

**FACULDADES INTEGRADAS DE TAQUARA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL
MESTRADO**

**OS *RESORTS* COMO DIFUSORES DA DIVERSIDADE DE EXPRESSÕES
CULTURAIS LOCAIS**

SUZANA NEY HELBIG

Taquara

2016

SUZANA NEY HELBIG

**OS RESORTS COMO DIFUSORES DA DIVERSIDADE DE EXPRESSÕES
CULTURAIS LOCAIS**

Dissertação apresentada como critério parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional, no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Faccat, sob orientação do Prof. Dr. Jorge L. Amaral de Moraes.

Taquara-RS

2016

“Desenvolvimento e cultura, conhecimento e criatividade, herança e legado. Tudo ligado no passado e no futuro do homem de agora e de sempre” Gilberto Gil

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Meios procurados para informações de viagem.....	57
Figura 2: Impacto na Escolha de um Resort.....	58
Figura 3: Macrorregiões brasileiras e os estados componentes de cada uma.....	66
Figura 4: Distribuição da população nas macrorregiões brasileiras 2010.....	67
Figura 5: Áreas (km ² e %) das macrorregiões brasileiras (em 2013).....	68
Figura 6: Características raciais (cor/raça) da população brasileira (em %) 2010.....	70
Figura 7: Resorts por Macrorregião	73
Figura 8: Distribuição percentual dos resorts por macrorregiões brasileiras (em %)	74
Figura 9: Número total de resorts por estado	74
Figura 10: Resorts da Região Nordeste	75
Figura 11: Resorts na Região Centro-Oeste	76
Figura 12: Resorts na Região Sudeste	76
Figura 13: Resorts na Região Sul	77
Figura 14: Percepção das expressões culturais locais pelos turistas - Tato	79
Figura 15: Percepção das expressões culturais locais pelos turistas – Olfato	80
Figura 16: Percepção das expressões culturais locais pelos turistas – Paladar	80
Figura 17: Percepção das expressões culturais locais pelos turistas – Visão	81
Figura 18: Gastronomia local 4 Gastronomia – Comidas/bebidas regionais	82
Figura 19: Comercialização de produtos regionais-locais.....	83
Figura 20: Indicação de compras de produtos regionais no comércio local.....	84
Figura 21: Saberes, fazeres e técnicas regionais-locais.....	85
Figura 22: Tropical Hotels & Resorts Brasil: Manaus - AM.....	87
Figura 23: Igreja típica da Bahia	93
Figura 24: <i>Ecologic Ville Resort & SPA</i> : Caldas Novas- GO	96
Figura 25: Tauá Resort Caeté: Caeté – MG.....	100
Figura 26: <i>Wish Serrano Resort & Convention</i> – Gramado	103

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Primeiro período de políticas públicas culturais	30
Quadro 2: Segundo período de políticas públicas culturais	32
Quadro 3: Categorias oficiais dos meios de hospedagem	54
Quadro 4: Macrorregião Norte.....	62
Quadro 5: Macrorregião Nordeste.....	63
Quadro 6: Macrorregião Centro-Oeste.....	63
Quadro 7: Macrorregião Sudeste.....	64
Quadro 8: Macrorregião Sul	65
Quadro 09: Migração Rural-Urbana nas macrorregiões brasileiras (em %).....	68
Quadro 10: Brasil: variação populacional entre os anos 2000 e 2010	69
Quadro 11: Cor e raça nas macrorregiões brasileiras (em %).....	71
Quadro 12: Gênero nas Regiões Brasileiras	71
Quadro 13: Cenários dos resorts brasileiros	77
Quadro 14: Desrespeito e violação da privacidade da população local	85
Quadro 15: Abandono de atividades tradicionais ou imposição de festas ou rituais fora das datas normais de comemoração	86

LISTA DE SIGLAS

ABIH: Associação Brasileira da Indústria Hoteleira
ABNT: Associação Brasileira de Normas e Técnicas
ANCINE: Agência Nacional do Cinema
BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CADASTUR: Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos
CBTS: Conselho Brasileiro para o Turismo Sustentável
CCCAD: Comitê Consultivo do Cadastur
CELAC: Comunidade dos Estados Latino-Americanos e Caribenhos
CRER: Caminho Religioso da Estrada Real
CTCLASS: Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem
CVC: Agência de Viagens CVC
EMBRATUR: Instituto Brasileiro de Turismo
FBN: Fundação Biblioteca Nacional
FCP: Fundação Cultural Palmares
FCRB: Fundação Casa de Rui Barbosa
FUNARTE: Fundação Nacional das Artes
IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAM: Instituto Brasileiro de Museus
INCR: Inventário Nacional de Referências Culturais
INMETRO: Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
INRC: Inventário Nacional de Referências Culturais
IPHAN: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.
MINC: Ministério da Cultura
MTUR: Ministério do Turismo
OIT : Organização Internacional do Trabalho
OMT: Organização Mundial de Turismo
PNC: Plano Nacional de Cultura
PNDR: Plano Nacional de Desenvolvimento Regional
PNPI: Programa Nacional do Patrimônio Imaterial
SBCLASS: Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem
SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
UNESCO: Organizações das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	08
2	TURISMO	12
2.1	Turismo de Desenvolvimento Regional - Local	13
2.2	O Turista e a experiência através dos sentidos	17
2.2.1	A percepção	20
2.2.2	A Seleção	22
2.2.3	A Organização Cognitiva	24
2.2.4	A interpretação	25
3	DIVERSIDADE CULTURAL	27
3.1	Políticas Públicas de Turismo e Cultura	38
3.2	A Diversidade de Expressões Culturais no Brasil	41
3.2.1	O Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)	43
3.2.2	Tombamento	45
3.2.2.1	Livro de Registro dos Saberes	46
3.2.2.2	Livro de Registro de Celebrações	47
3.2.2.3	Livro de Registro de Formas de Expressões	47
3.2.2.4	Livro de Registro de Lugares	47
4	MEIOS DE HOSPEDAGEM NO BRASIL	49
4.1	Princípios de Sustentabilidade	49
4.2	Classificação Hoteleira	50
4.3	Cadastramento	53
4.4	Resorts	54
5	METODOLOGIA	59
5.1	Critérios para a escolha da amostra dos resorts	62
6	MACRORREGIÕES BRASILEIRAS	66
6.1	População regional	67
6.2	Migração regional	68
6.3	Religiosidade regional	69
6.4	Raça/cor regional	70

6.5	Gênero regional	71
7	CADASTRO DOS RESORTS BRASILEIROS	73
8	OS RESORTS BRASILEIROS E A CULTURA REGIONAL-LOCAL	79
8.1	O paisagismo do resort e a cultura natural local	81
8.2	Pesquisa de Campo – Observações da Pesquisadora	86
8.2.1	Região Norte.....	86
8.2.2	Região Nordeste	92
8.2.3	Região Centro Oeste	95
8.2.4	Região Sudeste	99
8.2.5	Região Sul	102
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
	REFERÊNCIAS	108

1 INTRODUÇÃO

O segmento do turismo, com seus benefícios diretos e indiretos, apresenta-se como alternativa para o desenvolvimento regional, ocupando posição de destaque no cenário global, uma vez que impacta significativamente na geração de emprego, renda, divisas e, ainda, por ser um agente potencial para a valorização e promoção da diversidade de expressões culturais.

A participação do turismo na economia brasileira já representa 3,7% do PIB do nosso país. De 2003 a 2009, o setor cresceu 32,4%, enquanto a economia brasileira apresentou expansão de 24,6% (MTUR, 2012a). Para o World Travel & Tourism Council (WTTC), no ano de 2011, cerca de 2,74 milhões de empregos diretos foram gerados pelo turismo e com estimativa de crescimento de 7,7% para o ano de 2012, totalizando 2,95 milhões de empregos (WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, 2012a). Estima-se ainda que para o ano de 2022 o turismo seja responsável por 3,63 milhões de empregos (BRASIL, 2013, p.12).

Enquanto a evolução do turismo mundial teve um crescimento de 4,0% na demanda em 2012, alcançando 1,035 bilhão de viajantes em todo o mundo, no Brasil, segundo Matos (2012, p. 208), “um em cada doze empregos gerados em 2008 foi no setor turístico”. Segundo o Plano Nacional de Turismo “projetam-se 10,59 milhões de empregos diretos e indiretos para o ano de 2023, o que representa aproximadamente 9,5% do total de empregos” no Brasil (BRASIL, 2013, p. 12).

Acompanhando o crescimento dos índices turísticos no mundo, os meios de hospedagem também vêm crescendo e gerando novos investimentos no país. Estima-se a existência de mais de 300 *resorts* no Brasil, de acordo com o que é oferecido através de agências de turismo como, por exemplo, o *Hotel in Site* (site de agenciamento de hotéis que contempla 17.000 alternativas para 5.700 cidades, distritos e destinos turísticos no Brasil). (GUIA DE HOTÉIS BRASIL, 2016).

No entanto, de acordo com as normas de classificação, elaboradas de forma participativa, por meio de parceria entre o Ministério do Turismo, o Inmetro, a Sociedade Brasileira de Metrologia – SBM e a sociedade civil, os *resorts* devem possuir quatro e cinco estrelas e estar devidamente cadastrados no CADASTUR,

do Ministério do Turismo, que “Conforme disposto nos artigos 21 e 22 da Lei n.º 11.771, de 17 de setembro de 2008, tornou-se obrigatório e contempla os prestadores de serviços turísticos que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam atividades econômicas relacionadas ao turismo”. (BRASIL, 2014).

Nesta situação, ou seja, devidamente cadastrados, existem atualmente cento e vinte e

dois (122) resorts, embora o BNDES, (2010) projete que futuramente este meio de hospedagem poderá representar um dos segmentos mais dinâmicos da hotelaria brasileira.

Parte destes *resorts* voltam suas ações para o entretenimento de crianças e jovens dentro da perspectiva de educação ambiental, econômica e sociocultural o que sinaliza um novo mercado, que busca a conscientização desde cedo por meio de atividades de lazer e cultura, cumprindo com os quesitos da Normas Brasileiras nº15.401. Segundo pesquisa do IBGE (2013), no Brasil, 7,8% das empresas estão ligadas a cultura, o que corresponde a 400 mil empresas e outras organizações, empregando 2,1 milhões de pessoas, das quais 73,5% são assalariadas e recebem em média 30% a mais do que empregados de outros setores.

“As pessoas ocupadas assalariadas nas atividades culturais auferiram remunerações médias mensais mais elevadas que o total de pessoas ocupadas nas empresas formalmente constituídas. O salário médio mensal registrado em 2010 foi de R\$ 1.650,30, enquanto o valor referente às atividades culturais foi de R\$ 2.144,64, ou seja, cerca de 30,0% superior em relação ao total de empresas do Cadastro” (IBGE, 2013, p. 35).

Além disso, a Organização Internacional do Trabalho (OIT) apresentou pesquisa que sugere “uma participação de 7% de bens e serviços culturais no PIB mundial, com crescimento anual previsto em torno de 10% a 20%” (OIT, 2013, p.1).

Visto isto, entende-se que a cultura local possa ser utilizada estrategicamente e venha a contribuir para o aquecimento da economia. Porém, para tanto, o setor precisa de ações diferenciadas, principalmente no que tange o apoio à produção e difusão de atividades e expressões culturais.

No planejamento de estratégias que almejam o desenvolvimento econômico do país os planos de ação de programas de governo traçam caminhos conjuntos de mais de um ministério, secretaria e demais órgãos. Neste quesito, o turismo e a cultura estão apenas “gatinhando”, uma vez que, somente após a Carta de Intenções celebrada entre a UNESCO o Brasil e outros países é que se começou a pensar a cultura como estratégica para ações voltadas para a alavancagem econômica. A partir de então, além de gerar trabalho, emprego e renda, a cultura passou a ser vista também como promotora da inclusão social.

Conforme afirma Yúdice (2006, p. 334), a cultura passou a ser uma espécie de recurso, de instrumento, ou seja, passou a ser utilizada como ferramenta para ativar “o potencial de desenvolvimento local de certas localidades, além de servir de vetor de o exercício da cidadania”. Assim, é primordial que setores de desenvolvimento do país voltados para o turismo, a educação e a cultura, estejam organizados e que seus planos de governo abordem

conjuntamente ações preventivas, executivas e protetoras no contexto da difusão da diversidade de expressões culturais para que os indivíduos e povos possam ter asseguradas as suas crenças e valores, podendo compartilhá-los com os demais de forma a

[...] reafirmar a importância do vínculo entre cultura e desenvolvimento para todos os países, especialmente para países em desenvolvimento, e encorajar as ações empreendidas no plano nacional e internacional para que se reconheça o autêntico valor deste vínculo (BRASIL, 2007, p12).

Em meio a competitividade privada e os anseios de alavancagem econômica do setor público deve-se atentar para o alerta de Cruz (2000) onde a autora lembra que os esforços para tornar os lugares mais produtivos turisticamente, usufruindo das paisagens naturais ou construídas, assim como do patrimônio cultural, não devem de forma alguma se sobrepor aos fatores ambientais e socioculturais, passíveis de leis elaboradas para protegê-los e assegurar que, realmente, o desenvolvimento do lugar ocorra de forma sustentável.

No que tange à promoção e divulgação, a UNESCO, enfatiza que o próprio fato do mundo reconhecer lugares, saberes, fazeres ou paisagem como patrimônio já impulsiona e fortalece os lugares como destinos turísticos. Da mesma forma, Cruz (2000) também enfatiza que além dos fatores econômicos e naturais, também há a observação, pelo turista, de fatores socioculturais no momento da escolha e apropriação do espaço. Segundo a autora, onde esses fatores são preservados, eles servirão como um impulso permanente para a escolha da região. Isso poderá vir a ajudar na construção de um futuro melhor para a região e para os seus ocupantes, sejam eles moradores permanentes ou turistas.

Neste estudo, o objetivo principal foi analisar as potencialidades dos *resorts* brasileiros como cenários reveladores e difusores das diversidades de expressões culturais locais e/ou regionais aos turistas que ali se hospedam e usufruem dos serviços e bens (materiais e imateriais) postos a sua disposição. Mais especificamente, buscou-se contextualizar as ações entre o setor turístico e cultural, com ênfase nas políticas públicas vigentes e nas expressões culturais legalmente registradas e comuns entre a região e o local onde os resorts estão situados; identificar e descrever as políticas públicas que normatizam os meios de hospedagem, com foco nos princípios da sustentabilidade turística e ênfase na classificação e cadastramento dos resorts; e, ainda, examinar, através de uma amostragem dos resorts brasileiros cadastrados no CADASTUR, se existe nesses meios de hospedagem a preocupação com a difusão das expressões culturais locais ou regionais.

Assim, para atingir esses objetivos e apresentar os resultados da investigação,

organizou-se o trabalho em capítulos, estruturados da forma apresentada a seguir. Depois desta introdução apresenta-se, no capítulo dois, uma contextualização do mercado turístico, e da diversidade cultural, quanto às políticas públicas próprias de cada setor e os pontos que as mesmas possuem em comum. No capítulo três encontra-se o histórico de bens materiais e imateriais que formam a diversidade de expressões culturais de cada região e/ou local (estado), onde a amostra de cinco resorts, objetos da pesquisa de campo, encontram-se situados. Para relacionar os bens, considerou-se o patrimônio cultural material e imaterial, oficialmente registrado pelo IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

No capítulo quatro, apresenta-se uma revisão acerca das políticas públicas que normatizam os meios de hospedagem no Brasil, quanto aos princípios de sustentabilidade turística, classificação e cadastramento. Ainda neste capítulo descreve-se os conceitos e definições sobre os resorts enquanto meios de hospedagem.

No capítulo 5, descreve-se a metodologia utilizada na pesquisa e, no capítulo 6, descreve-se as principais características das regiões brasileiras onde estão localizados os resorts objetos da pesquisa. No capítulo sete, apresenta-se os resultados da investigação dos *resorts*, através de suas principais características, constantes em seu cadastramento; porém as questões levantadas nas entrevistas e observações feitas pela pesquisadora nos cinco resorts selecionados como amostra para o estudo de campo estão relatadas no capítulo oito.

Por fim, são apresentadas as considerações finais do estudo, capítulo nove, quanto a potencialidade dos resorts brasileiros como cenários reveladores e/ou difusores das diversidades de expressões culturais, locais e/ou regionais, aos turistas que ali se hospedam e usufruem dos serviços e bens (materiais e imateriais) a eles disponibilizados.

2 TURISMO

O turismo vem sendo considerado como uma alternativa eficiente para o desenvolvimento regional, seja a nível mundial, nacional, local ou de um lugar em específico, uma vez que impacta significativamente na geração de emprego e renda.

A valorização da atividade turística no Brasil, a partir da década de 1990, resulta de diversos fatores conjugados, como o crescente significado econômico do setor serviços no mundo e, inserido neste, o turismo; a chamada potencialidade natural turística do país; a disponibilização de capitais estrangeiros para financiamentos de projetos e os posicionamentos público e privado favoráveis ao desenvolvimento da atividade”. (CRUZ, 2000, p. 10).

Segundo Cruz (2000, p. 08) “os números relacionados à atividade turística suplantaram a indústria Bélica, quanto ao volume de capital transacionado, já nos últimos anos do século XX”, quando já era admitida, inclusive, a possibilidade de a atividade turística atingir “valores iguais ou superiores àqueles da indústria petrolífera, primeira no ranking mundial”.

Para a Organização Mundial de Turismo - OMT, o conceito de turismo, adotado pelo Brasil, compreende “as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (OMT, 2001, p. 13).

Já no Código Mundial de Ética do Turismo encontra-se disposto que o Turismo Social tem “por finalidade promover um turismo responsável, sustentável e acessível a todos, no exercício do direito que qualquer pessoa tem de utilizar seu tempo livre em lazer ou viagens e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos” (OMT,1999, p.2).

Ainda segundo os princípios elencados neste Código, “As atividades turísticas devem conduzir-se em harmonia com as especificidades e tradições das regiões e países de acolhimento, e observando as suas leis, usos e costumes; (OMT, 1999, p.5).

De acordo com Barbosa (2008), a Organização das Nações Unidas, caracteriza o turismo sustentável por satisfazer as necessidades dos turistas, da indústria turística, do ambiente e das comunidades receptoras, levando em consideração todos os seus impactos atuais e futuros, em termos econômicos, sociais e ambientais. Entende ainda, que a sustentabilidade deve ser pretendida por todos os tipos de turismo, em todos os destinos, e que esta talvez seja alcançada se houver uma gestão eficiente e eficaz, capaz de gerar equilíbrio entre os aspetos econômicos, sociais, culturais e ambientais.

A sedução dos números e estimativas para o segmento do turismo, Segundo Cruz (2000), desencadeou a competitividade entre os inúmeros destinos turísticos em todo o mundo. E foi observando as projeções mundiais que o Brasil passou a dar atenção para a estimativa de crescimento econômico no setor de serviços, principalmente no turismo, considerado como uma possibilidade para o desenvolvimento do país.

No Brasil, evidencia-se o crescimento do setor turístico e a importância com que vem sendo tratado pelos investimentos nacionais feitos na atividade, que tiveram um “crescimento de 923,60% de 2012 em relação a 2003”, ano da criação do Ministério do Turismo. “Em 2012, o valor dos financiamentos concedidos pelas instituições financeiras federais chegou a R\$ 11,2 bilhões, um aumento de cerca de 30,0% se comparado ao ano anterior” (BRASIL, 2013, p. 15).

Diante de fatos como este, serve o alerta da autora, que se deve atentar para que os esforços por tornar os lugares produtivos turisticamente, usufruindo das paisagens naturais ou construídas assim como do seu patrimônio cultural, não se sobreponham aos fatores ambientais e socioculturais, passíveis de leis protetivas para assegurar-lhe que, o desenvolvimento ocorra de forma sustentável (CRUZ, 2000).

As políticas públicas advindas destes setores e construídas para eles, deverão possuir os regramentos claros e necessários para atingir seus fins sem afetar os valores e identidade da comunidade local, ou seja, sem colocar em risco para futuras gerações as diversidades de expressões culturais.

Através de declarações o Ministério do Turismo e o governo brasileiro assumem com satisfação que o turismo vem respondendo de forma satisfatória, contribuindo para o crescimento do país, reduzindo as desigualdades regionais, promovendo a inclusão social, geração emprego e renda. Provam este contexto através da divulgação de dados como o crescimento em 18,5% do setor somente entre 2007 e 2011, e a geração de quase três milhões de empregos diretos entre 2003 e 2012. Levando em conta estes números, as ações do PNT, plano nacional de turismo, projetam dobrar o crescimento do setor turístico no futuro (BRASIL, 2013).

2.1 Turismo e Desenvolvimento Regional-Local

Os setores turísticos e culturais elaboram suas estratégias e planos, de forma isolada ou conjunta, para uma determinada região ou local em específico, como é o caso dos Estados Brasileiros. Geralmente, parte-se de um plano federal, adotado muitas vezes para cumprir acordos internacionais, como os feitos com a UNESCO, onde cada região ou Estado elabora

suas políticas de acordo com as peculiaridades e interesses locais.

Na redefinição atual da Divisão Territorial do Trabalho parece caber ao Brasil menor peso na produção industrial mundial e, por outro lado, maior importância relativa como destino tropical alternativo para os fluxos turísticos internacionais. Nesse sentido, a valorização nacional do turismo reflete não somente a descoberta do turismo como atividade produtiva relevante, mas, também, um (re) ordenamento espacial do turismo em escala global, em plena expansão territorial (CRUZ, 2000, p. 63).

A ordenação territorial torna-se um instrumento relevante para que possamos compreender os processos de análise da competitividade dos espaços urbanos e, dos espaços turísticos, “em face ao intenso uso do território pelo turismo - e de investigação do papel do setor público no alcance desta competitividade” (CRUZ, 2000, p. 63).

Os estudos e análises feitas por Knafou (2001, p.71-73) acerca das relações entre turismo e território foram classificadas em três categorias: *territórios sem turismo* – cada vez mais raros, porém existentes, são caracterizados pela ausência de um território apropriado pela atividade turística; *turismo sem território* – neste caso o turismo ocorre de forma quase indiferente à região que o acolhe, em equipamentos que praticamente não se inter-relacionam com o território em que se encontram implantados; e, *territórios turísticos* – constituem territórios inventados e produzidos para o turismo, seja através de operadores ou planejadores turísticos.

Além das categorias classificadas por Knafou, podemos considerar, também, os casos onde o turismo apropriar-se de espaços já ocupados ou delineados para outras atividades econômicas já existentes que acabam, em alguns casos, sendo compartilhadas com o turismo por ocuparem o mesmo território, o que vem a ser confirmada pela afirmação:

O modo como se dá a apropriação de uma determinada parte do espaço geográfico pelo turismo depende da política pública de turismo que se leva a cabo no lugar. À política pública de turismo cabe o estabelecimento de metas e diretrizes que orientem o desenvolvimento sócio espacial da atividade, tanto no que tange à esfera pública como no que se refere à iniciativa privada (CRUZ, 2000, p. 9).

Qualquer das formas adotadas e, independente do recorte considerado, deve-se ter por base os interesses comuns dos atores sociais (população local, turistas, agentes turísticos, culturais, poder públicos, etc.) observando o que Saches (2004) nos ensina ao dizer que se deve considerar o desenvolvimento como sustentado, sustentável e incluyente, seja ao nível nacional, regional, municipal, ou mesmo de um determinado lugar em específico, como por exemplo os municípios.

Assim, fatores que favorecem ou inibem essa atividade devem ser avaliados, pois

passam a ser de importância estratégica para o crescimento das regiões que, “...mesmo que acelerado, não é sinônimo de desenvolvimento se ele não amplia o emprego, se não reduz a pobreza e se não atenua as desigualdades” (SACHS, 2004, p.14).

Pensamento semelhante ao de Sachs é o de Duarte (2006) ao considerar que existem vários aspectos a considerar quando se trata de desenvolvimento, sendo que o crescimento econômico, por si só não basta, ele só trará crescimento a medida que se conserve o meio ambiente, crie empregos e contribua para mitigar a pobreza e as desigualdades sociais. Nesse contexto, para avaliar o avanço de um município e de uma população não se deve considerar apenas os aspectos econômicos, mas também os aspectos sociais, ambientais culturais e políticos que influenciam na qualidade de vida e na conquista de um futuro sustentável.

Para cada autor existe uma ou mais premissas que desencadeiam o crescimento e/ou desenvolvimento regional. Para uns a intensificação da demanda, e a variável que mais contribui para o crescimento dos setores do turismo que, segundo Moura (2006), tem como fatores determinantes, o aumento da renda e da necessidade que as pessoas vêm demonstrando em sentirem-se “cidadãos do mundo”, o que vem a contribuir para a fomentação do setor cultural, pois com esta motivação, provavelmente, ele almeje conhecer novas culturas.

Já para Oliveira (2005) é a modernização e disseminação das comunicações eletrônicas (televisão e telefonia), o alargamento e o barateamento das ofertas de transporte, fenômenos que se multiplicam por todas as regiões, que ampliam as bases do setor e colocam o turismo como o segmento negocial que mais cresce no mundo e que possui grande potencial para promover a diversidade de expressões culturais.

Falando em comunicação e promoção, uma preocupação geral dos autores é que as localidades ao serem comercializadas no mercado turístico passam a fazer parte de uma vitrine que oferece ao mundo produtos e serviços de acordo com os anseios, necessidades e desejos dos turistas e investidores do setor, mas nem sempre se preocupam com a sustentabilidade destes destinos nem com a exposição indevida de expressões culturais locais.

Aqui merece atenção, o entendimento acerca da conexão das redes com os meios de hospedagem, os lugares (municípios) onde estes estão instalados e o local (estado) a que pertencem, pois muito se aplica pelos autores, que hoje, muito mais vale ter acesso a uma rede do que dominar um lugar, como Carlos (2007, p.23) explica:

O processo de fixação num lugar dos últimos séculos acabou e as migrações recomeçam. Na realidade é preciso lembrar que se trata de migrações de todos os tipos pois junto com uma densidade nunca vista de informações que se expandem e tomam o mundo nas redes de dados de alta velocidade, propiciando conexões acessíveis por meio de periféricos inteligentes conectados na TV ou mesmo em linhas telefônicas que dispensam até mesmo o computador, temos uma massa sempre crescente de capital errante que giram pelo globo em velocidades nunca vistas permitindo a captação de recursos e investimentos e aplicações nos pontos mais remotos do planeta.

Para Ana Carlos (2007) esta afinidade entre o local, que no caso deste estudo é o Estado em que o resort está situado, e o mundial é o que os turistas querem, pois valorizam a singularidade do local, mas querem adicionar a ela peculiaridades de outros lugares, o que não quer dizer que devam ser iguais a outros lugares podendo encantar justamente através dos seus diferenciais porém devem seguir certas atividades e serviços que são padrões mundiais onde surgem os chalés suíços, a cozinha internacional, as massagens de diversas origens, etc..

Nesse sentido o desenvolvimento técnico e científico aplicado à produção, o desenvolvimento do mercado mundial e das empresas multinacionais, longe de anularem o espaço, permitem sua mundialização pois, os mecanismos espaciais repousam na justaposição entre o local, o regional e o nacional e, nesse sentido, o espaço inteiro torna-se o lugar da reprodução, que se realiza tendo como pano de fundo o mundial que se sinaliza nas tendências pela atenuação das fronteiras nacionais e na constatação de que o local se torna global e o global se localiza no lugar (CARLOS, 2007, p. 29).

O lugar, que no caso desta pesquisa são os 5 (cinco) resorts se produz na articulação contraditória entre o mundial que se anuncia e a especificidade histórica do particular. Deste modo o lugar se apresenta como o ponto de articulação entre a mundialidade em constituição e o local (Estado) e/ou região (norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul) enquanto especificidade concreta, enquanto momento.

Assim, é no lugar que se manifestam os equilíbrios e desequilíbrios, as situações de conflito e as tendências da demanda que se volta para a cultura local e regional sem desconsiderar ou “abrir mão” de modelos e condutas internacionais (CARLOS, 2007, p. 22).

Daí a necessidade de leis e normas criadas para regulamentar e proteger as atividades do setor, seja no contexto público ou privado, principalmente quanto ao patrimônio cultural e natural, pois a sua exposição desorientada pode comprometer a sua identidade, desvalorizar as expressões culturais, depredar o meio ambiente, comprometendo desta forma, o futuro das próximas gerações.

Devido a isto é que tem uma corrente de autores que contestam a vinculação das atividades culturais às turísticas, principalmente quando a primeira passa a ser vista somente

como um produto neste mercado onde a maioria são trabalhadores informais, pois quanto mais o território abdica de sua identidade na intenção de adotar um modelo de desenvolvimento mais globalizado, exógeno, mais ele sofrerá com os problemas da estagnação econômica e social (FERREIRA, 2002).

Deve-se considerar que o contrário também é defendido, dentro de uma visão de desenvolvimento endógeno: algumas cidades, estados e regiões estão adequando suas estruturas, valorizando os pontos fortes e aproveitando das oportunidades que o patrimônio cultural local e regional oferecem como forma de gerar emprego e renda sem descuidar-se da sua identidade cultural e do seu meio ambiente, a exemplo de José Lopes, quando expressa a visão de George Yúdece em seu livro “A conveniência da cultura” onde, defende que:

[...] aproximação da globalização a culturas diferentes aumentou o questionamento das normas. Auxiliados pela ampla difusão das tecnologias de informação e de informática, os atores culturais locais desenvolvem uma economia das experiências, no seio da qual encenam ou desempenham as normas sociais e exteriorizam suas críticas a elas. Porém, tais movimentos mostram também como as comunidades locais apropriam-se dos seus processos culturais na forma de direitos autorais e formatam produtos globais provendo-os de conteúdo local. Nesse contexto, a perda da transcendentalidade da cultura e a deslegitimação da liberdade criativa mudaram a lógica dos atores e das instituições culturais, em acordo com uma crescente e emergente atividade urbana, dinamizando as identidades dos lugares, mas também motivando deslocamentos de referências diversas, nos fluxos globais, que se imbricam naquela dinamização (LOPES, 2009, p. 333).

Dentre várias opiniões, como já foi dito anteriormente, este estudo levará em consideração a opinião de Milton Santos para quem a relação lugar/mundo, global /local, tem influência na construção do espaço. Assim, ao trabalhar com o planejamento endógeno voltado para o desenvolvimento regional, nota-se mais precisamente as peculiaridades do espaço turístico, com suas características próprias e específicas, que se manifestam diferentemente, dependendo do “lugar” em que acontece, ou seja, dependendo da identidade do lugar e da sua relação com o mundo.

De fato, se desejamos escapar à crença de que esse mundo assim apresentado é verdadeiro, e não queremos admitir a permanência de sua percepção enganosa, devemos considerar a existência de pelo menos três mundos num só. O primeiro seria o mundo tal como nos fazem vê-lo: a globalização como fábula; o segundo seria o mundo tal como ele é: a globalização como perversidade; e o terceiro, o mundo como ele pode ser: uma outra globalização (SANTOS, 2000, p. 17).

2.2 O Turista e a experiência através dos sentidos

O turismo é um fenômeno social dos mais complexos que está intrinsecamente ligado

ao homem, ao espaço e ao tempo; consegue movimentar massas de pessoas e capitais, envolvendo ao mesmo tempo aspectos relacionados ao prazer, à cultura, à sociologia, à ecologia, à economia, à antropologia, à psicologia, dentre outras ciências, o que demonstra a grandeza e a complexidade de suas relações (ANDRADE, 2004).

Além de tudo o filósofo Pierre Bourdieu (2008) explica que dependendo da forma com que o sujeito se relaciona com a cultura ele próprio demarca a distinção social. Assim, a compreensão do conceito de distinção passa a ser importante para entender o consumo contemporâneo, que segundo o autor é uma relação econômica/social/cultural que pontua um lugar no mundo. Nesta sintonia, Ana Enne (2011) afirma que “a dimensão do gosto está fortemente ligada a eixos valorativos, não sendo possíveis pensá-los fora deste jogo relacional” (2011, p.1).

[...] é nas diferentes formas de relação com a cultura que se demarca a distinção social. O gosto classifica aquele que procede à classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas. A distinção não se dá apenas pela posse, mas principalmente pelo uso que se faz do bem.

Diante desta dinâmica, o turismo está adequando-se as necessidades de um novo consumidor, ou seja, o turista que considera o ambiente e a cultura dos locais de destino como experiência em sua viagem, mesmo que o seu objetivo principal não seja o turismo cultural nem a experimentação da cultura viva mas que possa percebê-la e por meio de revelações da história local e/ou regional, dos saberes, fazeres, assim como, de demonstrações de suas mais diversas expressões culturais, através da gastronomia, da música, das danças, das obras de arte, etc. no destino turístico visitado, que no caso desta pesquisa, são os resorts, podendo incluir ou não o seu entorno.

Neste estudo a percepção que o turista terá acerca da diversidade de expressões colocada a sua disposição é o que lhe proporcionará a experiência cultural, por muitos evocada como única, feita através da ativação dos seus sentidos no próprio lugar onde esteja hospedado ou em outro lugar indicado através deste que também poderá vir a ser experimentado pelo turista que segundo Mariani (2002, p. 39) “através de sua percepção, suas vontades, necessidades, emoções, sentimentos e afetividades, interage com o lugar e suas paisagens”.

Portanto, tão importante como entender acerca da diversidade de expressões culturais, é saber como a mesma é percebida ou melhor, entender um pouco sobre a percepção e de que forma ela se manifesta através dos sentidos, pois no momento em que o resort oferece um

produto ou serviço, onde nesta pesquisa será considerado como objeto cultural, deve-se entender e compreender a maneira como eles (objetos), são percebidos pelos seus hóspedes, aqui considerados como turistas e sujeitos.

Como será visto, constata-se que há uma grande e constante influência da percepção no modo como os sujeitos se comportam em relação aos objetos, sendo que a sua percepção está intimamente ligada aos vários estímulos que recebe do meio em que vive e das experiências que obtém.

Em geral, a percepção pode ser descrita como o modo que vemos o mundo a nossa volta, a forma segundo o qual o sujeito constrói em si a representação e o conhecimento que possui dos objetos, ou seja ela é construída dependendo de diversos fatores que podem afetá-la diferente da intuição que é considerada como um “ato do espírito”.

A intuição é objeto de estudo da filosofia e consiste num único ato do espírito, onde, por meio dela obtém-se um conhecimento imediato que vai diretamente ao objeto, tratando-se, portanto, de um método direto, isto é, uma relação direta entre o sujeito e o objeto.

A intuição empírica vem do grego, *empeiria*, que significa: experiência sensorial, podendo ser sensível ou psicológica. Sensível, quando percebemos pelos órgãos dos sentidos: o frio do inverno (tato), as cores da estação (visão), o som do violão (audição), o odor de um perfume (olfato), o sabor de uma bebida (paladar/gustação); psicológica, quando temos a experiência interna imediata de nossas percepções, lembranças, imagens, emoções, sentimentos e desejos.

Segundo Kant (1997, p 15) “é empírica toda intuição que se relaciona ao objeto por meio da sensação” e é através desta intuição que, com um só olhar ou num só ato de visão percebemos, conceituamos e atribuímos sentido a uma pessoa, um carro, um edifício, um animal, uma cadeira, uma fruta.

A percepção de um determinado objeto ocorre, individualmente, de acordo com diversos fatores analisados pelo sujeito, conforme nos explica Kant (1997, p. 15):

A capacidade de receber (a receptividade) representações dos objetos segundo a maneira como eles nos afetam, denomina -se sensibilidade. Os objetos nos são dados mediante a sensibilidade e somente ela é que nos fornece intuições; mas é pelo entendimento que elas são pensadas, sendo dele que surgem os conceitos.

No entanto, a intuição empírica é psicológica, isto é, refere-se aos estados do sujeito do conhecimento enquanto um ser corporal e psíquico individual – sensações, lembranças, imagens, sentimentos, desejos e percepções são exclusivamente pessoais, mas como nos ensina

Kant, esta intuição não é a única para análise da percepção do sujeito uma vez que nesta análise o entendimento tem grande relevância:

Pela índole da nossa natureza a intuição não pode ser senão sensível, de tal sorte, que só contém a maneira de como somos afetados pelos objetos. O entendimento, pelo contrário, é a faculdade de pensar o objeto da intuição sensível. Nenhuma dessas propriedades é preferível à outra. Sem sensibilidade, não nos seriam dados os objetos, e sem o entendimento, nenhum seria pensado. Pensamentos sem conteúdo são vazios, intuições sem certos conceitos, são cegos (KANT, 1997, p. 31).

No mesmo sentido, o autor explica o que deve ser dada “a priori” para facilitar o conhecimento do objeto percebido pelo sujeito:

O que primeiramente nos deve ser dada “a priori”, para facilidade do conhecimento de todos os objetos, é a diversidade de elementos da intuição pura; a síntese desta diversidade pela imaginação é o segundo, ainda que, todavia, não dê conhecimento nenhum. Os conceitos que dão unidade a esta síntese pura, e que consistem unicamente na representação desta unidade sintética necessária, são a terceira condição para o conhecimento de um objeto qualquer e assentam no entendimento (KANT, 1997, p. 43).

Assim, a marca da intuição é sua singularidade: por um lado, está ligada à singularidade do objeto intuído e, por outro, está ligada à singularidade do sujeito que intui, sempre lembrando que os pensamentos que advém das representações dadas na intuição são individuais, e variam de pessoa para pessoa, como nos afirma Kant (1997, p. 55):

Este pensamento de que “estas representações dadas na intuição me pertencem todas”, é o mesmo que se dissesse: eu as reúno em uma consciência única, ou pelo menos posso reuni-las; e ainda que esse pensamento não seja ainda a consciência das sínteses das representações, pressupõe, não obstante, a sua possibilidade, quer dizer, que somente porque posso compreender a diversidade das representações em uma consciência única, denomino a todas minhas; pois se assim não fosse, seria meu eu tão diverso e extravagante como as representações cuja consciência tenho.

2.2.1 A Percepção

O filósofo Immanuel Kant (1724-1804) foi um dos mais famosos estudiosos do processo de percepção a qual era considerada pelo filósofo como sendo a consciência acompanhada de sensação.

A percepção é a consciência empírica, isto é, a consciência acompanhada de sensação. Os fenômenos como objetos da percepção não são intuições puras (puramente formais) como o espaço e o tempo (que não podem ser percebidos em si mesmos). Eles contêm, pois, além da intuição, a matéria de qualquer objeto em geral (pelo qual é apresentada qualquer coisa de existente no espaço ou no tempo), quer dizer o real da sensação, considerado como uma representação puramente subjetiva de que se não pode ter consciência senão enquanto o sujeito é afetado, e que relaciona este com um objeto qualquer (KANT, 1997, p.84).

Para Kotler (1998), a percepção do sujeito não acontece devido aos atributos físicos isolados, mas sim de acordo com termos de objetos, eventos e situações rotulados pela linguagem e aceitos pela sociedade. A primeira impressão que o sujeito tem de um objeto, algumas vezes é decisiva para uma escolha.

Segundo este autor, pode-se influenciar a percepção ao compreender a percepção atual que os sujeitos têm sobre o objeto e fazer as mudanças para que o objeto seja reconhecido, interpretado e armazenado na memória ao invés de ser simplesmente esquecido ou ignorado. Kant comungava do mesmo entendimento que Kotler quanto à possibilidade de influenciar a percepção do sujeito e de como isto afeta a qualidade da sua sensação:

A qualidade da sensação é sempre puramente empírica, e não pode representar-se “a priori” (p. ex.: a cor, o gosto, etc). Mas o real que corresponde às sensações em geral, por oposição à negação, representa só algo cujo conceito contém em si uma existência e não significa mais do que a síntese em uma consciência empírica em geral. Com efeito, no sentido interno, a consciência empírica pode elevar-se do nada até um grau superior qualquer, de sorte que a mesma quantidade extensiva da intuição (como uma superfície iluminada) pode excitar uma sensação tão grande como outras muitas reunidas (superfícies menos iluminadas) (KANT, 1997, p.85).

Sob a visão do Marketing os sujeitos percebem os objetos e seus atributos de acordo com suas próprias percepções, portanto o seu processo decisório está de acordo com os elementos que são mais importantes para eles. Os atributos de um objeto muitas vezes são avaliados com base nas várias informações que estão associadas a ele. Algumas das informações podem ser intrínsecas, quando relacionadas às características físicas do objeto como: tamanho, cor, design, aroma e etc.; ou extrínsecas, quando relacionadas a características como: valor, imagem, qualidade, etc.

Segundo Camargo (2009) o marketing sensorial é uma vertente do marketing, que vem confirmar a tendência da busca de explicações biológicas para comportamento do sujeito, mais especificamente uma busca centrada nos processamentos do sistema nervoso que ressalta o estudo e o entendimento da percepção através dos cinco sentidos. Sabe-se que os sentidos são as portas de entrada para o sistema nervoso, das provocações ou excitações vindas do ambiente externo. Os impulsos que são captados por nossos sentidos é que dão início ao processo

perceptivo. Esse processo começa com a captação de um estímulo, através dos órgãos dos sentidos que, em seguida, é enviado ao cérebro. Assim, a percepção é a recepção, por parte do cérebro, da chegada de um estímulo, a forma como o indivíduo seleciona, organiza e interpreta estímulos.

Destaca o autor que o marketing sensorial é um conjunto de ações de comunicação não verbal, de baixo custo, usado principalmente pelas empresas no ponto de venda, que tem a finalidade de fixar uma marca, um produto ou até mesmo um serviço, criando sensações através dos cinco sentidos humanos e com isso, um vínculo emocional do sujeito com o objeto.

Dessa forma evidencia-se que para estes autores a percepção está diretamente relacionada aos estímulos que os sujeitos recebem através de seus sentidos e da forma que os interpretam, pois ela é um processo pelo qual o sujeito decodifica os estímulos recebidos, levando à aceitação ou rejeição do objeto.

A percepção não depende apenas dos estímulos físicos, mas também da afinidade desses estímulos com as condições internas e externas que os sujeitos possuem. Para melhor explicar, Lake (2009) analisa os estímulos em três estágios: o estágio da seleção que é quando o sujeito se abre ao estímulo sendo afetado por características sensoriais e estruturais; o estágio da organização cognitiva que é quando o sujeito processa as informações, e o estágio da interpretação que é quando o sujeito dá significado ao estímulo.

2.2.2 A Seleção

Analisar a seleção da percepção é importante para entender quando o sujeito encontra um estímulo que poderá ou não o direcionar positivamente em relação ao objeto. Deve-se saber que os sujeitos não selecionam os estímulos que os afetam.

Segundo Lake (2009, p.87) “A resposta ao estímulo é automática, porque lhes proporciona um gatilho interno. Eles agem como uma luz vermelha ou verde e, então, guia-os em sua resposta”. A autora exemplifica:

[...]quando eu cheiro baunilha, o odor aciona o meu subconsciente e lembra-me das velas que minha mãe costumava acender na hora do jantar quando eu era criança. Eu tenho luz verde para tudo o que cheira como baunilha, porque gosto da maneira como a memória se lembra disso.

Confirma-se ante a citação que o estímulo é afetado por características sensoriais que incluem a visão, o gosto, o cheiro, o som e o tato. No momento que se conhece como esses

estímulos afetam os sujeitos pode-se entender quando o objeto aciona a luz vermelha ou verde nestes sujeitos.

A exemplo das citações feitas e levando-se em consideração a importância do tema, Aveiras de Cima que é uma freguesia portuguesa do conselho de Azambuja com, segundo o Censo de 2011, 4.762 habitantes, através do Centro Médico de Aveiras desenvolveu um programa de bem-estar baseado na Filosofia dos 5 Sentidos, pressupondo que esta filosofia proporciona as melhores sensações de bem-estar no seu corpo e mente resultando em uma aliada na luta contra o stress do dia a dia.

Segundo este Centro médico, esta terapia beneficia os pacientes por meio da influência exercida em seus sentidos como: O tato, é potencializado por meio do toque realizado através de massagem cromo-energética, que “é uma terapia com efeitos calmantes e relaxantes que proporciona sensações de bem-estar e favorece a oxigenação e nutrição da pele através da ativação da circulação sanguínea”.

Quanto ao paladar, este é estimulado por meio das propriedades de substâncias componentes de chás que são utilizados mediante cada caso específico. Já o olfato é trabalhado pela Aromaterapia, com a utilização de “essências aromáticas das plantas com fins terapêuticos e óleos essenciais que exercem influência no estado de espírito e sensações provocando simultaneamente mudanças a nível psicológico e proporcionando sensações de bem-estar”.

A audição pode ser estimulada pela Musicoterapia através de Melodias como “o som do mar, dos pássaros, das cigarras e da água que atuam sobre o sistema neurovegetativo, e ajudam a regular certas funções do corpo, como o ritmo cardíaco e a pressão sanguínea. Cooperam também na libertação das emoções criativas, das reações afetivas e a melhora do controle tónico-emocional. ”

Já a visão pode ser estimulada pela cromoterapia, ou seja, através terapia das cores que por meio da sua vibração energética “produzem-se variações químicas que interferem com o metabolismo. A saúde física, emocional e mental é estimulada e equilibrada energeticamente, induzindo estados de humor, desencadeando emoções, modificando comportamentos e provocando alterações físicas no organismo. ”

De acordo com Lupetti (2006), ao explorar-se os sentidos do sujeito, percebe-se que a cor estabelece uma linguagem de códigos, onde transmitem sensações de calor, frio, sabor, peso, acidez, doçura, salgado, etc. A cor branca pode transmitir pureza, simplicidade e otimismo. A cor vermelha transmite força, alegria, visibilidade. A cor amarela luminosidade. A rosa timidez. A marrom utilidade. A violeta meditação. A verde calma. Já o azul transmite uma calma profunda. Esses fatores, para o autor, como cores, sons, aromas e energias provocam

uma troca de sensações no sujeito muitas vezes imperceptível. As experiências sensoriais incluem os sons, desta maneira os sentidos do sujeito são estimulados para reagirem através das emoções e não da razão.

Os sons possuem uma parcela de influência nas decisões e escolhas do sujeito. Assim as músicas dinâmicas, alegres, vibrantes estimulam o sujeito a agir de forma mais rápida, tornando sua decisão mais momentânea. Já as músicas mais calmas, tranquilas, relaxantes, estimulam o sujeito a agir da mesma forma fazendo com que ele permaneça mais tempo em contato com os objetos e lhes dê maior atenção.

Geary (1998) apresenta alguns aspectos que colaboram com o entendimento de Lupetti, citado anteriormente: para conquistar o sujeito pelo olfato deve-se escolher um perfume adequado, na intensidade apropriada; o som ambiente tem de deixar os sujeitos inspirados em relação ao objeto. É comprovado pela autora que, quando há música ambiente local, os sujeitos percebem menos o tempo gasto em filas, o atendimento é visto pelo sujeito como mais amigável e, eles passam mais tempo apreciando os objetos.

O ambiente, para a autora assim como era para Kant, também é influenciado pela iluminação que tem um efeito psicológico sobre o sujeito. A intensidade da iluminação influencia tanto na aparência do objeto como na impressão que o sujeito tem dos seus atributos. Além disso, a iluminação serve para chamar a atenção dos sujeitos para locais e objetos mais afastados.

2.2.3 A Organização Cognitiva

Kant dizia que quando percebemos o que chamamos de objeto, encontramos os estados mentais que parecem compostos de partes e pedaços. Para ele, estes elementos são organizados de forma que tenham algum sentido, e não simplesmente por meio de processos de associação.

Durante o processo de percepção, a mente cria uma experiência completa. Assim, a percepção não é uma impressão passiva e uma combinação de elementos sensoriais, mas uma organização ativa dos elementos, de modo a formar uma experiência coerente. O autor ainda explica:

A experiência é um conhecimento empírico; quero dizer, um conhecimento que determina seu objeto por percepções. É, pois, uma síntese de percepções que não está contida, nessas percepções, mas encerra a unidade sintética de sua diversidade no seio de uma consciência, unidade que constitui o essencial de um conhecimento dos objetos dos sentidos, quer dizer, da experiência (e não somente da intuição ou da sensação dos sentidos) (KANT, 1997, p. 88).

A organização cognitiva é a fase em que o sujeito organiza seus pensamentos em relação ao estímulo, onde ele processa as informações e demonstra a sua resposta.

Segundo Lake, (2009) este processamento baseia-se no que o sujeito espera ver, em fase de sua experiência anterior; no número de explicações que ele pode imaginar; nos motivos e interesses no momento da percepção; e, na clareza do próprio estímulo. A autora explica que nesta fase, os sujeitos comparam o estímulo contra suas próprias crenças, atitudes e envolvimento. Este é um processo mental que é afetado por elementos como raça, cor, religião, sexo ou outras experiências culturais anteriores.

Nota-se que os estímulos acionam memórias que podem ser positivas ou negativas e nem sempre correspondem às expectativas dos próprios sujeitos. Por isso quanto mais procurar-se conhecer os sujeitos melhor será a chance de provocar neles estímulos positivos em relação ao objeto.

2.2.4 A Interpretação

Durante a vida, através de experiências dos sentidos, vamos montando nosso repertório de sensações e este repertório é necessário para que possamos refletir e interpretar devidamente os nossos estímulos, pois sem a existência de um reservatório de impressões sensoriais, não há como a mente refletir sobre elas e assim discernir acerca dos estímulos recebidos através dos sentidos. Durante a reflexão, resgatamos as impressões sensoriais passadas e interpretamo-las, combinando-as para servirem de subsídios para a nossa tomada de decisão.

A interpretação é a fase em que se o sujeito dá significado ao estímulo que recebeu analisando-o. Segundo Lake (2009), o significado se dá pela aparência física, pelos estereótipos, pelas primeiras impressões, pela informação antecipada e pelo efeito halo.

Para a autora, os sujeitos baseiam-se nas aparências físicas quando veem pessoas que conhecem e que muitas vezes querem imitar fazendo aquilo que elas gostariam de estar fazendo, como por exemplo: praticando algum procedimento estético. Quando o sujeito se depara com a figura de outro sujeito, conhecido ou não, praticando um procedimento estético, logo ele se lembra de beleza, e imagina que ao utilizar aquele objeto será tão belo quanto àquele sujeito. Já os estereótipos refletem como os sujeitos reagem aos estímulos através de suas expressões, por exemplo, expressões faciais de angustia, de felicidade, tristeza, satisfação, etc.

Segundo a autora o efeito halo indica como “os sujeitos percebem e avaliam múltiplos objetos baseados em apenas um fator”. Ela exemplifica assim:

“Um exemplo disso é uma marca ou o porta-voz de uma empresa preferida. Digamos que uma empresa que produza cremes hidratantes entre no mercado de desodorantes. Se a percepção dos consumidores em relação aos hidratantes for positiva, eles provavelmente terão uma percepção positiva do desodorante também” (LAKE, 2009, p. 93).

Portanto, pode-se notar que raramente os sujeitos conseguem absorver todas as informações necessárias para a tomada de decisão sem incertezas, por isso eles recorrem a referências da realidade que são intensamente baseadas em suas percepções. Desta forma, ficam prontos para agir, influenciados por sua percepção, a qual determina a sua reação positiva ou negativa em relação ao objeto.

3 DIVERSIDADE CULTURAL

Mac Donald (2004) aponta que o significado da terminologia *cultura* tem sido utilizado como sinônimo de um determinado “modo de vida” – como “a cultura indígena”, a “cultura africana” por exemplo; e como o resultado e as práticas da atividade artística e intelectual, o que criou uma nova dicotomia: cultura como processo e cultura como produto.

A cultura como processo é uma “abordagem antropológica e sociológica que define cultura como o conjunto dos códigos de conduta e do sistema simbólico que caracteriza determinada comunidade”; enquanto que a cultura como produto, “diz respeito ao produto da atividade de indivíduos ou grupos que se consubstancia em manifestações artísticas de várias sortes” (FERREIRA, 2006, p. 83).

Se, toda viagem encerra um aspecto cultural, na medida que o turista entra necessariamente em contato com um ambiente distinto daquele que caracteriza seu “habitat”, passa a ter sua intenção voltada para conhecer culturas distintas da sua que caracteriza o turismo por ser cultural, o que não quer dizer que não possa ser concomitante a outra forma como o turismo de lazer ou de aventura, por exemplo.

É muito comum a confusão entre a cultura local, neste caso o Estado, e regional, que neste caso são as 5 macrorregiões do Brasil, uma vez que, embora a região tenha sua cultura própria, a localidade possui também suas peculiaridades, gerando uma diversidade de expressões que se apresentam imbricadas entre os locais e regiões e, que ao todo, passam a compor a cultura brasileira. Este fato ocorre, principalmente por causa da hibridez, ou seja, da manutenção de uma cultura de contatos através de língua, tradições, artes, músicas, danças, etc, com a sua terra de origem, tendo dificuldade de incorporar completamente a cultura do local de residência (HANNERZ, 1997).

Para amenizar as distorções, os discursos, manifestações, programas e projetos políticos voltados para valores e significados locais, regionais ou mundiais, Eagleton aponta que as tendências particularistas e universais que se encontram imbricadas, afirmando que:

[...] esse choque é parte da forma que assume a política mundial do novo milênio”. A batalha em torno dos dois sentidos de cultura se expande para esfera global. Como afirma o autor há uma hibridez geopolítica e uma hibridez cultural no que ele denomina de cultura do capitalismo global, que não cabe a escolha de ser cidadão do mundo ou membro de comunidade local (EAGLETON, 2005, p.79).

Para Ulf Hannerz (1997), uma vez entendida a cultura enquanto processo e movimento, continuidade e recriação e de permanente significados, tende-se a luta por significação em

relação ao consumo cultural que para ele é “processo ambíguo de massificação e individualização - individualismo quantitativo e qualitativo – revelados através do gosto e da moda”:

Nessa etapa de globalização do final do século XX, muitas pessoas têm cada vez mais experiência tanto dos fluxos de formas culturais que costumavam se localizar em outros lugares quanto daqueles que acreditam pertencer à sua própria localidade. E, além disso, algumas correntes de cultura são dificilmente identificáveis como pertencentes a qualquer lugar específico. Na medida em que são enredadas nessas diversificadas correntes de cultura presentes em seus habitats, as pessoas, como seres culturais, provavelmente estão sendo moldadas, e modelam a si mesmas, por peculiaridades de sua biografia, gosto e cultivo de talentos. As identidades atribuídas ao grupo não precisam mais ser todo-poderosas (HANNERZ, 1997, p. 18).

Em concordância com Hannerz, Simmel (2005) ao refletir sobre o indivíduo no mundo moderno, discorre que:

[...]onde o aumento quantitativo de significação e energia se aproxima de seus limites, o homem agarra-se à particularização qualitativa, a fim de, por meio de excitação da sensibilidade da distinção, ganhar algum modo para si a consciência social (1903, p. 587).

Desde o começo do século a diversidade cultural tem ocupado posição de destaque em reuniões que discutem a cultura como propulsora para o desenvolvimento de regiões passando a servir, inclusive, de pilar estratégico para planos de governo que visem atingir tal fim.

A cultura adquire formas diversas através do tempo e do espaço. Essa diversidade se manifesta na originalidade e na pluralidade de identidades que caracterizam os grupos e as sociedades que compõem a humanidade. Fonte de intercâmbios, de inovação e de criatividade, a diversidade cultural é, para o gênero humano, tão necessária como a diversidade biológica para a natureza. Nesse sentido, constitui o patrimônio comum da humanidade e deve ser reconhecida e consolidada em benefício das gerações presentes e futuras (DECRETO, 25).

Já a globalização da cultura, embora geradora de emprego e renda, divide opiniões quanto a seus benefícios para o desenvolvimento de regiões a longo prazo, visto que alguns entendem que com a globalização, a homogeneização de lugares, saberes, fazeres, etc., pode representar um problema, que poderia romper com a identidade local.

Se a globalização, por um lado, significa a abertura de novas perspectivas para a criação por meio de intercâmbios cada vez mais facilitados e acelerados, por outro, representa uma ameaça real de uniformização e homogeneização, de imposição de modelos de consumo por parte de centros criadores cada vez mais fortes a centros consumidores passivos cada vez mais numerosos (ARANTES, 1996, p. 11).

Para a UNESCO, a diversidade cultural serve como uma ferramenta propulsora para o desenvolvimento econômico e social local e/ou regional no que concerne os processos de troca e de diálogo entre as localidades, as regiões e os países onde cada qual explora suas potencialidades e as utiliza como estratégias para a geração de emprego e renda.

A diversidade cultural amplia as possibilidades de escolha que se oferecem a todos; é uma das fontes do desenvolvimento, entendido não somente em termos de crescimento econômico, mas também como meio de acesso a uma existência intelectual, afetiva, moral e espiritual satisfatória (UNESCO, 2005, p.2).

Para melhor entender, dividiu-se o histórico dos principais eventos ligados a construção de políticas públicas culturais em dois períodos: antes e após a Conferência Intergovernamental sobre as Políticas Culturais para o Desenvolvimento que ocorreu em 1998, em Estocolmo.

No primeiro período, citado a seguir e no quadro 1, as ações estavam voltadas para o desenvolvimento da cultura, ou seja, para o firmamento de identidades culturais, organização e formulação de planos e metas que servissem como alicerces para a construção de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento. A maioria das “disposições relativas à diversidade cultural e ao exercício dos direitos culturais” estão dispostos em instrumentos internacionais promulgados pela UNESCO:

entre os quais figuram, em particular, o acordo de Florença de 1950 e seu Protocolo de Nairobi de 1976, a Convenção Universal sobre Direitos de Autor, de 1952, a Declaração dos Princípios de Cooperação Cultural Internacional de 1966, a Convenção sobre as Medidas que Devem Adotar-se para Proibir e Impedir a Importação, a Exportação e a Transferência de Propriedade Ilícita de Bens Culturais, de 1970, a Declaração da UNESCO sobre a Raça e os Preconceitos Raciais, de 1978, a Recomendação relativa à condição do Artista, de 1980 e a Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular, de 1989 (UNESCO, 2002, p. 7).

Com a globalização não demorou muito para que o mercado econômico cultural percebesse a necessidade de voltar-se para a regionalização priorizando a identidade e memória local e regional, buscando o envolvimento das pessoas que estavam inseridas neste contexto, planejando suas ações a partir dos interesses de cada grupo com foco no desenvolvimento endógeno e na proteção do patrimônio cultural, seja ele: material, imaterial ou natural.

Quadro 1 – Primeiro período de Políticas Públicas Culturais

Ano	Local	Acontecimento	Principais vertentes
1967	Mônaco	Mesa Redonda sobre políticas culturais realizado pela UNESCO	incentivo à atividade artística; defesa dos direitos do autor e promoção da preservação do patrimônio cultural
1970	Veneza	Conferência Internacional sobre os Aspectos Institucionais, Administrativos e Financeiros das Políticas Culturais	primeira reunião intergovernamental em âmbito mundial que teve como objeto as políticas culturais: o papel das políticas culturais na ampliação do acesso à cultura, então entendido essencialmente como acesso à fruição dos produtos da cultura; e a contribuição das políticas culturais para a preservação da “alta cultura” num ambiente cada vez mais dominado pela cultura de massas
1972		Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural	teve como objetivo incentivar a preservação de bens culturais e naturais considerados significativos para a humanidade. Trata-se de um esforço internacional de valorização de bens que, por sua importância como referência e identidade das nações, possam ser considerados patrimônio de todos os povos.
1972	(Helsinki)	conferências regionais europeia	Os resultados deste encontro serviram como base para os debates realizados durante a Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, a Mondiacult.
1973	Yogyakarta	conferências regionais asiática	Os resultados deste encontro serviram como base para os debates realizados durante a Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, a Mondiacult.
1975	Accra	conferências regionais africana	Os resultados deste encontro serviram como base para os debates realizados durante a Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, a Mondiacult.
1978	Bogotá	conferências regionais latino-americana e caribenha	Os resultados deste encontro serviram como base para os debates realizados durante a Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, a Mondiacult.
1981	Bagdá	conferências regionais mundo árabe	Os resultados deste encontro serviram como base para os debates realizados durante a Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, a Mondiacult.
1982	México	Conferência Mundial sobre políticas culturais	sistematizou, consolidou e definiu os temas que para as décadas futuras na agenda internacional; Definiu o conceito de cultura que passou a ser adotado pela UNESCO
1986		Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU)	Proclama a Década Mundial para o Desenvolvimento Cultural que vai de 1988 a 1997. Neste período procurou-se: "Reconhecer a dimensão cultural do desenvolvimento; afirmar e enriquecer as identidades culturais; Ampliar a participação na cultura; e promover a cooperação cultural internacional." p. 29
1991		Assembleia Geral da ONU	Criação da Comissão Mundial sobre Cultura e Desenvolvimento. "O trabalho da Comissão resultou na elaboração do relatório Nossa Diversidade Criadora, completado em 1995 e publicado em 1996 (a tradução brasileira foi editada em 1997)". P. 30

Fonte: elaborado pela autora, adaptado de Lima (2014, p. 32-33).

Já no segundo período, ou seja, após a Conferência de Estocolmo em 1998, percebe-se o lugar estratégico que a cultura passa a ocupar no momento em que órgãos, nos diferentes

níveis de governo, passam a preocupar-se e movimentar-se para a formulação de planos voltados para seu desenvolvimento, como pode evidenciado na tabela II.

Se, até a Conferência do México, a discussão sobre a cultura era praticamente uma exclusividade da Unesco, ela agora irá ser incorporada por órgãos tão variados quanto a Assembleia Geral da ONU, o Banco Mundial, o Banco Interamericano de Desenvolvimento e organismos regionais, como a Organização dos Estados Americanos (OEA). Essa multiplicação de foros terá seguimento em anos mais recentes, em que a consideração de temas relacionados a cultura chegará a órgãos como o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)⁴, a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD, sigla em inglês), o Fundo das Nações Unidas para a População (UNFPA, sigla em inglês) etc. (LIMA, 2014, p. 30).

Também neste período é que se começa a pensar nas questões voltadas para o diálogo intercultural e para a diversidade cultural, principalmente no que tange sua proteção, promoção e impacto sócio econômico e ambiental.

Quanto a Diversidade Cultural, Barros (2008) nos informa que a Convenção parte do princípio de que a “Diversidade Cultural é um valor universal, e este é o seu foco. Não o mercado, mas a diversidade como um valor”. Entende os “bens e serviços culturais como portadores de valor e sentido, ou seja, merecedores de um tratamento diferenciado em relação aos demais bens e serviços no ambiente do comércio internacional” (BARROS, 2008, p.31).

Vale mencionar o antropólogo francês Claude Lévi-Strauss (1952) que considera ser “a própria diversidade que deve ser salva e não o conteúdo histórico que cada época lhe conferiu”. Em concordância com este pensamento, a UNESCO já afirmava que:

a diversidade cultural não era simplesmente um bem que se deveria preservar, antes consistia num recurso a fomentar, tendo em vista os seus potenciais dividendos, nomeadamente em âmbitos relativamente distanciados de um entendimento estrito de cultura (UNESCO, 2009, p.4).

Nesta segunda fase, nota-se a formação de novos conceitos e ideias acerca de fatores que favorecem ou não para a promoção e proteção das expressões culturais como é o caso da identidade que a seguir passa a ser vista, por alguns autores, como um fechamento para o exterior, para o diferente, contrária à mudança e a tudo que difere, sugerindo o termo singularidade como explica Nussbaumer (2007, p. 21).

A identidade nega o exterior, o hostiliza, tem medo dele; a singularidade só existe porque afirma a coexistência da diferença e faz do exterior parte de si mesma, abrindo-se para o fora que a constitui, que lhe é interior. Ser singular é afirmar-se na condição em que o outro permaneça existindo, ser idêntico é afirmar a possibilidade de que só um si mesmo pode existir, o outro deve ser definitivamente excluído como ameaça. A singularidade é abertura para a relação, a identidade é pensar a possibilidade do fim da relação. A singularidade é a afirmação do movimento, do devir, a identidade é o medo do devir, é a fixidez, da paralisia. Não precisamos de identidade para existir, nada na natureza ou na cultura existe na identidade, mas sim na diferença, na diversidade, na mudança, na mutação, na coalescência, na coexistência, na convivência, na mistura, na informação. Precisamos sim de nos tornar singular, de afirmar a diferença, de tomá-la como ponto de partida para estabelecer relações de criatividade, de invenção, de afirmação do diverso (NUSSBAUMER, 2007, p. 21).

Quadro 2 - Segundo período de Políticas Públicas Culturais

Ano	Acontecimento	Principais vertentes
1998	Conferência intergovernamental sobre as Políticas Culturais para o desenvolvimento	incentivo à atividade artística; defesa dos direitos do autor e promoção da preservação do patrimônio cultural
2001	Conferência Geral da Unesco	adota a Declaração Mundial sobre a Diversidade Cultural e seu plano de ação (UNESCO, 2002), que previa a possibilidade de desenvolvimento de instrumento internacional de caráter vinculante sobre o tema. p. 33
2003	Conferência Geral	aprova o mandato para o início do processo de elaboração e de negociação do instrumento internacional
2005	Conferência Geral	a Conferência se tornará a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais
2007	Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais	entrou em vigor depois de atingido o número mínimo necessário de ratificações. A Convenção conta hoje com 132 Estados Parte, e mais uma organização de integração regional, a União Europeia.
2009	Relatório Mundial da UNESCO	novo ponto de inflexão na configuração do campo da cultura, com a proliferação de novos temas e questões que passaram a disputar a atenção nos debates internacionais
2009	designação de uma perita independente na área de direitos culturais (a paquistanesa Farida Shaheed), no âmbito do Conselho de Direitos Humanos da ONU.	introduziu, pela primeira vez, o tema dos direitos culturais como campo específico de atuação dos órgãos de direitos humanos da ONU
2010 a 2012	Fundo Internacional	Comitê discutiu também as regras de funcionamento do Fundo Internacional em sua fase piloto
2012	No âmbito do Conselho de Direitos Humanos da ONU, na área de direitos culturais o cargo de perita independente foi transformado em relatoria especial	A paquistanesa Farida Shaheed teve o mandato renovado

Fonte: elaborado pela autora, adaptado de Lima (2014, p. 34-40).

A Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, conforme visto no quadro 2, entrou em vigor em 2007, conta com 132 Estados Parte, mais a União Europeia e viveu sua primeira fase entre 2007 e 2012. Durante este período foi criado o

Fundo Internacional para a Diversidade Cultural, abastecido com contribuições voluntárias que são destinadas posteriormente para financiar atividades relacionadas com a sua implementação.

No período entre 2010 e 2012, segundo Lima (2014, p.33) foram registrados “61 projetos que receberam financiamento” e no final de 2012 as regras de funcionamento do fundo foram revistas sendo que “as novas regras já foram aplicadas na avaliação do quarto ciclo do Fundo, que examinou, em dezembro de 2013, os projetos apresentados ao longo desse ano” Fica ao encargo da Organização das Nações Unidas para a educação e Cultura - UNESCO, de acordo com a sua constituição de 1945, a elaboração do Relatório Mundial sobre a Diversidade Cultural com os seguintes objetivos: *analisar* a diversidade cultural em todas as suas facetas, esforçando-se por expor a complexidade dos processos, ao passo que identifica um fio condutor principal entre a multiplicidade de possíveis interpretações; *mostrar* a importância da diversidade cultural nos diferentes domínios de intervenção (línguas, educação, comunicação e criatividade) que, à margem das suas funções intrínsecas, se revelam essenciais para a salvaguarda e para a promoção da diversidade cultural; e, *convencer* os decisores e as diferentes partes intervenientes sobre a importância em investir na diversidade cultural como dimensão essencial do diálogo intercultural, pois ela pode renovar a nossa percepção sobre o desenvolvimento sustentável, garantir o exercício eficaz das liberdades e dos direitos humanos e fortalecer a coesão social e a governança democrática (LIMA, 2014, p.33).

Para a UNESCO, existe três dificuldades das quais não se pode deixar de falar quando o assunto é diversidade cultural uma vez que devemos ter suas definições muito claras para que possamos entender o contexto com o qual estamos trabalhando. Assim, a primeira delas é o conceito de cultura, que passa a ser definido na Conferência Mundial sobre Políticas Culturais em 1982 na cidade do México e adotado como base para decisões acerca da matéria. Esta inclui não apenas as artes e as letras, mas também modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, sistemas de valores, tradições e crenças. Em seu sentido mais amplo, a cultura pode ser agora entendida como o “complexo integral de distintos traços espirituais, materiais, intelectuais e emocionais que caracterizam uma sociedade ou grupo social” (UNESCO, 1982, p.1).

Já a Constituição de 1988, destinou uma seção específica para a cultura, onde no seu artigo 215 demonstra apoio e a valorização à matéria em questão, além de entender a necessidade de difusão e proteção à cultura brasileira:

Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais. (EC no 48/2005) § 1o O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional. § 2o A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais. § 3o A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à: I – defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro; II – produção, promoção e difusão de bens culturais; III – formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões; IV – democratização do acesso aos bens de cultura; V – valorização da diversidade étnica e regional.

O artigo 216 da Constituição Federal de 1988, ajuda a responder a segunda dificuldade que a UNESCO aborda em relação a diversidade cultural quanto a caracterização de seus elementos constitutivos onde fica explícito os bens materiais e imateriais considerados como patrimônio cultural e que servirão de base para observação na pesquisa de campo realizada neste estudo:

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: (EC no 42/2003) I – as formas de expressão; II – os modos de criar, fazer e viver; III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (BRASIL, 1988)

A terceira e talvez a maior dificuldade nas questões levantadas sobre a cultura seja a sua relação com a mudança que se pode entender como um processo. Através deste processo de mudança, processo é termo de referência mundial, aderido por todos os países que fazem parte da UNESCO, dentre eles o Brasil, busca-se que ela seja entendida e sua matéria adequada por meio de políticas públicas direcionadas para seu planejamento, execução e controle:

Na atualidade, a cultura é entendida mais como processo: as sociedades vão-se modificando de acordo com os caminhos que lhes são próprios. O conceito de diferença resume bem essa dinâmica particular, segundo a qual, ainda que se modifique, uma dada cultura permanece a mesma. Torna-se, portanto, necessário definir políticas que confirmem uma inflexão positiva a estas diferenças culturais, de modo a que os grupos e as pessoas que venham a entrar em contato, em lugar de se entrencharem em identidades fechadas, descubram na diferença um incitamento para continuar a evoluir e a mudar (UNESCO, 2009, p.6).

Conforme visto, os assuntos e decisões que envolvem a cultura brasileira e dispõe sobre a sua diversidade de expressões vem tomando corpo ao longo dos anos, atingindo um número cada vez maior de leis, normas e procedimentos, assim como, um número crescente de adeptos

públicos e privados participantes e praticantes do processo. Vale destacar que tudo ocorre de forma cada vez mais veloz, devido a modernidade dos meios de comunicação.

Num tempo cada vez menor, devido ao entendimento e pressão de órgãos oficiais para a normatização de matérias envolvidas neste contexto a começar por organizações mundiais como a UNESCO e a CELAC, Comunidade dos Estados Latino-Americanos e Caribenhos e outros órgãos, através de acordos já firmados para este fim. Esta Comunidade, assume “duas vocações: a cooperação para o desenvolvimento e a concertação política”, sendo que na vertente da cooperação, a CELAC tem debatido temas acerca da cultura, dentre outros. Ela mantém mecanismos de intercâmbio de informações com a China, Rússia, Índia, Conselho de Cooperação do Golfo, tornando-se uma “ferramenta valiosa para o diálogo da América Latina com o resto do mundo”, inclusive com a União Europeia, onde:

desde 2012, o mecanismo conta com o apoio da Fundação EU-LAC, com sede em Hamburgo, que tem por missão estimular a reflexão sobre temas de interesses das duas regiões, apoiar a execução dos objetivos acordados e promover diálogos com a sociedade civil, academia e setor privado (BRASIL, 2015, p. 01).

A CELAC teve a sua primeira reunião, com a Cúpula de Caracas, em dezembro de 2011. Nasceu da união da CALC, Comunidade dos Países Latino Americanos e Caribenhos e do Grupo RIO, foro regional de concertação política, consolidado na década de 1980. A CALC começou suas atividades em dezembro de 2008, por iniciativa do Brasil ao “convocar a I Cúpula de Chefes de Estado e de Governo da América Latina e Caribe para o Desenvolvimento e a Cooperação (CALC)” para o I Fórum da CALC, que se realizou na Costa do Sauipe na Bahia. Para Cuba a CALC representou um meio para a sua reinserção assim como para a “maioria dos países caribenhos que não participavam diretamente do Grupo do Rio”:

A CALC reuniu, pela primeira vez, todos os 33 países da região, que não se encontravam juntos sem a interferência de um país desenvolvido em outros mecanismos, enquanto o Grupo Rio reunia 24 Estados. A CALC foi, a primeira oportunidade que os países da região tiveram para se reunir e refletir sobre o desenvolvimento e a integração a partir de uma agenda própria, moldada de acordo com os interesses das sociedades latino-americanas e caribenhas (BRASIL, 2014, p. 02).

Na Declaração final do XVII Fórum de Ministros da Cultura da América Latina e Caribe, em Quito, Equador, nos dias 12 e 13 de abril de 2010, foi relatado e firmado pelos representantes dos países membros:

Para nós, Ministros e Autoridades da Cultura, o processo iniciado em Cancun significa um enorme passo para a integração da América Latina e Caribe, em especial: *Em favor do direito de todas as nossas culturas de existir e preservar suas antigas práticas e inerentes às suas respectivas identidades; *A promoção da história, tradições, valores, diversidade cultural, multiculturalismo e da compreensão mútua entre os povos da América Latina e no Caribe; *A fim de incentivar a cooperação, a integração cultural e o desenvolvimento das indústrias criativas no local, nacional e regional; *A promoção da diversidade cultural como um componente essencial das políticas públicas que buscam reduzir a pobreza, promover a equidade e alcançar os objetivos do Milênio para uma região afetada por várias formas de exclusão e pobreza; Por isso, decidimos: [...] *Promover políticas que garantam aos cidadãos o direito de pleno acesso aos bens e serviços culturais. *Promover a conscientização de mídia, a visibilidade e a divulgação das expressões de nossa memória cultural e histórica, bem como defender a democratização do acesso aos meios de comunicação, a promoção da diversidade cultural e a liberdade de expressão do nosso povo. *Promover políticas públicas para a livre circulação de artistas, obras, bens e serviços entre os países membros do Fórum... *Reconhecer a continuação do apoio da UNESCO, expressa através da colaboração de seus escritórios na região, nomeadamente através do seu Escritório Regional da Cultura, sede da Secretaria Técnica do Fórum (BARROS, 2011, p.1).

É importante mencionar que a CELAC, no seu plano de ação para 2014, definiu os eixos em que atuaria com prioridade onde se quer enfatizar, para o estudo em questão, a importância desta Comunidade e sua intervenção nos assuntos ligados a cultura e a agenda de desenvolvimento pós 2015. Foram 19 eixos elencados:

segurança alimentar e nutricional e erradicação da fome e da pobreza; agricultura familiar; educação; cultura; ciência, tecnologia e inovação; desenvolvimento produtivo e industrial; infraestrutura; finanças; preferência tarifária latino-americana e caribenha; energia; meio ambiente; agenda de desenvolvimento pós-2015; assistência humanitária internacional; migrações; problema mundial das drogas; prevenção e luta contra a corrupção; cooperação; mecanismos regionais e sub-regionais de integração; e política internacional (BRASIL, 2015, p.1).

Daí a importância do incentivo à pesquisa científica para o futuro, pois assim como esta, ao tratar de temas que envolvam a diversidade de expressões culturais, como levantamento de dados e formas de difusão, promoção e preservação, por exemplo, se está dispondo de informações que possa vir a embasar projetos e programas necessários para o desenvolvimento e comunicação da atividade cultural. Vale ressaltar que a comunicação, principalmente digital, assim como o intercambio do conhecimento e práticas são compromissos assumidos entre os Estados Membros da UNESCO onde podemos destacar:

[...] Favorecer o intercâmbio de conhecimentos e de práticas recomendáveis em matéria de pluralismo cultural... [...] Promover, por meio da educação, uma tomada de consciência do valor positivo da diversidade cultural e aperfeiçoar, com esse fim, tanto a formulação dos programas escolares como a formação dos docentes. [...] Fomentar a “alfabetização digital” e aumentar o domínio das novas tecnologias da informação e da comunicação, ... [...] Promover a diversidade lingüística no ciberespaço e fomentar o acesso gratuito e universal, por meio das redes mundiais, a todas as informações pertencentes ao domínio público. [...] Lutar contra o hiato digital [...] ajudando-os a dominar as tecnologias da informação e facilitando a circulação eletrônica dos produtos culturais endógenos e o acesso de tais países aos recursos digitais de ordem educativa, cultural e científica, disponíveis em escala mundial. [...] Estimular a produção, a salvaguarda e a difusão de conteúdos diversificados nos meios de comunicação e nas redes mundiais de informação [...] Elaborar políticas e estratégias de preservação e valorização do patrimônio cultural e natural, em particular do patrimônio oral e imaterial e combater o tráfico ilícito de bens e serviços culturais. [...] Apoiar a mobilidade de criadores, artistas, pesquisadores, cientistas e intelectuais e o desenvolvimento de programas e associações internacionais de pesquisa (UNESCO, 2002, p.6).

Assim, os órgãos governamentais e não-governamentais, assim como a sociedade envolvida neste processo, terão o suporte necessário para traçarem diretrizes e elegerem estratégias para que estas não estejam somente de acordo com a necessidade do mercado num curto prazo, mas principalmente com os anseios da sociedade e da proteção do patrimônio nacional. Desta forma poderá ser possível, através da cultura, traçar planos de ação para o desenvolvimento ambiental, econômico e social das regiões, gerando emprego, renda a comunidades menos favorecidas, girando a economia local, assim como assegurando-lhes a proteção do seu meio ambiente e da diversidade de suas expressões sem descuidar do futuro das próximas gerações o que é uma preocupação para Moraes de Lima assim como para outros autores:

Especialmente no contexto das discussões da agenda de desenvolvimento pós-2015, que irão renovar e atualizar os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, acordados em 2000. Creio ser possível afirmar que o futuro da Convenção e do tema da diversidade cultural depende da afirmação e do amplo reconhecimento do lugar da cultura na sociedade e no desenvolvimento sustentável, que possa sustentar a elaboração e a implementação de políticas públicas que combatam as assimetrias na criação, produção, circulação e acesso às práticas e expressões culturais em toda sua diversidade e estabeleçam a possibilidade de modelos distintos e flexíveis, sob o risco de submeter toda a Produção cultural a uma lógica de mercado baseada exclusivamente em matrizes industriais e comerciais (LIMA, 2014, p.36).

Portanto, até aqui fica claro o que ensina Santos *et al*: que da mesma forma que tivemos a sustentabilidade como base para todas as ações realizadas neste século, “a cultura está definitivamente incluída entre os fatores estratégicos de desenvolvimento e de relação entre os povos. Não se discute mais se as políticas culturais devem estar integradas às políticas econômicas e sociais, mas sim de que forma integrá-las” (2001, p.51).

3.1 Políticas Públicas de Turismo e Cultura

No intuito de desenvolver o turismo regional assim como proteger os valores e promover as expressões culturais locais e regionais, vários segmentos envolvidos, como poder público e privado, organizações da sociedade civil, terceiro setor, instituições de ensino e turísticas, autores consagrados, etc., vem falando, escrevendo e sendo ouvidos, dando suas opiniões e fazendo suas sugestões quanto as ações necessárias para o atender este objetivo.

Assim, órgãos nacionais e internacionais, como o governo federal e a UNESCO, tem demonstrado interesse em alinhar as políticas públicas e articular estas ações, na busca de resultados positivos para o setor turístico e cultural. Para que seja entendido é necessário voltar um pouco no tempo para ver o alinhamento do setor turístico com o cultural.

O MinC (Ministério da Cultura) foi instituído em 1985 objetivando a ampliação de acesso ao patrimônio edificado e as atividades artísticas, onde em 2003, passa a incorporar as práticas e atividades culturais como as manifestações, os saberes e fazeres e o modo de vida das comunidades tradicionais.

O Conselho Nacional de Política Cultural, é criado em 2005 e em 2010 é aprovado o Plano Nacional Decenal de Cultura (2010-2020), sendo que suas metas são lançadas em 2011 e elaboradas, assim como foi o PNC, Plano Nacional de Cultura, com a participação democrática da sociedade civil, concretizando 275 ações.

A partir de então começam importantes ações a serem trabalhadas como a implementação do SNIIC – Sistema Nacional de Informação e Indicadores Culturais, o Plano Nacional “Brasil Criativo”, e a ampliação do Programa Cultura Viva que visa fortalecer o protagonismo cultural na sociedade brasileira, por meio da valorização e difusão das iniciativas culturais de grupos e comunidades (SANTOS; HONORATO, SILVA NETO, 2012, p. 8).

Em novembro de 2013 na III Conferência Nacional de Cultura, foram sistematizadas 614 propostas advindas das conferências municipais e estaduais, sendo que estas foram divididas em 16 subeixos. No eixo 4, cultura e desenvolvimento, subeixo 4.1, turismo - Institucionalização de Territórios Criativos e Valorização do Patrimônio Cultural em destinos Turísticos Brasileiros para o desenvolvimento Local e Regional. “o turismo cultural estava contemplado em 9 propostas diretas de um total de 16 propostas sistematizadas. Ao final da Conferência o tema Turismo Cultural ficou como o 5º mais votado de todo o eixo 4” (SANTOS; HONORATO, SILVA NETO, 2012).

Já o Mtur (Ministério do Turismo) foi instituído em 2003, e já publicou o seu terceiro Plano Nacional de Turismo, válido para 2013 à 2016, sendo seu principal objetivo, aumentar a capacidade e a qualidade do Brasil em receber turistas e dar continuidade as demais políticas já estabelecidas, como o Programa de Regionalização do Turismo, e o Estudo de Competitividade, onde através dele, a cultura também é medida. Ao ministério:

cabe desenvolver políticas públicas para o fomento do turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, assim como na inclusão social” e à EMBRATUR, Empresa Brasileira de Turismo, ‘compete a promoção, o marketing e o apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior (SANTOS; HONORATO, SILVA NETO, 2012, p. 5).

Para os autores, o turismo possui destaque no PNC (Plano Nacional de Cultura) uma vez que “turismo e cultura são fenômenos que coabitam um mesmo território”. Devido ao turismo fazer parte do capítulo V do PNC que trata do desenvolvimento sustentável, ele acaba participando de 2 estratégias e 13 ações diretamente convergentes com o tema turismo, de um total de 16 estratégias e 33 ações do PNC, tendo por destaque a “META 10 que possui ação direta com o Estudo de Competitividade do Turismo Nacional do Mtur. Meta 10: Aumento em 15% do impacto dos aspectos culturais na média nacional de competitividade dos destinos turísticos brasileiros.

Nessa perspectiva, “a cultura é vetor essencial para a construção e qualificação de um modelo de desenvolvimento sustentável para o turismo”, e o turismo é um importante setor para valorizar e promover a cultura brasileira (SANTOS; HONORATO, SILVA NETO, 2012, p. 6).

Em 2013 começou a discussão, da criação de um novo Acordo de Cooperação Técnica entre os ministérios da Cultura e do Turismo, onde foram elencadas as propostas que constarão do novo acordo como as ações e projetos convergentes com turismo e cultura, para a construção de uma política pública entre MinC e Mtur que busque o fortalecimento do Turismo Cultural no Brasil.

Tiveram participação nas tratativas, segundo o Ministério da Cultura (2015), técnicos do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Fundação Cultural Palmares (FCP), Fundação Nacional das Artes (Funarte) e Fundação Biblioteca Nacional (FBN), que são as sete entidades vinculadas ao Ministério da Cultura, sendo três autarquias e quatro fundações.

Os dois ministérios já haviam estabelecido um acordo de 2007 a 2012 que, dentre outras ações, desenvolveria o Programa de Qualificação dos Museus em todo o País. Neste novo acordo seria prioridade a atenção ao cumprimento da META 10 do PNC, Plano Nacional da Cultura. Assim, percebe-se que os dois ministérios possuíam objetivos e metas comuns que se consolidariam com o desempenho de ações individuais e/ou conjuntas, tendo ambos amparo no planejamento de desenvolvimento sustentável do governo federal, assim como nos acordos internacionais, o que vem de encontro com o que Sachs (2004, p. 15) recomenda quando menciona que os governos devem recorrer a “instrumentos de políticas públicas que baseiem o desenvolvimento em cinco pilares: social, ambiental, territorial, econômico e político”.

Pode-se ver estas mudanças nas diversas esferas de governo, onde vêm crescendo, gradativamente, em dois sentidos: de baixo para cima, valorizando a opinião dos atores sociais locais e, de cima para baixo, através da inserção de políticas públicas com ênfase no desenvolvimento regional. A exemplo, uma das diretrizes do Plano Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR, 2012), sugere promover o desenvolvimento produtivo a partir da identificação e da exploração das oportunidades e potencialidades locais e regionais.

Para atingir os objetivos elencados neste Plano Nacional, o Governo Federal sugere a promoção da articulação e sinergia das políticas públicas estabelecidas no âmbito dos planos plurianuais dos entes federados, onde pode-se citar uma das proposições feitas através do Programa de Apoio à Elaboração dos PPA'S Municipais (2013):

A execução de ações voltadas à promoção do desenvolvimento local, que resultem em melhorias efetivas na vida dos cidadãos é um desafio que se impõe às administrações municipais, mas o êxito no seu enfrentamento requer [...] o fortalecimento/ampliação dos mecanismos de articulação entre os governos federal, estadual e municipal para a promoção do desenvolvimento integrado, em âmbito nacional, regional e local. (BRASIL, 2013, 42).

Ocorre que, muitas vezes, o poder executivo elabora políticas públicas, alinhadas as demais esferas do governo e, de acordo com os anseios da comunidade local, porém, por diversos fatores internos e externos elas acabam sendo ineficientes e ineficazes. Estes fatores, como: as disputas de poder entre as organizações; a precariedade nas estruturas físicas e tecnológicas; e, ainda, a falta de qualificação no quadro administrativo compromete a execução destas políticas.

Embora os problemas existam, eles devem ser enfrentados pelos estados e, principalmente, pelos municípios, pois, as propostas no Plano Nacional de Turismo sugerem a interiorização, desconcentração e diversificação dos produtos turísticos nos estados e

municípios, fazendo com que, de acordo com o modelo de descentralização da gestão (outra importante diretriz política do PNT), os planos e a formulação das propostas de turismo sejam desenvolvidas pelos estados e municípios de acordo com a sua cultura e características locais.

“Se as políticas públicas nascem do processo de planejamento, há que se reconhecer que, por outro lado, o planejamento é retroalimentado pelas políticas dele derivadas, pois é no ambiente das políticas públicas que o planejamento ganha corpo, adquire significado. A política não é apenas um instrumento do planejamento; ela é a sua alma” (CRUZ, 2003, p. 40)

3.2 A Diversidade de Expressões Culturais no Brasil

A diversidade cultural passou a ter mais visibilidade após a Declaração Universal da Unesco, de 2002, e de uma convenção internacional da Unesco, de 2005, apesar de já existir leis e normas tratando sobre a matéria no Brasil a exemplo do Decreto nº. 3.551, de 4 de agosto de 2000, que instituiu o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial e criou o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI) - e consolidou o Inventário Nacional de Referências Culturais (INCR).

Para a análise das expressões culturais referentes ao espaço estudado levou-se em consideração o pensamento de Milton Santos, Ulf Hannerz e Terry Eagleton, dentre outros, onde para Santos (1996:273), diferente de outros autores que acreditam no estabelecimento de uma homogeneização da cultura, do sistema de valores, a partir da globalização, "cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente".

Para Ulf Hannerz (1997), com a hibridez ocorre a manutenção de expressões culturais aprendidas em sua origem, “resistindo sempre à assimilação completa pela cultura da sociedade onde vivem”. E mais:

Nessa etapa de globalização do final do século XX, muitas pessoas têm cada vez mais experiência tanto dos fluxos de formas culturais que costumavam se localizar em outros lugares quanto daqueles que acreditam pertencer à sua própria localidade. E, além disso, algumas correntes de cultura são dificilmente identificáveis como pertencentes a qualquer lugar específico. Na medida em que são enredadas nessas diversificadas correntes de cultura presentes em seus habitats, as pessoas, como seres culturais, provavelmente estão sendo moldadas, e modelam a si mesmas, por peculiaridades de sua biografia, gosto e cultivo de talentos. As identidades atribuídas ao grupo não precisam mais ser todo-poderosas (HANNERZ, 1997, p. 18).

O tema da “diversidade cultural” surge da discussão acerca da promoção e proteção das identidades culturais locais e regionais, uma vez que, com a globalização, é visível a intensificação do intercâmbio cultural material, através da comercialização de mercadorias, por

exemplo; como imaterial: através do conhecimento: saberes e fazeres o que preocupa devido a abrangência e rapidez na comunicação digital hoje existente.

Desta forma este tema encontra-se presente na agenda dos principais eventos internacionais que buscam promover as expressões culturais e, para tanto, planejam ações para estruturar e proteger este setor, acreditando ser a cultura um dos pilares para o desenvolvimento sustentável, o que colabora com o entendimento de Eagleton (2005) de que existe uma hibridez tanto geopolítica quanto cultural onde no capitalismo global não existe a escolha de ser cidadão do mundo ou membro da comunidade local “[...] esse choque é parte da forma que assume a política mundial do novo milênio” (EAGLETON, 2005, p.79).

O governo brasileiro, corroborando desta ideia de desenvolvimento através da cultura e diante das discussões em que participou a nível internacional, de acordo com a coordenadora de Cultura da Unesco no Brasil, Jurema Machado “a cultura tem um papel estratégico na construção desse novo projeto de nação. ” Assim, no intuito de organizar-se para incorporar o “conteúdo da Convenção da Diversidade”, se criou em 2003, a Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural, exemplo para o mundo pois, “somente o Brasil possui um órgão especializado em Identidade e Diversidade Cultural”, inclusive, sendo citado “como exemplo em diversas instâncias internacionais”.

A Secretaria de Diversidade Cultural, tem como atribuição subsidiar a Secretaria de Políticas Culturais no processo de formulação de políticas públicas na área cultural relacionadas à diversidade e ao intercâmbio cultural. Na prática, isso significa todo um trabalho de inclusão de segmentos da sociedade brasileira nas políticas públicas da área da cultura. Isso porque esses segmentos – que muitas vezes correspondem a minorias étnicas, minorias etárias, minorias de gênero, por exemplo – não conseguem ter acesso aos mecanismos de financiamento e de fomento às atividades culturais (BARROS, 2008, p. 42).

Barros (2008, p. 42) aborda a questão “das enormes diferenças sociais do País que prejudicam muito esse acesso às políticas culturais” lembrando que: “na verdade, não se pode falar mais em política cultural, muito menos em política de promoção da diversidade, sem ter como item central as políticas para a televisão e a internet”.

A diversidade cultural foi tema privilegiado pela gestão de Gilberto Gil no Ministério da Cultura, onde nas suas pesquisas, RUBIM e ROCHA (2010) chamam a atenção para oportunidade histórica que o Brasil teve de adequar a legislação da cultura brasileira visando a atender à Convenção da Diversidade Cultural da Unesco, “firmando a diversidade no centro das políticas de Estado e como elo de articulação entre segmentos populacionais e comunidades nacionais” (NUSSBAUMER, 2007, p. 206).

O afirmado pode ser visto por meio das atribuições destinadas à Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural que objetivam, principalmente, o trabalho com as minorias, como “os povos indígenas, os povos ciganos, mulheres, o movimento GLTB e com os produtores das chamadas culturas populares”, além de inúmeros agrupamentos organizados e espalhados pelo País. No Brasil, a diversidade aponta de forma criativa e ininterrupta, “por meio da expressão de seus artistas e de suas múltiplas identidades, a partir da preservação de sua memória, da reflexão e da crítica” (RUBIM; ROCHA, 2012, p.100).

São por meio das políticas públicas de cultura que medidas, programas e ações são planejados, executados e avaliados para reconhecer, valorizar, proteger e promover essa diversidade, que, como será visto a seguir, passa a ganhar o prestígio de Patrimônio Cultural Nacional e por vezes Mundial sendo todos vistos como de interesse da humanidade. Para tanto, necessário se faz identificar o significado de Patrimônio Cultural para o estudo em questão que, além de ser considerado “todo e qualquer testemunho do fazer humano que tenha caráter memorial e de pertencimento para uma sociedade:

"o patrimônio cultural de um povo compreende as obras de seus artistas, arquitetos, músicos, escritores e sábios, assim como as criações anônimas surgidas da alma popular e o conjunto de valores que dão sentido à vida. Ou seja, as obras materiais e não materiais que expressam a criatividade desse povo: a língua, os ritos, as crenças, os lugares e monumentos históricos, a cultura, as obras de arte e os arquivos e bibliotecas". "Qualquer povo tem o direito e o dever de defender e preservar o patrimônio cultural, já que as sociedades se reconhecem a si mesmas através dos valores em que encontram fontes de inspiração criadora" (DECLARAÇÃO DO MÉXICO/CONFERÊNCIA MUNDIAL SOBRE POLÍTICAS CULTURAIS/ICOMOS - CONSELHO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS E SÍTIOS/ MÉXICO – 1985).

3.2.1 O Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)

O Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) está vinculado ao Ministério da Cultura e tem por responsabilidade preservar e promover o patrimônio brasileiro, seja material ou imaterial. Para tanto, suas ações são planejadas no intuito de assegurar a permanência e usufruto, do patrimônio nacional, para as gerações presentes e futuras” e sua atuação busca ser coerente com sua Missão, Visão e Valores, definidos em 2009 e reavaliados em 2013, onde:

Tanto a Missão como a Visão do Iphan estão atreladas à manutenção de Valores que englobam: a qualidade de vida; as memórias e identidades; o acesso ao patrimônio cultural; a valorização da diversidade; ao desenvolvimento sustentável; a cidadania cultural; a descentralização, regionalização e desconcentração; bem como a inclusão social (IPHAN, 2015, p. 25).

A Instituição é responsável pela “conservação, salvaguarda e monitoramento dos bens culturais brasileiros inscritos na Lista do Patrimônio Mundial e na Lista o Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade”, conforme Convenção do Patrimônio Mundial, criada em 1972 pela Organização das Nações Unidas para a Ciência e a Cultura (UNESCO), que tem como “objetivo incentivar a preservação de bens culturais e naturais considerados significativos para a humanidade”. O IPHAN vem sendo referência internacional pelo trabalho que vem realizando junto a outros países, sendo considerado pioneiro na preservação do patrimônio na América Latina, principalmente de países de passado colonial.

“o IPHAN tem recebido uma crescente demanda de vários países do mundo que desejam desenvolver acordos internacionais e parcerias em projetos em que possam trocar experiências, receber capacitação técnica ou conhecer a metodologia de seus inventários e a preparação de dossiês para a apresentação ao Comitê de Patrimônio Mundial da Unesco. Desta forma, a instituição atinge um novo patamar de maturidade em que detém expertise para exportar conhecimento e ser reconhecido como uma referência internacional na área do patrimônio” (IPHAN, 2015, p. 26).

Considerando que a UNESCO padronizou alguns conceitos nos quais seus países membros passariam a embasar a construção de políticas públicas necessárias para o desempenho de atribuições advindas de Convenções e acordos firmados, vale destacar o entendimento que esta Organização tem acerca do patrimônio cultural, inclusive o imaterial que é, para muitos povos, especialmente as minorias étnicas, uma fonte de identidade e carrega a sua própria história:

De acordo com a classificação da UNESCO, são patrimônios culturais obras de arquitetura, escultura e pintura monumentais ou de caráter arqueológico, de valor universal, excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência, e ainda obras isoladas ou conjugadas do homem e da natureza, de significativo valor histórico, estético, etnológico ou antropológico. O **Patrimônio cultural subaquático** engloba os vestígios de caráter cultural, histórico ou arqueológico da existência do homem, submersos há pelo menos 100 anos. Já o **Patrimônio natural mundial** elenca as formações físicas, biológicas e geológicas excepcionais, habitats de espécies animais e vegetais ameaçadas e áreas que tenham valor científico, de conservação ou estético excepcional e universal. O **Patrimônio cultural intangível ou imaterial** reúne as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Há muito mais, contido nas tradições, no folclore, nos saberes, nas línguas, nas festas e em diversos outros aspectos e manifestações, transmitidos oral ou gestualmente, recriados coletivamente e modificados ao longo do tempo (UNESCO, 2005).

3.2.2 Tombamento

O Tombamento é um ato que visa preservar um bem que seja considerado de valor cultural. Para tanto, ou seja, para impedir que um bem cultural desaparecesse criou-se em 1937 o Decreto Lei nº 25, primeiro instrumento legal para a proteção do patrimônio nacional tanto no Brasil como nas Américas. Nele o patrimônio nacional é definido como:

“o conjunto de bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação é de interesse público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico” (IPHAN, 2015).

Este decreto teve por objetivo proteger o patrimônio, tanto material como imaterial, para as gerações futuras e para tanto, estabeleceu a criação dos quatro livros de tombo para que estes bens ali fossem registrados: o Livro do Tombo das Belas Artes; o Livro do Tombo Histórico; o Livro do Tombo das Artes Aplicadas e o Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico.

No processo de tombamento, que ocorre até os dias de hoje, realiza-se uma avaliação técnica pelas unidades técnicas responsáveis pela proteção aos bens culturais brasileiros que deliberarão quanto a aprovação ou não para a proteção do bem, seja ele cultural ou natural. Em caso positivo é expedida uma notificação ao seu proprietário. Desde então até a decisão final, o bem já se encontra sob proteção legal. Após o processo ser instruído, ter a aprovação do tombamento pelo Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural e a homologação ministerial publicada no Diário Oficial é que ocorre a conclusão com a inscrição no Livro do Tombo. A partir deste momento é comunicado aos proprietários, oficialmente, quanto ao resultado do tombamento (IPHAN, 2015).

No caso deste estudo, listaremos os Bens Imateriais Tombados, uma vez que estes servirão de base para comparação com as expressões culturais encontradas no decorrer da pesquisa de campo. Esta lista está disponível, assim como as dos bens materiais, no site do IPHAN e, segundo este Instituto, atualizada até 2015. Os Bens registrados como patrimônio imaterial brasileiro estão divididos em quatro livros, conforme Decreto 3.551/00, art. 1º e seus incisos:

Art. 1º Fica instituído o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro. § 1º Esse registro se fará em um dos seguintes livros: I - Livro de Registro dos Saberes, onde serão inscritos conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades; II - Livro de Registro das Celebrações, onde serão inscritos rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social; III - Livro de Registro das Formas de Expressão, onde serão inscritas manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas; IV - Livro de Registro dos Lugares, onde serão inscritos mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas. § 2º A inscrição num dos livros de registro terá sempre como referência a continuidade histórica do bem e sua relevância nacional para a memória, a identidade e a formação da sociedade brasileira. § 3º Outros livros de registro poderão ser abertos para a inscrição de bens culturais de natureza imaterial que constituam patrimônio cultural brasileiro e não se enquadrem nos livros definidos no parágrafo primeiro deste artigo (BRASIL, DECRETO 3.551/00).

3.2.2.1 Livro de Registro dos Saberes

Contempla os bens imateriais, ou seja, é o conhecimento acerca do conteúdo, dos saberes e modos de fazer que fazem parte do dia a dia das comunidades. “Trata-se da apreensão dos saberes e dos modos de fazer relacionados à cultura, memória e identidade de grupos sociais” (IPHAN, 2015), conforme descrição a seguir: Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas, nas Regiões do Serro e das Serras da Canastra e do Salitre; Modo de Fazer Viola de Cocho; Modo de Fazer Renda Irlandesa – Sergipe; Ofício das Baianas de Acarajé; Ofício das Paneleiras de Goiabeiras; Ofício dos Mestres de Capoeira; Ofício de Sineiro; Produção Tradicional e Práticas Socioculturais Associadas à Cajuína no Piauí; Saberes e Práticas Associados aos Modos de Fazer Bonecas Karajá; Sistema Agrícola Tradicional do Rio Negro

3.2.2.2 Livro de Registro de Celebrações

Neste livro são registrados “os rituais e festas que marcam vivência coletiva, religiosidade, entretenimento e outras práticas de um grupo social, sendo considerados importantes para a sua cultura, memória e identidade, e acontecem em lugares ou territórios específicos” (IPHAN, 2015):

Círio de Nossa Senhora de Nazaré; Complexo Cultural do Bumba-meu-boi do Maranhão; Festa do Divino Espírito Santo de Paraty; Festa do Divino Espírito Santo de Pirenópolis; Festa de Sant’Ana de Caicó; Festa do Senhor Bom Jesus do Bonfim; Festividades do Glorioso São Sebastião na Região do Marajó; e Ritual Yaokwa do Povo Indígena Enawene Nawe (IPHAN, 2015).

3.2.2.3 Livro de Registro das Formas de Expressão

Aqui registra-se as manifestações artísticas em geral e as formas de comunicação de um grupo social ou região “em relação às quais o costume define normas, expectativas e padrões de qualidade, [...] como manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas, consideradas importantes para a sua cultura, memória e identidade.” (IPHAN,2015). Neste livro encontra-se os registros:

Arte Kusiwa – Pintura Corporal e Arte Gráfica Wajãpi; Cavalo-Marinho; Fandango; Caiçara; Frevo; Jongo no Sudeste; Maracatu Nação; Maracatu de Baque Solto; Matrizes do Samba no Rio de Janeiro: Partido Alto, Samba de Terreiro e Samba-Enredo; O Toque dos Sinos em Minas Gerais; Roda de Capoeira; Rtixòkò: Expressão Artística e Cosmológica do Povo Karajá; Samba de Roda do Recôncavo Baiano; Tambor de Crioula do Maranhão; Teatro de Bonecos Popular do Nordeste. (UNESCO, 2014, p. 205)

3.2.2.4 Livro de Registro dos Lugares

Neste Livro encontra-se o registro da Cachoeira de Iauaretê – Lugar Sagrado dos Povos Indígenas dos Rios Uaupés e Papuri; a Feira de Caruaru; e, Tava, Lugar de Referência para o Povo Guarani. Para o registro neste Livro os lugares devem ser onde concentram-se ou são reproduzidas “práticas culturais coletivas” como praças, santuários, feiras e mercados e ainda:

“devem possuir sentido cultural diferenciado para a população local, onde são realizadas práticas e atividades de naturezas variadas, tanto cotidianas quanto excepcionais, tanto vernáculas quanto oficiais” e ainda: Podem ser conceituados como lugares focais da vida social de uma localidade, cujos atributos são reconhecidos e tematizados em representações simbólicas e narrativas, participando da construção dos sentidos de pertencimento, memória e identidade dos grupos sociais” (IPHAN, 2015).

Assim, na cidade de Manaus, estado do Amazonas na região norte, encontra-se o registro dos seguintes bens materiais tombados: Teatro Amazonas; Casa: Heliodoro Balbi (Praça); Caixa D'Água denominada Reservatório de Mocó na Praça do Chile Equipamentos e infraestrutura urbana; Mercado Adolfo Lisboa ou Mercado Municipal, compreendendo seus pavilhões e jardins, embarcadouro e trecho correspondente da margem do rio Conjunto; Manaus Porto de Manaus; conjunto arquitetônico - Instalações portuárias situadas nas Ruas dos Barés, Marquês de Santa Cruz, Monteiro de Souza, Vivaldo Lima, Taqueirinha, Visconde Mauá, Praça Oswaldo Cruz e Ilha de São Vicente e ainda, as edificações situadas na Avenida Eduardo Ribeiro nº 02 - Alfândega e Conjunto Arquitetônico - Conjunto de Edificações da companhia

de saneamento do Amazonas/COSAMA; Encontro das Águas dos Rios Negro e Solimões; Centro Histórico de Manaus; Cidade de Novo Airão: Ruínas da Cidade de Airão Ruína; e, Cidade de Tefé: Seminário de Tefé Edificação (IPHAN, 2015).

Quanto ao Patrimônio Material Brasileiro reconhecido pelo Mundo como de suma importância para a humanidade, está mencionado a seguir:

Cidade Histórica de Ouro Preto; Centro Histórico de Olinda; Missões Jesuítas Guaranis - no Brasil, ruínas de São Miguel das Missões; Santuário de Bom Jesus de Matosinhos – Congonhas; Centro Histórico Salvador, Bahia; Brasília, Distrito Federal; Parque Nacional Serra da Capivara; Centro Histórico de São Luís; Centro Histórico de Diamantina; Pantanal Matogrossense; Rio de Janeiro, paisagens cariocas entre a montanha e o mar; Parque Nacional do Jaú; Costa do Descobrimento; Reserva Mata Atlântica; Cidade de Goiás; Ilhas Atlânticas e, Praça São Francisco na cidade de São Cristóvão (UNESCO, 2014, p. 16).

Vale lembrar que a Cidade Histórica de Ouro Preto, o Centro Histórico de Salvador, Bahia assim como o Parque Nacional do Jaú estão localizados a menos de 100 km dos resorts objeto desta pesquisa de campo localizados consecutivamente em Manaus-AM, em Caeté-MG e na Mata de São João, BA. Já os Sítios do Patrimônio Mundial Natural protegem áreas consideradas excepcionais do ponto de vista da diversidade biológica e da paisagem. Neles, a proteção ao ambiente, do patrimônio arqueológico, o respeito à diversidade cultural e às populações tradicionais são objeto de atenção especial. Os Sítios geram, além de benefícios à natureza, uma importante fonte de renda oriunda do desenvolvimento do ecoturismo e são:

Parque Nacional do Iguaçu; Costa do Descobrimento: Reservas da Mata Atlântica; Mata Atlântica: Reservas do Sudeste; Parque Nacional do Jaú, Amazonas; Complexo do Pantanal, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul; Parques Nacionais da Chapada dos Veadeiros e das Emas, Goiás; e, Fernando de Noronha e Atol das Rocas (UNESCO, 2014, P. 126).

4 MEIOS DE HOSPEDAGEM NO BRASIL

Diante da crescente demanda e oferta no setor turístico, os governos procuram através do planejamento e das políticas públicas normatizar o setor, dando subsídios para que as iniciativas públicas e privadas tenham parâmetros para gerirem suas atividades da forma mais eficiente possível, sem desconsiderar a legislação pertinente que se encontra cada vez mais minuciosa e rígida com questões relativas à qualidade, ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável (CBTS, 2006).

4.1 Princípios de Sustentabilidade

O desenvolvimento sustentável visa a conciliar o crescimento econômico à equidade sociocultural, qualidade de vida e proteção ambiental, onde entende-se que os atores sociais devem utilizar os recursos e paisagens naturais de forma que os meios bióticos (vivos: como fauna e flora) e meio abióticos (não vivos, como: solo, água, clima, relevo, altitude, temperatura, luminosidade, etc.), sejam preservados para manter o equilíbrio do ecossistema.

Os princípios que constituem a referência nacional para o turismo sustentável, estabelecidos pelo Conselho Brasileiro para o Turismo Sustentável (CBTS) que estão descritos na norma brasileira 15.401 constituem-se em: Respeitar a legislação vigente; Garantir os direitos das populações locais; Conservar o ambiente natural e sua biodiversidade; Considerar o patrimônio cultural e valores Locais; Estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos; Garantir a qualidade dos produtos, processos e atitudes; Estabelecer o planejamento e a gestão responsáveis;

CONSIDERAR O PATRIMÔNIO CULTURAL E VALORES LOCAIS: O turismo deve reconhecer e respeitar o patrimônio histórico cultural das regiões e localidades receptoras e ser planejado, implementado e gerenciado em harmonia às tradições e valores culturais, colaborando para seu desenvolvimento. Ceder espaço do empreendimento para eventos culturais. Conscientizar o cliente quanto aos costumes locais. Por exemplo, para que não haja desrespeito às tradições locais e sítios sagrados. (NBR 15.401, p. 10)

Com o crescimento acirrado dos meios de hospedagem, cresceram também as preocupações das organizações no setor do turismo, não só com a satisfação das necessidades e desejos de clientes, cada vez mais exigentes, mas também, com o impacto que suas atividades, produtos e serviços podem ter no desenvolvimento sustentável do turismo. Assim, estes empreendimentos devem estabelecer e manter um sistema de gestão da sustentabilidade que

assegure e mantenha o atendimento ao Turismo Sustentável (CBTS), por meio da NBR 15401 – Meios de Hospedagem – Sistema de Gestão da sustentabilidade, onde os empreendimentos hoteleiros estão obrigados:

- Quanto aos requisitos ambientais: minimizar a degradação do ambiente por meio de: Preparação e atendimento a emergências ambientais; Áreas naturais, flora e fauna; Paisagismo; Emissões, efluentes e resíduos sólidos; Eficiência energética; Conservação e gestão do uso de água; e, Seleção e uso de insumos. - Quanto aos requisitos socioculturais: contribuir para reconhecer, promover e respeitar o patrimônio cultural das regiões e as tradições e valores culturais, assim como contribuir para o desenvolvimento social e econômico dos trabalhadores e comunidades envolvidas na cadeia produtiva por meio de incentivo as: Comunidades locais; Trabalho e renda; Condições de trabalho; Aspectos culturais; Saúde e educação; e, Populações tradicionais. - Quanto aos requisitos econômicos: as práticas do empreendimento devem ser seguras, viáveis, satisfazer as expectativas dos clientes e atender à legislação. Viabilidade econômica do empreendimento; Qualidade e satisfação dos clientes; e, Saúde e segurança dos clientes e no trabalho (BRASIL, 2012)

De acordo com o documento elaborado no âmbito do convênio ABNT/SEBRAE (2012) para que o turismo seja considerado sustentável ele deverá atender às três dimensões considerados na Norma (NBR 15-401) que deve ser utilizada em conjunto com o Guia que orienta os meios de hospedagem na implantação do Sistema de Gestão da Sustentabilidade, ou seja: atendimento aos requisitos ambientais para o turismo sustentável; atendimento aos requisitos econômicos para o turismo sustentável; e, atendimento aos requisitos socioculturais para o turismo sustentável.

Esta última dimensão, objeto deste estudo, considera de acordo com a norma: as comunidades locais; o trabalho e renda; as condições de trabalho; os aspectos culturais a saúde e educação; as populações tradicionais. Estas questões servirão de base para a avaliação das respostas do questionário aplicado aos gerentes dos resorts ou responsáveis por eles indicados, que serviram de amostra neste trabalho.

4.2 Classificação Hoteleira

O Ministério do Turismo, definiu a nova classificação dos meios de hospedagem para contribuir com a regularização dos serviços oferecidos pelos meios de hospedagem em geral, padronizando-os e adotando parâmetros que propiciem a mensuração do tipo e qualidade dos serviços a serem prestados por estes empreendimentos no país, de acordo com a classificação que lhes será atribuída. A Nova Classificação define os meios de hospedagem por Categoria, para as quais atribui estrelas, de acordo com os serviços e estrutura que serão colocados a

disposição dos seus hóspedes. Só assim, serão considerados dentro de uma das categorias conforme artigo 3º, 4º e 8º da portaria 100 de 2011:

Art. 3º O SBClass referido no Art. 1º utiliza o símbolo "estrela" para identificação das categorias, em uma escala de uma a cinco estrelas. Art. 4º O uso do símbolo "estrela" associado à classificação hoteleira é de concessão exclusiva do Ministério do Turismo (MTur), que o administra como parte da Marca de Classificação de Meios de Hospedagem (Anexo I, Modelo). Art. 8º As categorias de cada um dos tipos referidos no Art. 7º são as seguintes: TIPO DO MEIO DE HOSPEDAGEM – CATEGORIAS 1) Hotel - 1 a 5 estrelas 2) Resort - 4 e 5 estrelas 3) Hotel Fazenda - 1 a 5 estrelas 4) Cama e Café - 1 a 4 estrelas 5) Hotel Histórico - 3 a 5 estrelas 6) Pousada - 1 a 5 estrelas 7) Flat/Apart-hotel - 3 a 5 estrelas

Assim, a classificação vem servindo como ferramenta que beneficia não só o empreendedor e os órgãos fiscalizadores, mas também os turistas que passaram a ter um padrão através do qual conseguem identificar e comparar, se for o caso, os serviços que poderão e/ou deverão estar a sua disposição de acordo com o tipo de hospedagem escolhido, que no caso dos resorts, tem grandes diferenças em relação aos demais. Portanto, pode-se diferenciar os tipos de meios de hospedagem de acordo com as características descritas nos incisos I a V e parágrafo único do art 7º da Portaria 100/11:

Art. 7º Os tipos de meios de hospedagem, com as respectivas características distintivas, são: I - HOTEL: estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária; II - RESORT: hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento; III - HOTEL FAZENDA: localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo; IV - CAMA E CAFÉ: hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida; V - HOTEL HISTÓRICO: instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida; VI - POUSADA: empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs; VII - FLAT/APART-HOTEL: constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação. Parágrafo único. Entende-se como fatos histórico-culturais, citados no inciso V, aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento público ou em estudos acadêmicos.

Os resorts, podem ser considerados os meios de hospedagem que exigem uma infraestrutura superior aos demais empreendimentos devido as maiores exigências que tem e que são necessárias para obterem a classificação de quatro ou cinco estrelas, necessária para

que este meio de hospedagem seja considerado como resort. A seguir serão elencadas algumas das exigências da Portaria nº 100, de 16 de junho de 2011 que instituiu o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) e estabeleceu os critérios de classificação destes, inclusive criando o Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass). Estas estruturas e serviços precisam ser avaliados por um representante legal do INMETRO sendo que os empreendimentos hoteleiros deverão atender a 100% dos requisitos mandatórios e a 30% dos requisitos eletivos que fazem parte do anexo da Instrução Normativa e deste estudo.

Logo, seguem as exigências para classificação de resorts (mandatórias) que pretendem o número de quatro ou cinco estrelas, respectivamente, de acordo com a Cartilha do Ministério do Turismo para a nova classificação hoteleira (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010). **Quatro estrelas** -requisitos mandatórios: serviço de recepção aberto por 24 horas; serviços de mensageiro no período de 24 horas; serviço de cofre em 100% das UH para guarda dos valores dos hóspedes; UH com 25 m²; colchões das camas com dimensões superiores ao padrão nacional; berço para bebês, a pedido; facilidades para bebês (cadeiras altas nos refeitórios); restaurante, (facilidades para aquecimento de mamadeiras e comidas, etc.); serviço de refeições leves e bebidas nas UH (room service) no período de 18 horas. E ainda: troca de roupas de cama e banho diariamente; secador de cabelo em 100% das UH; seis amenidades, no mínimo, em 100% das UH; serviço de lavanderia; Televisão em 100% das UH; canais de TV por assinatura em 100% das UH; acesso à internet nas áreas sociais e nas UH; mesa de trabalho, com cadeira, iluminação própria; ponto de energia e telefone, nas UH, possibilitando o uso de aparelhos eletrônicos pessoais. Além destes, deve ter ainda: sala de ginástica/musculação com equipamentos; sauna seca ou a vapor; dois tipos de piscina, no mínimo; sala de reuniões com equipamentos; minirrefrigerador em 100% das UH; climatização (refrigeração/calefação) adequada em 100% das UH; dois Restaurantes, no mínimo, com cardápios diferentes; serviço de alimentação disponível para café da manhã, almoço e jantar; dois bares, no mínimo; área de estacionamento; mínimo de seis serviços acessórios oferecidos em instalações no próprio resort (por exemplo: salão de beleza, babá, loja de conveniência, locação de automóveis, agência de turismo, etc.); programas recreativos próprios, para adultos e crianças, com recreadores e atendimento em dois turnos do dia (manhã, tarde ou noite). E, por fim, deve ter também: medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água; medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem; monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar opiniões, reclamações e solucioná-las; programa de

treinamento para empregados; medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade; e, pagamento com cartão de crédito ou de débito.

Quanto aos **resorts de cinco estrelas**, além dos mesmos requisitos exigidos para o de quatro estrelas, devem apresentar a mais: serviço de refeições leves e bebidas nas UH (room service) no período de 24 horas; troca de roupas de cama e banho diariamente; serviço de abertura de cama; minirrefrigerador em 100% das UH; climatização (refrigeração/calefação) adequada em 100% das UH. Além destes, é necessário também: três restaurantes, no mínimo, com cardápios diferentes; serviço à la carte no restaurante; preparação de dietas especiais (vegetariana, hipocalórica, etc.); três bares, no mínimo. E ainda: área de estacionamento com serviço de manobrista no período de 24 horas; serviços de massagens (por exemplo, massoterapia, talassoterapia, shiatsu, etc.); mínimo de seis serviços acessórios oferecidos em instalações no próprio resort (por exemplo: salão de beleza, babá, loja de conveniência, locação de automóveis, agência de turismo, etc.); e, por fim, programas recreativos próprios, para adultos e crianças, com recreadores e atendimento nos três turnos do dia (manhã, tarde e noite).

4.3 Cadastramento

Para as marcas hoteleiras, a globalização foi o grande acontecimento pois as viagens aumentaram, gerando boas expectativas e melhoria na comunicação, na tecnologia, em equipamentos que geraram maior promoção e qualidade nos serviços prestados tornando a hotelaria muito mais competitiva.

A tendência do mercado de turismo, em especial o de hotelaria, hoje e nos próximos anos, é ser um setor de serviços que absorverá um mínimo significativo de colaboradores em seus hotéis em funcionamento e nos novos estabelecimentos a serem inaugurados (LAGE, 2000). A possibilidade da certificação dos empreendimentos, equipamentos e profissionais da área de turismo servirá de incentivo para que estes integrem o programa do Sistema de Gestão da Sustentabilidade que representará, além de um diferencial competitivo com uma divulgação confiável, um comprovante do compromisso com as questões que buscam a sustentabilidade turística das regiões onde estão estabelecidas (BRASIL, 2013)

O CADASTUR – Sistema de Cadastro dos empreendimentos, equipamentos e profissionais da Área de Turismo é a ferramenta utilizada para o cadastro de todos aqueles que exerçam atividades relacionadas com a cadeia produtiva do turismo, como, por exemplo, os meios de hospedagem e dentre eles os resorts. O CADASTUR apesar de estar vigente desde junho de 2006, tornou-se obrigatório somente a partir da Lei Geral do Turismo de 2008 e foi

regulamentado através de portaria assinada em 13 de julho de 2011 (BRASIL, 2013).

Já a portaria nº 130 da Mtur, que regulamenta o Cadastur foi assinada em 26 de julho de 2011 e “Institui o Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos – Cadastur, o Comitê Consultivo do Cadastur – CCCad e dá outras providências”, torna obrigatório o cadastramento para os meios de hospedagem (BRASIL, 2011, p.1) :

Art. 2º O Cadastur abrangerá sociedades empresárias de qualquer natureza, sociedades simples, empresários individuais, profissionais autônomos, os serviços sociais autônomos, bem como cada uma de suas projeções em qualquer parte do País, e será: **I – obrigatório para:** a) agências de turismo; b) **meios de hospedagem;** c) transportadoras turísticas; d) organizadoras de eventos; e) parques temáticos; f) acampamentos turísticos; g) guias de turismo. [...]§ 4º Para o exato enquadramento nas atividades referidas nos incisos I e II do art. 2º, o sítio www.cadastur.turismo.gov.br, link CNAE, franqueia a Classificação Nacional das Atividades Econômicas – CNAE (BRASIL, 2011, p. 1 – Grifos do autor).

Para padronizar as categorias de hotéis, o INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial), a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) e a ABIH (Associação Brasileira da Indústria Hoteleira) institucionalizaram o Sistema Oficial de Classificação de Meios de Hospedagem (Deliberação Normativa nº 429 - 23 abr. 2002). Sendo as categorias oficiais dos meios de hospedagem: Super Luxo SL; Luxo; Superior; Turístico; Econômico e Simples, conforme a Embratur (2002) expõe:

Quadro 3 – Categorias oficiais dos meios de hospedagem

Categoria Símbolo	
Super Luxo	★★★★★ SL
Luxo	★★★★★
Superior	★★★★
Turístico	★★★
Econômico	★★
Simples	★

Fonte: EMBRATUR (2002).

4.4 Resorts

Os resorts, geralmente, são localizados em zonas com potenciais atrações turísticas, estando situados, em balneários, parques nacionais, serra, campos ou em regiões exóticas, que possuam praias, piscinas naturais ou quaisquer outros atrativos naturais e/ou culturais para

atender a uma demanda específica de turistas em busca de descanso, lazer e praticidade sem precisar grandes deslocamentos (OMT, 2003). Segundo a Associação Resorts Brasil (2008), um hotel resort pode ser entendido como:

Um empreendimento hoteleiro de alto padrão em instalações e serviços, fortemente voltado para o lazer em área de amplo convívio com a natureza, na qual o hospede não precise se afastar para atender suas necessidades de conforto, alimentação, lazer e entretenimento (RESORTS BRASIL, 2008, s.p.).

Existem alguns fatores que devem ser observados pelos investidores, gestores públicos e demais atores sociais, pois algumas dessas áreas naturais, utilizadas como extensão das estruturas dos resorts, são detentoras de grande biodiversidade e rico ecossistema, passíveis de legislação própria que asseguram e exigem a sua preservação o que vem de encontro as expectativas tanto dos turistas que optam por viajar ao e pelo Brasil, como por interessados em investir no setor. Para tanto, os atores sociais, principalmente, os responsáveis pelo desenvolvimento e comercialização desses espaços, para o desempenho das atividades turísticas, devem se ater a um conjunto de condições que venham a propiciar a harmonia dessa relação, no intuito de garantir o progresso e o desenvolvimento turístico protegendo e promovendo o patrimônio natural e cultural brasileiro, sem prejuízo aos lugares e consequentemente, às futuras gerações (OMT, 2003).

Sabe-se que mesmo com a evolução e qualificação dos diversos meios de hospedagem no país, é contínua a intensificação da procura por resorts, principalmente pelo fato destes empreendimentos disporem de uma estrutura completa de lazer, esportes variados e instalações para eventos e conferências; além de, normalmente, estarem localizados em áreas de incontestáveis belezas naturais e disporem de uma segurança bem superior aos demais empreendimentos (OMT, 2003; CÂNDIDO, 2003).

De uma forma geral, o turista vem tornando-se cada vez mais exigente. Para satisfazê-los o setor público tem buscado planejar e normatizar as atividades do setor e, conjuntamente com os meios de hospedagem e demais atores turísticos, realizar as melhorias necessárias na infraestrutura e nos serviços oferecidos a este público. Para tanto o Resort Brasil, realizou uma pesquisa, no período de 12 de novembro de 2012 a 12 de fevereiro de 2013, junto a turistas da região norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul, para identificar, as principais características do perfil do cliente de resort no Brasil; Construir uma avaliação dos principais critérios de seleção de um resort nas viagens a lazer; Avaliar a satisfação do cliente de resorts: produto, infraestrutura, atendimento e outros; Delinear tendência, entender se o cliente de resorts

valoriza determinado atributo e sinaliza aspectos ainda não perceptivos; Coletar de forma diretiva as informações de compra, preferências e atitudes deste cliente; e, Aprofundar as informações obtidas dos atributos que mereçam maior atenção.

De acordo com a Resort Brasil (2012) 82% do público que se hospeda se dá em número de 2 adultos e 52% em número de duas crianças, sendo que 63% destas crianças possuem entre 5 e 12 anos. Mais de 50% dos hóspedes de resort viajam com crianças, com exceção daqueles da região sudeste para os quais esta situação configura 47% dos hóspedes em resort. Dos turistas da região nordeste (68%) e sul (55%), mais de 50% viajam até duas vezes no ano. Já na região sudeste, 83% viajam mais de duas vezes no ano com destaque para 27% que realizam mais de cinco viagens por ano; e, os da região centro-oeste, 48% viajam até duas vezes por ano e 28% não programam suas viagens. Vale ressaltar que 62% do total de entrevistados, viajam para o exterior.

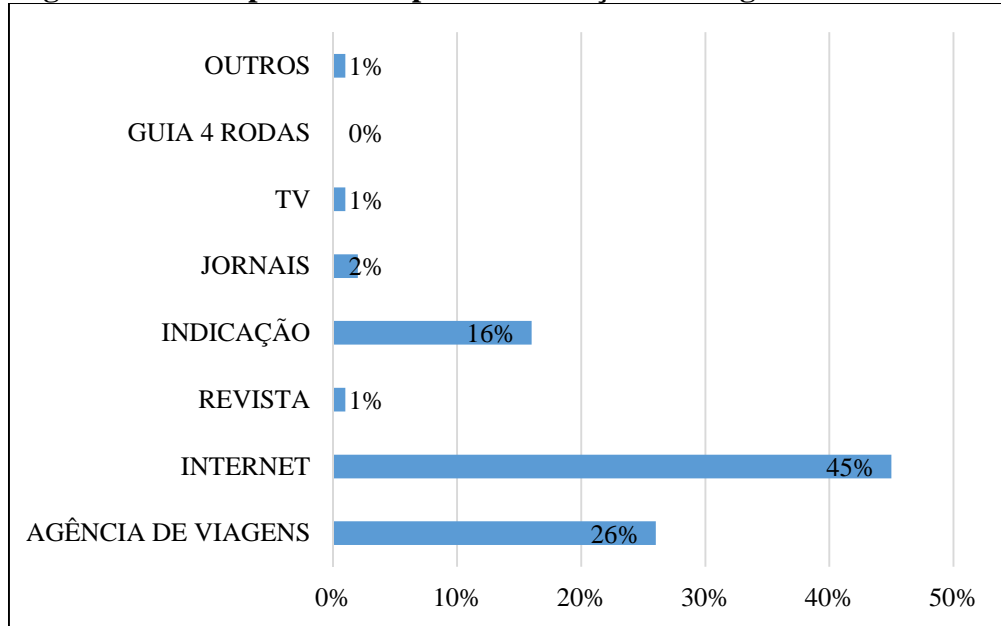
Ainda referente aos dados extraídos desta pesquisa da Resorts Brasil, 57% são do sexo masculino e 43% feminino, com destaque para 34% de pesquisados entre de 30 a 39 anos e, 30%, entre 40 e 49 anos. Nas regiões nordeste, centro-oeste e sul, mais de 49% possuem renda familiar entre 6 e 15 mil reais e na região sudeste 60% possuem mais de 16 mil de renda familiar. Quanto ao grau de instrução, 64% possuem grau superior e 25% Pós, mestrado e/ou Doutorado sendo que do público respondente 16% são empresários, 8% médicos, 8% advogados, 7% professores, 7% engenheiros, 7% são aposentados/pensionistas e 6% são administradores. Dos que se hospedam em resorts da região Centro Oeste, sudeste, nordeste 32% 41% e 71% são oriundos de São Paulo, respectivamente, e os que vão para resorts da região sul são 31% do Estado do Paraná. Vale salientar que o sudeste e o nordeste, dentre seus turistas, 2% são internacionais. Já em relação a região Sul, são 3%.

Esta pesquisa considera que, mais de 60% dos turistas de resorts acessam redes sociais e mais de 50% se utilizam de internet ou agências de viagem para obter informações sobre os destinos, sendo que para realizar a reserva os turistas utilizam em primeiro lugar o e-mail e/ou telefone do hotel e em segundo lugar os serviços de agências de viagens além de outros meios dispostos na Figura 1. É importante frisar que depois da indicação (33%), os sites são o meio que causa maior impacto na hora da escolha de um resort seguidos de mídias sociais e outros, como mostra a figura 2.

Conforme apontou a pesquisa realizada pela Resort Brasil, os clientes de resorts, buscam lugares seguros que lhes proporcionem lazer, entretenimento, esportes, atrativos culturais e naturais diversos, acomodações, refeições, facilidade de deslocamento e outros tipos de serviços oferecidos por um único estabelecimento. Oliveira (2005) e Moura (2006) já

afirmavam que os resorts completos que atendessem a todas as necessidades, é o que de fato estaria sendo procurado pelos turistas, que querem conhecer novos lugares e culturas com a tranquilidade e comodidade que se espera de um hotel com a classificação de 4 e 5 estrelas, podendo assim, aproveitar mais e melhor o seu tempo na viagem além de sentir-se mais seguro ou, se for o caso, deixar seu(s) filho(s) em segurança e com entretenimento para o dia inteiro.

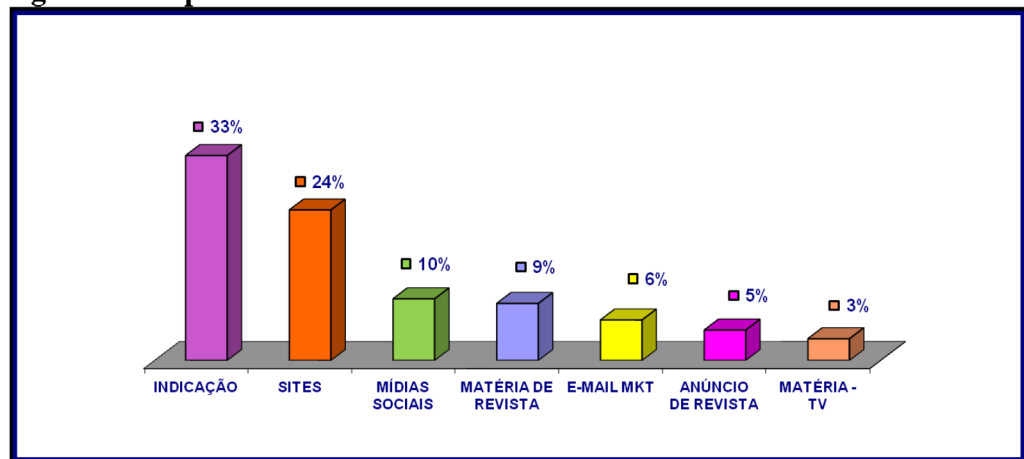
Figura 1 - Meios procurados para informações de viagem



Fonte: Resort Brasil, (2013).

Outro fator positivo dos resorts é a economia e/ou comodidade que gera para o cliente quando, por exemplo, opera com o sistema all inclusive, pelo qual o hóspede paga, antecipadamente, todas as despesas que serão efetuadas durante sua estada, ou seja, o pacote completo escolhido que poderá incluir: hospedagem, alimentação, lazer e entretenimento, não tendo o turista que preocupar-se em carregar dinheiro, o que lhe proporciona mais tranquilidade e segurança em seus passeios e contribui para a disseminação da cultura regional por meio da gastronomia (culinária regional), por exemplo.

Assim confirma Roin e Gonçalves (2012), quando diz que as inovações e fiscalizações desses meios de hospedagem são necessárias para que possamos alcançar excelência nos serviços oferecidos de modo a atrair mais turistas e clientes, garantindo qualidade e competitividade para o setor. Vale destacar aqui, que é crescente o número de resorts que estão investindo e incrementando atividades para o público infantil com, cada vez mais tecnologia empregada, como será visto na pesquisa de campo realizada neste estudo.

Figura 2 - Impacto na Escolha de um Resort

Fonte: Resort Brasil (2013, p.24).

Na visão de Mill (2003, p. 11), os resorts são uma combinação de três elementos básicos: “atrações recreativas para atrair os hóspedes; hospedagem e serviços de alimentação e bebidas a serem oferecidos para pessoas que estão longe de suas casas; atividades para ocupar os hóspedes durante sua estadia”.

Moura (2006) discute a importância dos resorts, como um destino turístico, apontando a importância de seus diferenciais para a atividade. Em seu estudo foram aplicados 20 questionários junto ao público potencial de resorts onde verificou que para os hóspedes pesquisados, o principal motivo para a escolha de um resort, é a combinação dos fatores como o valor da diária, a localização do empreendimento, a temperatura, a proximidade, a qualidade dos serviços e equipamentos ofertados e a infraestrutura adequada. Além disso, foram destacados como fatores favoráveis as suas escolhas como a variedade das atividades, a segurança, e a completude dos serviços ofertada

Embora alguns estudos, como o de Borba (2005, p. 12) que afirma que “os resorts são bastante criticados devido à capacidade de controlar e manter o turista dentro do espaço e não contribuir com o seu entorno, uma vez que muitas vezes o contato com a comunidade local é inexistente” a pesquisa apresentada neste estudo irá revelar outra visão acerca deste meio de hospedagem.

Até então pode-se esclarecer não só o que é um resort e suas principais características como, também, qual é o perfil dos seus hóspedes que conciliado ao estudo acerca do setor turístico e cultural, e das políticas públicas que estreitam os laços entre estes setores, podem servir de base para a compreensão da pesquisa de campo a ser mostrada no capítulo 6, posterior ao próximo, Metodologia, que determinará a forma como esta será realizada.

5 METODOLOGIA

No sentido de contribuir para a descoberta de ações que propiciem o desenvolvimento endógeno e sustentável das regiões brasileiras por meio da revelação e difusão das expressões culturais nelas existente, propôs-se este projeto de pesquisa, salientado que tanto a temática “resorts” como a sua relação com a “diversidade de expressões culturais”, são matérias com recentes produções acadêmicas, por vezes, carentes de referências.

As leis que regulamentam e normatizam a matéria em questão, também recentes, passaram a ser elaboradas com vistas a cumprir compromissos assumidos em convenções internacionais através de cartas de intenções, tanto no turismo como na cultura, que neste já contava com a Deliberação da UNESCO desde 2002 e com o Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000 que institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro e cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial.

Assim, ao descobrir a escassez de material existente, para explicar o objeto de estudo, surgiu a necessidade da elaboração de um conjunto de métodos que servisse como ferramenta adequada para iniciar a investigação científica. Para tanto, num primeiro momento, foi realizada a pesquisa exploratória, que permitiu uma maior familiaridade com o tema pesquisado, visto que este ainda era pouco conhecido e pouco explorado, inclusive pelo meio acadêmico e pelos órgãos difusores de resorts do Brasil. As técnicas de pesquisa utilizadas envolveram a coleta de dados secundários através de revisão bibliográfica, documental, sites, etc.

Após a pesquisa exploratória, fez-se uma pesquisa descritiva, onde levantou-se os dados, nos sites do CADASTUR e do IPHAN, organizando-os em quadros para que o conteúdo dos resorts que farão parte do estudo fosse demonstrado de forma que facilitasse a análise. Para tornar a pesquisa mais completa e próxima da realidade, utilizou-se da pesquisa empírica para o desenvolvimento dos estudos de casos múltiplos, envolvendo entrevistas, observação ‘in loco’ e estudo de campo onde, inclusive, foram feitas pesquisas documentais, onde o material (jornal, panfleto, encarte, etc.) foi recolhido e analisado para acrescentar informações e validar evidências de fontes secundárias.

Sendo o método o caminho a ser percorrido para se chegar a determinado fim, é a sua definição o que garante a verificabilidade do conhecimento, através do estudo destes cinco casos, resorts, buscou-se investigar fenômenos contemporâneos, nas relações dos sujeitos envolvidos no objeto em estudo, dentro de seu contexto na vida real (GIL,2002).

Segundo Yin (2005), o estudo de caso permite uma visão holística e serve como uma importante estratégia metodológica para a pesquisa em ciências humanas com destaque para

fenômenos contemporâneos, pois permite um aprofundamento sobre os acontecimentos do objeto de estudo na vida real, uma vez que confronta o investigador diretamente com o fenômeno estudado.

A metodologia utilizada para o estudo de casos múltiplos foi a pesquisa empírica realizada em resorts localizados dentro no espaço escolhido. Assim, o recorte social é a localidade, aqui considerado o estado: Amazonas, Bahia, Goiás, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Este recorte faz parte de uma totalidade social, aqui considerado como região: norte, nordeste, centro oeste, sudeste e sul.

A pesquisa empírica concentrou-se na investigação entre o sujeito objeto de análise deste recorte espacial (resort) e os atores culturais por este promovido (patrimônio cultural) quanto a aspectos levantados por meio de questionários e entrevista aplicada aos gestores dos empreendimentos, além das observações relatadas e retratadas pela pesquisadora diante das situações reais que ocorrem no dia a dia e que foram percebidas nas relações sociais vividas pelos sujeitos-pesquisados.

Esse método permitiu que os resorts e os demais agentes turísticos que, neles ou juntamente com eles operassem, fossem analisados acerca da existência ou não da revelação e difusão das expressões culturais locais e/ou regionais uma vez que este é o principal objetivo desta pesquisa.

Através da pesquisa de campo buscou-se reconhecer a relação destes resorts com o seu entorno que, podendo identifica-los ou não como cenários, ideais para a revelação e difusão da diversidade de expressões culturais locais e/ou regionais tanto pela quantidade de atividades promovidas no interior e entorno de seu complexo como pela diversidade de bens culturais passíveis de registro em um dos livros de registro Patrimonial. Também será considerado, para fins de análise, bens não tombados, porém significativos para os moradores, dos municípios/estados/região, e que podem vir a representar subsídio ao planejamento de ações de preservação e apoio e que façam ou possam vir a fazer parte do Inventário Nacional de Referências Culturais - INRC que “é o instrumento de uma política de identificação abrangente, cuja meta é o levantamento e mapeamento de bens culturais seja para o reconhecimento como patrimônio nacional, por meio de Registro ou de Tombamento.” (Decreto nº 3.551/00)

Para que a realização da pesquisa de campo, começou-se as tratativas por e-mail, junto aos responsáveis dos resorts (gerentes), onde foi apresentado o curso de mestrado de Desenvolvimento Regional da FACCAT, Faculdades Integradas de Taquara-RS, o projeto de pesquisa, sua finalidade e proposição, solicitando uma visita ao resort com acompanhamento e demonstração das atividades e produtos oferecidos a seus hóspedes que

envolvessem o estudo em questão. Este responsável que acompanharia a pesquisadora, e com quem se faria a entrevista, deveria ser um dos gerentes do resort ou responsável por ele designado.

A metodologia que utilizou-se no decorrer dos estudos de casos, nas pesquisas de campo, foi a qualitativa, onde para as entrevistas criou-se um roteiro semi-estruturado com questões semi-abertas que foram respondidas pelos indicados, onde algumas informações, as vezes as mais valiosas, são subjetivas, ou seja, elas foram sendo reveladas não só através de palavras mas por meio de movimentos, olhares, jeitos e trejeitos que o entrevistado vai revelando e que, com isso, o próprio roteiro da entrevista vai se recriando e ganhando novas nuances, o que dependeu muito da percepção da entrevistadora.

Assim, investigou-se cinco resorts, em cidades pertencentes as cinco regiões do Brasil: Tropical em Manaus-AM no Norte; Costa do Sauípe em Mata de São João-BA no Nordeste; Vivence em Caldas Novas-GO no Centro Oeste; Tauá em Caeté-MG no Sudeste e Serrano em Gramado-RS no Sul. Estes resorts fazem parte dos 123 considerados no estudo, sendo que para a seleção dos empreendimentos que serviram como amostra para a pesquisa de campo, baseou-se nos seguintes parâmetros:

1º) Empreendimento que estivesse localizado no Estado com o maior nº de habitantes e número de municípios na sua região, sendo este último o critério de desempate e/ou decisão entre dois estados, de acordo com dados do IBGE;

2º) Empreendimentos cadastrados no CADASTUR que não fizesse parte do segmento de turismo cultural;

3º) Empreendimento, resort, que estivesse sendo ofertado pela CVC e que na busca neste site aparecesse como opção para crianças;

Lista complementar de critérios para a escolha do resort: (i) disponibilidade de profissional que conheça as atividades do empreendimento e possa informá-las com clareza e precisão para o acompanhamento durante a pesquisa; (ii) contar com profissional e espaço específico para entretenimento infantil; (iii) não ser parque aquático; (iv) não ser flutuante;

Em caso de dúvida foi contatado os resorts, por telefone, para saber mais acerca dos serviços prestados e da infraestrutura ofertada.

Vale destacar que durante a investigação, houve indicação de espaços fora da estrutura do resort como fonte de expressão da cultura local que são comumente ofertados aos hóspedes como forma de entretenimento ou de complementação de serviços não oferecidos no resort e procurados pelos hóspedes. Pelo menos duas das indicações feitas direta ou indiretamente foram conferidas e mencionadas no decorrer da pesquisa.

5.1. Critérios para a escolha da amostra dos resorts

Existe uma certa dificuldade em distinguir o espaço local do espaço regional. Portanto, deve ficar claro, que no caso deste estudo o local se aplica ao Estado em que o resort pesquisado está inserido e, que o regional, se aplica a macrorregião brasileira, ou seja, norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul. Outro importante fator a considerar é o fato de que embora o Estado possua suas peculiaridades culturais, estas estão imbricadas na Região a qual este pertence e vice-versa, gerando uma diversidade de expressões imbricadas que compõem o cenário objeto de estudo.

Na macrorregião Norte encontram-se cadastrados somente dois resorts na Amazônia. Como pode ser visto na no quadro 4 o primeiro critério já definiu o Pará como o maior em número de habitantes assim como em número de municípios dos estados que compõe a Região Norte. Porém, este Estado não possui nenhum resort cadastrado no CADASTUR e, também, não tem nenhuma oferta deste segmento de hotelaria pela CVC, o que impossibilita a sua participação na pesquisa; Como segundo colocado no primeiro critério, aparece o Estado do Amazonas, porém só é oferecido no site da CVC (critério de filtro: estrutura para crianças), o Tropical Manaus, que passa a ser o resort selecionado para a pesquisa de campo.

Quadro 4 – Macrorregião Norte

REGIÃO NORTE						
DADOS/ESTADO	ACRE	AMAPÁ	AMAZONAS	PARÁ	RONDÔNIA	RORAIMA
Capital	Rio Branco	Macapá	Manaus	Belém	Porto Velho	Boa Vista
População estimada 2014	790.101	750.912	3.873.743	8.073.924	1.748.531	496.936
População 2010	733.559	669.526	3.483.985	7.581.051	1.562.409	450.479
Área (km ²)	164.123,74	142.828,52	1.559.148,89	1.247.954,32	237.590,54	224.303,19
Densidade demográfica (hab/km ²)	4,47	4,69	2,23	6,07	6,58	2,01
Rendimento nominal mensal domiciliar <i>per capita</i> da população residente 2014	670	753	739	631	762	871
Número de Municípios	22	16	62	144	52	15

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

Na macrorregião Nordeste, quadro 5 o primeiro critério definiu o Estado da Bahia com o maior em número de habitantes assim como em número de municípios dos estados que compõe a Região Nordeste. Este Estado possui 29 resorts cadastrados no CADASTUR e, destes 12 são oferecidos pela CVC. Depois de analisados os demais critérios, inclusive através de contato telefônico, optou-se pelo Costa do Sauipe como o resort para a pesquisa de Campo na Região Nordeste.

Quadro 5 – Macrorregião Nordeste

REGIÃO NORDESTE									
DADOS/ESTADO	ALAGOAS	BAHIA	CEARÁ	MARANHÃO	PARAÍBA	PIAUI	PERNAMBUCO	RIO GRANDE DO NORTE	SERGIPE
Capital	Maceió	Salvador	Fortaleza	São Luis	João Pessoa	Teresina	Recife	Natal	Aracaju
População estimada 2014	3.321.730	15.126.371	8.842.791	6.850.884	3.943.885	3.194.718	9.277.727	3.408.510	2.219.574
População 2010	3.120.494	14.016.906	8.452.381	6.574.789	3.766.528	3.118.360	8.796.448	3.168.027	2.068.017
Área (km ²)	27.774,99	564.733,08	148.886,31	331.936,95	56.469,74	251.611,93	98.149,12	52.811,13	21.918,49
Densidade demográfica (hab/km ²)	112,33	24,82	56,76	19,81	66,7	12,4	89,62	59,99	94,36
Rendimento nominal mensal domiciliar <i>per capita</i> da população residente 2014	604	697	616	461	682	659	802	695	758
Número de Municípios	102	417	184	217	223	224	185	167	75

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

No Nordeste, a cultura é representada através de danças e festas como o bumba meu boi, maracatu, caboclinhos, carnaval, ciranda, coco, reisado, frevo, cavallhada e capoeira. A culinária típica é representada pelo sarapatel, buchada de bode, peixes e frutos do mar, arroz doce, bolo de fubá cozido, bolo de massa de mandioca, broa de milho verde, pamonha, cocada, tapioca, pé de moleque, entre tantos outros. A cultura nordestina também está presente no artesanato de rendas.

Na macrorregião Centro-Oeste, conforme demonstrado no quadro 6 o primeiro critério definiu o Estado de Goiás com o maior em número de habitantes, assim como em número de municípios, dos Estados que compõe a Região, conforme demonstrado no Quadro.6. Embora Goiás não tenha nenhum resort cadastrado no CADASTUR, a CVC oferta dois empreendimentos deste meio de hotelaria, neste Estado, sendo escolhido o *Ecologic Ville Resort & SPA Bay Vivence* após analisados segundo os critérios.

Quadro 6 – Macrorregião Centro-Oeste

REGIÃO CENTRO - OESTE				
DADOS/ESTADO	DISTRITO FEDERAL	GOIÁS	MATO GROSSO	MATO GROSSO DO SUL
Capital	Brasília	Goiânia	Cuiabá	Campo Grande
População estimada 2014	2.852.372	6.523.222	3.224.357	2.619.657
População 2010	2.570.160	6.003.788	3.035.122	2.449.024
Área (km ²)	5.780,00	340.111,38	903.378,29	357.145,53
Densidade demográfica (hab/km ²)	444,66	17,65	3,36	6,86
Rendimento nominal mensal domiciliar <i>per capita</i> da população residente 2014	2.055	1.031	1.032	1.053
Número de Municípios	1	246	141	79

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

Como pode ser visto no quadro 7 o primeiro critério já definiu Minas Gerais como o maior em número de habitantes assim como em número de municípios dos estados que compõe a macrorregião Sudeste. Este Estado possui quatro resorts cadastrados no CADASTUR e, 3 neste segmento de hotelaria ofertado pela CVC; Depois de analisados os demais critérios, inclusive através contatos telefônicos, optou-se pelo Tauá Resort Caeté como o resort para a pesquisa de Campo na Região Sudeste.

Quadro 7 – Macrorregião Sudeste

REGIÃO SUDESTE				
DADOS/ESTADO	ESPÍRITO SANTO	MINAS GERAIS	RIO DE JANEIRO	SÃO PAULO
Capital	Vitória	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo
População estimada 2014	3.885.049	20.734.097	16.461.173	44.035.304
População 2010	3.514.952	19.597.330	15.989.929	41.262.199
Área (km²)	46.096,93	586.519,73	43.777,95	248.222,36
Densidade demográfica (hab/km²)	76,25	33,41	365,23	166,23
Rendimento nominal mensal domiciliar <i>per capita</i> da população residente 2014	1.052	1.049	1.193	1.432
Número de Municípios	78	853	92	645

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

No Sudeste, várias festas populares de cunho religioso são celebradas no interior da região. Festa do divino, festejos da páscoa e dos santos padroeiros, com destaque para a peregrinação a Aparecida (SP), congada, cavalhadas em Minas Gerais, bumba meu boi, carnaval e peão de boiadeiro. A culinária é muito diversificada, os principais pratos são: queijo minas, pão de queijo, feijão tropeiro, tutu de feijão, moqueca capixaba, feijoada, farofa, pirão, etc.

Já na macrorregião Sul o primeiro critério definiu o Rio Grande do Sul como o maior em número de habitantes, assim como em número de municípios, conforme Quadro 8 este Estado possui seis resorts cadastrados no CADASTUR e, um neste segmento de hotelaria ofertado pela CVC, o que não deixou dúvidas, optando-se pelo *Wish Serrano Resort* como o resort para a pesquisa de Campo na Região Sul.

Quadro 8 - Macrorregião Sul

REGIÃO SUL			
DADOS/ESTADO	PARANÁ	SANTA CATARINA	RIO GRANDE DO SUL
Capital	Curitiba	Florianópolis	Porto Alegre
População estimada 2014	11.081.692	6.727.148	11.207.274
População 2010	10.444.526	6.248.436	10.693.929
Área (km²)	199.307,95	95.733,98	281.731,45
Densidade demográfica (hab/km²)	52,4	65,27	37,96
Rendimento nominal mensal domiciliar <i>per capita</i> da população residente 2014	1.210	1.245	1.318
Número de Municípios	399	295	497

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

A macrorregião Sul apresenta aspectos culturais dos imigrantes portugueses, espanhóis e, principalmente, alemães e italianos. Algumas cidades ainda celebram as tradições dos antepassados em festas típicas, como a festa da uva (cultura italiana) e a oktoberfest (cultura alemã), o fandango de influência portuguesa e espanhola, pau de fita e congada. Na culinária estão presentes: churrasco, chimarrão, camarão, pirão de peixe, marreco assado, barreado (cozido de carne em uma panela de barro) e vinho.

Assim, consideramos as regiões: norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul do Brasil como o Espaço de estudo onde foram analisadas as expressões culturais destes imbricadas com a cultura local, ou seja, com a cultura do Estado que representará a região que como vimos será o Amazonas, a Bahia, Goiás, Minas Gerais e o Rio Grande do Sul onde pode ser percebida ou não nos resorts: Tropical, Costa do Sauipe, Ville Vivence, o Tauá Caeté e o Serrano, lugares que serviram de amostra de campo para a pesquisa.

6 MACRORREGIÕES BRASILEIRAS

Para melhor compreensão da significância da diversidade cultural, buscou-se junto ao IBGE, que em 2006 publicou o primeiro levantamento cultural do país, e em 2011 publicou o resultado do Censo de 2010, as observações acerca do cenário da diversidade cultural nas e entre as regiões brasileiras no que tange a população, cor, raça, origem de imigrantes e práticas religiosas. Estas referências são de suma importância, tanto que, compõem um dos capítulos do Atlas do Censo demográfico de 2010, demonstrando as mudanças ocorridas no território nacional quanto as características mencionadas, servindo como parâmetro para as discussões acerca do tema da diversidade cultural.

Vale ressaltar que existem dados demográficos mais atualizados do IBGE, como é o caso do número total da população brasileira que em 2012 atingiu 192.379.287 mil habitantes, porém neste estudo utilizou-se os dados do censo de 2010 por neste ter todos os dados necessários para comparação num mesmo período de tempo, tornando mais fácil a visualização das diferenças ou similaridades entre os mesmos.

Figura 3 – Macrorregiões brasileiras e os estados componentes de cada uma

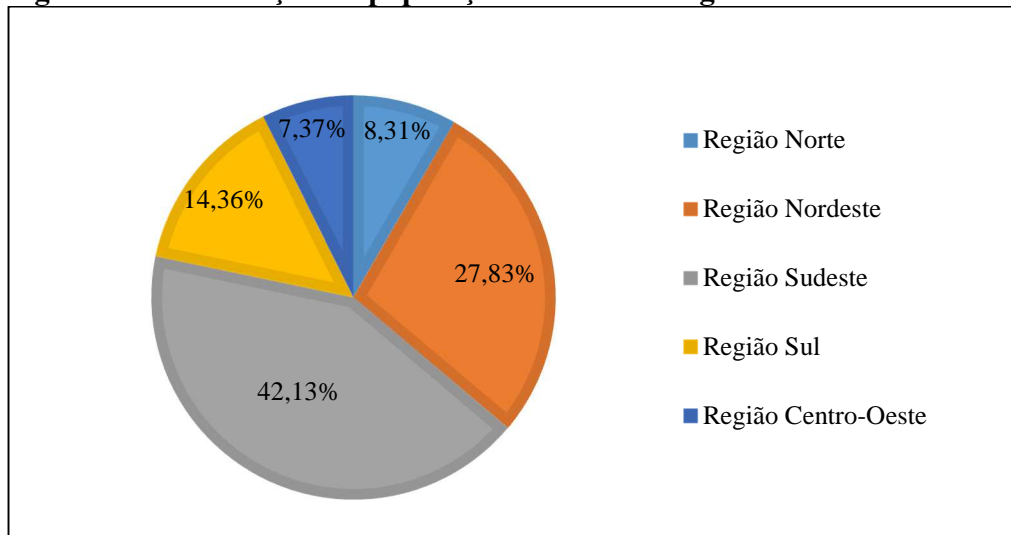


Fonte: Brasil Escola (2015).

6.1. População regional

Conforme o Censo de 2010, IBGE-2011, o Brasil atingiu neste ano 190.755.799 habitantes sendo que, conforme a figura 4, as regiões norte e centro-oeste, tiveram a maior taxa de crescimento populacional dos últimos 10 anos, no entanto, continuam sendo as menos populosas, atingindo respectivamente, 8,31% e 7,37% do total da população brasileira em 2010. Já o Sudeste, Nordeste e Sul, englobam, respectivamente, 42,13%, 27,83% e 14,36% do total da população brasileira, sendo as regiões mais populosas do País.

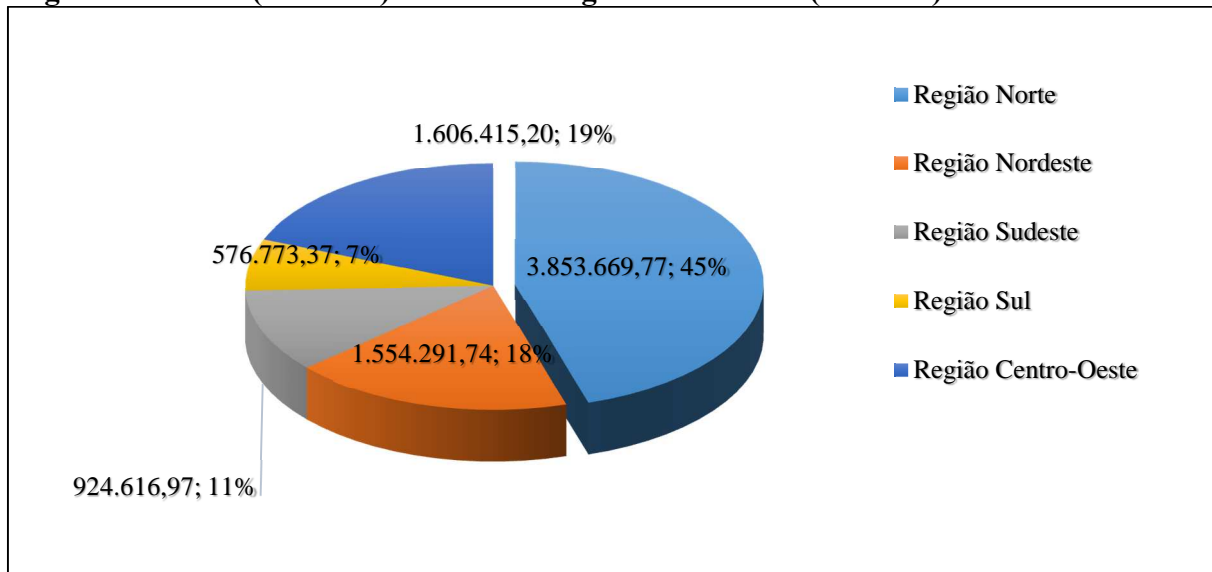
Figura 4 - Distribuição da população nas macrorregiões brasileiras 2010



Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

Quanto à distribuição de áreas entre as macrorregiões brasileiras conforme a figura 5, onde vale a pena salientar que o norte do país abrange quase a metade do território nacional, 45% da área, mais que o dobro da região Centro-Oeste e nordeste, segunda e terceira colocada com 19 e 18% da área total, respectivamente. Outro dado importante é que a região norte, com essa imensidão de área engloba um total de habitantes cinco vezes menor que o Sudeste, que possui $\frac{1}{4}$ da área nacional.

Figura 5 – Áreas (km² e %) das macrorregiões brasileiras (em 2013)



Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

6.2 Migração regional

É importante salientar, além da distribuição da população nas regiões, como está se organizando nos seus espaços urbanos e rurais internos. Portanto, no quadro 9 demonstra-se que na década 2000-2010 houve uma migração do meio rural para o urbano mais acentuada nas regiões Norte e Sul do país, na razão de 4,1% e 4%, superando a média nacional de 3,2%.

Quadro 9 - Migração Rural-Urbana nas macrorregiões brasileiras (em %)

Macrorregiões	Urbana			Rural		
	2000	2010	Acréscimo	2000	2010	Redução
BRASIL	81,2	84,4	3,2	18,8	15,6	3,2
Norte	69,8	73,5	3,7	30,2	26,5	3,7
Nordeste	69,0	73,1	4,1	31,0	26,9	4,1
Sudeste	90,5	92,9	2,4	9,5	7,1	2,4
Sul	80,9	84,9	4,0	19,1	15,1	4,0
Centro-Oeste	86,7	88,8	2,1	13,3	11,2	2,1

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

Destaca-se a região Centro-Oeste como àquela que o meio rural teve menos êxodo, estando bem abaixo da média nacional, 2,1%, ou seja, a metade das regiões Norte e Sul. Aqui vale observar que o IBGE ao tratar da migração das regiões brasileiras no período de 2005 a 2010 desenvolveu alguns mapas. Nestes, apresenta a diversidade cultural, onde fica visível de onde para onde ocorreram as principais migrações entre as regiões e/ou dentro das mesmas.

Como pode ser visto como pode ser visto no quadro 10, há um maior fluxo de pessoas

se dirigindo para o centro-oeste do país, que de 2000 a 2010 aumentou sua população em 21%, média superior a nacional que foi de 18,5% no mesmo período.

Quadro 10 – Brasil: variação populacional entre os anos 2000 e 2010

Macrorregiões brasileiras	2000			2010		
	Urbana	Rural	TOTAL	Urbana	Rural	TOTAL
BRASIL	137.755.550	31.835.143	169.590.693	160.925.792	29.830.007	190.755.799
Norte	9.002.962	3.890.599	12.893.561	11.664.509	4.199.945	15.864.454
Nordeste	32.929.318	14.763.935	47.693.253	38.821.246	14.260.704	53.081.950
Sudeste	65.441.516	6.855.835	72.297.351	74.696.178	5.668.232	80.364.410
Sul	20.306.542	4.783.241	25.089.783	23.260.896	4.125.995	27.386.891
Centro-Oeste	10.075.212	1.541.533	11.616.745	12.482.963	1.575.131	14.058.094

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

De acordo com o que foi visto, faz-se necessário lembrar que juntamente com essas pessoas que migram de um lado para outro, vão a diversidade de cultos e religiões, onde percebe-se, de acordo com os mapas anteriormente citados, em se tratando de migração entre as regiões como um todo e não mais quanto a urbano verso rural. Estas mudanças, podem estar atreladas a políticas públicas de incentivo à ocupação da região norte e centro-oeste e, conforme exemplo trazido por Moreira (2010, p. 571) “em 2008, 40% dos habitantes do país não eram naturais do município de residência, e cerca de 16% não eram procedentes da unidade da federação em que moravam”.

6.3 A religiosidade regional

Como falou-se anteriormente, e ainda, elucidando mais a diversidade cultural existente no Brasil, observa-se o caso das religiões onde é grande o número de crenças religiosas espalhadas por todo território nacional, sendo que, de acordo com o IBGE (2011), os evangélicos pentecostais encontram-se em sua maioria, no estado de Goiás; os praticantes do budismo e do judaísmo aparecem mais em São Paulo e os de evangélicos de missão, no Espírito Santo. Já a maioria dos praticantes do islamismo, encontram-se no Paraná e àqueles que estão ligados às religiões de raiz africana assim como à igreja católica apostólica romana, concentram-se no Rio Grande do Sul.

O Rio Grande do Norte comporta a maioria dos católicos apostólicos brasileiros; e a Bahia a maioria de testemunhas de Jeová. Porém, estes são somente alguns dentre muitos “segmentos que compõem a diversidade de crenças religiosas praticadas no Brasil, na

contemporaneidade” (IBGE, 2011, p. 14).

6.4 Cor/raça regional

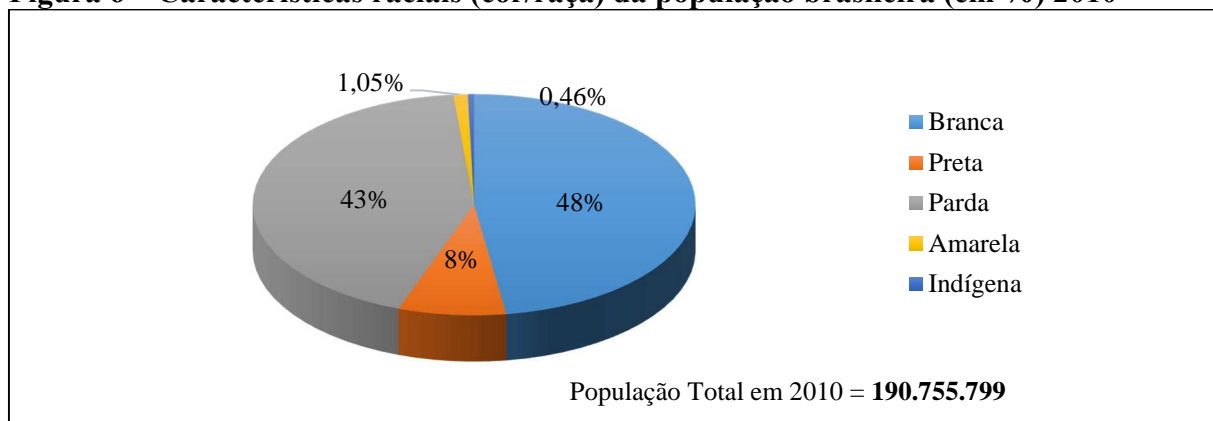
As diferenças entre as regiões também são explícitas nas características como a cor ou a raça, fortalecendo a “dimensão da diversidade encontrada na composição étnica de cada Grande Região brasileira” e ainda, sua quantificação e caracterização ser considerada “fundamental para o conhecimento da sua diversidade e para o estudo das relações inter-raciais”

Para tanto:

No Censo Demográfico 2010, a investigação da cor ou raça foi realizada para a totalidade da população brasileira, em contraste com o que ocorreu nos três últimos levantamentos (1980, 1991 e 2000), onde tal investigação constava somente do Questionário da Amostra (IBGE, 2011, p.75).

Assim, este Censo aponta que no Brasil habitam 91 milhões de pessoas de cor ou raça branca, 15 milhões de cor ou raça preta, 82 milhões de cor ou raça parda, 2 milhões de cor ou raça amarela e 817 mil indígenas.

Figura 6 – Características raciais (cor/raça) da população brasileira (em %) 2010



Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

Percebe-se que, conforme figura 6, acima, na Região Sul e Sudeste concentra-se parcela representativa de brancos, pretos e pardos, nesta ordem, destacando o branco na região sul, com 23,6% da população, enquanto nas regiões norte e nordeste a ordem encontra-se decrescente nos pardos, pretos e brancos.

Quadro 11 - Cor e raça nas macrorregiões brasileiras (em %)

Macrorregiões	Preto	Branco	Pardo	Indígena
BRASIL	100	100	100	100
Norte	7,3	4,1	12,9	37,4
Nordeste	34,8	17,9	38,4	25,5
Sudeste	43,8	48,7	34,9	12,0
Sul	7,6	23,6	5,5	9,2
Centro-Oeste	6,5	6,5	8,4	16,0

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

Na região centro-oeste há um equilíbrio quanto a brancos, pretos e pardos destacando-se os indígenas, com máxima concentração na região, ou seja 16% do total dos habitantes. Na região norte, também é visível a concentração relativa ao indígena que corresponde a 37,4% da sua população, de acordo com o IBGE (2011).

6.5 Gênero regional

Ainda se tratando de diversidade porém, neste caso, com o intuito de demonstrar que os números apontam para a equiparação entre número de homens e mulheres no país, Quadro 12 o que comprova a necessidade de políticas públicas que tratem cada vez mais acerca da igualdade de gênero, até porque, neste estudo fica claro a posição da mulher no mercado de trabalho, onde, cada vez mais ativa, aparecem com atividades que vão desde o mercado informal, através de artesanatos, por exemplo, até altos cargos de gerência de meios de hospedagem, por exemplo, que no caso dos resorts objeto de pesquisa de campo, todos, se encontram nesta situação e, inclusive, são “elas” as responsáveis pelas informações prestadas para o estudo em questão.

Quadro 12 - Gênero nas Regiões Brasileiras

Macrorregiões	Urbana	Urbana	Urbana	Rural	Rural	Rural
	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres
BRASIL	160.925.792	77.710.174	83.215.618	29.830.007	15.696.816	14.133.191
Norte	11.664.509	5.737.373	5.927.136	4.199.945	2.267.542	1.932.403
Nordeste	38.821.246	18.526.728	20.294.518	14.260.704	7.382.318	6.878.386
Sudeste	74.696.178	36.052.531	38.643.647	5.668.232	3.024.116	2.644.116
Sul	23.260.896	11.275.290	11.985.606	4.125.995	2.161.121	1.964.874
Centro-Oeste	12.482.963	6.118.252	6.364.711	1.575.131	861.719	713.412

Fonte: A autora com dados do IBGE (2011).

Quanto ao crescimento populacional, entre 2000 e 2010 o Brasil registrou crescimento

médio anual de 1,17%, sendo acompanhadas pelas regiões nordeste e sudeste que cresceram à taxa média de 1% ao ano. As maiores taxas de crescimento foram observadas nas regiões Norte (2,09%) e Centro-Oeste (1,91%). Já a Região Sul, foi a que menos cresceu, (0,87%) contrariando os últimos Censos Demográficos, que desde 1970 apresentaram crescimento anual em torno de 1,4%. Percebe-se que esta baixa ocorreu devido por influências das baixas taxas do Rio Grande do Sul (0,49) e Paraná (0,89%), já que Santa Catarina apresentou a taxa de crescimento de 1,55%, superior à média nacional anual (IBGE, 2011).

Diante do exposto até agora viu-se uma série de dados que remetem a um cenário que, além de gigantesco em tamanho, também o é em diversidade cultural, que, por meio das expressões que acabam por dar identidade e memória a cada lugar, transformando locais (Estados) e regiões em espaços tão peculiares, que acabam de forma conjunta e isolada, numa sincronia quase que perfeita, levando-nos a experimentar as mais diversas emoções por meio de todos os sentidos, seja por meio de suas músicas, da arte, do artesanato em geral, dos lugares com seus povos carregados de crenças e tradições ou, simplesmente, e por ser simples se torna divino, pela contemplação da biodiversidade local.

Assim, quanto as expressões da fauna e flora, gastronômicas, artísticas e educativas, do lugar objeto da pesquisa de campo, relatou-se, quais as expressões culturais que foram percebidas pela pesquisadora, por meio da entrevista e observações feitas no resort que serviu de amostra e seu entorno. As observações da pesquisadora contam com imagens fotográficas, feitas pela mesma, que serão dispostas na seção 8, servindo como prova visual, inclusive para complementar a pesquisa bibliográfica e em sites oficiais no intuito de responder o problema de pesquisa.

Vale salientar que os dados referidos foram extraídos dos sites oficiais de cada região, local e lugar objeto de amostra, para que houvesse uma padronização do meio de informação, ou seja, são os dados fornecidos pelos sites dos governos federal, estaduais e municipais além do site do IBGE e IPHAN e de cada resort.

7 CADASTRO DOS RESORTS BRASILEIROS

Embora já se tenha relatado acerca dos resorts e como é o comportamento deste meio de hospedagem, este capítulo busca apresentar como está, atualmente, a relação dos resorts oferecidos pela internet através do Guia Hotel in Site, por ter a maior oferta de resorts, e o site do CADASTUR, que registra e divulga os meios de hospedagem que estão devidamente cadastrados, neste caso os resorts no Brasil.

Desta forma, conforme figura 7, pode-se observar o mapa do território brasileiro dividido por estados e, através de cores, identificados por macrorregiões classificadas como: norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul, as quais neste estudo representam as regiões que compreendem os resorts cadastrados no CADASTUR (Cadastro Turístico).

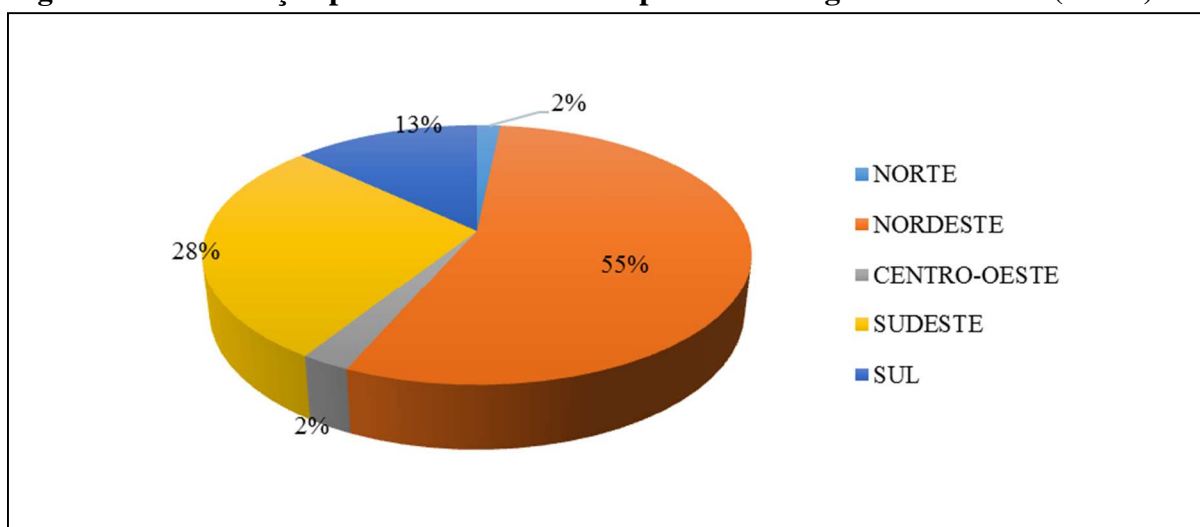
Figura 7 – Resorts por Macrorregião



Fonte: Estado e Capitais do Brasil (2015).

Conforme pode-se perceber, figura 8 a maioria dos resorts cadastrados situam-se na região nordeste sendo que o estado da Bahia comporta a maioria deste tipo de meio de hospedagem.

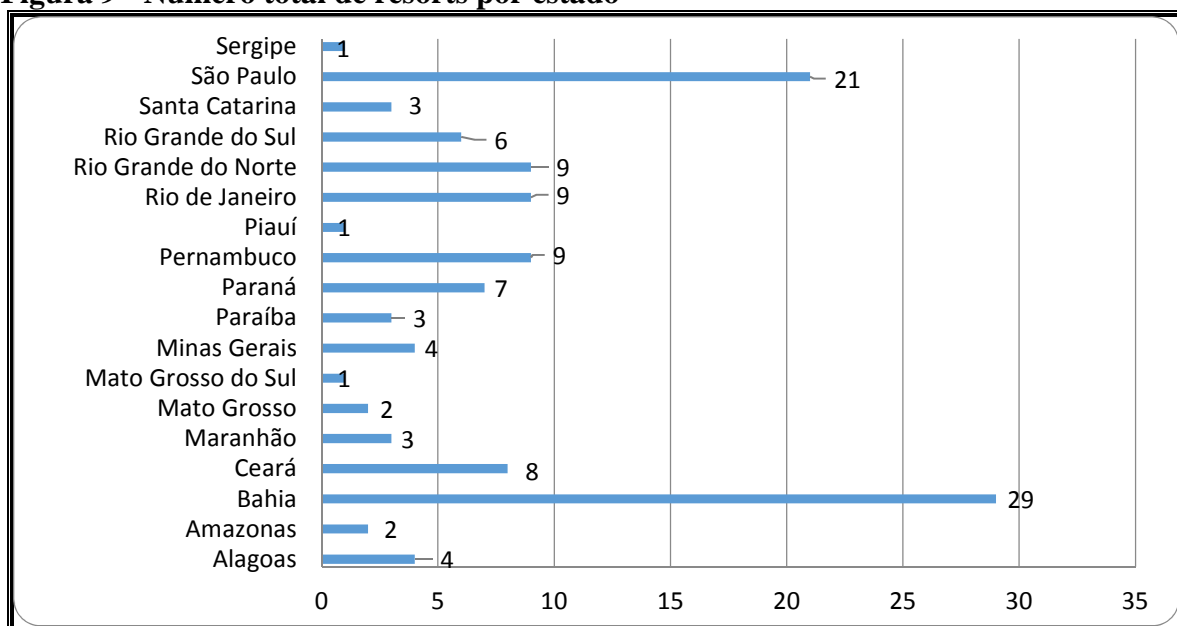
Figura 8 - Distribuição percentual dos resorts por macrorregiões brasileiras (em %)



Fonte: Elaborado pela autora com dados do IBGE (2011).

De acordo com dados extraídos do site oficial de cadastro Turístico no Brasil, CADASTUR, mostrados na figura 9, a região norte possui dois resorts cadastrados, ambos no Estado do Amazonas, a região nordeste 67, com destaque para o Estado da Bahia com 29 resorts, mais de três vezes que os Estados de Pernambuco e Rio Grande do Norte, ambos com 9 resorts cada.

Figura 9 - Número total de resorts por estado

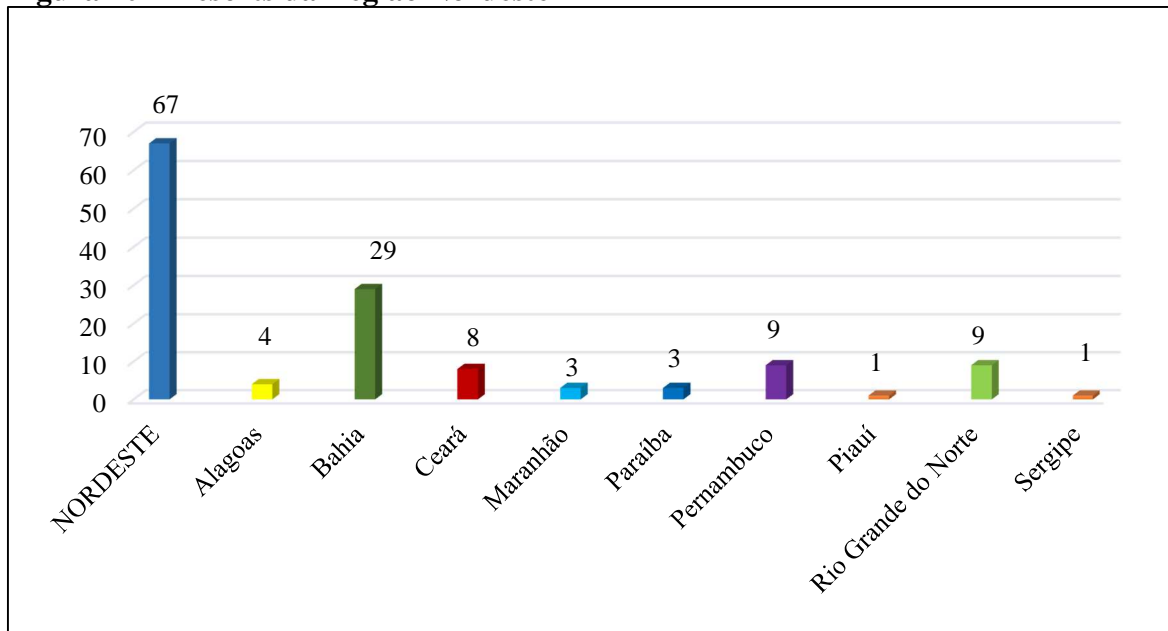


Fonte: Elaborado pela autora com dados de Cadastur (2015).

A região centro-oeste tem o cadastro de 3 resorts enquanto a sudeste tem 34, sendo que o estado de São Paulo tem 21; e, a região sul com 16 resorts cadastrados sendo equilibrado o Estado do Paraná e do Rio Grande do Sul com 7 e 6 resorts, respectivamente.

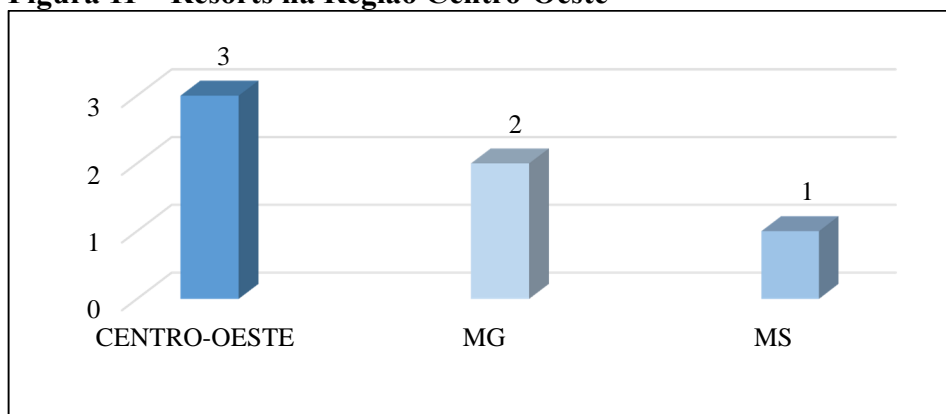
De acordo com as Figuras 10 a 13 nota-se as cidades em que estão situados os resorts brasileiros, onde destaca-se neste momento as cidades que fazem parte do Estado em que a pesquisa de campo será realizada. Assim nos resorts do Estado do Amazonas situam-se na cidade de Manaus; os do Estado da Bahia localizam-se nas cidades de Mata de São João, Porto Seguro, Arraial D'Ajuda, Olivença, Itacaré, Salvador, Vera Cruz, Vitória da Conquista, Santa Cruz Calabria, Abrantes, Prado, Monte Gordo e Trancoso, sendo a pesquisa realizada na mata de São João.

Figura 10 – Resorts da Região Nordeste



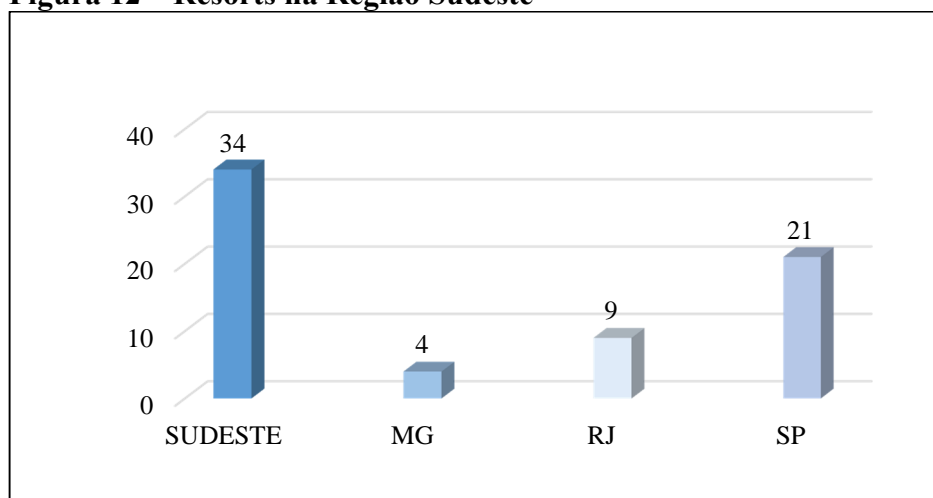
Fonte: Elaborado pela autora com dados de Cadastur (2015).

Já o Estado de Goiás, não tem resorts cadastrados no CADASTUR, porém, é na cidade de Caldas Novas que se encontra um dos resorts objeto da pesquisa de campo deste estudo por ter atingido demais critérios passíveis para a seleção; no Estado de Minas Gerais, existem resorts nas cidades de Poços de Caldas, Inhaúma, Itapeva e Caeté, sendo esta última a qual pertence o resort Tauá, também objeto deste estudo

Figura 11 – Resorts na Região Centro-Oeste

Fonte: Elaborado pela autora com dados de Cadastur (2015).

No Estado do Rio Grande do Sul, os resorts cadastrados estão localizados nas cidades de Gramado, Nova Petrópolis, Bento Gonçalves e Viamão, sendo Gramado a cidade onde se fez a pesquisa de campo referente a região Sul.

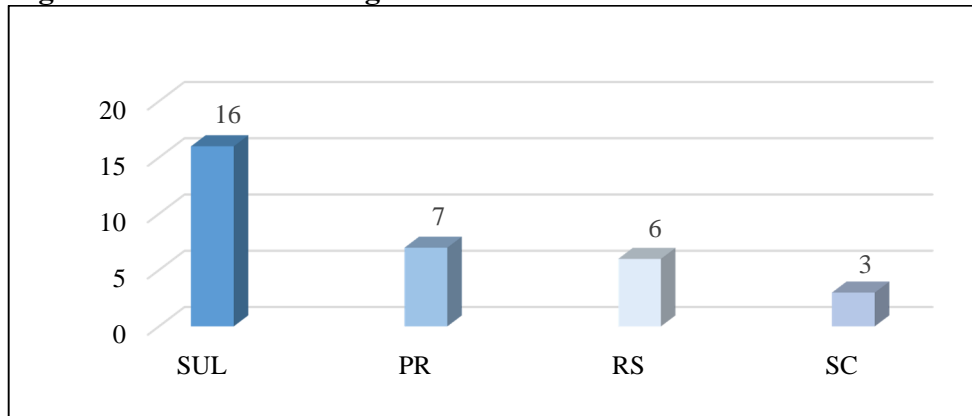
Figura 12 – Resorts na Região Sudeste

Fonte: Elaborado pela autora com dados de Cadastur (2015).

No site do CADASTUR encontra-se dados dos 122 resorts brasileiros cadastrados e do resort de Caldas Novas-MG, totalizando 123 resorts. Nesse cadastro encontra-se os seguintes dados e informações: Estado, nome fantasia do resort, cidade, endereço físico, endereço (website), e-mail, telefones, características específicas (número de unidades habitacionais, número de leitos inclusive os adequados para cadeirantes, idiomas, segmento (Ecoturismo, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos, turismo cultural, etc). E, ainda, serviços e equipamentos oferecidos pelos resorts como: academia, área de convivência (lobby, quiosque, etc), atividades físicas orientadas (por exemplo: yoga, caminhadas, alongamento,

pilates, ginástica, hidroginástica etc.), banheiros sociais em áreas comuns, bar, campo de futebol, centro equestre, clube infantil e/ou área de lazer para criança, concierge, equipamentos de atividades aventura (por exemplo: rapel, tirolesa, *aquaride*, *rafting*, arvorismo, *trecking*, etc.).

Figura 13 – Resorts na Região Sul



Fonte: Elaborado pela autora com dados de Cadastur (2015).

Compactou-se no quadro 13 os resorts por região e por características similares que são oferecidos pelo Guia *Hotel in Site*, site com o maior número de resorts encontrado na pesquisa.

Quadro 13 – Cenários dos resorts brasileiros

HOTEL = RESORT + CENÁRIO = SERRA / MONTANHA = 62 = 37% = 19% = 17%
HOTEL = RESORT + CENÁRIO = RURAL / CAMPO = 43 = 26% = 13,4% = 11%
HOTEL = RESORT + CENÁRIO = SELVA / FLORESTA = 9 = 5% = 3% = 2%
HOTEL = RESORT + CENÁRIO = LOCAL HISTÓRICO = 10 = 6% = 3% = 3%
HOTEL = RESORT + CENÁRIO = URBANO = 41 = 25% = 13% = 11%
HOTEL = RESORT + CENÁRIO = PANTANAL = 2 = 1% = 0,6% = 0,5%
Total = 167 resorts (100% = 52% = 45%)
HOTEL = RESORT + CENÁRIO = PRAIA = 62 = 30% = 19% = 16,5%
HOTEL = RESORT + CENÁRIO = BALNEÁRIO / ESTÂNCIA = 145 = 70% = 45% = 39%
Total = 207 resorts (100% = 63% = 55%)
Total Geral de Resorts no Brasil = 323 Resorts
OBS: O mesmo Resort pode participar de 2 Cenários, daí a totalidade (somados os cenários individuais de 374 Resorts)

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da Agência Hotel Insite (2014).

Vale ressaltar que dentre os resorts ofertados encontram-se os 122 cadastrados no CADASTUR, que somados aos não cadastrados totalizam 323 resorts no Brasil. Porém não se utilizou destes dados na pesquisa (utilizou-se apenas para demonstração de oferta) devido ao

fato de que o guia *Hotel in Site* verifica o cadastro do estabelecimento em relação à correção dos dados de endereçamento, cidade, e-mail e site, mas não avalia a qualidade dos serviços prestados, não verifica a estrutura do local e nem as condições oferecidas pelos meios de hospedagem, ou seja, o próprio estabelecimento efetua no site o cadastramento de forma gratuita, o que pode causar alguma desconformidade com os requisitos legais para a classificação e cadastramento destes meios de hospedagem, uma vez que não há nenhuma exigência de comprovação se realmente é ou não considerado um resort. Porém, é inevitável notar que existem espalhados pelo Brasil resorts com os mais diversos cenários podendo estes serem motivos para considerá-los como propícios à difusão e promoção da diversidade de expressões culturais naturais deste imenso país.

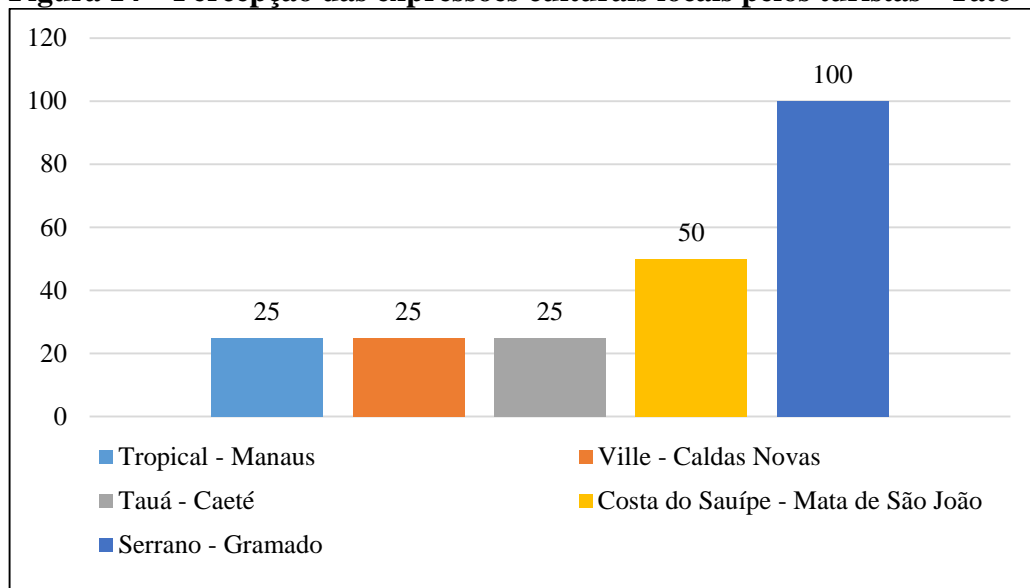
8 OS RESORTS BRASILEIROS E A CULTURA REGIONAL-LOCAL

No intuito de experimentar e revelar com mais precisão os produtos, serviços e demais características dos resorts que pudessem promover e difundir das expressões culturais locais e/ou regionais, buscou-se, através da pesquisa de campo, nos resorts que serviram de amostra para este estudo, retratar e levantar dados que fossem capazes de influenciar a percepção dos turistas. Assim, apresenta-se, a seguir, o resultado da pesquisa realizada por meio de questionários, assim como as observações feitas “in loco” pela pesquisadora, sendo seus resultados apresentados no subitem 8.2.

Já foi visto que as pessoas captam um objeto de estímulo pelas sensações, que caminha através dos cinco sentidos: visão, audição, olfato, tato e paladar; e, que elas agem influenciadas pela percepção que tem de determinada situação ou objeto. Assim, uma das questões abordadas na entrevista realizadas foi justamente acerca destes sentidos.

Nota-se, conforme figuras 14 a 17, que o Serrano consegue promover e difundir as expressões culturais de forma a serem percebidas por todos os sentidos, enquanto nos demais resorts existe uma certa variação sendo que em relação a audição todos atingem 100% (cem por cento), ou seja, mesmo que não seja percebido através dos demais sentidos, de alguma forma (falada), o turista fica sabendo sobre as expressões culturais do local e da região.

Figura 14 – Percepção das expressões culturais locais pelos turistas - Tato

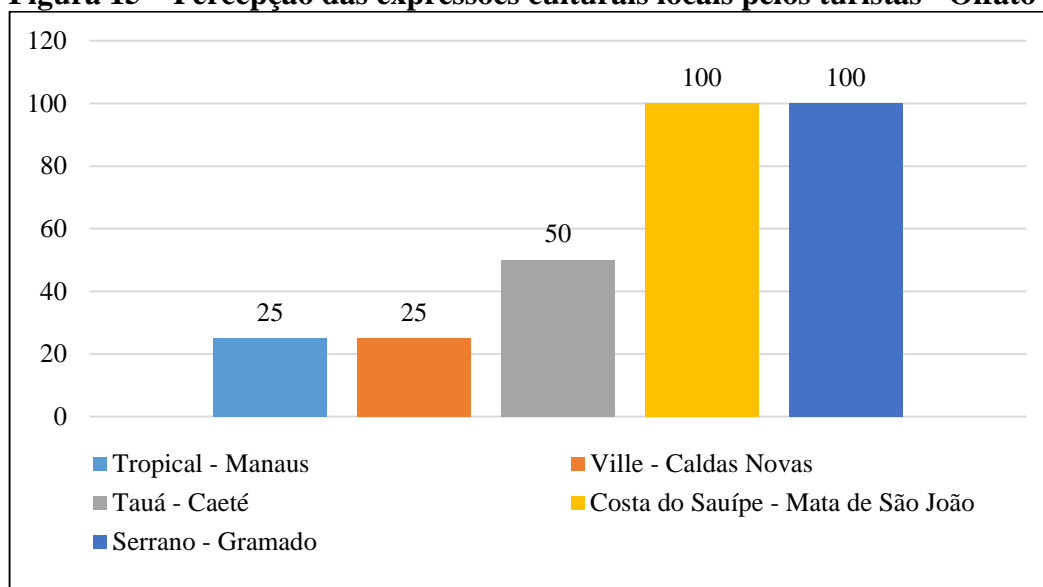


Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

Quanto a promoção e difusão ser realizada através dos demais sentidos, destaca-se a percepção como alta: por meio da visão, em 80% (oitenta por cento) dos resorts; por meio do

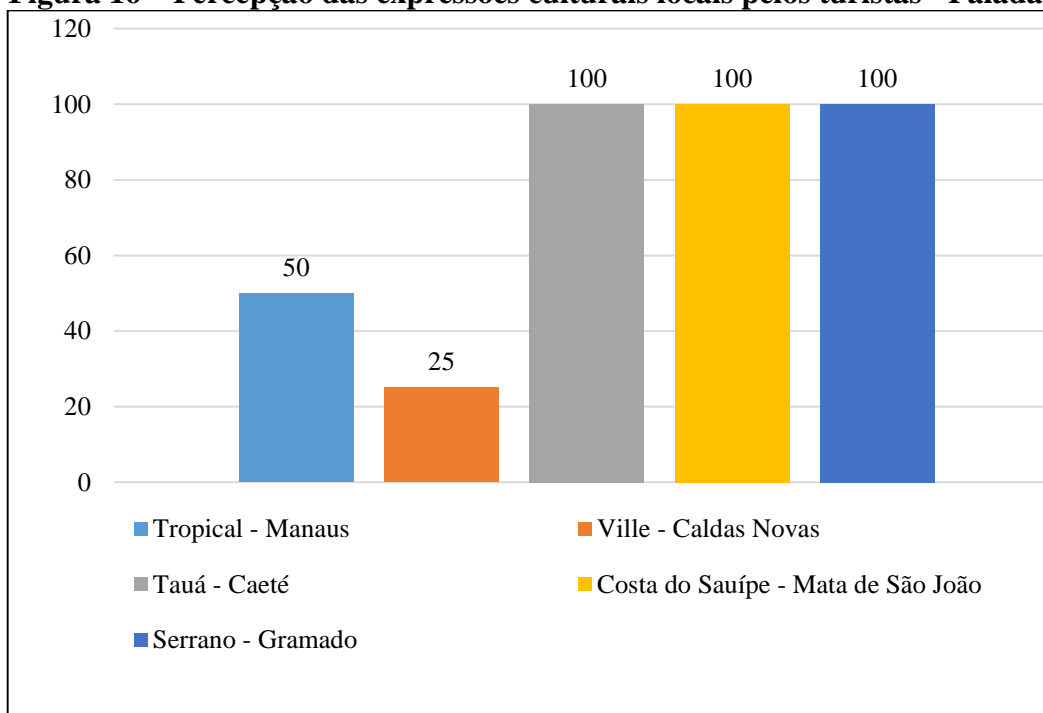
paladar, em 60%; e, por meio do olfato, em 40% dos resorts que serviram de amostra para o estudo. Importante ressaltar que na entrevista o tato, é o sentido de menor representatividade, uma vez que 60% dos respondentes disseram que ele é pouco percebido.

Figura 15 – Percepção das expressões culturais locais pelos turistas - Olfato



Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

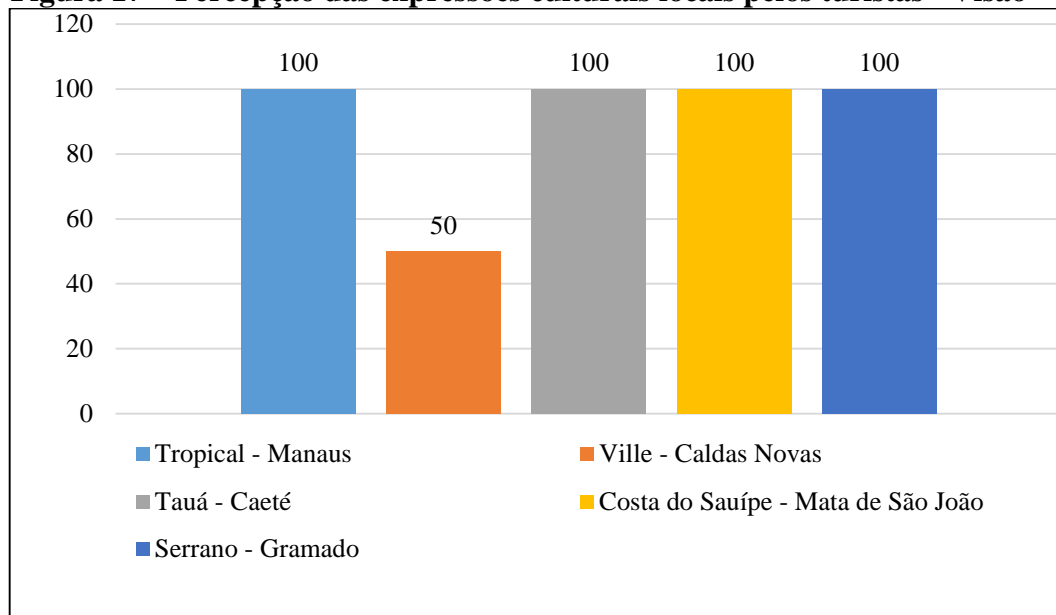
Figura 16 – Percepção das expressões culturais locais pelos turistas - Paladar



Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

Quando perguntado se o resort incentivava a visitação em áreas naturais protegidas, a resposta positiva foi unânime. Segundo os gerentes dos resorts, os turistas querem conhecer o entorno da estrutura física oferecida, e este, que na maioria dos casos, é área protegida e/ou passível de preservação.

Figura 17 – Percepção das expressões culturais locais pelos turistas - Visão



Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

Sendo assim em todos os lugares pesquisados existe programação direta ou indiretamente, por meio de agência de turismo, oferecida aos hóspedes para conhecer o patrimônio histórico e natural local que, geralmente, fica num perímetro de até 100km.

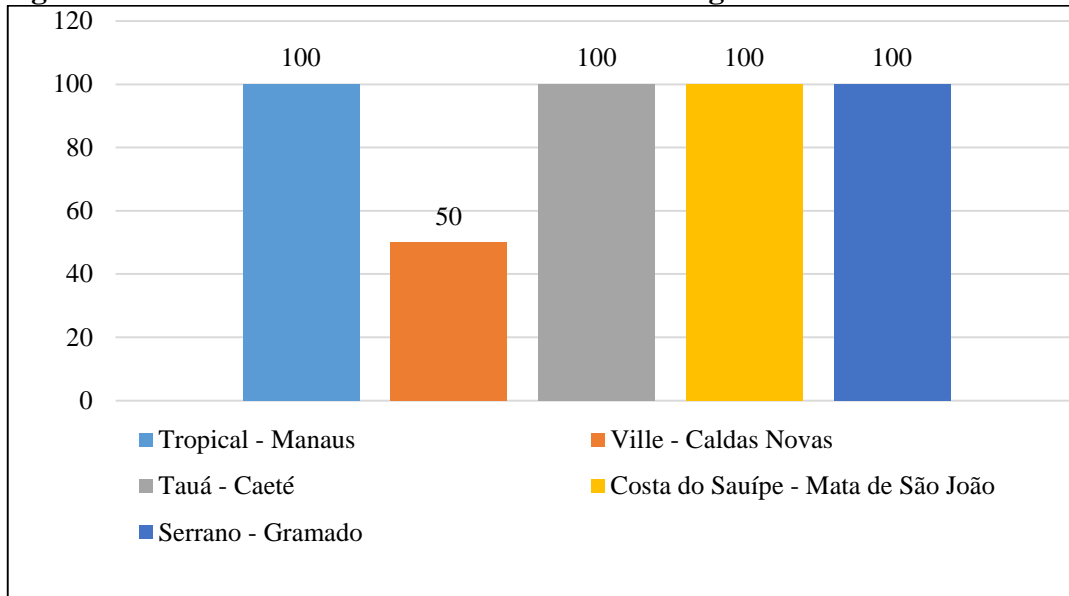
8.1 O paisagismo do resort e a cultura natural local

Os resorts têm como uma de suas principais características a ambientação junto à natureza como parte integrante da experiência da hospedagem, onde suas áreas externas, geralmente, são seu ponto alto e muito comumente, confundidas como áreas de propriedade do resort. O paisagismo neste tipo de hotel acompanha as propostas de atividades do hotel, ambientando cada experiência oferecida, seja ela de entretenimento, gastronômica, de descanso ou contemplação, por exemplo. Todos os resorts, que serviram de amostra para este estudo, integram perfeitamente a natureza local e, de acordo com seus gerentes, atingem alto grau de promoção da cultura natural local.

Todos os resorts oferecem a seus hóspedes a oportunidade de provarem a culinária local e/ou regional tanto por meio das comidas oferecidas como das bebidas ofertadas, sendo que, ao

contrário dos demais, o resort Ville de Caldas Novas ainda não possui um restaurante regional que contemple de forma ampla a culinária típica do local e/ou da região. Porém, se houver pedido antecipado poderá oferecer o jantar goiano ou o boi no rolete, por exemplo, típico da região (Figura 18).

Figura 18 - Gastronomia local – comidas/bebidas regionais



Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

Uma ótima indicação, que é feita pelo resort, é a cacharia Vale das Águas Quentes, referência no Estado de Goiás, e ainda, e o comércio de seu entorno o empadão goiano, indispensável para quem visita à região.

Todos os resorts, cada um dentro do seu estilo, integram na sua decoração o artesanato local, por meio de quadros, estatuas e objetos dos mais diversos compostos com materiais próprios da região como pedras, madeiras, sementes, fibras, etc. O importante é que se percebe que todos valorizam e procuram identificar a região a qual pertencem por meio do artesanato.

Da mesma forma que os resorts identificam a região a qual pertencem, nota-se uma preocupação com a divulgação de expressões culturais locais diversas, principalmente por meio da música, da dança e do artesanato. Todos possuem espaço específico destinado para apresentações de danças e de músicas. Assim, mesmo que seja de forma indireta, como no caso do Serrano, em Gramado-RS, que indica um restaurante de uma cidade vizinha, Canela, que além de ser uma tradicional churrascaria faz apresentação de danças típicas locais, nota-se que todos procuram promover seus músicos e suas danças.

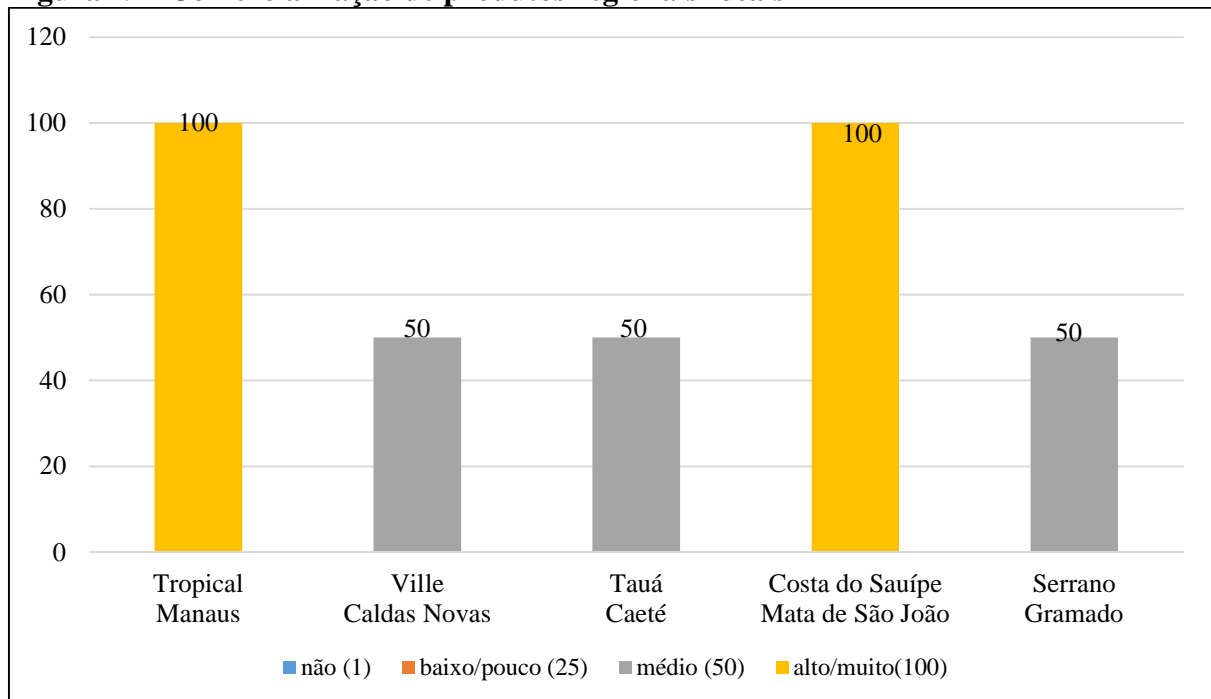
Estes acontecimentos são reforçados em datas de comemorações locais como quando comemora-se as festas do boi bumbá, no Amazonas; as festas julinas em Goiás; festa religiosa

como da Nossa Senhora da Piedade, padroeira de Minas Gerais; o famoso carnaval da Bahia; ou a semana farroupilha no Rio Grande do Sul, dentre tantas outras.

Em todos os resorts existem programações específicas para estas e outras datas especiais de sua região enaltecendo nestas épocas, mais ainda, as expressões culturais locais. Em todos os resorts existem em espaços próprios, de forma bem evidente, quadros e peças de arte de artistas locais.

Também pode-se observar em todos os resorts, espaços de comercialização de artesanato confeccionado pelos artistas locais e/ou regionais, sendo que 60% (sessenta por cento) dos resorts objeto da pesquisa de campo dispõe estes produtos de forma mais discreta e menos intensa, enquanto 40% (quarenta por cento) oferecem um número e uma variedade bem expressiva de peças produzidas no local e/ou na região (Figura 19).

Figura 19 - Comercialização de produtos regionais-locais

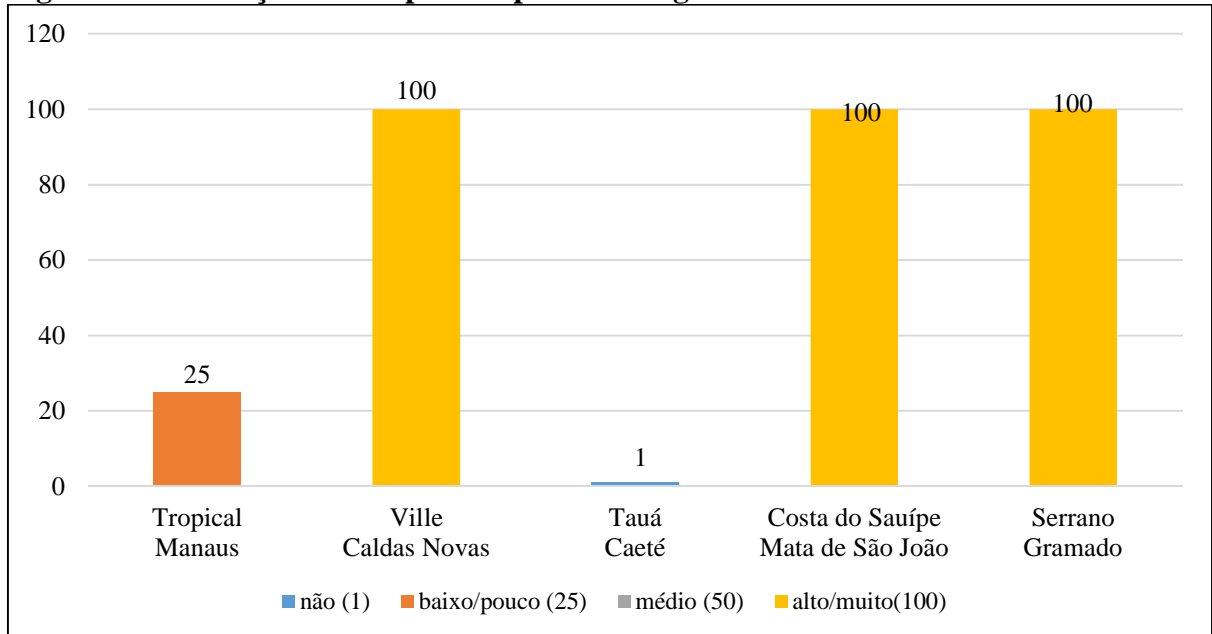


Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

Como pode ser visualizado, a maioria dos resorts, 60% (sessenta por cento) indica o comércio de produtos locais e/ou regionais de forma bem intensa. Quanto ao resort Tropical em Manaus-AM, embora a respondente entenda que existe pouca indicação pode-se observar que ao pedir informações sobre produtos locais aos funcionários do resort, todos indicavam o mercado central para compras e o famoso tatacá, comida típica regional, a ser consumido nas proximidades do Teatro do Amazonas. Quanto ao resort Tauá em Caeté-MG, existe pouca indicação de produtos locais, talvez por ser mais afastado e não possuir comércio no seu entorno

próximo a não ser, o que é indicado, uma tenda na beira da rodovia que vende todos os tipos de alimentos e serve uma variedade de comidas regionais e artigos religiosos que são vendidos na serra da Piedade (Figura 20).

Figura 20 - Indicação de compras de produtos regionais no comércio local



Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

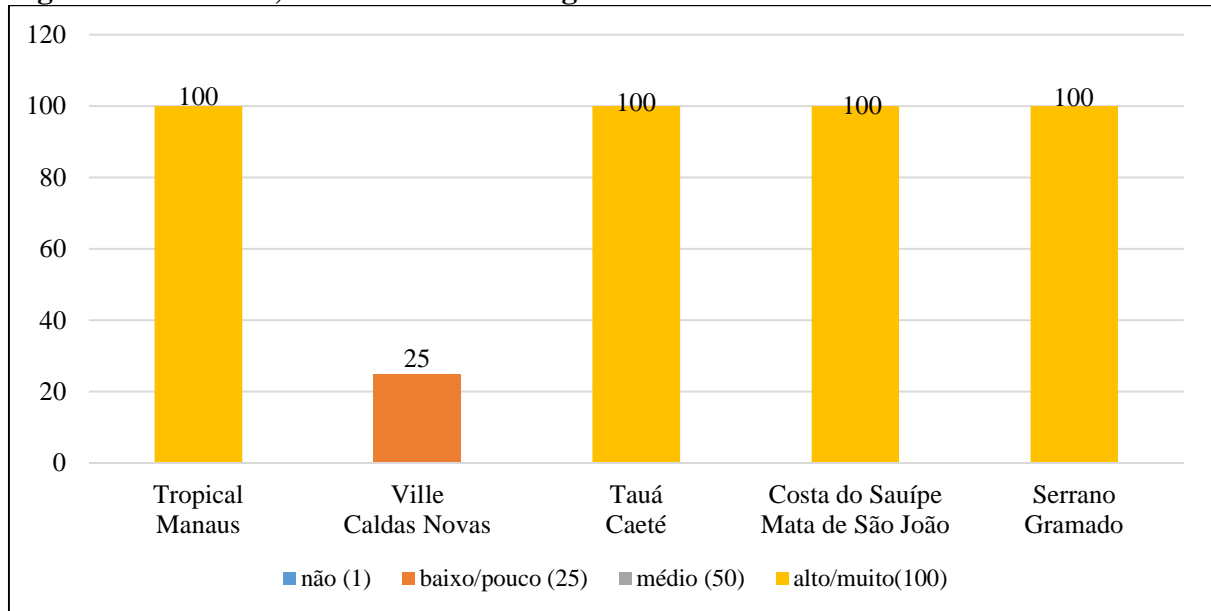
Quanto a utilização dos saberes, fazeres e técnicas locais nos resorts pesquisados, notou-se esta prática intensa na gastronomia e no artesanato de 80% destes meios de hospedagem (Figura 21). Já no caso do Ville, em Caldas Novas-GO, no que tange à gastronomia, pouco se percebeu em relação a esta prática.

Talvez esta tenha sido uma das maiores revelações deste estudo que, contrariando aqueles que veem os resorts como uma fortaleza de portas fechadas, estes meios de hospedagem oferecem de forma intensa, com programação diária, principalmente por meio de agências ou agentes de viagem, que se encontram no próprio resort, diversos passeios que propiciam não só que os turistas conheçam seu entorno como também participe de atividades que os parques e outros pontos turísticos tem a oferecer. Vale salientar que muitas vezes esses passeios ao exterior do resort são oferecidos em pacotes vendidos pelo próprio resort, mesmo que a sua realização seja terceirizada.

Assim torna-se evidente, que não só existe impacto das ações dos resorts nas expressões culturais locais como este se dá de forma positiva por meio promoção e divulgação por meio de atividades oferecidas que propiciam que seus hóspedes conheçam o seu entorno e os produtos e serviços que são oferecidos por agentes turísticos nos lugares visitados, ajudando

assim para o desenvolvimento da região uma vez que contribui para a geração de emprego e renda para aqueles que dependem da demanda turística, por exemplo.

Figura 21 - Saberes, fazeres e técnicas regionais-locais



Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

Embora seja perceptível, quadro 14 de forma intensa o esforço do setor público para normatizar a forma como se pode experimentar a cultura local sem prejudicar o meio ambiente ou a estrutura local de maneira geral, notou-se que no caso de Manaus ainda existe desrespeito e violação da privacidade das populações como é o caso da experimentação do contato com os botos cor de rosa, por exemplo, que para que o turista possa tocá-los tem que alimentá-los o que acaba por prejudicar muitas vezes a espécie pela demasia de alimentos e o stress causado pela quantidade de turistas que querem usufruir da mesma experiência. Diante deste fato, a segunda feira, por exemplo, foi decretada legalmente como dia de descanso para a espécie, não podendo receber visitas e, segundo alguns, tendo inclusive a alimentação suspensa.

Quadro 14 - Desrespeito e violação da privacidade da população local

Local da Pesquisa de Campo	Sim	Não
Tropical - Manaus	X	
Ville – Caldas Novas		X
Tauá - Caeté		X
Costa do Sauípe – Mata de São João		X
Serrano - Gramado	X	

Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

No caso de Gramado, é o excesso de turistas nas vias públicas, com e sem carro, que acaba por modificar os hábitos da comunidade local, que tem dificuldade de realizar suas compras e passeios habituais, como levar seus filhos nas praças e andar descansadamente pelas ruas usufruindo das pelas paisagens locais, por exemplo.

Com estas visitas que são oferecidas não só pelos resorts, mas por diferentes agentes turísticos devido a intensificação do turismo no Brasil notou-se, quadro 15 que no caso de Manaus e de Gramado, estas atividades alteram os costumes e tradições.

Quadro 15 - Abandono de atividades tradicionais ou imposição de festas ou rituais fora das datas normais de comemoração

Local da Pesquisa de Campo	Sim	Não
Tropical - Manaus	X	
Ville – Caldas Novas		X
Tauá - Caeté		X
Costa do Sauípe – Mata de São João		X
Serrano - Gramado	X	

Fonte: dados da pesquisa elaborada pela autora (2015).

Em Manaus as aldeias indígenas acabam por não comemorar na data certa seus festejos de final de ano, por exemplo, devido ser esta época alta temporada e o turismo estar intenso. Já no caso de gramado, com o Natal Luz, a cidade fica tão lotada de turistas, que a comunidade local acaba aproveitando pouco os festejos locais, principalmente pelo fluxo intenso de carros o que, ainda, altera totalmente a rotina de compras do dia-a-dia pelo congestionamento em estabelecimentos comerciais com destaque para os restaurantes e lancherias.

8.2 Pesquisa de Campo – Observações In Loco

Nesta etapa da pesquisa, a pesquisadora colheu material e retratou todos os objetos que achou serem importantes para que se pudesse responder o problema de pesquisa. Assim, nas próximas linhas, procura-se fazer uma viagem com leitor em todos os lugares que foram visitados e retratados para tal fim.

8.2.1 Região Norte

Esta região é o berço da floresta mais importante e rica do mundo: a Floresta Amazônica. Quanto a biodiversidade local não existe palavras nem fotos que retratem sua beleza, porém, na

tentativa de ilustrar, serão demonstradas algumas expressões culturais do interior dos resorts assim como do seu entorno que retratem um pouquinho desta realidade.

O *Tropical Hotels & Resorts Brasil*, neste estudo considerado como o lugar objeto da pesquisa de campo, é uma empresa brasileira, localizado em Ponta Negra na cidade de Manaus, estado do Amazonas na região norte do Brasil. Sua missão, como descrita no seu site, é “Ser Mais Brasil”, oferecendo a seus clientes ‘experiências extraordinárias criadas com o nosso jeito Tropical de acolher e servir: alegre, cordial e hospitaleiro, respeitando e preservando o meio ambiente e a diversidade sociocultural dos destinos turísticos, onde estão estabelecidos os seus empreendimentos hoteleiros”.

Figura 22 - Tropical Hotels & Resorts Brasil: Manaus - AM



Fonte: Dados de pesquisa de campo (2015).

Sua principal preocupação é “garantir uma estadia confortável e de qualidade durante as férias de seus hóspedes, assegurando experiências de qualidade aos associados, parceiros e às comunidades em que atuam” (TROPICALMANAUS, 2014). Ao visitar o site do hotel, pode-se identificar todas as atividades que são oferecidas tanto para o hóspede que pretende ficar somente no hotel como para aqueles que pretendem desfrutar pessoalmente da cultura local, o que demonstra a sua conexão com o entorno.

Para a realização de atividades externas, existe a promoção de vários passeios que poderão ser realizados pelos hóspedes, e podem ser percebidos logo na chegada do hotel através de banner dispostos ao lado da recepção, onde também encontra-se a agência de viagens FONTUR que ao visitá-la pode-se conhecer a variedade de passeios oferecidos, como anteriormente visto no site, evidenciando sua veracidade: Encontro das Águas – 25 Km; Praia

da Ponta Negra – distância: 50 M; Mercado Municipal Adolpho Lisboa – 27 Km; Anavilhanas – 100 Km; Centro Cultural Palácio Rio Negro – 29 Km; Zoológico CIGS – 12 Km; Jardim Botânico Adolpho Ducke – 42 Km; Museu de Ciências Naturais da Amazônia– 32 Km; Cachoeiras de Presidente Figueiredo – 107 Km; Instituto Nacional de Pesquisa Amazônica (INPA) – 32 Km; Parintins – 100 Km pelo Rio; Distrito Industrial de Manaus I – cerca de 15 Km e Distrito Industrial de Manaus II – cerca 10 Km. (TROPICAL MANAUS, 2014).

Além destes passeios oferecidos pelo hotel no site ainda é disponibilizado pela agência, pacotes com várias atrações que duram um turno ou o dia todo, como: interação com os botos; visita ao museu do Seringal Vila Paraíso; City Tur com visita ao teatro Amazonas e palácio da justiça; Tour Encontro das Águas visitando a famosa planta aquática Vitória Régia, o restaurante flutuante e a feira de artesanato local; Passeio de Sobrevivência na Selva, com visita a uma aldeia indígena, com caminhada na selva e reconhecimento de plantas medicinais e indígenas; A Pescaria de Piranhas e Focagem de Jacaré em canôa motorizada; Visita a Anavilhanas com parada no flutuante do boto cor de rosa e visita a comunidade de São Tomé onde aprecia-se o ritual indígena da tribo.

Após o check in a recepcionista já informa acerca da agência de viagens que disponibiliza diversos passeios pelos pontos turísticos da cidade e, também, que diversas atividades para adultos e crianças podem ser feitas diariamente e que as mesmas estão informadas em um quadro de avisos em cada andar do hotel, onde chama a atenção atividades de arco e flecha.

Os corredores pareciam não ter fim e a arquitetura robusta com destaque para os madeirões escuros, com flores e folhas esculpidas, estavam em perfeita sintonia com os lustres, bancos e quadros e acessórios, além de lembrar muito a mata por associação a madeira inclusive trazendo, por meio da lembrança, seu cheiro que parecia impregnado no lugar. Já os quadros, começavam a retratar a paisagem e a cultura indígena além de reforçar a presença da floresta, da mata como a luminária mostrada na Figura ... e as banquetas do Bar, cadeiras do salão onde seve-se diariamente as refeições e poltronas e sofás nas salas de estar espalhadas pelo hotel:

Percorrendo os corredores do hotel pode-se observar a exposição de 13 cocares indígenas representando um pouco das etnias: Xavante Bobora, Akibassa, Karajás, Tikão, Kamavoras e Kaiapor da região do alto Xingú – Amazônia, que segundo as informações também expostas, geralmente são usados na cabeça e, variando de tribo pra tribo, podem servir tanto como um simples adorno como para simbolizar status ou classe na tribo... Estes cocares geralmente são feitos com subprodutos da fauna sendo a sua comercialização, como dos artesanatos feitos desta forma, proibidos por lei e estão expostos no resort por este fazer parte

do Programa de Educação Ambiental do Zoológico Tropical Manaus numa parceria com o IBAMA. A partir das 19 horas já estava à disposição dos hóspedes um delicioso jantar (buffet) realizado no Salão Tarumã que às terças e quintas-feiras exibia um Show regional, com músicas e danças típicas, das 20:30 h às 21:30 h.

Através do cardápio, pode-se perceber a presença da culinária típica da região tanto nos pratos principais que podem ser solicitados fora do buffet como nas sobremesas ofertadas. No buffet, também pode-se perceber a comida típica da região como é o caso do peixe Tucunaré com farinha do Uarini, pimenta de cheiro, salada Amazonas (alface, tomate, cubos de queijo coalho e croutons com molho de castanha da Amazônia), palmito de pupunha, e outros. Quanto aos doces, além do açaí, a castanha da Amazônia ou do Pará é sempre utilizada em tortas e como ornamento para outros docinhos, deixando as sobremesas ainda mais gostosas. Já o café da manhã, oferece uma variedade de frutas, inclusive as típicas, como o suco de cupuaçu, o creme de açaí, a banana com casca, tapioca feita com a massa da mandioca e recheada de tucumã e queijo coalho dentre outros recheios.

No interior do resort, encontra-se um mini zoológico. Quanto aos animais, pode-se apreciá-los nos passeios, por todos os lados, como é o caso dos macacos que passam de galho em galho bem próximo aos turistas que estão caminhando embaixo das árvores. Porém o destaque é para esses que estão figurados nas praças infantis, e os demais que podem ser identificados nas fotos constantes em anexo:

a onça (jaguar); suçuarana (puma); airuvê (peixe-boi); anta (o maior animal terrestre da América do Sul); capivara (o maior roedor do mundo); amana (boto-vermelho); tucuxi (boto-cinza); ariranha; uacari-branco e sauim-de-coleira, além de uma relação quilométrica de peixes, entre os quais se sobressaem o pirarucu (maior peixe de água doce do mundo); pirarara (bagre); tambaqui; tucunaré; até o humilde e saboroso jaraqui, responsável pela alimentação de boa parcela da população baré. Há também répteis gigantes (o adjetivo é recorrente), como a constritora sucuri (anaconda), que supera os 10 metros; jacaré-açu; e a jiboia; além da venenosíssima surucucu-pico-de-jaca; jacaré-tinga; tartaruga-do-amazonas; tracajá; jabuti; e iguana. Aves maravilhosas povoam o maior Estado brasileiro, como o galo-da-serra; uirapuru; arara; cigana; tucano; e o magnífico uiraçu (gavião-real), senhor absoluto dos céus do Amazonas, cuja envergadura ultrapassa os dois metros, que o torna a maior ave de rapina existente no planeta.

Passeios sugeridos fora do Resort

O primeiro passeio foi feito em lancha rápida e particular, saindo do hotel, que fica a poucos passos da beira do Rio Negro, em ponta negra, onde chega-se por dentro do hotel. Ao descer o Rio Negro se passa em frente ao porto, ao mercado, a feira Manaus Moderna, ao parque

industrial e, por baixo da ponte Rio Negro, com 3,5 km. que liga Manaus ao Município de Iranduba inaugurada em 2011.

Encontro das Águas

Este passeio é indicado por todos aqueles que conhecem esta região por ser um dos mais belos fenômenos da Amazônia, o encontro das águas escuras do Rio Negro com as águas barrentas do Rio Solimões. Nota-se o espanto e a admiração no rosto dos turistas ao avistarem esta ação da natureza que perfaz 6 km de extensão, sem se misturarem, para depois formarem o Rio Amazonas.

Para chegar ao encontro das águas passou-se por baixo da Ponte Rio Negro, inaugurada em 2011 com o objetivo de ligar a cidade de Manaus a Iranduba e que, segundo o guia turístico, é a maior ponte fluvial e estaiada do Brasil, com 3,6 quilômetros de extensão e a única ponte que atravessa o Rio Negro. Antes, a travessia era feita por balsa e cerca de 100 lanchas rápidas passavam o dia transportando pessoas e mercadorias de um lado para outro das quais poucas permanecem operando agora na área do turismo.

Visitou-se a comunidade flutuante, onde se pode observar as pessoas vivendo em casas flutuantes na companhia de cobras, filhote de jacarés e preguiças que servem para atrair os turistas que ali fazem doações espontâneas e podem, inclusive, tocar e segurar tais animais, que, segundo os moradores dali, são nocivos. Vale ressaltar que, ao contrário do que muitos pensam, a cobra não é gelada, a preguiça não tem pelo macio e o jacaré sim, este é bem gelado.

Nesta casa de Ribeirinhos, a mulher e as duas filhas vivem de doações espontâneas feitas pelos turistas que ali param para ver a preguiça, o jacaré e a cobra, podendo, como foi o caso, inclusive segurá-los. Logo após, seguiu-se o roteiro parando em um restaurante flutuante, onde seria possível visitar a feira de artesanatos locais.

Para chegar na famosa Vitória Régia, atravessa-se um pontilhão de madeira que fica sobre o rio com várias árvores ao redor que servem para que os macacos, habitantes do lugar, brinquem e passem de um lado para outro fazendo graça e encantando as pessoas que por ali passam. No final do pontilham já dá para avistar as imperiosas Vitórias Régias: lindas, o retrato da perfeição da natureza que como todas as demais expressões da região são carregadas de histórias e lendas contadas pelo povo. Mesmo diante da beleza das orquídeas e vitórias-régias, a sumaumeira, salta aos olhos e surpreende pela sua imponência, chegando a até “60 metros de altura (o equivalente a um prédio de 20 andares), com uma circunferência de base de mais de 20 metros e uma umbrela que ultrapassa os 100 metros de diâmetro” (AMAZONAS, 2015).

Parece outro mundo, onde o som e o cheiro da mata são tão fortes que exigem silêncio para apreciação. Tudo é muito grande, o rio, as árvores, que já participou de várias filmagens, sendo a atriz principal de várias reportagens, devido seu porte imponente que lhe destaca em meio a floresta amazônica, onde também passeiam “para lá e para cá” as canoas com meninos que oferecem balas e doces regionais aos turistas que por ali passam.

Na região amazônica é onde se encontra a maioria dos povos indígenas. Conhecer um pouco do seu modo de viver, suas tradições e crenças, além do seu riquíssimo artesanato foi fascinante. Na chegada encontra-se as crianças jogando futebol e aguardando a chegada da lancha que os conduziria para a escola, como acontece diariamente.

Foi perfeita a integração com a flora local. Os passeios foram realizados com o acompanhamento de um experiente guia turístico que estava fazendo o reconhecimento do local para futuros trabalhos em parceria com a aldeia e o filho do Cacique, responsável pela recepção e negociação das atividades na área, o que permitiu que, acompanhando-os experimentasse as trilhas e possibilitasse o conhecimento do ecossistema nativo, assim como a orientações sobre ervas medicinais e formas de sobrevivência na selva.

Após, contou-nos a história das aldeias que estão presentes nesta localidade, seus planos como a construção e adequação de espaços específicos que poderão ser visitados pelos turistas, como a tenda para repouso, onde estarão dispostas as redes nas quais os turistas poderão pernoitar; a tenda da farinha onde a mandioca será preparada para tornar-se produtos de consumo para as aldeias e para a venda para turistas e comércio da cidade. Da mesma forma acontecerá com o artesanato que será desenvolvido em espaço próprio que está sendo preparado. Logo após nos apresentou os instrumentos utilizados nas apresentações para os turistas, repetindo o ritual encenado por todos da aldeia: índios e índias, adultos e crianças. Assim foram demonstradas as danças, os cantos, as armas e demais adornos utilizados para tal fim.

Nos percursos realizados pelo rio encontram-se diversos postos de gasolina flutuantes, e avista-se a arquitetura local nas casas e comércio que beira o rio. As lanchas podem desembarcar passageiros bem próximo ao centro onde, depois de poucos metros já se adentra no mercado público onde se encontra produtos regionais e artesanato local. Este é um dos poucos lugares onde se pode encontrar frutas tropicais próprias da região e artesanato com semente de Jaruna, como anéis e pulseiras, que foram encontrados para venda tanto no mercado público como no interior do resort e nas lojas de artesanato regional.

Há de se ressaltar a conservação da Amazônia como um todo, onde da Mata Amazônica sai a matéria prima a ser utilizada em artesanatos que “são transformados em objetos utilitários

e decorativos, como as cestas de fibra de arumã do alto rio Negro, e de uso pessoal, como os anéis, pulseiras e colares confeccionados com sementes de jarina” (AMAZONAS, 2015). Estes anéis e pulseiras foram encontrados para venda tanto no mercado público como no interior do resort, nas lojas de artesanato regional.

Além disso, é desta Mata que resultam sabores, odores e cores das frutas amazônicas, que através da globalização, já são conhecidas mundialmente, como o vinho (suco) de açai do ribeirinho amazonense. Destacam-se também o cacau; a canela; a baunilha; a seringueira; o guaraná; a mandioca; o cupuaçu; o pau-rosa; o cumaru; a andiroba; a copaíba; a sorva; e castanha-do-brasil. Observa-se uma variedade de madeiras como o mogno; cedro; cerejeira; itaúba e angelim.

Encontra-se no interior do INPA a Casa da madeira onde a proprietária, com a ajuda do SEBRAE, desenvolveu uma marca e confecciona, perfumes, cremes, sabonetes, sais e diversos outros produtos, comercializados neste lugar, oriundos de ervas, madeiras e demais substâncias encontradas na região amazônica. Nesta casa o artesão, confecciona e comercializa colares, pulseiras e adornos em geral feitos com sementes e penas naturais.

8.2.2 Região Nordeste

A partir de 1991, o Estado da Bahia foi dividido em sete áreas turísticas, com base em estudos técnicos, passando a considerar, para fins de investimentos, promoção e educação para o turismo, o conjunto de municípios hoje agrupados nas regiões turísticas Costa dos Coqueiros, Baía de Todos os Santos, Costa do Dendê, Costa do Cacau, Costa do Descobrimento, Costa das Baleias e Chapada Diamantina. Assim, a região até então conhecida como “Litoral Norte”, passou a ser denominada “Costa dos Coqueiros” (BAHIATURSA, 2002).

O resort Costa do Sauípe, está situado no estado da Bahia, na região turística denominada Costa dos coqueiros e está situado a 75 km do aeroporto internacional de Salvador/SSA, Dep. Luís Eduardo Magalhães e possui pousadas temáticas, centro comercial, bares, restaurantes, lojas, agência de turismo, centro ecumênico, campo de *golf*, quadras de tênis, quadras de squash, quadras de *paddle*, centro esportivo com quadras poliesportivas e campo de futebol *society*, centro *equiestre* e uma lagoa onde são praticados os esportes náuticos.

Segundo dados fornecidos pela gerência do resort, a maioria da mão-de-obra é formada por habitantes da região, não existindo a distinção de gênero e cor. Este dado é muito importante uma vez que este empreendimento é o maior empregador da mão-de-obra local. No empreendimento, a cultura local é percebida desde a recepção através do uniforme de alguns

funcionários onde a camisa os homens possuem estampas ou detalhes tropicais e o das mulheres são os vestidos das baianas, turbante na cabeça e seus muitos colares e pulseiras que tornam sua indumentária inconfundível.

O empreendimento, dentre muitos espaços de lazer, construiu a Vila Nova que, surpreendentemente, como previsto por Seabra (2001, p.48): “a cultura baiana será importada para o espaço intramuros do complexo hoteleiro, incluindo música, dança, culinária, artesanato e cidade cenográfica”, reproduziu na sua essência um típico vilarejo baiano, onde o espaço cenográfico reflete vários aspectos arquitetônicos da cultura baiana, como é o caso dos casarios, dentre eles o que a “Gabriela” fez a cena mais famosa da televisão brasileira ao subir de vestido no telhado para pegar uma pandorga;

Figura 23 – Igreja típica da Bahia



Fonte: Dados de pesquisa de campo (2015).

Neste cenário encontra-se a igreja localizada ao centro, na praça, onde os cidadãos se encontram para as mais diversas conversas; o comércio do vilarejo que disponibiliza aos turistas: artesanato feito pela comunidade local e regional feito com madeira, sementes, fibras, casca de coco, conchas do mar além de diversas essências desenvolvidas na região e vendidas através de sabonetes, perfumes ou puras para serem colocadas em bolinhas de madeira ou simplesmente para serem borrifadas no ambiente e, ainda, um salão de beleza que disponibiliza fazer penteados afros como trança Nagô e moicano com ou sem tranças.

Além deste centro comercial, o vilarejo possui um centro gastronômico onde pode-se

provar tanto a cozinha internacional Italiana como diversos pratos baianos como é o caso do: . Falando em culinária típica também se encontra na vila uma sorveteria onde pode-se saborear os sorvetes de tapioca, tamarindo, umbu, pitanga, mangaba, graviola, jenipapo, cupuaçu, cajá, coco verde, coco queimado, cajarana, amorena, tamarindo, siriguela, biribiri e sapoti, frutas típicas da região e, ainda, um comércio de tapioca com diversos sabores, doces e salgados, a escolher. A programação nesta vila, dentro do resort, é intensa. Todos os dias existem programas ofertados aos turistas que envolvem o folclore local, através de oficinas e arte e por meio de apresentações musicais, teatrais, contos, danças, mostras de artistas plásticos, etc., geralmente representado por grupos das comunidades locais.

De modo bem visível encontra-se demonstrado no interior desta vila dentro do resort o projeto Tamar que trata do cuidado que a região tem, na praia do forte, com a preservação de espécies de tartarugas, garantindo assim a perpetuação da espécie para que possam ser apreciadas pelas gerações futuras além de gerar crescimento para a região através do turismo, é fonte de educação, emprego e renda para a comunidade local. Neste projeto também está agregado a preservação de uma espécie de tubarão. Estes animais aquáticos encontram-se em grandes tanques para serem apreciados pelos turistas que, juntamente com os monitores, podem tocá-los enquanto são alimentados.

No projeto Tamar, as crianças aprendem sobre as tartarugas desde seu nascimento onde podem ver os pequenos filhotes em tanques próprios e nos demais acompanharem a sua evolução com o passar do tempo até chegarem à idade adulta. Para as crianças a programação é intensa e conta com diversas atividades que são realizadas junto com instrutores que as acompanham de manhã à noite. O refeitório infantil foi construído de acordo com o tamanho e altura das crianças o que encanta os pequenos e facilita na hora das refeições, tornando tudo muito mais atraente.

Não tem como não falar do Programa Berimbau em que o empreendimento Costa do Sauípe é precursor, pois segundo González (2007) depois deste feito foram profundas as mudanças que este complexo provocou nas relações sociais, econômicas e ambientais de pelo menos, oito comunidades do seu entorno, tanto que hoje é considerado o principal agente de desenvolvimento para estas comunidades. No início das suas atividades não se articulavam os interesses do empreendimento com os da população, nem se conciliava a atividade turística com as outras atividades produtivas locais. Assim, o risco social passou a ameaçar o sucesso e o desempenho econômico dos empreendimentos do setor hoteleiro na região. Ante esta situação, surgiu o Programa Berimbau, para atuar como braço social do empreendimento junto às comunidades do seu entorno” (GONZÁLES, 2007, p. 48).

O resort, através da agência de viagem, CVC turismo, proporciona a seus hospedes, passeios para o centro histórico de Salvador que fica a 85 Km e, também passeio para a Praia do Forte, uma típica vila de pescadores que, devido à visitação ao projeto Tamar, tornou-se um dos lugares com grande procura pelos turistas que vão à Bahia. No caso desta pesquisa, visitou-se o projeto Tamar e a Vila da Praia do Forte.

Ao chegar na vila depara-se com enormes palmeiras, típicas do lugar, e diversos casarios que mais parecem um cenário preparado para uma grande encenação. Mas não, é pura realidade. As casas dos antigos pescadores da região foram preservadas e servem de fachada para hotéis, pousadas, restaurantes, bares, lojas e comércio em geral. No centrinho encontra-se uma praça calçada e, em seu centro, uma igreja que fica a alguns passos apenas do mar. Uma curiosidade local são suas bicicletas que, adaptadas para duas pessoas pedalem, levando mais duas pessoas na frente, servem como táxi e conduzem os turistas para conhecerem a vila ou se deslocarem de um lugar para outro.

Está sendo criado um lugar próprio para os artesãos locais, sendo que hoje eles encontram-se num pequeno espaço, na entrada da vila. As artesãs, muitas vezes premiadas, que fazem as bolsas feitas da palha de piaçava fazem parte de uma cooperativa de artesãs da região que recebem cursos e capacitações para produzir bolsas, carteiras, chapéus, tapetes, e objetos de decoração que são vendidos na praia do forte e em vários outros pontos turísticos, inclusive, no próprio resort Costa do Sauipe.

8.2.3 Região Centro Oeste

O *Ecologic Ville Resort & SPA* está localizado em Caldas Novas, no estado de Goiás, a 160 Km de Goiânia. A região é riquíssima em belezas naturais e fica envolta pela Serra de Caldas o que a torna riquíssima em belezas naturais, principalmente, por suas águas termais abundantes, grande diferencial desta região.

Devido a distância entre o aeroporto, que fica em Goiânia, e a cidade de Caldas Novas, e existirem áreas de grandes fazendas durante o percurso que se apresentavam bem desertas, torna-se bastante perigoso a viagem a noite, como foi o caso, devido o desembarque no aeroporto ter ocorrido somente à meia noite. No aeroporto já pode ser visto uma amostra da fauna da região estampada em vestuário e objetos a serem comercializados neste local, referendando e promovendo a diversidade cultural natural, como é o caso da arara azul, ave típica da região.

Figura 24 - Ecologic Ville Resort & SPA: Caldas Novas- GO



Fonte: Dados de pesquisa de campo (2015).

A diversidade natural e histórica no estado de Goiás equilibra-se o que se comprova através da criação de destinos turísticos com o propósito de evidenciar os pontos fortes de cada localidade que os formam: Caminho do Sol; Caminho do Ouro, Caminho da Biosfera e, Caminho das Águas onde encontra-se a cidade de Caldas novas, localidade onde situa-se o resort objeto da pesquisa.

O *Ecologic Ville Resort & SPA* “visa o bem-estar aliado à praticidade em desfrutar de serviços de qualidade, com um atendimento primoroso” e, como pode ser visto no seu site, segue padrões internacionais e seu sucesso é atribuído a parceria com os mais importantes e conceituados consultores de hotelaria de luxo, gastronomia, decoração e implantação hoteleira (VILLE RESORT, 2014).

Ao entrar no hotel, pode-se identificar o conforto e o luxo que o hotel busca proporcionar a seus hóspedes. E é surpreendente como o hotel consegue ser melhor, pessoalmente, do que visto pelo seu site que pode ser considerado de ótima qualidade e que já passa ao turista a ideia de conforto e luxo. Após o check in o recepcionista já informa acerca da agência de viagens que disponibiliza diversos passeios pelos pontos turísticos da cidade e, também, que diversas atividades para adultos e crianças podem ser feitas diariamente e que as mesmas estão informadas em um quadro de avisos que pode ser avistado ao lado da recepção, contendo toda a programação oferecida aos turistas, seja internamente ou externamente, por meio de agência de viagens que ali se encontra (CVC Turismo) que dispõe de programação de passeios ao seu

entorno, inclusive para a cidade de Rio Quente. Para as crianças está sendo preparada uma programação intensa que já conta com diversas atividades no interior do resort, que por vezes é procurado por turistas que apreciaram o seu serviço dirigido ao público infantil.

Foi contratado um profissional específico que está construindo cenários junto ao ambiente natural do resort e que conta para o seu sucesso, junto as crianças, com a presença de mascotes como um índio, o tatu bola, a arara azul e outros personagens que aparecem no meio da mata enquanto as atividades estão sendo aplicadas, ajudando assim a compor o cenário das histórias que vão sendo contadas.

A culinária na região centro oeste é bem diversificada, principalmente, pela migração das demais regiões brasileiras, inclusive de outros países, conforme já visto. Porém, uma das maiores influências constatadas é a dos povos indígenas, onde o arroz e a galinhada com pequi assim com os peixes do Pantanal – como o pintado, pacu e dourado formam os principais pratos, juntamente com outros pratos como o boi no rolete e o empadão goiano, sempre mencionados quando se pergunta sobre a culinária local. O café da manhã, oferece uma variedade de frutas, inclusive as típicas, como o suco de cupuaçu, o creme de açaí, a banana com casca, tapioca feita com a massa da mandioca e recheada de tucumã e queijo coalho dentre outros recheios.

No almoço, infelizmente, o único prato regional mencionado pelo resort foi o Boi no rolete, que segundo a gestora, é feito diante da solicitação prévia de turistas que já conhecem esta especialidade do resort, sendo que este prato não se encontra no cardápio fornecido. Uma curiosidade, que retrata a influência dos migrantes de outras regiões, é a demasiada menção aos queijos de minas e a carne gaúcha, inclusive, mencionada no cardápio. No mesmo salão e é realizado o café da manhã, também é servido o almoço e o jantar. Caso o hóspede queira um serviço de jantar exclusivo, este poderá contratar os serviços dos restaurantes internacionais, italiano e japonês, que disponibilizam espaço com decoração e culinária típica destas nações.

A partir das 19 horas já está à disposição dos hóspedes um delicioso jantar (buffet) realizado no Salão Tarumã que às terças e quintas-feiras exibe um Show regional, com músicas e danças típicas, das 20:30 h às 21:30 h. As danças típicas da região são: SERRA MORENINHA, uma dança de salão, apresentadas por homens e mulheres que, com roupas típicas, formam casais, onde as damas dão as mãos aos cavalheiros, que ficam em fila a sua frente e, logo após dançam juntos imitando os movimentos de serradores puxando a serra. Outra é Volta Senhora que é quadrilha e o instrumento a viola. Dançada, principalmente, em Goiás e considerada a mais vistosa em efeitos coreográficos e cenográficos. Ainda a Catira, onde os homens ficam de frente um para o outro, sapateando e batendo palmas, no ritmo da viola.

O resort conta com espaço destinado para músicos locais fazerem apresentações, onde

dispõe de um piano disponibilizado para as apresentações pré-agendadas e divulgadas pelo hotel. O resort, através da agência de viagem, CVC turismo, proporciona a seus hóspedes, passeios pela cidade para conhecerem a arquitetura do centro histórico da cidade e as belezas naturais do Parque Estadual, suas cachoeiras e vertente de águas termas, que atraem visitantes todos os finais de semana. É neste lugar que se localiza a primeira fonte de águas termas, descoberta pelos bandeirantes, que, de acordo com o guia turístico do parque, ao passarem pelo lugar um de seus cachorros parou para beber água em um poço e morreu queimado devido à alta temperatura da água que chegava a 70 graus.

No parque encontra-se um museu que desvenda a flora e fauna local através de aves e animais empalhados assim como peixes variados mantidos em vidros e conservados com produtos apropriados para tal fim. Descam-se as seguintes espécies: jacarés, capivaras, peixes (dourado, pintado, curimatá, pacu), ariranhas, onça-pintada, macaco-prego, veado-campeiro, lobo-guará, cervo-do-pantanal, tatu, bicho-preguiça, tamanduá, lagartos, cágados, jabutis, cobras (jibóia e sucuri) e pássaros (tucanos, jaburus, garças, papagaios, araras, emas, gaviões). Além destes citados, que são os mais conhecidos, vivem no Pantanal muitas outras espécies de animais.

Outro lugar indicados para a visitação,   a cacha aria Vale das  guas Quentes , famosa na cidade pela produ o de seus variados licores e cachaças que, inclusive, já recebeu premia o nacional e internacional fazendo da cacha aria um dos destino indispensáveis de ser visitado pelos turistas que al  podem degustar e adquirir os produtos locais como o sorvete de com calda de cana de a u ar, premiado como a melhor sobremesa regional pelo concurso “COMIDINHAS DE BAR” realizado a nível nacional, além de aprenderem sobre os processos de fabrica o da cachaça.

Quanto as festividades, as festas julinas, como são comumente chamadas pela popula o local, justamente por ocorrerem no mês de julho, tem programa o durante todo o mês no Estado. No Village resort existe uma programa o específica para esta festividade, que, inclusive, de acordo com sua gestora, irá ser intensificada neste ano e buscar  em parceiros locais o fornecimento de comidas e bebidas típicas da região. Também contará com músicos e artistas locais que terão a possibilidade de expor, apresentar e comercializar seus trabalhos. Durante todo o ano o Village resort dispõe de espaços específicos para artistas locais e músicos que apresentam seus trabalhos aos turistas que al  se hospedam, inclusive, utilizando destes espaços para a comercializa o de seus produtos. Durante a pesquisa, houve interesse do resort em fazer parceria com a cacha aria, durante a festa julina, para expor os produtos comercializados por esta no interior do resort que recebe, nesta data, inúmeros hóspedes.

8.3.4 Região Sudeste

O Tauá Resort Caeté está localizado em Caeté, no estado de Minas Gerais, a 48 Km do aeroporto em Belo Horizonte e oferece uma ampla estrutura com entretenimento para crianças, adultos e uma estrutura completa para eventos sendo considerado o resort mais completo deste estado. As crianças contam com uma programação composta por diversas atividades no interior do resort, que, muitas das vezes, é procurado por turistas que apreciaram o seu serviço dirigido ao público infantil.

Em 2015, o Tauá Resort Caeté foi considerado um dos melhores lugares para trabalhar em Minas Gerais e um dos melhores resorts para as crianças. Dispõe de pistas de boliche, sala de cinema, complexo de piscinas, inclusive térmicas, spa com hidromassagem, boate, um mini shopping, vários restaurantes e bares além de espaços planejados para crianças de todas as idades que contam com especialistas em diversão: Os Taualegres, nome dado a equipe de monitores que divertem as crianças em torneios esportivos, teatros infantis, gincanas, shows musicais, brincadeiras ao ar livre, atividades educativas e ecológicas.

Para melhorar as atividades recreativas o resort conta com: Espaço Baby Peixe Fora D'água, para as crianças de 0 a 3 anos que conta com aquários com peixes de água doce; o Kids Clube Papagaio Falamansa, que é o espaço destinado para o aprendizado da criança, principalmente sobre o meio ambiente, onde é feito teatro com fantoches em uma árvore cenográfica gigante que se localiza bem no meio da sala. Nela também é possível fazer escalada. Já a Turma do Torí, onde ele é um dos mascotes do resort e, juntamente com sua turma garante a diversão das crianças através de desenhos animados, de revistinhas em quadrinhos e de brincadeiras como, soltando a voz com suas músicas.

No Sítio do Pepito, outro mascote do Tauá Resort Caeté, possui casa da árvore e casinha para as crianças e, a Fazendinha do Toninho Cowboy, conta com vários bichos, passeios a cavalo e pônei e uma mini vaca onde é possível tirar leite pela manhã, uma das atividades oferecidas para a criança, que chama-se: um dia na roça.

A Jota City – A Metrópole do Futuro, foi inspirada nos melhores parques temáticos do mundo e representa uma verdadeira cidade, que com 450m² representa o maior e mais moderno centro de entretenimento infantil dentro de um hotel no país, onde promove jogos, brincadeiras, shows, oficinas e muito mais. Cada andar do hotel é representado por uma cor que determina a decoração de seus espaços: verde, amarelo, azul e vermelho.

Figura 25 – Tauá Resort Caeté: Caeté - MG



Fonte: Dados de pesquisa de campo (2015).

O Tauá Resort Caeté tem por missão “proporcionar momentos inesquecíveis a você e a quem você ama” a começar pelo atendimento na recepção. Já a estrutura e decoração da entrada demonstra de forma moderna todo o conforto e requinte com que o hotel busca proporcionar a seus hóspedes (TAUÁ RESORT CAETÉ, 2014).

Após o *check in* o recepcionista já informa acerca da agência de viagens que disponibiliza diversos passeios pelos pontos turísticos da cidade e, também, que diversas atividades para adultos e crianças podem ser feitas diariamente e que as mesmas estão informadas em um quadro de avisos que pode ser avistado em diversos lugares no hotel, contendo toda a programação oferecida aos turistas, seja internamente ou externamente, por meio de agência de viagens que ali se encontra.

A agência dispõe de programação de passeios ao seu entorno, inclusive para a Serra da Piedade, local em que se localiza a igreja da Nossa Senhora da Piedade que é a padroeira de Minas Gerais e que faz parte do Caminho Religioso da Estrada Real, o CRER, que vai deste o Santuário da Padroeira de Minas ao Santuário da Padroeira do Brasil. Roteiros que articulam turismo, cultura e espiritualidade indispensável para o equilíbrio humano e afetivo. Tanto no aeroporto como no interior do hotel são comercializados diversos produtos locais, onde destaca-se o queijo, o vinho e artesanatos em pedras semipreciosas.

O governo de Minas Gerais considera o lugar do Santuário da Padroeira de Minas como “Atrativo Turístico de Especial Relevância”, assim o conjunto arquitetônico e paisagístico da Serra da Piedade, passa a receber importantes investimentos que beneficiarão a sociedade inteira. Por sinal este é um dos Lugares sugeridos como indispensáveis de serem conhecidos

pelos turistas e retratado internamente no resort, através de pinturas de artista locais.

Ao chegar no hotel já se percebe o ar de fazenda, o que nos traz a memória de que o queijo é oriundo do leite que vem da vaca que, é logo localizada no caminho até o resort que nos impressiona ao vermos um lugar tão bem planejado e munido de alta tecnologia e sofisticação contrastando com a exuberante flora local. Os amplos corredores do hotel trazem em suas paredes o destaque da flora e de lugares turísticos através de pinturas feitas por artistas locais, inclusive no salão onde são servidas as refeições onde entre muitas obras encontra-se o registro da fauna por meio das pinturas em telas que deixam o lugar mais belo do que já é.

Quanto a culinária, pode-se descrevê-la como surpreendente. Nos restaurantes é adequado um Cantinho mineiro, inclusive com os pratos típicos locais descrito no cardápio. Alguns pratos como: o Surubim, jiló, angu, tropeiro, rabada com agrião, alcatra ao molho de cerveja preta, couve com torresmo, feijão preto com defumados, eisbein (joelho defumado), repolho refogado, frango a mineira, quiabo, tutu a mineira, caldo mineiro, canjiquinha com costelinha, carne de sol, frango ensopado com quiabo, polenta com moelinha ensopada, torresmo com mandioca e várias receitas com diferentes tipos de queijos.

O resort, através da agência de viagem, CVC turismo, proporciona a seus hospedes, passeios pela cidade para conhecerem a arquitetura do centro histórico da cidade, principalmente suas igrejas com obras de pintores renomados como aleijadinho e seu pai. Da mesma forma são conduzidos os turistas que ali se hospedam, principalmente, na quaresma ou em setembro para conhecerem as igrejas que fazem parte do caminho religioso da estrada Real que vai da igreja da padroeira do Brasil até a igreja da padroeira de Minas Gerais, na Serra da Piedade, onde no caminho encanta a exuberância da flora local assim como impressiona pela altura em que fica localizado o Santuário.

Assim, quando indicado dois lugares indispensáveis de serem percorridos pelos turistas, um foi o Santuário da Nossa Senhora da Piedade e o outro foi o centrinho da cidade, onde escolheu-se conhecer a igreja principal da cidade, localizada em uma praça onde os negros escravos eram açoitados até a morte. Segundo uma funcionária e guia desta Igreja, a mesma teria sido construída pelos escravos que carregavam, abaixo de acoitadas, enormes tábuas de madeira que serviram para fazer o revestimento do chão e bancos da Igreja.

Ainda segundo esta guia local, Aleijadinho e seu pai esculpiram todas as imagens em madeira, subidos em enormes montes de terra, e pintaram-nas em ouro para retratar uma passagem bíblica do Apocalipse. A Igreja da Nossa Senhora da Piedade que fica na Serra da Piedade, no alto da montanha, a 1746 metros de altitude, cerca de 15 minutos do centro da cidade de Caeté, a 48 km da capital mineira. No espaço de lembranças do Santuário é possível

encontrar uma grande variedade de artigos religiosos, artesanato, mimos e delicadezas em um ambiente agradável e acolhedor, que conta também com um local para café e lanche.

São objetos de decoração, estandartes, jogos de chá e muitos outros produtos que levam a bênção de Nossa Senhora da Piedade, padroeira de todos os mineiros.

Em 1956, o Conjunto Arquitetônico e Paisagístico do Santuário Nossa Senhora da Piedade foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan e no ano de 2004 o governador do Estado sanciona a Lei nº 15.178/04, em 16 de junho, que define os limites de conservação da Serra da Piedade - considerada Área de Proteção Ambiental. Lá está a imagem de Nossa Senhora da Piedade, do século XVIII, de Antônio Francisco Lisboa (Aleijadinho), magnífica e inspiradora, abençoando Minas e seus peregrinos. Porém, em 2010, o Iphan aprova a extensão de tombamento do conjunto arquitetônico e urbanístico da Serra da Piedade em Minas Gerais.

8.3.5 Região Sul

O Wish Serrano Resort & Convention está situado na cidade de Gramado, no estado do Rio Grande do Sul a 110 Km do aeroporto internacional Salgado Filho. O empreendimento na serra gaúcha está a uma quadra de uma das principais ruas da cidade e cercado por um bosque de araucárias, onde os turistas podem usufruir não só do conforto, requinte e diversas atividades oferecidas internamente no hotel como também terão acesso aos principais eventos da cidade que ficam a poucos passos do hotel.

Tanto no aeroporto como no interior do hotel são comercializados diversos produtos locais, onde destaca-se o chocolate de Gramado, a erva mate, cuias, bombas, artigos em couro como sapatos, bolsas e acessórios. Nos corredores do resort foram feitas galerias em vidro indicando locais de compra, fora do resort, de produtos típicos regionais. Ainda nas paredes dos corredores, todos os quadros são de um artista gaúcho, que logo de chegada, segundo a gerente do hotel, já são reconhecidos. O hotel oferece diversas atividades para adultos e crianças que dispõe de espaço específico com monitores que os acompanham em atividades de manhã a noite sendo que estas variam de passeios pelo bosque até o aprendizado de comidinhas para os pequenos junto do chef do resort.

Figura 26 - Wish Serrano Resort & Convention – Gramado - RS



Fonte: Dados de pesquisa de campo (2015).

Os passeios também podem ser feitos através de agência de viagens, localizada dentro do empreendimento, disponibiliza diversos passeios pelos pontos turísticos da cidade e, também, fora dela como por exemplo: visita aos pontos turísticos de Canela, Nova Petrópolis e Três Coroas que são cidades vizinhas.

Quanto a gastronomia, são diversos restaurantes oferecidos a começar *Garda Café e Restaurante* onde é servido o café da manhã com opções light e diet, entre outras. Neste espaço é que acontece as noites temáticas onde a culinária sempre representa um país diferente homenageando a diversidade culinária do mundo. Outro espaço gastronômico é a *Forneria di Como*, com comidas típicas Italianas, surpreendem o público quando, em um determinado momento, formam um coral desde os colaboradores da limpeza até os gerentes do hotel que cantam para seus hóspedes.

Porém, para esta pesquisa o espaço mais importante é o *Frontera Sur*, que referenda a decoração e a culinária do pampa. O espaço decorado com imagens que lembram fazendas é especialista em carnes nobres assadas onde o cliente pode avistar. Os trajes dos seus funcionários são típicos: homens com bombachas, camisas com mangas largas, lenço vermelho chapéu e uma faca atravessada na cintura; e, as mulheres, com vestido de prenda e o cabelo preso com uma linda flor.

Fora este espaço típico, o resort ainda possui uma hamburgueria e o clássico e requintado *Spazio Due*, que é indicado para casais, onde sua especialidade é o *fondue*, que

embora seja de origem suíça, é muito apreciado em Gramado. Para finalizar o que não pode faltar em Gramado: sobremesas com chocolates e uma refinada carta de vinhos.

Há algum tempo eram feitas, durante os jantares apresentações de danças e músicas típicas gaúchas. Hoje é indicado aos turistas que visitem canela, cidade vizinha, e desfrutem de uma churrascaria que se chama Garfo e Bombacha, onde além de um variado cardápio com comidas típicas, além do churrasco, pode-se desfrutar de apresentações de danças e músicas típicas durante toda noite.

Para as crianças o resort disponibiliza monitores para todas as idades e dispõe de 6 salas no *Kids Club Wish*, com computadores e vídeo games para infantes, mesas de jogos, cinema e locais adequados para atividades internas (brinquedoteca). Para os pequenos, com menos de 5 anos, é oferecido piscinas de bolinhas, fraldário, copa baby e banheiro. Em datas especiais como a Páscoa são realizadas, junto com as crianças, oficinas onde são feitos ovos e coelhos de páscoa.

O resort possui uma preocupação especial com os sentidos humanos, chamando atenção o cuidado que dispensam para o olfato através do desenvolvimento de essência que lembre o frescor da serra e que possa aguçar a memória de seus hóspedes toda vez que venha a ser sentida, trazendo-lhe à memória boas recordações. No final da estadia um funcionário preparado para este fim, questiona os hóspedes sobre a experiência que tiveram no hotel. Esta é uma excelente ferramenta para um feedback rápido que propicia a tomada de decisões necessárias em curto espaço de tempo possibilitando a melhoria dos serviços prestados.

Junto à comunidade local, assim como todo o comércio, o resort ajuda na confecção de árvores natalinas que são expostas nos espaços próprios de visitação na cidade. Também possui juntamente com o Senac um projeto de inclusão onde treinam durante 6 meses 14 adolescentes em diferentes setores do resort e, logo após, concedem a estes mais 6 meses de prática em um setor escolhido pelo aluno/aprendiz. Quando perguntado acerca dos lugares que não poderiam deixar de ser conhecidos pelos visitantes é sugerido, dentre outros, a Vinícola Raffanello em Gramado, o Vale dos vinhedos em Bento Gonçalves e o Parque Gaúcho em Gramado, que por sinal este é um dos lugares visitados e que fazem parte desta pesquisa.

O Parque Gaúcho é um empreendimento cultural pioneiro de propriedade particular que foi idealizado por pessoas que entendem da importância de preservar e demonstrar a cultura gaúcha para as futuras gerações através de um resgate antropológico da formação do gaúcho. Algumas peças expostas, desde a formação dos gaúchos, são originais. Outras, são restauradas ou reproduzidas com muito cuidado e pesquisa para que chegue o mais próximo possível

daquilo que as pesquisas revelam. Em exposição encontram-se em torno de mil peças, que são apresentadas em ordem cronológica fazendo referência a cada um dos ciclos econômicos vividos pelos gaúchos, mostrando seu trabalho e costumes em cada época.

Neste cenário encontra-se uma cidade cenográfica representando as moradas dos gaúchos que vai desde um pedaço de couro usado pelos índios pampeanos para proteger-se e de uma oca de capim santa fé usada pelos índios guaranis para o mesmo fim, até “uma capela de pedra, que representa a presença dos europeus no pampa, a estância cimarrona, feita em torrão com telhado de capim santa fé, o bolicho de campanha e o fogo de chão, onde serão contadas as lendas gaúchas” (parquegaucho.com.br).

O parque possui um restaurante temático com receitas tipicamente gaúchas como os assados na parilla e o buffet preparado no fogão à lenha: Puchero, arroz-de-china-pobre e arroz-de-carreteiro, moranga caramelada, batata com molho de queijo, feijão campeiro, saladas orgânicas e chás do herbário do parque são servidos no almoço. Para a sobremesa, as sugestões são os sorvetes típicos de doce-de-leite, erva-mate, butiá e milho-verde. Do lado de fora do Galpão está o herbário e a horta orgânica, onde encontram-se plantas usadas pelos gaúchos primitivos, como é o caso da erva mate, que é plantada, colhida, moída em largos pedaços, como era o costume, embalada e vendida na loja do parque. Também existe a escola do Mate que é muito apreciada pelos turistas.

O restaurante também serve o Café Gaúcho, com pão quentinho recém-saído do forno à lenha, linguiça assada na brasa, manteiga fresca, doce de leite uruguaio e mel de flor de laranjeira dentre outras especiarias gaúchas como o exótico mate cozido até o incomparável café passado na hora, além de chás, leite e sucos diversos.

Para as crianças foi criado o Galpão mirim que através de atividades lúdicas, por brincadeiras, as crianças aprendem e vivenciam as tradições gaúchas como é o caso da carretinha gaúcha onde os pequenos aprendem brincando: fazem o próprio mate, servem e tomam, passeiam e visitam alguns animais crioulos: gado, ovelha, cavalos, porcos, cães e outros; andam no pônei e de charrete, tudo com acompanhamento de monitores.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira geral, esta pesquisa buscou demonstrar como está sendo tratada a questão da diversidade de expressões culturais tanto pelas políticas públicas, tomadas como ferramenta estruturante desse contexto, como a forma pelo qual o turismo vem tratando desta questão, tomando como amostra um resort de cada região do país. Para que fosse possível responder se os resorts podem ou não ser considerados como difusores da diversidade de expressões culturais abordou-se o tema em três etapas de pesquisa. A primeira etapa buscou-se através da pesquisa bibliográfica criar um roteiro da construção das políticas públicas culturais com ênfase na diversidade e sua intersecção com as políticas públicas de turismo.

Na segunda etapa, quando se realizou a busca de dados e informações sobre os resorts, inicialmente fez-se um levantamento dos resorts no Brasil por meio do site que possui a maior oferta no mercado, o *hotel in site*. Ao mesmo tempo, tendo conhecimento da existência de um cadastramento dos resorts, buscou-se no CADASTUR as informações necessárias para relacionar os resorts por região e, de acordo com critérios pré-estabelecidos, escolher um resort de cada região do país para servir de amostra para a pesquisa de campo. Esta pesquisa de campo, dividiu-se em dois momentos: na chegada em cada um dos resorts visitados foi aplicado um questionário pré-formulado e, em seguida, foram realizadas visitas nos lugares externos ao resort, indicados como indispensáveis para o conhecimento local pelos turistas.

A terceira etapa foi confrontar todos os dados, analisá-los e descrever os resultados encontrados. Com isso, várias foram as surpresas ao longo da pesquisa. Talvez a maior delas tenha sido o fato de contradizer a maior parte da literatura que apontava os resorts como meios de hospedagem isolados do seu meio, voltados somente para as suas atividades internas, dando a impressão de estarem de portas fechadas para o meio em que estão incluídos e que não contribuem de forma alguma para a comunidade de seu entorno. O que se notou foi o fato de que, de uma forma ou de outra, todos os resorts contribuem para a melhoria do seu entorno, seja por meio da geração de emprego e renda, seja por meio da promoção e divulgação da cultura local-regional para além dos contornos da cidade, da região e, por que não dizer, do próprio país.

Os resultados desta pesquisa foram descritos de forma detalhada quando foram apresentados os resorts de cada uma das regiões, lembrando que levaram em conta, conforme especificado na metodologia, dois pontos importantes. O primeiro foram os critérios culturais elencados como necessários para a sustentabilidade, como a contribuição para o reconhecimento, promoção e respeito ao patrimônio cultural das regiões e as tradições e valores

culturais, aqui dando ênfase aos entretenimentos ofertados para as crianças. Segundo, os registros nos livros do IPHAN como: conhecimentos e modos de fazer, enraizados no cotidiano das comunidades; rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social; manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas; e, lugares como mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e se reproduzem práticas culturais coletivas.

Notou-se que a diversidade cultural que cada região dispõe é, de alguma maneira, trabalhada internamente nos resorts, por meio de espaços concedidos para a arte de artistas locais e/ou regionais, pela vestimenta dos funcionários, pela decoração do ambiente interno, através de móveis e utensílios utilizados. Também externamente se verifica a presença da cultura regional, entre outras, por meio da adaptação da flora regional nos jardins e dos espaços concedidos para o comércio de produtos regionais.

A culinária talvez tenha sido a melhor forma de expressão da cultura local e regional transmitida aos turistas. Porém, o resultado mais surpreendente é a forma intensa como o resort tem promovido seu entorno, tanto internamente por meio da venda de produtos da região ou externamente através da indicação de lugares para visitação pelos turistas, contribuindo assim para a promoção e a difusão da diversidade de expressões culturais locais.

Este trabalho não tem a pretensão de esgotar o assunto, pelo contrário, é apenas uma primeira abordagem que deverá servir como início para estudos mais específicos. Nesse sentido sugere-se que outros pesquisadores investiguem questões como, por exemplo: diante das tantas exigibilidades das normativas de turismo para a classificação dos hotéis de 4 e cinco estrelas, os quais também poderão ser resorts, a possibilidade de tornar obrigatório que ao menos um dos restaurantes exigíveis seja regional e exigir, não só no cenário, que as atividades direcionadas às crianças contenham, através de brincadeiras, ações voltadas para o ensinamento da cultura regional.

Assim, nota-se claramente, que os resorts são grandes difusores das expressões culturais devendo, por conclusão da pesquisa, serem mais aproveitados como canal de promoção através das ações obrigatórias elencadas nas políticas públicas, leis e normativas, definidas para este meio de hospedagem.

REFERÊNCIAS

- AMAZONAS (Estado). *Cultura*. Disponível em: <<http://www.amazonas.am.gov.br/o-amazonas/cultura/>>. Acesso em: 20 maio 2015.
- ANDRADE, José V. de. *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática, 2004.
- ARANTES, A.A. (org.). "Cultura e cidadania". *Revista do Patrimônio*. Rio de Janeiro: Iphan, n.24, 1996.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RESORTS. *O que é um resort?* Disponível em: <<http://www.resortsbrasil.com.br>>. Acesso em: 16 ago. 2009.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - BNDES.. *Notícia BNDES cria programas para arenas da Copa e hotéis*. 2010. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Sala_de_Imprensa/Noticias/2010/todas/20100113_programas.html>. Acesso em: 12 maio 2014.
- _____. *Bndes Setorial*. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 1995. Disponível em: <<https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/1313>>. Acesso em: 12 maio 2014.
- BARBOSA, Gisele Silva. *Revista Visões*. 4. ed., n. 4, v. 1, jan./jun. 2008
- BARBOSA, Marcos Aguiar. *Resort: o lazer no contexto de negócio*. In: Licere, Belo Horizonte, v. 08, n. 02, 2005.
- BARROS, José Márcio. *Diversidade Cultural: da proteção à promoção*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- _____. Declaração final da XVII Fórum de Ministros da Cultura da América Latina e Caribe. *Revista Observatório Itaú Cultural*. n. 8. Disponível em: <<http://observatoriodadiversidade.org.br/site/declaracao-final-da-xvii-forum-de-ministros-da-cultura-da-america-latina-e-caribe/>>. Acesso em: 12 maio 2014.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2008.
- BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado, 1998.
- _____. *Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos*. 2014. Disponível em: <http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_tags&view=tag&id=320suriname&lang=pt-BR>. Acesso em: 12 maio 2014.
- _____. *Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos*. 2015. Disponível em: <http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=category&id=145&Itemid=434&lang=pt-BR>. Acesso em: 12 maio 2015.

_____. *Lei de Incentivos Fiscais às Atividades de Pesquisa Tecnológica e Desenvolvimento De Inovação Tecnológica* - Lei nº 5.798 de 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5798.htm>. Acesso em: 2 jun. 2013.

_____. *Lei Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica* - Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11892.htm>. Acesso em: 2 jun. 2013.

_____. *Lei n.º 11.771*, de 17 de setembro de 2008. Art. 22 e 24. Brasília, DF, 2014.

_____. *Ministério do Turismo*. Plano Nacional de Turismo 2003-2007. Brasília, DF, 2003.

_____. *Ministério do Turismo*. Plano Aquarela 2020: marketing turístico internacional do Brasil. Brasília, DF, 2009.

_____. *Ministério do Turismo*. Programa de Regionalização do Turismo: roteiros do Brasil. Cadernos de Turismo. Brasília, DF, 2007.

_____. *Ministério do Turismo*. Plano Nacional de Turismo 2007-2010. Brasília, DF, 2007.

_____. *Ministério do Turismo*. Documento referencial do turismo no Brasil. 2011-2014. Brasília, DF, 2010.

_____. *Ministério da Fazenda*. Perspectivas da economia brasileira. Brasília, DF 2012.

_____. *Ministério do Turismo*. Plano Nacional de Turismo 2013-2016. Brasília, DF, 2012.

_____. *Ministério do Turismo*. Plano Nacional de Turismo 2011-2015. Brasília, DF, 2013.

_____. *Ministério da Cultura* - MINC. 2015. Portal Brasileiro da Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10883/0/revistacnc/dd44b1a0>>. Acesso em: 12 maio 2015.

_____. *Ministério do Turismo* - MTUR. 2014. Portal Brasileiro do Turismo. Disponível em: <http://www.braziltour.com/site/br/cidades/materia.php?estados=16&id_cidade=8427®ioes=4>. Acesso em: 14 abr. 2014.

_____. *Ministério do Planejamento*. Programa de Apoio à Elaboração e Implementação dos PPA'S Municipais, 2013. Disponível em <http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/spi/publicacoes/130611_PPA%20munic%C3%ADpios.pdf> Acesso em: 10/08/2013.

BRASIL ESCOLA. *Informações*. Disponível em: <<http://brasilecola.uol.com.br/>>. Acesso em: 03 abr. 2014.

CAMARGO, P. *Neuromarketing: decodificando a mente do consumidor*. Porto: IPAM, 2009.

CARLOS, Ana Fani. *O mundo no lugar e o lugar no mundo*. São Paulo: LABU, 2007.

CRUZ, Rita de Cássia. *Política Públicas de Turismo no Brasil: território usado, território negligenciado*. São Paulo: Contexto, 2003.

_____. *Política de Turismo e Território*. São Paulo: Contexto, 2000.

EAGLETON, Terry. *A ideia de cultura*. São Paulo: Unesp, 2005.

ENNE, Ana Lucia. “E daí?”, “pronto, falei!”, “confesso”: artimanhas discursivas de qualificação e desqualificação do gosto e da distinção. São Paulo: Cominicom - PPGCOM ESPM, 2011.

ESTADO E CAPITAIS DO BRASIL. *Mapas*. Disponível em: <<http://www.estadosecapitaisdobrasil.com/>>. Acesso em: 20 maio 2015.

FERREIRA, N. S. A. As pesquisas denominadas “estado da arte”. In.: *Educação & Sociedade*, ano 23, n.79, p. 257-272, ago. 2002.

FERREIRA, Adriana Nunes. *O turismo cultural no Brasil*. Campinas, 2006.

GEARY, Donna. *O impacto Visual da sua Loja: O primeiro passo para atrair clientes: o guia dos varejistas para merchandising visual lucrativo*. Belo Horizonte: CITC – Centro Internacional de Tecnologia para o Comércio/Câmara de Dirigentes Lojistas de BH, 1998.

GIL, Antônio Carlos. *Como Elaborador Projetos de Pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. *Metodologia do Ensino Superior*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GUIA DE HOTÉIS BRASIL. *Guia Hotel in Site*. Disponível em: <<http://www.hotelinsite.com.br/>>. Acesso em: 22 ago. 2015.

HALL, Stuart. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. IN: *Educação e Realidade*, 22(2): 15-46, jul./dez. 1997.

HANNERZ, Ulf. Fluxos, fronteiras, híbridos: Palavras-chave da antropologia Transnacional. In: *MANA* 3(1):7-39, 1997.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO - OIT. 2013. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cultura/2013/02/economia-criativa-cresce-mais-que-o-pib-no-brasil>>. Disponível em: 12 maio 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Atlas do Censo Demográfico, 2011*.

_____. *Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2007-2010*. Rio de Janeiro 2013. INSTITUTO DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL - IPHAN. 2015. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/314>>. Acesso em: 15 maio 2015.

KANT, Emanuel. *Crítica da Razão Pura*. Tradução J. Rodrigues de Merengue. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1997. Membros do grupo de discussão Acrópolis (Filosofia). Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br>>. Acesso em: 05 jan. 2014.

KNAFOU, R. *Turismo e Território – Por Uma Abordagem Científica do Turismo*. In: RODRIGUES, A.A.B. (Org.) *Turismo e Geografia – Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais*. 3. d. São Paulo: Hucitec, 2001.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing: a edição do novo milênio*. 2. ed. São Paulo.: Prentice Hall, 2000.

_____. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 5. ed. São Paulo. Atlas, 1998.

LAKE, Laura. *Comportamento do Consumidor para Leigos*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

LIMA, Paulo André Moraes de. *A Convenção da Unesco sobre diversidade cultural e a agenda internacional da cultura*. Consensos e dissensos: políticas para diversidade cultural. Salvador: EDUFBA, 2014.

LUPETTI, Marcélia. *Administração em publicidade: A verdadeira alma do negocio*. São Paulo: Cengage Learning Editores, 2006.

MCDONALD, Malcolm. *Planos de marketing: planejamento e gestão estratégica, como criar e implementar*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

MILL, Robert Christie. *Resorts: administração e operação*. Porto Alegre: Bookman, 2003.

MOREIRA, Antonio Flavio B. A recente produção científica sobre currículo e multiculturalismo no Brasil (1995-2000). *Revista Brasileira de Educação*, Rio de Janeiro: ANPEd; Campinas: Autores Associados, n. 18, p. 65-81, set./dez. 2001.

_____; MOURA, Rosa. Cidades-modelos: espelhos de virtude ou reprodução do mesmo? *Cadernos IPPUR*, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 2, p. 95.

MOURA, Sabrina Bertagna de. *Turismo e hotelaria: Os resorts como um destino turístico*, 2006.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. *Cultura e políticas para as artes*. 2007.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. *Turismo e desenvolvimento: Planejamento e Organização*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA - UNESCO. *Declaração universal sobre a diversidade cultural*. CLT.2002/WS/9: Brasília, DF, 2002.

_____. *Convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais*. Brasília, DF, 2005.

_____. *Relatório Mundial da UNESCO: Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural*. Brasília, DF, 2009.40 p.

_____. *Patrimônio da humanidade no Brasil: suas riquezas culturais e naturais*. Santos, SP, 2014.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - OMT. *Código Mundial de Ética para o Turismo*. Madri, 1999.

_____. *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca. 2001.

_____. *World Tourism Barometer*, v. 3, n. 2, June 2005.

PARQUE GAÚCHO. *Informações*. Disponível em: < <http://parquegaucho.com.br/>>. Acesso em: 11 maio 2014.

PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO RS (PRT-RS 2012-2015), Disponível em:< <http://www.turismo.rs.gov.br/uploads/1338828656Plano.pdf>. >. Acesso em: 09 ago. 2013.

PLANO DE MARKETING DO TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL, 2012 -2015. Disponível em: < http://www.turismo.rs.gov.br/uploads/1354877294FGV_2012_11_14_plano_mkt_rs_FINAL_web.pdf.> Acesso em: 16 ago. 2013.

PLANO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL (PNDR, 2012). *I Conferência Nacional de Desenvolvimento Regional*. Acesso: < http://www.integracao.gov.br/c/document_library/get_file?uuid=6700cd7d-7994-4f97-ac9b-a11af83adbf&groupId=10157. > Acesso em: 09 ago. 2013.

PUTNAM, Robert. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. São Paulo: FGV, 1996.

RODRIGUES, Arlete Moysés. *Desenvolvimento sustentável e atividade turística*. In RODRIGUES, Adyr Balastrieri. *Turismo e desenvolvimento local*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

ROIZMAN, Maysa Blay. ISSN ELETRÔNICO 2316-8080. A Convenção Sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões e o Direito Interno. PIDCC. Aracaju, Ano III, ed. n.5, p.140 a 160 fev/2014.

ROIM, Talita Prado Barbosa; GONÇALVES, Alessandra A Nova Classificação Hoteleira - Resorts. *Revista Científica Eletônica de Turismo* – ISSN: 1806-9169. Ano IX – Número 17 – Junho de 2012 – Periódicos Semestral Garça – São Paulo

RUBIM, Antonio Albino Canelas; ROCHA, Renata. *Políticas culturais*. Salvador: EDUFBA, 2012.

SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento: incluyente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização. Do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, Milton. *Concepções de geografia, espaço e território*. 1996

SANTOS, Andrea Maria dos; *et al.* SEADE, Fundação e a Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo. *Guia Cultural do Estado de São Paulo: Uma Introdução*. 2001, p. 49-54.

SANTOS, Rafael José; HONORATO, Mirella de Jesus; SILVA NETO, Ernani Viana. *Turismo, Museus e Cultura: notas sobre estratégias e ações em nível federal, 2003 – 2011*. In: Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2012, UCS, Caxias do Sul, 2006.

SANTOS, Rafael José, HONORATO, Mirella de Jesus; SILVA NETO, Ernani Viana. *Turismo, Museus e Cultura: notas sobre estratégias e ações em nível federal, 2003 – 2011*. In: Anais do VII Seminário De Pesquisa Em Turismo Do Mercosul, 2012, UCS, Caxias do Sul, 2006.

SANTOS, Milton. *Espaço e Método*. São Paulo: Nobel, 1985.

_____. *Metamorfoses do Espaço Habitado*. São Paulo: Hucitec, 1997.

SCORSATO, Simone Maria. *Os caminhos para a consolidação de uma política pública de fortalecimento do turismo cultural e criativo no Brasil*. In: Anais do V Seminário Internacional – Políticas Culturais, Fundação Casa Rui Barbosa, Rio de Janeiro, 2014.

SIMMEL, Georg. *As Grandes Cidades e a vida do Espírito*. In.: Mana 11(2): 577-591, 2005.

TAUÁ RESORT CAETE. *Informações*. Disponível em: <<http://www.xn--tauresortcaete-xgb.com.br/>>. Acesso em: 12 maio 2014.

VILLE RESORT. *Informações*. Disponível em: <<http://www.villeresortcaldasnovas.com.br/>>. Acesso em 12 maio 2014.

YIN. R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

WORLD ECONOMIC FORUM. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011: Beyond the Downturn*. 2011. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2013.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. *Travel & Tourism Economic Impact 2012 Brazil*. Disponível em: <http://wttc.org/site_media/uploads/downloads/brazil2012.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2013.

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.