, fazendo com que o projeto fosse bem aceito pelos alunos e seus familiares.

Graças aos resultados positivos das exposições e da participação de seus alunos e da comunidade, Sgorlon decidiu organizar, durante o feriado nacional de 7 de setembro, um desfile que tinha como tema o folclore, no qual eram utilizados carros antigos como carros alegóricos e em cima de seus capôs havia pessoas vestidas com trajes típicos e usando objetos relacionados as regiões do Brasil. A partir dessa data, em todos os anos seguintes, Sgorlon e seus simpatizantes passaram a organizar esse desfile folclórico (JESUS, 2017).

Com o apoio de outros pesquisadores do tema, José Sant'Anna, bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais em conjunto com alguns grupos folclóricos, escolas e estabelecimentos, em 1965, surgiu o 1º Festival Folclórico de Olimpia, que se originou da ideia de trazer as manifestações e seus grupos para as ruas da cidade. Em seus primeiros anos, o festival atingiu grandes proporções, passando a receber cada vez mais novos grupos folclóricos, despertando o interesse das autoridades locais, e futuramente, das autoridades das esferas estaduais e federais (JESUS, 2017).

Anualmente, o Festival do Folclore de Olimpia, que ocorre no mês de agosto, reúne diversos grupos folclóricos oriundos de todas as regiões do país, que a princípio, só poderiam ser contempladas de forma individual e em apenas em suas localidades originais, com isso, o evento promove o encontro de fenômenos folclóricos distintos em um mesmo espaço, resultando na criação de um fenômeno inusitado,

porém interessante (REIS, 2016). Por muitos anos, as festividades ocorriam em torno do marco zero da cidade, a Praça Matriz de São João Batista, porém devido aumento na quantidade de seus participantes, em 1982, o festival foi transferido para uma localidade específica para um evento de sua dimensão, sendo assim, foi construída a Praça de Atividades Folclóricas Professor José Sant’Anna, também conhecida como Recinto do Folclore. Atualmente, o evento no município de Olimpia é considerado o maior festival de folclore do país, pois além de abranger danças e folguedos folclóricos, o festival também abrange fenômenos que se categorizam como parte da cultura popular brasileira (JESUS, 2017).

Apesar de sua proporção e de ser um evento importante para cidade, além de seu reconhecimento nacional, o festival não é o principal componente que atrai turistas para a cidade, visto que a maioria de seus visitantes viajam para a cidade em busca, segundo Reis (2016), daquilo que ele chama de “turismo de águas quentes”. Por conta disso, grande parte do público que acompanha o evento, é composto pelos próprios moradores da cidade e de regiões vizinhas, fazendo com que a população reconheça a festa como um símbolo de sua história e tradição, gerando um sentimento de pertencimento, em paralelo a isso, a população não compartilha do mesmo sentimento em relação aos parques aquáticos da região, que é visto como um espaço destinado somente aos turistas (REIS, 2016).

Devido a sua importância econômica para a cidade, que no ano de 2022 recebeu cerca de 3,5 milhões de turista, o Parque Thermas dos Laranjais, é atualmente o principal atrativo da Estância Turística de Olimpia, enquanto o Festival do Folclore de Olimpia, considerado como “nossa festa maior” por seus participantes, é geralmente

colocado em segundo plano (REIS, 2016) , como é possível notar em seu vídeo promocional da cidade localizado no site oficial do município, onde a cidade é apresentada na seguinte ordem: parques aquáticos, estrutura e suas conquistas, e por fim, o festival do folclore.

“[...]Hoje somos a terra das águas quentes e berços de grandes indústrias, temos dois dos dez parques aquáticos mais visitados da América Latina, um dos mais procurados no mundo e o primeiro em todo o Brasil. Construímos a segunda maior rede hoteleira do estado de São Paulo, [...] somos o primeiro distrito turístico paulista, geramos um dos maiores PIBs da região metropolitana de São José do Rio Preto. Nossa Principal vocação é o turismo [...] aqui você conhece a tranquilidade do interior, a emoção das atrações radicais, momentos importantes da história e da arte, e ainda a cultura de norte a sul do país no maior festival do folclore que reúne as cinco regiões brasileiras [...]” (PREFEITURA DE OLÍMPIA, 2020).

3.4 SÃO LUIZ DO PARAITINGA E A FESTA DO SACI

Localizada na região do Vale do Paraíba, a Estância Turística de São Luiz do Paraitinga, com uma população estimada em 10.337 habitantes (censo 2022), fica a pouco mais de 170 quilômetros de distância da capital paulista, fazendo divisa com os municípios de Taubaté, Ubatuba, Lagoinha, Natividade da Serra e Redenção da Serra (PREFEITURA MUNICIPAL).

Sua economia local é baseada na agropecuária e no turismo, com esse último possuindo diversos atrativos naturais para aqueles que buscam turismo de aventura e turismo ecológico, além disso, a cidade também oferece festividades o ano inteiro, sendo apelidada de “Cidade das mil Festas”, dentre elas a Festa do Saci, que ocorre geralmente no

mês de outubro. Segundo informado pelo Portal do Turismo da Prefeitura de São Luiz do Paraitinga (2009), o evento “visa observar e estudar o insigne perneta e seus companheiros, em suas diversas manifestações, e divulgá-los por meio de textos, músicas, teatro, contação de histórias, brincadeiras, oficinas e outras artimanhas”.

Autoproclamada como “A cidade onde moram os Sacis”, São Luiz do Paraitinga, a primeira cidade a oficializar o Dia do Saci, é sede da SOSACI (Sociedade dos Observadores de Saci) uma organização que reúne membros cujo objetivo, segundo o estatuto da organização, é “valorizar e difundir a tradição oral, a cultura popular e infantil, os mitos e as lendas brasileiras” (VIEIRA, 2009).

Originalmente criada pela SOSACI, a Festa do Saci, que já consta com mais de 20^a edições, é realizada em diversas áreas da cidade oferecendo uma ampla gama de atrativos para seus participantes como apresentações teatrais e musicais, seminários, brincadeiras, oficinas, passeios, rodas de histórias, lançamento e divulgação de produtos temáticos, tendo sempre como intuito valorizar o folclore nacional, segundo o especialista de sacis, Eduardo Coelho, em uma notícia para o G1 (2023), “esse movimento não uma oposição ao Halloween e sim uma valorização do folclores. O Saci é o grande ícone de toda mitologia rica e imaginária do folclore. Os eventos que fazemos na cidade é de forma educacional, é um evento cultural e turístico de São Luiz”.

4. SACI-PERERÊ

4.1 ORIGEM E REPRESENTAÇÕES

O Saci-Pererê, cujo nome, segundo Alves (2016), deriva do tupi guarani: *Çaa Cy* (“olho mal”) e *Pérérég* (“saltitante”), é considerado um símbolo do folclore brasileiro, e assim como a Iara, tem sua origem relacionada ao amalgame de culturas diferentes, como apresentado por Carla Anastasia (2002, p. 382), “foi a criação alegórica a partir de mitos europeus, africanos e indígenas que formou o Saci-Pererê”. Ainda nesse raciocínio, segundo a autora, o Saci nasce da união de diversas entidades que estavam presentes no imaginário dos povos africanos quanto dos povos do ocidente, visto que o infame menino de uma perna só, compartilha alguns aspectos da cultura dos indígenas, africanos e portugueses, tendo este último trazido elementos de outras regiões da Europa.

Antes de ser retratado como uma entidade humanoide de pele escura de uma perna só, sempre visto com um cachimbo na boca e usando uma carapuça vermelha, o Saci, era originalmente descrito como um diabrete maléfico manco, com um barrete vermelho na cabeça e com feridas nas mãos ou nos joelhos, além de possuir chifres e cauda, e em algumas versões, exalava o cheiro de enxofre, e andava sobre os ventos, sendo esta descrição, uma herança das lendas portuguesas, visto que, segundo Del Priori (2000), em Portugal, era familiar no imaginário da pessoas, diabretes que pairavam sobre as águas e os ventos (PRIORI, 2000, apud VIEIRA, 2009, p. 59).

Ainda na Europa, os aspectos travessos do Saci, veio da visão que os portugueses tinham dos duendes europeus, que segundo Schoreder (1977), eram vistos como seres maléficos da noite, de baixa estatura, que cheiravam mal, e que quando maltratados, espalhavam o caos. Na interpretação de Câmara Cascudo (2006), possivelmente, os portugueses trouxeram a crença dos duendes que eram maus vistos e demonizados pela Igreja (CASCUDO, 2006).

No Brasil, o mito do Saci-Pererê, aparenta ter surgido, na região Sul, onde sua lenda se fazia mais presente, principalmente em locais que já foram habitados pelos Tupis-guaranis, de onde se origina seu nome e sendo visto originalmente como um pequeno tapuio. Pouco presente nos primeiros séculos da colonização, o Saci começa a aparecer em meados do século XVIII e partir do século XIX, uma figura próxima da que se é conhecida atualmente, se espalhou pelo resto do país (CASCUDO, 2012), onde durante a escravidão, as crianças se assustavam com os relatos contados pelas amas-secas e pelos caboclos velhos, sobre as travessuras de um negrinho com um pito na boca; nesses relatos, o pequeno pernetá, recebeu traços culturais de seus oradores, por exemplo, dizia que o Saci havia perdido a perna enquanto lutava capoeira, uma prática que envolve dança e artes marciais como uma forma de autodefesa e resistência dos escravos contra seus senhores (OLIVEIRA, 2007).

No ano de 1918, o escritor Monteiro Lobato, publicou o livro “O Saci-Pererê: resultado de um inquérito”, que surge a partir de uma pesquisa de opinião pública realizada através do jornal O Estado de S. Paulo, sobre a figura do Saci, onde foram reunidos diversos depoimentos 29 vindos de várias regiões do país sobre a visão e o comportamento atribuído ao ser (BBC NEWS, 2020), numa tentativa de

resgatar o imaginário popular brasileiro em oposição ao europeísmo, em específico a francesa, que na época era a cultura dominante no Brasil.

Posteriormente, em 1921, Monteiro Lobato publicou sua obra infantil “O Sacy”, na qual a imagem do Saci abandona seus traços diabólicos e maléficos, perdendo assim seus chifres e rabo, além de qualquer intenção maligna de machucar alguém, se tornando um negrinho com uma única perna, vestindo um gorro vermelho, que lhe confere poderes, que gostar de fumar cachimbo e que adora se divertir por meio de travessuras são realizadas nas matas e casas. Com isso, o escritor, conseguiu de alguma forma, aproximar o Saci das crianças, visto que ambos compartilham uma fisionomia jovial e um comportamento brincalhão e alegre (VIEIRA, 2009).

Buscando, trazer à tona a identidade nacional da população após o período do império, Lobato, buscou evidenciar as características que constituem essa identidade, por conta disso, o Saci, adquiriu uma imagem, na qual os brasileiros podiam ver a combinação de elementos africanos, indígenas e europeus, conforme apresentado por Mouzar (2007), o nome, Saci Pererê, é indígena, sua cor e hábito de fumar são aspectos africanos, e por fim, seu gorrinho é uma reminiscência do barrete europeu; assim revelando e fortalecendo a imagem do Brasil como uma nação miscigenada cultural e etnicamente (MOUZAR, 2007 apud VIEIRA, 2009).

4.2 SACI *VERSUS* HALLOWEEN

Comemorado no dia 31 de outubro, o Halloween ou Dia da Bruxas, é uma festa celebrada nos Estado Unidos, cuja origem remete a

sobreposição de diversas manifestações culturais de povos diferentes que ocorriam em um mesmo período, em especial o Samhain, um festival celta, que marcava o final de época de colheita sendo seguido pelo festival do Dia dos Mortos, na qual se acreditava que nesse dia as almas dos falecidos poderiam circular novamente pelo mundo dos vivos (CHIOVATTO, 2020 apud MILITÃO, 2020).

Atualmente, o Halloween se configura como uma festividade, na qual seus participantes se vestem, em sua maioria como monstros e saem batendo de porta em porta, perguntando “*trick or treat*”, que se traduzido para o português, ficaria, doces ou travessuras, com isso, ganhando no final vários doces como recompensa.

No Brasil, a chegada do Halloween veio por meio dos filmes, séries televisivas e de outros produtos estrangeiros, em especial vindo dos EUA, que se utiliza bastante da prática do conceito, esboçado por Joseph Nye, *Soft Power*, que pode ser traduzido como “poder brando”, sendo está a influência cultural que um país pode desempenhar no cenário internacional, por meio da implementação de ações não militares, com o intuito de que um Estado atue nas suas preferências de política externa (FIGUEREIDO, 2020 apud MILITÃO 2020).

“O Estados Unidos, em especial, é detentor de uma poderosa indústria cultural, como as produções cinematográficas de Hollywood e suas séries de TV, que passaram a ser significativamente consumidas após a Segunda Guerra Mundial, coincidindo com a chegada da televisão no Brasil, além disso, fato de que o estilo de vida norte americano ser visto como um modelo de vida ideal e que deveria ser copiado, ajudou para que o Halloween fosse aos poucos se fazendo presente no país” (FIGUERDO, 2020 apud MILITÃO, 2020). Atualmente a temática dessa celebração se faz constante em algumas festas, como os

troles escolares, presentes nas instituições de ensino, e nas escolas de idiomas que no mês de outubro explicam sobre a festividade para que seus alunos entendam melhor a cultura do qual o idioma está sendo ensinado.

Chegando à conclusão de que não há nenhuma ligação entre o Halloween com a cultura brasileira, foi apresentado, em 2003, um projeto de lei federal, que tinha como intuito declarar 31 de outubro como o Dia Nacional do Saci-Pererê, visando a valorização dessa figura, além de promover o folclore brasileiro, que apesar de permanecer vivo na memória de muitos brasileiros, se faz pouco presente quando se trata da população mais jovem, que não tiveram o mesmo convívio com os personagens das lendas. Conforme apresentado por Luccas Diaz (2020):

“A comemoração do Halloween no Brasil – como tantas outras celebrações da cultura norte-americana de forte apelo comercial - tem atraído cada vez maior número de jovens e crianças. Criar, na mesma data, o Dia do Saci é, portanto, uma forma de se oferecer à juventude brasileira a alternativa de festejar as manifestações de sua própria cultura.” (FIGUEIREIDO, 2003 apud DIAZ, 2020).

Com a implementação oficial, em 2004 no Estado de São Paulo e em 2010 no resto do país, algumas cidades pelo Brasil passaram a realizar festas no dia 31 de outubro, tendo as lendas do folclore nacional como tema, em especial municípios de São Paulo, em razão da lenda do Saci se fazer bastante presente em antigas tradições de regiões do Sul e Sudeste do país (BARONETTI, 2020 apud MILITÃO 2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como apresentado, o folclore brasileiro, em especial, suas lendas e figuras que o compõe, nasce do contato que ocorreu entre os povos que já habitavam o continente sul-americano com aqueles que vieram da Europa, que posteriormente, trouxeram os povos da África como escravos. Com isso é possível notar elementos dessas três etnias, que antes desse contato, já possuíam um folclore próprio, que ao interagir no “Novo Mundo” foram se misturando, muitas vezes, tendo o fator europeu, como elemento dominante, como apresentado no caso da Iara, mas que posteriormente mudaria no futuro.

Apesar de surgir do encontro e união de culturas diferentes, o folclore brasileiro se tornou singular, em relação as culturas que o influenciaram, por exemplo, a “sereia brasileira” não é a mesma que as sereias europeias, do qual ela se originou, sendo estes um de vários exemplos, que mostram que apesar da lenda de um surgir a partir da influência de outro, em algum ponto, elas se tornam únicas de uma maneira própria.

Nos dias de hoje, diferente do contato, controverso, que houve entre diferentes culturas no passado, que formaram e influenciaram, a identidade cultural que o Brasil possui, há atualmente um processo uma substituição de culturas, onde uma aparece em detrimento de outra, tendo como exemplo principal deste trabalho, a cultura norte-americana e a prática do Halloween, que surgiu a partir de um festival celta e que foi sofrendo modificações com o passar dos séculos, se tornando o evento que conhecemos hoje e que vem sendo apresentado como um oponente do folclore nacional, que pouco a pouco vem sendo

esquecido pelas gerações mais jovens, porém, apesar disso vem lutando de diversas formas, estando em diferentes mídias para evitar isso, com isso em mente, surge a relação com o turismo, como uma ferramenta em meio a esse confronto.

O folclore é uma temática, apesar de em alguns casos despercebida, muito popular no turismo, onde muitas pessoas viajam em busca de estar em contato com culturas e figuras com as quais nunca haviam interagido, sendo hoje em dia configurado como Turismo Cultural, além disso, vale mencionar que muitas regiões utilizam de suas manifestações e contextos culturais como um forma de atrair turistas, por exemplo, a Transilvânia com Drácula, a Escócia com Monstro do Lago Ness, o Japão com seus diversos festivais temáticos, dentre outras localidades. No caso Brasil, existem localidades que utilizam desses mesmos tipos de manifestações para valorizar e celebrar sua cultural local ao mesmo tempo que tem como objetivo atrair visitantes.

Ao analisar, a relação do turismo com o folclore nas cidades abordadas durante o estudo, foi encontrado um problema para o aprofundamento da análise, que foi a ausência de certos dados referentes a quantidade de turistas que Joanópolis recebe por ano, e a quantidade que Olimpia e São Luís do Paraitinga recebe na época em que os festivais ocorrem, Agosto e Outubro, sendo possível somente encontrar dados referentes aos meses de alta temporada, sendo o mês de maio para São Luís do Paraitinga, e os meses de férias Janeiro, Julho e Dezembro no caso de Olimpia, que tem seus parques como principal atrativo, porém, vale ressaltar, que os parques só vieram a surgir, pelo fato da cidade, no passado, já ter atraído um fluxo de turistas considerável como a Capital do Folclore.

Apesar da ausência desses dados, é possível concluir com base no que foi apresentado no decorrer desse trabalho, em conjunto com o que é possível observar de outras localidades, de que o folclore pode ser utilizado e que se faz presente na atividade turística, que consequentemente irá valorizar as manifestações culturais nacionais, além de que essa relação, se bem utilizada, pode ser benéfica para ambos os atores envolvidos: a cidade que irá receber os visitantes que movimentarão a economia local por meio da ocupação em meios de hospedagens, consumos em restaurantes e em lojas; para os visitantes que poderão ter seus desejos de conhecer e experimentar novos contexto, e por fim, para a comunidade, que terá suas tradições celebradas e preservadas ao mesmo tempo que terão um retorno monetário com tal ação, porém, é preciso ressaltar, que tal relação precisa ser bem manuseada para que não haja um consumo predatório em massa que possa colocar em risco a autenticidade cultural do local e de seus moradores.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A Cidade**, Prefeitura da Estância Turística de Olimpia. Disponível em: <<https://www.olimpia.sp.gov.br/portal/servicos/1001/a-cidade/>>. Acesso em: 28 abr. 2024.
- ALVES, J. C. **Abecedário de personagens do Folclore Brasileiro**. [s.l.] BOD GmbH DE, 2016.
- ANASTASIA, C. M. J.. **Saci-pererê: uma alegoria mestiça do sertão. O trabalho mestiço: maneiras de pensar e formas de viver—séculos XVI a XIX**. São Paulo: Annablume, 2002.

- BARBOSA, B. **O que visitar na Transilvânia: castelo do Drácula e muito mais!** Disponível em: <<https://expressinha.com/o-que-visitar-na-transilvania/>>. Acesso em: 28 abr. 2024.
- BBC, **Como o Dia do Saci quer rivalizar com o Halloween no Brasil - BBC News Brasil**. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-54706996>>. Acesso em: 28 abr. 2024.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 25 out. 2024.
- CASCUDO, L. C. **Folclore do Brasil: (pesquisas e notas)**. 3ª ed. São Paulo: Global, 2012.
- CASCUDO, L. C. **Geografia dos mitos brasileiros**. 3ª ed. São Paulo: Global, 2002.
- CASSALHO, V. **O Lobisomem. Estância Turística de Joanópolis**. Disponível em: <<http://www.joanopolis.com.br/o-lobisomem.html>>. Acesso em: 28 abr. 2024.
- COELHO, N. N. **FOLCLORE | cceia**. Disponível em: <<https://edtl.fcsh.unl.pt/encyclopedia/folclore#:~:text=O%20fen%C3%B3meno%20folcl%C3%B3rico%20identifica%2Dse>>. Acesso em: 28 mar. 2024.
- DENECKE, L. **Brothers Grimm | Biography & Works**, 6 dez. 2018. Disponível em: <https://www.britannica.com/biography/Brothers-Grimm/The-Gottingen-years>. Acesso em: 24 maio. 2024.

Dia de travessuras? Saiba por que o Brasil celebra o Saci no 31 de outubro em vez do Halloween. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraibaregiao/noticia/2023/10/31/dia-de-travessuras-saiba-por-que-o-brasil-celebra-o-saci-no-31-de-outubro-em-vez-do-halloween.ghtml>>.

Acesso em: 20 maio 2024.

DIAZ, L. **Halloween: entenda os motivos do Dia das Bruxas ser Dia do Saci no Brasil.** Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/estudo/halloween-entenda-os-motivos-do-dia-das-bruxas-ser-dia-do-saci-no-brasil>>. Acesso em: 19 maio 2024.

DIAZ, L. **O que é o Festival de Parintins e o Boi Garantido, citados no BBB24.** Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/estudo/o-que-e-festival-de-parintins>>. Acesso em: 24 maio 2024.

GONÇALVES, L. G. M.; PIMENTEL, J. M. V.; VIOLIN, F. L. O mítico como produto turístico: o caso do lobisomem da Estância Turística de Joanópolis/SP. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 18, n. 1, 22 jun. 2018. Disponível em: <https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/1230>. Acesso em: 28 abr. 2024.

História do Município, Câmara Municipal. Disponível em: <<https://camarajoanopolis.sp.gov.br/historia/>>. Acesso em: 28 abr. 2024.

MARTINS, S. A. **Folclore em Minas Gerais**. 2ª ed. Belo Horizonte, UFMG, 1991.

JESUS, T. C. A. DE. **O folclore e a sua relação com o turismo cultural no Brasil**. 2017. Tese de Doutorado. Disponível em:

<<http://hdl.handle.net/10400.26/21023>>. Acesso em: 28 abr. 2024.

MILITÃO, B. **No Brasil, Halloween ofusca folclore brasileiro.**

Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/no-brasil-halloween-ofusca-folclore-brasileiro/>>. Acesso em: 20 maio 2024.

MONICA, L. D. **Turismo e folclore: um binômio a ser cultivado.** 2ª ed. São Paulo: Global, 2001.

Olímpia supera expectativa e registra maior visitação da história com 3,5 milhões de turistas em... Disponível em: <<https://www.olimpia.sp.gov.br/portal/noticias/o/3/6040/olimpia-supera-expectativa-e-registra-maior-visitacao-da-historia-com-35-milhoes-de-turistas-em-2022>>. Acesso em: 28 abr. 2024.

OLIVEIRA, L. F. **Giramundo: representações culturais, imaginário social e mitologia brasileira a partir do Saci-Pererê.** Conclusão do curso de Especialização em História da Cultura e da Arte, FAFICH/UFMG, 2007.

PAIVA, J. ; GODOY, S. **Lobisomem Existe!** Campinas: 2000.

PREFEITURA DE OLÍMPIA. **Institucional Estância Turística de Olímpia.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=55wj9pI-PEk&t=3s>>. Acesso em: 28 abr. 2024.

REIS, E. A. **Práticas contemporâneas das culturas populares brasileiras: o Festival do Folclore Olímpia.** 2016. Tese de Doutorado. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/296888993.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2024.

RICHARDS, G. (Ed.). **Cultural tourism in Europe.** Wallingford: CAB INTERNATIONAL, 1997.

- SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, v. 22, n. 44, p. 289–310, 2002.
- SANTOS, M. T. **Fundamentos de turismo e hospitalidade**, Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010. 52 p.
- SILBERBERG, T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. **Tourism Management**, v. 16, n. 5, p. 361–365, ago. 1995. Disponível em: https://www.academia.edu/download/32063344/cultural_tourism.pdf. Acesso em: 29 abr. 2024
- VIEIRA, M. F. **O saci na tradição local no contexto da mundialização e da diversidade cultural**. 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-22022010145342/publico/MARESSA_DE_FREITAS_VIEIRA.pdf. Acesso em: 20 mai 2024.

Índice remissivo

- arte .. 60, 161, 166, 168, 169,
189, 191, 193, 198, 214,
224, 229, 232, 233, 234,
235, 237, 238, 239, 240,
243, 244, 248, 249, 269
- Astroturismo ... 9, 125, 145,
146
- Bom Retiro 9, 74, 76, 91,
149, 150, 151, 152, 153,
155, 158, 159, 161, 165,
166, 169, 170, 172
- Centro de Tradições
Nordestinas . 9, 203, 204,
206, 211, 215, 217, 218,
219, 220, 221, 222
- cidade .. 8, 9, 20, 28, 52, 67,
69, 70, 71, 72, 73, 75, 76,
78, 79, 80, 82, 83, 84,
86, 87, 88, 89, 90, 91, 92,
93, 94, 95, 96, 97, 98,
105, 106, 113, 128, 132,
152, 155, 156, 157, 158,
160, 171, 179, 185, 203,
204, 206, 210, 211, 212,
218, 265, 266, 267, 268,
269, 270, 277, 278
- cultura nordestina... 9, 203,
204, 205, 206, 207, 209,
211, 212, 214, 216, 217,
218, 219, 220, 221, 222
- direito à cidade... 91, 92, 94,
156
- ecoturismo ... 126, 129, 130,
131, 144, 145
- Encontro com Vizinhos. 150
- extensão . 6, 9, 43, 127, 227,
228, 244, 245, 246, 247,
249, 251, 253
- folclore 9, 255, 256, 257,
258, 259, 260, 262, 265,
266, 267, 268, 269, 270,
271, 275, 276, 277, 278,
279, 280, 281
- gastronomia ... 7, 40, 41, 44,
45, 46, 51, 54, 59, 61, 62,
64, 166, 206, 209, 211,
212, 214, 220, 222, 226
- gênero.... 176, 184, 186, 188,
190, 192, 193, 197, 198,
199
- Gestão de Eventos..... 227,
228, 237, 248, 252
- história oral 162, 163

- Identidade.... 166, 226, 249
 inclusão social. 88, 145,
 228, 229, 233, 240, 241,
 243, 244, 250, 252
 museu....9, 77, 79, 149, 150,
 151, 154, 166, 168, 169,
 175, 184, 186, 187, 188,
 189
 patrimônio natural.....145
 preservação.. 54, 72, 81, 90,
 98, 129, 131, 132, 133,
 157, 162, 165, 166, 169,
 206, 207, 218, 219, 222
 produção do espaço.68, 83,
 85, 92, 96, 97, 226
 Projeto Integrador..... 228,
 237, 238, 244, 248, 249,
 252, 253
 representação ... 9, 173, 174,
 178, 183, 184, 190, 197,
 198, 204, 221, 260
 São Paulo... 8, 9, 24, 34, 35,
 36, 60, 61, 62, 63, 64, 67,
 71, 72, 74, 76, 77, 78, 85,
 86, 88, 89, 95, 96, 97,
 98, 99, 102, 105, 111, 112,
 117, 118, 119, 123, 124,
 125, 145, 149, 150, 151,
 152, 153, 158, 160, 161,
 166, 169, 171, 172, 173,
 176, 189, 198, 201, 203,
 204, 205, 206, 207, 210,
 211, 212, 214, 215, 218,
 219, 221, 222, 223, 224,
 225, 226, 227, 232, 255,
 263, 266, 269, 275, 278,
 279, 281, 282
 Sesc.... 9, 125, 127, 128, 129,
 130, 131, 133, 134, 139,
 140, 141, 143, 144, 146
 solidariedade.159, 208,
 229, 231, 238, 239, 248,
 250
 sustentabilidade.....54, 102,
 105, 113, 114, 115, 117,
 118, 119, 121, 122, 123,
 144
 Teoria do Turismo.... 59, 64
 turismo cultural . 19, 53, 61,
 78, 89, 126, 207, 218,
 222, 280
 turismo de experiência... 62
 turismo gastronômico.... 8,
 37, 40, 45, 46, 47, 51, 53,
 54, 57, 59, 62
 turismo sexual.....174, 175,
 184, 196, 200
 universidade 243, 244, 245,
 249
 viabilidade.... 129, 130, 134,
 138, 144



Formato: 14x21cm
Tipologia: Georgia
Número de Páginas: 282
Todos os direitos reservados
2025
Suporte Html5



EDITORA
TODAS AS
MUSAS

C.N.P.J. 12.650.462/0001-33
www.todasasmusas.com.br
todasasmusas@gmail.com

Com trabalhos de:

Alex Ranngel

Ana Maria Clemente de L. de J. N. da Rocha

Camila de Jesus Fonseca

Deborah Hornblas Travassos

Giovanna Silva Dionísio

Irecione Carlos de Oliveira

Isabele Aleixo da Silva

Isabella Campos Salomão

José Carlos Medeiros

Juliana Augusta Verona

Luís Augusto Severo Soares

Marina Marques Barreto

Milena Mengon de Lima

Monique de Assis Ribeiro

Priscilla Lopes Bruno

Sueli Soares dos Santos Batista

Viviane Veiga Shibaki

William Ladeia de Carvalho

Willian dos Santos Machado

