



ROTEIRIZAÇÃO DIALOGAL: A CONSTRUÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS
COM A PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL

Marisa Egrejas de Melo

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor em Engenharia de Produção.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Rio de Janeiro

Outubro de 2014

ROTEIRIZAÇÃO DIALOGAL: A CONSTRUÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS
COM A PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL

Marisa Egrejas de Melo

TESE SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DO INSTITUTO ALBERTO LUIZ
COIMBRA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA DE ENGENHARIA (COPPE) DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE DOS
REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE DOUTOR EM
CIÊNCIAS EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO.

Examinada por:

Prof. Roberto dos Santos Bartholo Junior, D.Sc.

Prof. Samuel Jurkiewicz, D.Sc.

Prof. Marcel Bursztyn, D.Sc.

Prof^a.Marta de Azevedo Irving, D.Sc.

Prof. Michel Jean Marie Thiollent, D.Sc.

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL

OUTUBRO DE 2014

Egrejas, Marisa

Roteirização Dialogal: a construção de roteiros turísticos com a participação da comunidade local/ Marisa Egrejas de Melo. – Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE, 2014.

XI, 163 p.: il.; 29,7 cm.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Tese (doutorado) – UFRJ/ COPPE/ Programa de Engenharia de Produção, 2014.

Referências Bibliográficas: p. 134-146.

1. Roteirização Dialogal. 2. Turistificação. 3. Diálogo. 4. Sítio simbólico de pertencimento. I. Bartholo Junior, Roberto dos Santos. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPE, Programa de Engenharia de Produção. III. Título.

Aos que me inquietaram.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço ao meu orientador, Prof. Roberto Bartholo, pela confiança e incentivo que me possibilitaram, para além dos estudos, diversas realizações durante o tempo de doutoramento; por me amparar nos momentos de insegurança e por me respeitar como pessoa em estado de aprendizado.

Agradeço imensamente aos meus filhos, Fernando e Luisa, e à minha mãe, Julia, que me apoiaram durante todo o tempo; que souberam mesclar os afetos (e a privação deles) aos incentivos acadêmicos, se interessando pelo que estava sendo feito, discutindo alguns pontos, provocando pensamentos e inquietações, colaborando para que tudo funcionasse da melhor forma.

Aos meus amigos. Em especial à Ana Elizabeth, Maria Martha e Lucia, amigas de longas datas e muito queridas, que de tão próximas, toparam se envolver diretamente em muitos dos projetos e estudos aqui descritos. Aos novos amigos, em especial ao Ivan, pela generosidade no compartilhamento seus conhecimentos. A outros tantos amigos, compreensivos, que souberam se aproximar e se afastar na justa medida de minhas necessidades acadêmicas.

Às pessoas que participaram dos projetos que sustentam essa Tese, que, com boa vontade aceitaram o convite ao diálogo. Em especial à equipe da DPHCEX, representada pelo José Claudio, Edgley e Flávia. Igualmente, gostaria de agradecer ao Carlos Rabaça e aos artistas do Morro da Conceição, pela parceria. E, particularmente, agradeço aos Guias do Projeto Palácios do Rio, pelo crédito e pelos esforços empreendidos para alcançarmos os bons resultados.

Aos professores e colegas do Programa de Engenharia de Produção, pelo estímulo, pelas trocas e pelas contribuições.

À Capes, pela concessão da Bolsa de Estudos e à Secretaria de Estado de Educação do Estado do Rio de Janeiro, pela concessão da Licença para fins de Estudo, que me proporcionaram meios de me dedicar a esse trabalho.

E a todos aqueles que, ao longo dessa trajetória, apresentaram novas maneiras de ver o tema, mostrando-me que a tarefa não está findada e que sempre há muito o que aprender.

Põe em evidência a questão: mas, afinal, pra que serve isto mesmo?
Pra que tem que ser útil e científico se pode ser, simplesmente, bonito?

(CAVALCANTI, Raíza Ribeiro. Daniel Santiago: A Ficção da
Ciência: a subversão da técnica e da Ciência no interior da
prática artística. *Revista Café Com Sociologia*. Vol.2, Nº3.
Outubro de 2013.)

Resumo da Tese apresentada à COPPE/UFRJ como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Doutor em Ciências (D.Sc.)

ROTEIRIZAÇÃO DIALOGAL: A CONSTRUÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS COM A PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL.

Marisa Egrejas de Melo

Outubro /2014

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Programa: Engenharia de Produção

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica documental sobre a construção de roteiros de visitação em sítios de interesse turístico a partir de diálogos com moradores, frequentadores e trabalhadores que os tomam como Sítios Simbólicos de Pertencimento (Zaoual, 2006). Seu objetivo principal é oferecer à comunidade acadêmica, ao *trade* e aos formadores de profissionais técnicos, uma reflexão acerca de uma possível alternativa para a criação de roteiros com ênfase na sustentabilidade turística. Para tanto, apresentam-se na primeira parte, conceitos que definem a roteirização com ênfase nas relações dialogais e procede-se à verificação de sua viabilidade a partir de dois projetos de construção de roteiros desenvolvidos pelo Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social. Como procedimentos metodológicos expõem-se os fundamentos teóricos que orientam a adjetivação dialogal para a roteirização, identificam-se as definições de roteiro por meio: da comparação com a curadoria de uma exposição artística; do levantamento bibliográfico e dos marcos referenciais; e categorizam-se os agentes da roteirização. Na segunda parte, confrontam-se os roteiros criados para os casos empíricos com as considerações acerca da Roteirização Dialogal apresentadas nas etapas precedentes. Como resultante, são indicados em que pontos os roteiros traçados no projeto Palácios do Rio, ocorrido no Morro da Conceição, Rio de Janeiro, e no projeto Roteiros dos Fortes: circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía da Guanabara, também no Rio de Janeiro, convergiram para a Roteirização Dialogal.

Résumé de la Thèse présentée à COPPE / UFRJ comme un accomplissement partiel des exigences pour obtenir le grade de Docteur de Sciences (D.Sc.):

PLANIFICATION DE VOYAGES EM DIALOGUE: PLANIFICATION DE VOYAGES AVEC LA PARTICIPATION DE LA COMMUNAUTÉ LOCALE

Marisa Egrejas de Melo

Octobre /2014

Directeur de Thèse: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Programme: Ingénierie de Production

Il s'agit d'une recherche bibliographique et documentaire sur la construction de routes de visitation aux sites d'intérêt touristique moyennant le dialogue avec les domiciliés, les habitués et les travailleurs qui les prennent comme des Sites Symboliques d'Appartenance (Zaoual, 2006). Son objectif principal est d'offrir à la communauté universitaire, aux entrepreneurs et aux formateurs de techniciens professionnels, une réflexion sur une alternative possible pour la création de routes avec l'accent sur le tourisme durable. Ainsi, les concepts qui définissent le **circuit dialogué** sont présentés et leur viabilité est vérifiée à travers deux projets de construction des circuits élaborés par le Laboratoire de Technologie et du Développement Social – le projet *Palais de Rio* et le projet *Routes des Forts: circuit touristique dans les forts et forteresses de la Baie de Guanabara*. Comme procédures méthodologiques, dans la première partie, des fondements théoriques qui caractérisent les **circuits** comme résultats des **dialogues** sont exposés et les définitions des routes touristiques sont identifiées par la voie: a) d'un rapport avec le métier d'un conservateur de musée dans sa tâche d'organiser une exposition d'art; b) des recherches bibliographiques; c) des cadres juridiques. Encore, les créateurs de circuits sont-ils catégorisés. Dans la deuxième partie, les cas empiriques sont confrontés avec les considérations sur le **circuit dialogué** réalisées dans les étapes précédentes. Comme résultante, sont indiqués les points où les circuits tracés, dans les deux projets empiriques, convergent vers un **circuit dialogué**.

Abstract of Thesis presented to COPPE/UFRJ as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Science (D.Sc.)

DIALOGAL ROUTING: THE CONSTRUCTION OF TOURIST ITINERARIES
WITH THE PARTICIPATION OF THE LOCAL COMMUNITY.

Marisa Egrejas de Melo

October/2014

Advisor: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Department: Production Engineering

It is a literature on the construction of routes visitation at sites of tourist interest from dialogues with locals, regulars and workers who take them as Symbolic Sites of Belonging (Zaoual, 2006). Its main objective is to offer to the academic community, the trade and trainers of professional technicians, a reflection about a feasible alternative for creating design of routes with emphasis on sustainable tourism. For both, the first part presents the routing concepts with accent on dialogical relationships and proceeds to check its feasibility from two construction projects roadmaps developed by the Laboratory for Technology and Social Development. The methodological procedures exposes theoretical foundations that guide the dialogical adjectives for routing, identifies the settings through circuits: comparison with curating an art exhibit; bibliographic and documental research; of benchmarks; and categorizes the agents of routing. The second part faces-up the design of routes created for those cases with empirical considerations about the Dialogical Routing presented in the preceding steps. As a result, this study shows as points that were indicated in the design of routes proposed in the Palaces of the River project, which took place in the Morro da Conceição, Rio de Janeiro, and the design of Routes of Forts: tours in forts and fortresses of the Guanabara Bay, that also happened in Rio de Janeiro, converged to Dialogical Routing.

SUMÁRIO

Apresentação pessoal e do tema	1
Capítulo I.....	5
1 Introdução.....	5
1.1 Cenário.....	5
1.2 Localização do tema escolhido	18
1.3 Metodologia	19
Capítulo II.....	24
2 Revisão da literatura e principais referências teóricas	24
2.1 Sítios simbólicos do pertencimento e turismo situado.....	24
2.2 Encontros significativos e relações dialogais	27
2.3 Interfaces importantes.....	28
Capítulo III	41
3 O estado da arte e a proposta de Roteirização Dialogal.....	41
3.1 Distinção entre planejamento e roteirização a partir da analogia entre a construção de roteiro turístico e curadoria artística.....	41
3.2 A roteirização observada a partir dos marcos legais.....	43
3.3 Roteirização Dialogal: uma metodologia para projetos de turismo situado	83
Capítulo IV	88
4 Casos empíricos.....	88
4.1 Projeto Palácios do Rio.....	88
4.2 Projeto Roteiro dos Fortes	111
Considerações finais.....	127
Referências bibliográficas	134
Apêndices	147
Apêndice 1: Quadro de Políticas Públicas, Ações e Planos governamentais, anos de publicação e objetivos, concernentes a essa pesquisa.	147
Apêndice 2: Visitação a palacetes	150
Apêndice 3: Cronograma executado do Projeto Palácios do Rio.....	151
Apêndice 4: Relação de entrevistados do Projeto Palácios do Rio	153
Apêndice 5: Formulário de entrevista para pesquisadores	154
Apêndice 6: Resumo das respostas aos questionários.....	156
Apêndice 7: Exemplo de mapa do serviço	158
Apêndice 8: Guia para Guias.....	159
Apêndice 9: Carta expedida para moradores.....	161
Apêndice 10: Relação de entrevistados do Projeto Palácios do Rio	162
Anexos.....	163
Anexo 1: Quadro: Diferenciação entre Rota e Roteiro – para fins do processo de comercialização	163

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Barcelona: Tourist go home. (MONTAÑES, 2010).....	3
Figura 2: Badajoz: Tourist go home: (CLAN-DESTINOS, 2008).....	3
Figura 3: Mapas dos limites do projeto.	99
Figura 4: Desenhos originais de Margaret.....	103
Figura 5: Gráfico representativo dos procedimentos.....	122

APRESENTAÇÃO PESSOAL E DO TEMA

Mais de uma vez, ouvi entre os colegas que trabalham na área do turismo, que não foram eles que escolheram trabalhar nessa área, mas foi o próprio turismo que os escolheu. Ouvi também a comparação entre o turismo e a cachaça, considerando seu aspecto de viciante prazer. Pois a minha história em relação ao turismo não está muito afastada disso.

Minha primeira formação é de Bacharel em Comunicação Visual pela Escola de Belas Artes (Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ), em meados dos anos 1980. Trabalhei alguns anos criando produtos para uma fábrica de brinquedos educativos. O interesse pela educação me levou, alguns anos depois, ao curso de Licenciatura em Educação Artística que fornecia uma habilitação específica para História da Arte (Universidade ERJ). Uma vez formada, prestei concurso público para a Secretaria de Estado de Educação, e fui lotada no Colégio Estadual Antônio Prado Júnior. Esse colégio mantém um Curso Técnico em Turismo desde 1973, àquela época conforme ditava a Lei 5692/71. Desde minha chegada, ministrei as disciplinas de Fundamentos em História da Arte, História da Arte Brasileira, História da Arte do Rio de Janeiro, Folclore, Turismo & Sociedade, além de outras disciplinas não menos técnicas, como Laboratório de Informática para Agentes de Viagens e para Hotelaria. Passado o período inicial de adaptação da didática e dos conteúdos aos interesses da comunidade escolar e *trade*, fui ficando cada vez mais motivada e envolvida com o trabalho.

A intensa e permanente ligação com o curso, com os alunos e com o turismo me incentivou a defendê-lo em diversos episódios em que sua existência foi ameaçada, bem como a não medir esforços na produção de documentos e projetos que lhe garantisse a sobrevivência e a qualidade do serviço prestado aos alunos e à sociedade. Como exemplo, cito a disposição para aprofundar estudos no Doutorado. Foi também em seu favor que, durante o período de doutoramento, dediquei-me especialmente ao desenvolvimento do Projeto Palácios do Rio (um dos casos que servem de suporte às discussões deste trabalho), que visou principalmente à criação de redes de relacionamento profissional para os egressos do citado Curso de Turismo, e à ampliação de suas possibilidades de inclusão social pelo trabalho.

Este estudo se dedica a fazer uma reflexão acerca da possibilidade da construção de roteiros turísticos em diálogo com moradores, trabalhadores e frequentadores do lugar

de interesse turístico, utilizando uma metodologia sistematizada em campo (durante a execução do Projeto Palácios do Rio) e reaplicada em uma segunda oportunidade (no Projeto Roteiros dos Fortes: Circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía da Guanabara, segundo caso apresentado à discussão). Apesar de utilizarem a mesma metodologia, a execução dos dois projetos se mostrou extremamente diversa, devido às especificidades de cada um, o que proporcionou a investigação da metodologia a partir de diferentes perspectivas.

Seu ponto focal é o diálogo entre os que detém técnica, tecnologia e poder de decisão e aqueles que compreendem o lugar como seu sítio simbólico de pertencimento, como alternativa efetiva para evitar ou minimizar problemas advindos da circulação indesejada ou até mesmo depredatória dos espaços, dos hábitos e das culturas locais.

Os referidos projetos foram desenvolvidos pelo Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social do Programa de Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ. O primeiro deles, Projeto Palácios do Rio, executado entre 2010 e 2012, no Morro da Conceição, Zona Portuária do Rio de Janeiro, e o segundo, Projeto Roteiros dos Fortes: Circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía de Guanabara, executado entre 2012 e 2014. Ambos tiveram o apoio de Editais da FAPERJ (Prioridade Rio 2011 e Pensa Rio 2011, respectivamente) e a parceria do Exército Brasileiro, representado por sua Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural.

Apesar de os exemplos serem pontuais, tal estudo se insere nas preocupações dos principais órgãos investigadores do turismo em escala mundial. Em algumas cidades – como em Barcelona, Berlin ou Badajoz – grupos de habitantes, saturados pelo constante fluxo de turistas, já ensaiam um movimento xenófobo, indicando a necessidade premente de mudança de atitude e de condução do assunto em nível global.



Figura 1: Barcelona: Tourist go home. "Algunos vecinos de Ciutat Vella han diseñado unas camisetas muy originales (5 euros). El objetivo es reivindicar que están hartos de la masificación turística y de la proliferación de hoteles y apartamentos. Informa @jotalosa. Fotografía: Cris Izquierdo"¹. (MONTAÑES, 2010)



Figura 2: Badajoz: Tourist go home: "Iremos directamente al grano: ¿Puede el exceso de turismo acabar com un destino turístico? Unos responderán que el turismo es bueno por definición; otros diran que se lo pregunten a los que um día fueron habitantes de la primera ciudad de la historia tomada por los turistas: Venecia. Creo que muchos estaran de acuerdo en que últimamente se detecta un cierto ambiente hostil hacia el turismo (o lo que es peor, hacia el turista) incluso en lugares que no pasan por ser nodos centrales del entramado turístico internacional, como Badajoz (foto). Sin duda, um misilen la línea de flotación para la imagen de un destino."² Foto: Jordi López. (CLAN-DESTINOS, 2008)

E esse pensamento, em certa parte, justifica as manifestações "Tourists go home" dos moradores de Barcelona ou Badajoz apresentadas inicialmente, além de reafirmar a necessidade de encontrarmos novas maneiras de lidar com essas questões. É sobre esse assunto que esta pesquisa trata.

¹<http://eskup.elpais.com/1280520975-6039020b261a383b258b978454b65c2a>. Acesso em 13/11/2013.

²<https://klandestinos.wordpress.com/category/gestion-turistica/page/16>. Acesso em 13/11/2013.

O trabalho está organizado da seguinte forma: no Capítulo I, foram estabelecidos os cenários e a localização da pesquisa neles. No Capítulo, ainda são informados os limites da pesquisa, sua categorização no âmbito científico, a escolha das referências bibliográficas e como foram estruturados o seu objetivo geral e os específicos. No Capítulo II, será exposta a fundamentação teórica que sustenta a constituição do conceito de **Roteirização Dialogal**, destacando seus principais autores. No Capítulo III, busca-se isolar o conceito de roteiro para, em seguida, defini-lo com o auxílio de autores que se dedicam ao tema. O andamento da pesquisa apontou a necessidade de estabelecer quem formula os roteiros, o que foi feito em seguida. Com base nas discussões levantadas, ainda no mesmo Capítulo III, buscou-se proceder à definição dessa forma específica de construir roteiros, a chamada **Roteirização Dialogal**. No Capítulo seguinte, apresentam-se as experiências realizadas cotejadas com os conceitos definidos. Por fim, apontamos os pontos convergentes entre a teoria e a prática. No item de finalização do trabalho, além das considerações finais, também foram arroladas algumas questões futuras.

CAPÍTULO I

1 Introdução

1.1 Cenário

Antes mundo era pequeno
Porque Terra era grande
Hoje mundo é muito grande
Porque Terra é pequena
Do tamanho da antena
Parabolicamará

GIL, Gilberto. Parabolicamará(1992)

Neste item, apresentam-se algumas questões que afetam o turismo na atualidade com vistas a mais bem contextualizar as discussões e reflexões objeto deste trabalho. Este primeiro capítulo está dividido em duas partes: na primeira, será traçado um breve panorama dos desafios contemporâneos levantados na literatura científica (artigos e livros); e na segunda, enfoca-se especialmente o turismo no Brasil e no Rio de Janeiro, levando em conta a documentação oficial.

Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT), as chegadas de turistas internacionais cresceram 5% em 2013 em comparação ao mesmo período em 2012, chegando a cerca de 1.087 milhões de *arrivals*³. Ainda segundo a mesma organização, o crescimento esteve acima da previsão feita no início do ano (entre 3% e 4%) e está superando a tendência prevista para 2030 (3,8% ao ano) (OMT , 2013). Em nenhum outro momento da história da humanidade, os seres humanos tiveram uma mobilidade tão grande.

Em 2013, segundo a mesma organização, os ingressos derivados do turismo internacional nos destinos de todo o mundo chegaram a US\$ 1,4 bilhões. Os ingressos derivados do transporte internacional de passageiros chegaram a US\$ 218.000 milhões⁴.

³<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-20/el-turismo-internacional-supera-las-expectativas-con-52-millones-llegadas-a>. Acesso em 08/08/2014.

⁴<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-05-14/el-turismo-internacional-genera-14-billones-en-ingresos-derivados-de-export>. Acesso em 08/08/2014.

As mudanças econômicas globais e os avanços tecnológicos nas áreas do transporte e da comunicação nos últimos anos têm influenciado fortemente o setor, aumentando seu fluxo e estimulado sua prática, mudando, inclusive, o perfil dos turistas (ELLIOT e URRY, 2010), (SMALLWOOD, BECKLEY e MOORE, 2012), (PARIS, 2012) e (CARVALHO, 2003). Essa intensidade é um fenômeno novo até mesmo para os países que tradicionalmente recebem grande número de visitantes (DEMONCHY, 2010).

Em uma breve visão sobre as questões abordadas nas principais revistas científicas da área, foi possível destacar que os principais desafios contemporâneos da gestão do turismo podem ser resumidos em como articular empreendedores locais, residentes, grupos ativistas, turistas, empregados, empregadores, governantes, competidores e as redes nacionais de negócios, em direção a um objetivo turístico comum (BORNHORST, RITCHIE e SHEEHAN, 2010), minimizando os impactos negativos e maximizando a distribuição democrática dos resultados positivos.

Se considerarmos a literatura especializada, em sua maior parte, a solução indicada para quase todas as questões arroladas nos cenários internacionais e nacionais é o desenvolvimento de um planejamento participativo. Este, idealmente, possibilitaria a melhor distribuição das receitas, a sustentabilidade local, e a satisfação dos visitantes (JAMAL e GETZ, 1995), (MESQUITA, 2001), (HALL, 2001), (GUNN e VAR, 2002) e (MALDONADO, 2009). Tanto melhor se a gestão se realizar de maneira democrática em que todos os afetados possam participar nos processos de decisão e interferir na condução dos processos (OLIVEIRA, 2008), (BARTHOLO, SAN SOLO e BURSZTYN, 2009), (GARAT, GRAVARI-BARBAS e VESCHAMBRE, 2008), (MURTA e ALBANO, 2002), (NASCIMENTO e TRENTIN, 2011) (THOMAZ e FERREIRA, 2012) e (ZAOUAL, 2009).

Por sua vez, o planejamento no turismo é apresentado por tais autores como uma atividade processual, interdisciplinar, que articula componentes no campo da economia (investimentos, mercados, empregos), das ciências sociais (antropologia, sociologia), das ciências naturais, e da ecologia, capaz de criar ordenamento das prioridades e desenvolvimento harmônico, gerando mudanças controladas e crescimento contínuo e sustentável (HALL, 2001), (SLACK, CHAMBERS, *et al.*, 2009), (BROWN, 2010) e (OLIVEIRA, MEDEIROS, *et al.*, 2011).

O planejamento toma consistência a partir de inventários turísticos, levantamentos históricos, análises do potencial turístico do lugar, e corporifica-se em roteiros de visitação, interpretação do patrimônio e atividades turísticas (COOK, DECARO e DECARO, 2010).

O Brasil vem se inserindo progressivamente neste cenário turístico internacional. Isso vem suscitando a adoção de políticas públicas para o setor. A opção mais atual do Governo Federal vem acompanhando tais posicionamentos, indicado pela adoção do modelo descentralizado. Trabalha no sentido de ampliar a atratividade turística nacional, fortalecendo as experiências municipais, repassando aos municípios tanto o poder de decisão como a responsabilidade de execução dos planos e dos roteiros. O apoio federal se concentra na capacitação e na divulgação, sem aportes financeiros diretos. Quanto ao governo do Estado e ao governo do Município do Rio, apesar de existir uma determinação legal de criação de Planos Diretores, é importante registrar que, no que se refere ao planejamento turístico, em ambas as instâncias, ainda são tomados os Planos de gestões passadas como referências, conforme informação de ambos os técnicos consultados⁵.

Na esfera federal, o Decreto Lei nº 55, de 18 de novembro de 1966 que criou o Sistema Nacional de Turismo e instituiu a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e o Conselho Nacional de Turismo, é considerado um dos principais marcos legais destinados exclusivamente ao turismo no Brasil⁶.

Trinta anos depois, em 1996, um novo passo foi dado no sentido de definir uma política pública para o setor, com a criação da Política Nacional do Turismo – PNT (1996 – 1999), que entre outras diretrizes, incorporava o compromisso com a democratização das decisões – seguindo o espírito difundido pela Constituição de 1988 – e propunha cuidados para com o desenvolvimento sustentável, procurando se aproximar também das recomendações da ECO-92 (TRENTIN e FRATUCCI, 2011). Nele estava prevista a

⁵ Na Secretaria Municipal de Turismo, foi consultado o técnico estatístico Antônio Galvão, indicado pela Sra. Valéria Mariano, Secretária do Secretário de Turismo – Sr. Antônio Pedro Figueira de Mello –, por se tratar da pessoa com melhores possibilidades de fornecer informações sobre os planos e seus históricos. Quanto à Secretaria Estadual de Turismo, as informações foram fornecidas pela Sra. Valéria Lima, Assessora do Gabinete do Secretário de Turismo – Sr. Ronald Ázaro. Em 27 de novembro de 2013.

⁶ O trabalho de Silveira, Paxão e Cobos, apud Trentin e Fratucci (2011) indicam que outras ações de cunho político, específicas para o turismo, tiveram lugar anteriormente, mas este Decreto é tomado como uma das principais referências, dada a sua importância para o desenvolvimento do turismo em âmbito nacional.

criação de um Plano Nacional de Turismo, mas que não chegou a ser realizado. Nesse mesmo ano, 1996, entrou em vigor o Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, cuja intenção era atingir o maior número de estados e municípios do Brasil (TRENTIN e FRATUCCI, 2011). Dentre os seus objetivos estavam a conscientização, a sensibilização, o estímulo e a capacitação dos vários agentes de desenvolvimento que compunham as estruturas municipais (EMBRATUR, 1998, p.10). Por meio de oficinas, o Programa oferecia auxílio aos municípios para a criação de Conselhos e Fundos especialmente destinados ao turismo e para a realização do inventário da oferta turística, caso desejassem receber o título de Município Turístico.

Em 2003, com a criação do Ministério do Turismo (MTur), a geração de um Plano Nacional de Turismo (PNT 2003-2007) foi alavancada, incorporando o PNMT e transformando-o em Programa de Regionalização do Turismo (PRT)⁷.

Os planos seguintes, 2007-2010 e 2013-2016⁸, vêm mantendo a continuidade de propósitos procurando, a cada edição, atender às demandas do *trade*⁹ ou da sociedade. O mesmo pode ser dito do PRT, que ao longo das suas edições, não sofreu alterações conceituais ou filosóficas, apenas ajustes que visaram atender às demandas indicadas pelos resultados de avaliações regulares (BRASIL, 2013). Em 2008, foi sancionada, pelo Governo Federal, a Lei do Turismo, nº 11.771, que define as competências e responsabilidades de toda a cadeia produtiva do turismo e as atribuições de governo nas diferentes esferas de atuação.

Como parte da política instituída pelo PNT 2003-2007 manteve-se a meta¹⁰ de ampliação da diversidade de oferta turística por meio do desenvolvimento de "no mínimo três produtos de qualidade em cada estado da Federação e Distrito Federal" (MTur, 2003, p. 17). Tais produtos se concretizavam como roteiros, estruturados a partir de instrumentos e ferramentas oferecidos pelo próprio Ministério do Turismo (MTur). A intenção principal era a melhoria da competitividade dos produtos turísticos das regiões. Esse Plano reforçava os princípios de descentralização do anterior, em que municípios,

⁷ Destaca-se, como diferença entre os dois programas, a formação de redes integradas entre as cidades e não apenas na atuação isolada junto a cada município como era feito no primeiro caso (LANZARINI, 2009).

⁸ Não houve PNT destinado ao intervalo entre os anos 2010 e 2013.

⁹ Segundo o Módulo Operacional nº 7 (BRASIL, 2007b), *trade* é: o conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e demais prestadores de serviços turísticos (p. 19-20).

¹⁰ Esta meta foi proposta no primeiro Plano, mas vem se mantendo para os Planos seguintes

estados e sociedade civil organizada deveriam assumir o protagonismo no desenvolvimento de suas etapas (TRENTIN e FRATUCCI, 2011).

Para auxiliar os municípios na tarefa da construção de roteiros que atingissem os objetivos expressos no Plano – aumento da diversidade de produtos, diminuição de desigualdades regionais, aumento do fluxo de visitantes nacionais e internacionais e aumento do tempo de permanência no destino – foi criado, em 2005, o Programa de Roteiros Integrados que contava com a participação dos governos estaduais e de parceiros estratégicos do setor privado para a realização do planejamento e execução de ações necessárias para estruturar e qualificar os roteiros que seriam construídos pelos próprios municípios consorciados (BRASIL, 2003).

Além disso, como estratégia para incentivar os municípios a participarem do Programa de Regionalização, foi criado o Salão de Turismo – Roteiros do Brasil, que em sua primeira edição (2005) apresentou 451 roteiros já formatados, envolvendo 959 municípios em 134 regiões turísticas¹¹.

Ainda em 2005, em parceria com o SEBRAE Nacional e com o Instituto Marca Brasil, foi lançado o Projeto Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização Turística. Em síntese, essa rede foi criada como ferramenta objetivando fomentar a troca de informações e experiências entre os diversos atores envolvidos no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (BRASIL, 2003). Buscava, também, fortalecer as relações e as parcerias entre os participantes, apoiar a produção de roteiros turísticos integrados e articulados e a realização de ações de fortalecimento do mercado nos destinos escolhidos (BRASIL, 2007).

Ao longo dos anos seguintes, outras ações de facilitação do alcance dos objetivos propostos por esses Planos foram sendo dispostas pelo Governo Federal, como a criação do Inventário da Oferta Turística – INVTUR¹², o Cadastur¹³ e o Encontro Nacional do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, lançados em 2006. No

¹¹http://www.salao.turismo.gov.br/salao/sobre_evento/edicoes_anteriores/detalhes_edicao/edicao1.html
Acesso em 5/11/2014.

¹² Trata-se de um conjunto de formulários que sistematizam o recolhimento de dados que servem ao traçado de roteiros.

¹³ Cadastro dos prestadores de serviços turísticos, cujo objetivo é reunir todos aqueles que estejam legalmente constituídos e em operação (www.turismo.gov.br). Acesso em 5/11/2014:
<http://www.turismo.gov.br/turismo/legislacao/portarias/20130730-2.html>

ano seguinte, o MTur disponibilizou os Cadernos do Turismo¹⁴ e lançou os 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico¹⁵.

A segunda edição do Projeto Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização Turística (em vigor) promove algumas modificações em suas estratégias de ação, concentrando as diferentes metodologias utilizadas anteriormente e integrando o projeto de Roteirização com o projeto Destinos Indutores de Desenvolvimento Turístico Regional.

Visando melhorar os resultados obtidos anteriormente, essa nova versão oferece consultorias multidisciplinares para a orientação metodológica e a capacitação dos consultores dos roteiros. Mantendo os mesmos princípios de descentralização, a participação dos atores envolvidos da iniciativa pública e privada é ampliada, ficando aos seus encargos a escolha do recorte do território que comporão os roteiros e a criação e um Comitê Gestor do Roteiro, responsável pela gestão do destino. O Governo Federal assume para si a responsabilidade na elaboração de ferramentas promocionais e a perspectiva de acompanhamento dos roteiros implantados.

Metodologicamente, o Projeto Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização Turística propõe seis passos: a definição dos territórios envolvidos, a instalação do Comitê Gestor do Turismo, a realização do diagnóstico do roteiro, a construção do Planejamento Estratégico, a implantação do Plano Operacional e o acompanhamento e avaliação das ações implantadas.

Por sua vez, o PNT dedicado ao período de 2013 a 2016 reafirma a disposição de estruturar e apoiar os destinos turísticos regionais com a implementação de roteiros turísticos e a descentralização das decisões. Como objetivos estratégicos estão arrolados o preparo do turismo brasileiro para os megaeventos, o incremento da geração de divisas e da chegada de turistas estrangeiros, o incentivo ao brasileiro a viajar pelo país e a melhoria da qualidade e o aumento da competitividade do turismo brasileiro. Entre as ações definidas por este PNT que se relacionam diretamente com o tema aqui tratado,

¹⁴ Conjunto de publicações referentes ao PRT, dividido em módulos que auxiliam a compreensão e a execução prática de roteiros turísticos.

¹⁵ Dos roteiros executados com a metodologia do PRT, foram escolhidos 65 casos exemplares como referências nacionais de competitividade e padrão de qualidade internacional. Os critérios de escolha foram fornecidos por uma matriz criada pelo Ministério do Turismo, em parceria com o Sebrae e a Fundação Getúlio Vargas, para aferir os índices de competitividade do turismo por meio de várias dimensões relacionadas com a atividade e relevantes para o aprimoramento da experiência do turista (BRASIL, 2013).

destaca-se a estruturação dos destinos turísticos e a realização de mostras dos produtos e dos roteiros turísticos.

Vale observar que, apesar da descentralização das decisões e do incentivo à participação dos municípios por meio de representantes dos diversos setores da sociedade, não foi possível reconhecer nos planos governamentais quaisquer dispositivos especificamente dirigidos ao estímulo ao diálogo entre visitantes e visitados para a construção dos roteiros turísticos.

Quanto à esfera estadual, o Plano Diretor do Estado do Rio de Janeiro tomado como referência pela Secretaria de Estado de Turismo do Rio de Janeiro, foi elaborado entre os anos 1998 e 1999, levado à discussão em encontros municipais com representações do mercado em 2000, e publicado em 2001 (TURISRIO, 2001, p. 3).

Este se apresenta como um documento em dois volumes nos quais, no primeiro, são apresentadas as diretrizes, objetivos e pressupostos, o diagnóstico do turismo no estado à época, as considerações sobre oferta e demanda turísticas, mercado e marketing, o organograma e a legislação sobre a qual se apoiam. Os prognósticos, marcos conceituais, perspectivas de desenvolvimento, planos de ação e de intervenção, dentre outras informações propositivas, constam em seu segundo volume.

A motivação principal para a criação de um Plano Diretor do Estado do Rio foi o atendimento aos ditames do Artigo 227, Parágrafo 2º, da Constituição Estadual¹⁶ que trata especificamente sobre o instrumento de intervenção do Estado no setor do turismo. Segundo esse Parágrafo, o Plano Diretor deverá estabelecer as ações de planejamento, promoção e execução da política estadual para o setor com base no inventário do potencial turístico das diferentes regiões e com a participação dos municípios envolvidos.

Assim sendo, os objetivos declarados no Plano Diretor de 2001 foram: 1. O resgate e a sistematização de informações sobre a atividade turística com a finalidade de subsidiar a gestão pública e possibilitar o aproveitamento pelos investidores e consumidores e 2. A consolidação do turismo como um dos principais segmentos econômicos do estado. Fazem parte deste último objetivo a geração de novos empregos, o incremento da

¹⁶ Pode ser acessada em <http://www.alerj.rj.gov.br/processo6.htm>. Nesse caso, o foi em 29/11/2013.

captação de receitas, a valorização e a elevação do nível de qualidade de vida dos habitantes locais.

O interesse em integrar o PRODETUR/SE, fez coincidir os princípios e diretrizes estaduais com os federais, visando, também, à implementação do PNMT, em vigência na época.

Embora a ênfase dos princípios e diretrizes seja majoritariamente empresarial, esse Plano demonstra preocupação com o desenvolvimento socioeconômico no que tange ao estabelecimento de uma política pública que propicie a geração de empregos.

O diagnóstico realizado em diversos setores – ambiental, cultural, econômico, etc. – e a legislação já existente foram as principais bases para as proposições estratégicas e para as ações constantes no Plano.

A fim de concentrar o olhar nos temas que respeitam esse trabalho, procedeu-se a um recorte no exame do Plano Diretor, focando especialmente na construção de roteiros (conceito, metodologia ou recomendações) e na participação social em processos decisórios.

Em relação à criação de roteiros, foram encontradas poucas referências. No item Promoção e Marketing, lê-se uma queixa sobre a falta de informações acerca dos roteiros turísticos comercializados, uma vez que, à época, os operadores e agentes de viagens brasileiros não se ajustavam às segmentações tradicionais do mercado turístico, e eram poucos os que trabalhavam no receptivo. São apresentados, a título de exemplo, seis dos principais roteiros comercializados no interior – Itacuruçá, Petrópolis, Angra dos Reis, Búzios, Parati e Cabo Frio – sem que, no entanto, fossem feitas quaisquer considerações sobre eles.

Um dos projetos do Macroprograma nº 5 do Plano Diretor de 2001, de consolidação do produto turístico, "Roteiros e Circuitos Turísticos", ligado ao Programa de Identificação, Organização e Qualificação dos Produtos Turísticos, propõe a caracterização de roteiros e circuitos em diferentes escalas espaciais e temporais, enunciando que

A informação organizada e sistematizada sobre os recursos é a base para a consolidação e a comercialização dos produtos turísticos no seu conjunto e o zoneamento, sendo a base de orientação deste projeto (TURISRIO 2001, p. 64).

O Plano Diretor preconiza ainda que os roteiros e circuitos devam levar em conta as modalidades e os atrativos tangíveis e intangíveis, aconselhando que sejam agregados os atrativos de menor importância aos considerados de maior atratividade para facilitar sua comercialização. E ainda, sugere que a sua comercialização seja temática (praias, cidades, fazendas de café, etc.) ou categorizada conforme o modal a ser utilizado (bicicleta, pedestres, trens, etc.).

Quanto à participação dos habitantes dos sítios nos processos decisórios, o Plano Diretor não faz qualquer menção. Considera que o turismo pode proporcionar "à população residente o sentido de autoestima e de pertencimento, ampliando as condições de receptividade com relação aos visitantes" (TURISRIO 2001, p. 28).

Em duas situações, chega a recomendar a criação de oportunidades de entretenimento, principalmente para a "grande massa de população com poucas opções de lazer ao ar livre" (p. 44 e 66). Afora esses pontos, a menção feita à população limita-se às recomendações à sua conscientização para as potencialidades do setor e no que se refere à proteção da herança natural comum (p. 12).

Ressaltam-se as ponderações feitas quanto aos impactos sociais nocivos a que estão sujeitas as populações com hábitos mais tradicionais, geralmente de menor poder aquisitivo, e habitantes, principalmente de áreas mais isoladas, e, por isso mesmo, julgadas mais atrativas. O texto adverte que, para esses lugares, o desenvolvimento turístico e a ocupação pretendida devem ser exercidos de forma discreta e criteriosa, sobretudo visando garantir a sustentabilidade, procurando obstar a opção pelo chamado turismo de massa para tais áreas (p. 13). O documento em tela reputa que não há impedimentos quanto à ocupação local e que os impactos podem vir a ser positivos, desde que se faça de maneira organizada e planejada. O texto do Plano Diretor indica que os contatos entre turistas e visitantes, mesmo nessas áreas mais fragilizadas, podem gerar renda – proveniente da venda de produtos e serviços locais – e vir a beneficiar e enriquecer intelectual e artisticamente visitantes e visitados. E ainda, recomenda que os benefícios resultantes do turismo devam se tornar extensivos aos habitantes das localidades, principalmente no que se refere à infraestrutura e serviços, além do aspecto econômico.

Quanto aos conflitos que podem vir a ser gerados pelo convívio de pessoas de culturas diferentes, o Plano Diretor sugere que as regras de convivência sejam informadas para

visitantes e visitados por meio de programas de esclarecimento, de maneira a minimizar os maus entendidos e maximizar a cultura de hospitalidade (p. 14).

Em 2010, o Governo do Estado do Rio de Janeiro lançou o Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável – PDITS, que deveria ser o principal orientador do poder público estadual no que se refere à atividade turística, numa projeção para os dez anos seguintes. Assentados sobre ele deveriam estar as ações e investimentos, incluindo as parcerias com o setor privado.

Participaram de sua elaboração diversos atores, incluindo secretários municipais, estaduais, representantes de associações e do terceiro setor, instâncias de governança locais e regionais, dentre outros participantes do *trade*.

Seu objetivo geral era o aumento da competitividade turística do Litoral e da Serra, organizados em Pólos, e a consolidação do turismo como atividade de geração de emprego e renda para a população residente.

Para tanto, propunha: 1. Qualificar os principais produtos turísticos para o receptivo; 2. Estruturar e promover o posicionamento da imagem nos mercados nacionais e internacionais; 3. Aumentar o tempo de permanência média do turista; e 4. Aumentar o gasto médio diário dos turistas nos Polos.

Quanto à esfera municipal, em 27 de novembro de 2013 foi consultado o Sr. Galvão, representante da Secretaria Municipal de Turismo – RIOTUR –, que informou não haver qualquer Plano Diretor para o Turismo em vigência no momento. Assim sendo, a Secretaria toma como referência o "Plano Maravilha", construído entre 1996 e 2000 e publicado em 2001.

Segundo ele, o Plano Maravilha foi elaborado a partir da contratação de uma empresa de consultoria sediada em Barcelona, Espanha, que produziu estudos de 1998 a 2000. Uma grande equipe levantou dados e realizou diagnósticos do desenvolvimento turístico do Rio com a finalidade de servir de base para a proposição de cinco programas. Ao longo do tempo de trabalho da referida equipe, por diversas vezes, segmentos da sociedade organizada foram convidados a participar.

O Plano Maravilha foi dividido em três fases: 1ª. Organização, diagnóstico e estratégia de desenvolvimento (1º semestre de 1997); 2ª. Plano Operacional, em que foram

elaborados e incorporados projetos buscando melhorar e viabilizar a atividade turística na cidade (2º semestre de 1997); e 3ª. Implantação (início de 1998).

Foram criados 5 Macroprogramas: 1. Desenvolvimento de novos produtos; 2. Melhoria de produtos atuais; 3. Sistema de informação; 4. Marketing turístico; e 5. Novo profissionalismo. Em alguns momentos, os macroprogramas foram sendo executados paralelamente (RIOTUR, 2001, p. 33).

Em cada macroprograma estavam indicados os públicos-alvo (divididos nas categorias público, turístico, empresarial e organizações mistas), os objetivos, ações e projetos. Os projetos, por sua vez, foram agrupados pela tipologia. Exemplo: Projetos de revitalização e resgate histórico das áreas militares: 1. Roteiro turístico e guia dos fortes e fortalezas da Baía da Guanabara; 2. Recuperação e revitalização da Fortaleza de São João; 3. Dia das portas abertas dos fortes e fortalezas; e 4. Parque temático histórico dos fortes da orla do Rio. Para cada grupo de projetos há uma justificativa de sua importância e do estado de desenvolvimento ou de abertura para a visitação turística, bem como da descrição e dos objetivos sintéticos.

Além dos projetos, foram arrolados alguns roteiros, organizados de forma esquemática, supondo a possibilidade de utilização pelas operadoras. Estes foram divididos pelo tempo de estada (p. ex.: "Rio Fim de Semana", para um período de três dias; e "Rio Sete", para uma semana de estada), e as atividades recomendadas foram categorizadas segundo turnos (p. ex.: "manhã, passear, visitar, comer; tarde, passear, comprar, visitar; noite, beber, comer, dançar, divertir-se"). Vale ressaltar que o quadro informa atrativos culturais – como museus e igrejas de reconhecido valor histórico – e nomeia estabelecimentos cariocas – em geral, os tradicionalmente turísticos, como Churrascaria Porcão, Restaurante Yemanjá, Casa de Espetáculos Plataforma, boate Hippopotamus, dentre outros.

Ao que se depreende do texto, ainda que não esteja proposta qualquer participação dos habitantes nas decisões que respeitam à circulação turística, nota-se uma preocupação com a população local quanto à possibilidade de o turismo trazer melhorias ao seu cotidiano, seja na infraestrutura ou na conservação de pontos frágeis ou importantes.

O Plano, ao desenvolver e implantar suas ações tem como base a visão simultânea da Cidade como pólo turístico e sede da vida cotidiana de seu cidadão. Por exemplo, dentro do projeto de se investir para valorizar a Floresta da Tijuca como um dos mais belos pontos turísticos da cidade, está implícita a ideia de convertê-la num parque natural de todos os cariocas. E

dentro do objetivo de valorização do Rio turístico está implícita a melhoria da informação, da sinalização, e da rede de transportes da Cidade (RIOTUR, 2001).

Vale citar, também, a preocupação com a formação profissional, que, dado o reconhecimento de sua importância, compunha um Macroprograma exclusivo cujo objetivo visava à melhoria da formação e da qualificação profissional dos empregados no setor turístico, para corresponder às necessidades das empresas e dos usuários, turistas e cidadãos.

Para tanto, arrolaram-se os seguintes projetos: 1. Inventário de atividades profissionais ligadas ao turismo; 2. Criação de Centros de Excelência; 3. Oficinas de iniciação ao turismo; 4. Planos de estágios em turismo; programa de capacitação e treinamento profissional; e 5. Criação de um novo sistema de ensino profissionalizante para o turismo.

O Plano propunha ainda o oferecimento de mecanismos para melhorar a capacidade de gestão empresarial, buscando fornecer aos empreendedores do setor interessados a possibilidade de uma gestão mais eficiente.

O Plano Maravilha ainda era composto por indicações de estratégias de longo prazo e de planos operacionais que deveriam ser revisados a cada três anos (2000, 2003 e 2006). Anualmente, deveria ser emitido um informe com o registro da maneira como a Cidade estava correspondendo aos novos projetos, e reorientá-los, se fosse o caso.

Como objetivos de longo prazo, estavam arrolados o incremento dos fluxos turísticos, a consolidação da liderança nacional da cidade para o turismo receptivo nacional e internacional e, a criação e consolidação de uma nova imagem turística para a América do Sul.

Ao fim do período de gestão municipal, por questões de cunho político, a equipe foi desmobilizada. Com a mudança, um novo plano foi editado – Plano Rio Mais –, mas este não chegou a ser efetivamente implementado. De acordo com o Sr. Galvão, técnico da RIOTUR entrevistado, esse segundo plano não contou com consultas técnicas ou pesquisas diagnósticas, tendo sido elaborado por "uma pessoa que fez uma síntese do Plano Maravilha".

A gestão atual (2010-2014) voltou a adotar o Plano Maravilha, mas apenas nominalmente, uma vez que nenhuma espécie de acompanhamento, controle ou avaliação das ações referentes ao turismo tem sido realizada tomando o plano por base.

Segundo avalia o Técnico consultado, alguns recortes do Plano Maravilha foram levados a efeito com sucesso, como nos casos do Porto Maravilha, cujo resultado, em sua opinião, "se apresenta como um aprimoramento do anterior", ou como a experiência realizada no "Polo da Rua do Lavradio", que recebe mensalmente grande número de visitantes. Já outros recortes não tiveram o mesmo resultado positivo, como o Plano de revitalização da Praça Tiradentes, que, segundo suas palavras, tem se mostrado inconsistente quer pela falta de gestão local, de programação ou de integração com outros atrativos; ou como no caso da instalação de um Parque de Diversões Temático (Terra Encantada, na Barra da Tijuca), que, logo após um período de grande evidência, entrou em franca decadência.

Questionado sobre os projetos em andamento à época da entrevista, o técnico da Secretaria Municipal de Turismo informou serem pontuais, como o Rio nas Escolas, projeto antigo que não tem continuidade principalmente por falta de patrocínio. Tal projeto leva crianças de escolas públicas municipais para conhecerem pontos históricos. Segundo ele, apesar da descontinuidade, os resultados são surpreendentemente positivos. Outro projeto citado por ele foi o Rio a Pé, cujo público alvo é o morador e não o turista, "para que ele tenha orgulho da cidade", considerou o Sr. Galvão¹⁷.

A relação das Políticas Públicas, Ações e Planos concernentes a esta pesquisa encontram-se arroladas no Apêndice 1, relacionados às esferas públicas que os propôs, ano de publicação e objetivos declarados.

Por fim, cabe ainda observar os cenários acima apresentados relativos às políticas públicas para o turismo nas três esferas governamentais à luz de Hall (2001). A escolha desse referencial como base para as considerações sobre as ações governamentais se justifica pelos conceitos por ele desenvolvidos, que apontam para a valorização das relações dialogais – se aproximando das propostas aqui defendidas – e pelas reflexões

¹⁷Mais proximamente, o MTur, a TurisRio e a Riotur receberam apoio do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) para realização de Cursos de Qualificação de 160 horas, nas áreas de camareira, barman, garçons, dentre outros. Foram certificados cerca de dez mil inscritos nacionalmente, sendo que o Rio contou com 2,7 mil, formados pelo Senac-RJ. A primeira turma recebeu seus diplomas em maio de 2014. http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/eventos/mtur-turisrio-eriotur-formam-alunos-pelo-pronatec_100938.html. Acesso em 29/11/2013.

apresentadas sobre a relação entre o planejamento turístico e os processos políticos, colocados em destaque nesse item.

Segundo ideia do autor, são sete as funções do Estado no turismo: coordenação, planejamento, legislação, regulamentação, empreendimentos e incentivos, o investimento no turismo social e a proteção dos interesses sociais (p. 183-213).

Ainda segundo o autor de referência, é papel do governo ajudar a modelar as estruturas econômicas para o turismo, a infraestrutura e as necessidades educacionais (p. 184).

Para Hall, a principal função da coordenação é reunir e harmonizar a participação de variadas empresas e organizações para trabalharem por um objetivo comum. Na função de planejador, caberia ao Estado levantar e avaliar quais setores necessitam de maior aporte, criando um ambiente equilibrado quanto às pressões das empresas pela desregulamentação econômica e as pressões da sociedade, para a proteção aos direitos humanos e ao ambiente (p. 186).

Os planos federais, embora não determinem ou regulamentem a participação comunitária em diálogo, mostram-se favoráveis à participação da sociedade organizada, o que pode ser compreendido como um avanço no sentido da busca do equilíbrio de que fala Hall.

1.2 Localização do tema escolhido

Nesta pesquisa, o roteiro e a interpretação do patrimônio são compreendidos como manifestações evidentes e concretas dos diálogos, parcerias, oportunidades, prioridades e valores de um planejamento de visitação turística. Ambos são, por si, significantes (no sentido semiológico), ou seja, não passivos, não inocentes, propositores de sentidos e significados subjetivos, reveladores dos posicionamentos pessoais e institucionais.

É sobre esse entendimento que o presente trabalho se articula, tomando para exame exclusivamente a construção de roteiros turísticos, procurando incluir nas investigações, suas implicações, sentidos e significados subjetivos. Com base nessa visão, pretende-se apresentar a noção de **Roteirização Dialogal** como ferramenta metodológica passível de aplicação em projetos de *turismo situado*¹⁸.

¹⁸O conceito de "turismo situado" será tratado mais adiante, no Cap. II, item 0, p. 41.

Quanto à interpretação turística, o tema é tratado por diversas revistas científicas que acolhem artigos sobre o tema (i.e. Revista Eletrônica de Turismo Cultural¹⁹, Cultur Revista de Cultura e Turismo²⁰, Destarte²¹, Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural²², dentre outras). Fora do Brasil, ainda é possível encontrar instituições e revistas cujo conteúdo trate exclusivamente do assunto (i. e. Journal of Interpretation Research²³, European Association for Heritage Interpretation²⁴, entre outras). Quanto aos títulos, foi pioneiro no cenário nacional o trabalho organizado por Murta e Albano, em 2002.

Enquanto a interpretação turística tem merecido a atenção de pesquisadores, o mesmo não acontece quando se trata da construção de roteiros turísticos, sendo tomado na maioria das vezes por um ângulo técnico. As exceções são constituídas pelos trabalhos de Tavares (2002), Bahl (2004a e 2004b) e Cisne (2010) no Brasil, que servem de suporte para as discussões aqui levantadas.

1.3 Metodologia

A questão que suscitou a pesquisa decorreu do Projeto Palácios do Rio, que, ao longo do seu desenvolvimento, foi fornecendo oportunidade de alternância entre ações e reflexões acerca da construção de roteiros turísticos. Essa *praxis turística* foi consolidando uma metodologia específica assentada em fundamentos teóricos que valorizam as relações interpessoais, a abordagem ética do sítio de interesse turístico e os cuidados com a manutenção e conservação do lugar. Como experiência de roteirização, pôde ser reaplicada em outras experiências, como a ocorrida no projeto Roteiros dos Fortes: circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía de Guanabara, apontando para a possibilidade de constituir-se como uma metodologia de trabalho.

Assim, a presente pesquisa se propõe a investigar a **Roteirização Dialogal** utilizando-se dos dois projetos como ilustração. Tem como questões norteadoras:

1. O que se intitula como *Roteirização Dialogal*?

¹⁹<http://www.eca.usp.br/turismocultural/> Acesso em 06/12/2013.

²⁰<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/> Acesso em 06/12/2013.

²¹<http://revistas.es.estacio.br/> Acesso em 06/12/2013.

²²<http://pasosonline.org/> Acesso em 06/12/2013.

²³<http://www.interpnet.com> Acesso em 06/12/2013.

²⁴<http://www.interpret-europe.net/> Acesso em 06/12/2013.

2. *Em que pontos os roteiros traçados nos projetos Palácios do Rio (desenvolvido no Morro da Conceição, Rio de Janeiro, em 2011) e Roteiros dos Fortes: circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía de Guanabara convergiram para uma **Roteirização Dialogal**?*

Dessa maneira, a estrutura da pesquisa pode ser resumida nos passos para estabelecer o que se intitula **Roteirização Dialogal** e o cotejamento com as experiências de construção de roteiros turísticos vivenciadas nos dois Projetos, buscando destacar seus pontos de convergência. Insere-se, portanto, nas categorias de pesquisa bibliográfica e análise documental, com descrição de casos, uma vez que, em sua constituição, demandou essencialmente pesquisas de tal natureza.

Fonseca (2002, p. 32) alerta que qualquer trabalho científico deve iniciar-se com uma pesquisa bibliográfica, pois essa permite ao pesquisador situar-se no campo e conhecer o que já foi estudado e publicado sobre o assunto. Para ele, as pesquisas bibliográficas são realizadas a partir do levantamento de referências teóricas analisadas e publicadas em meios físicos ou eletrônicos, como livros, artigos científicos e páginas de *web sites*. Algumas pesquisas, como é o caso da presente, se baseiam essencialmente nas pesquisas bibliográficas e análises documentais, buscando estudar diversas posições acerca de um problema (GIL, 2007, p. 44) apud (GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p. 37).

Embora a pesquisadora tenha participado diretamente na construção dos roteiros de visita dos dois Projetos que ilustram a pesquisa, não há como situar a investigação como Pesquisa Participante, pois esta se caracteriza pelo envolvimento e identificação do pesquisador com as pessoas investigadas, pressupondo a participação planejada na situação-problema (FONSECA, 2002). Conforme poderá ser visto, esse não foi o caso, uma vez que a investigação não trata das estratégias de mediação entre o tema e os interessados para a solução de um problema identificado *a priori*, mas da sistematização de uma metodologia iluminada por conceitos teóricos definidos e comparada *a posteriori* com a experiência realizada.

Por outro lado, ela também não pode ser tomada como Pesquisa-Ação, pois esta se define como uma investigação de cunho social concebida e realizada em estreita associação e cooperação com os participantes representativos da situação, também

pressupondo uma participação planejada do pesquisador na situação problemática a ser investigada.

"É bom lembrar que a principal vocação da pesquisa-ação é principalmente investigativa, dentro de um processo de interação entre pesquisadores e população interessada, para gerar possíveis soluções aos problemas detectados" (THIOLLENT e SILVA, 2007, p. 95).

Muito embora o diálogo tenha sido a tônica e a principal base que sustenta as ações do projeto, essa proposta não esteve presente *a priori* na concepção, nem do projeto, nem da pesquisa.

Todavia, cabe reconhecer, que, como salienta Fonseca (2002),

O pesquisador, quando participa da ação, traz consigo uma série de conhecimentos que serão o substrato para a realização da sua análise reflexiva sobre a realidade e os elementos que a integram. A reflexão sobre a prática implica em modificações no conhecimento do pesquisador (p. 35).

De fato, a experiência vivida no campo trouxe uma série de subsídios para a melhor compreensão dos meandros da metodologia utilizada. Mais ainda, é possível afirmar que a estada no campo determinou e moldou a metodologia utilizada, bem como favoreceu as proposições e a posterior sistematização do termo **Roteirização Dialogal** à luz dos autores elencados.

Os textos levantados para a investigação bibliográfica foram selecionados visando primeiramente à percepção e composição do panorama do turismo na atualidade. Essa mesma necessidade de atualização levou a privilegiar os artigos publicados em revistas científicas, pois, em geral, apresentam maior dinamismo editorial e congregam a maioria dos trabalhos acadêmicos significativos.

O critério utilizado para as consultas em periódicos foi dar preferência às revistas indexadas pelas bases de dados do ISI, Scopus, Periódicos Capes, CIRET (International Center for Research and Study on Tourism) e SciELO (Scientific Electronic Library Online). Dentre eles, foram destaque as revistas *Tourism Management* e a *Annals of Tourism Research*, que se mostraram presentes em grande parte das buscas por termos e palavras-chave (*route, circuit, parcours, rota, circuito, itinerário, roteirização*) realizadas nessas bases de dados, e cujos artigos apresentam maior índice de impacto. Desses textos foram identificados os contextos socioeconômicos e culturais atuais onde o turismo se desenvolve, os desafios contemporâneos enfrentados no setor, as análises e soluções apresentadas em diversos casos, utilizados para traçar um breve panorama.

As pesquisas incluíram ainda, os documentos legais de órgãos oficiais, como o Ministério do Turismo ou as Secretarias de Estado e Municipal de Turismo do Rio de Janeiro. Esses foram acessados diretamente em suas páginas eletrônicas, em publicações distribuídas em encontros temáticos e por entrevistas aos técnicos indicados pelas próprias instituições. A partir desses resultados foram compostos os cenários internacional, nacional, estadual e municipal apresentados no Capítulo 1.

A revisão mais ampla terminou por indicar a coerência e a atualidade dos conceitos defendidos pelos autores escolhidos para a fundamentação teórica: Hassan Zaoual e as teorias dos *Sítios Simbólicos de Pertencimento* e de *Turismo Situado* e Martin Buber e os encontros significativos e as relações dialogais. Para dialogar com eles, foram levantados aspectos da visão de Roberto Bartholo sobre ética, sustentabilidade e *Turismo de Base Comunitária*, de Milton Santos sobre o espaço, considerando os *fixos e fluxos*, e alguns autores franceses como Maria Gravari-Barbas, cujo olhar sobre a relação entre o turismo e o patrimônio se mostrou pertinente e complementar ao tema. As sínteses de tais revisões estão expostas no Capítulo II, categorizadas pela autoria ou pelo tema.

O Capítulo III consiste no exame da literatura especializada sobre roteirização. Essas, conforme foi dito, existem em número bastante reduzido. Antes, porém, propõe-se uma analogia com uma exposição de arte na intenção de isolar o conceito de *roteirização*, seguida pelo exame das propostas oficiais do MTur relacionadas à criação de roteiros. As conexões e interfaces entre os diversos conceitos investigados foram cruciais para a identificação do que se entende por **Roteirização Dialogal**.

Uma vez definido, no Capítulo IV, são apresentados os Projetos Palácios do Rio e Roteiros dos Fortes: circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía de Guanabara, e suas aproximações à proposta de **Roteirização Dialogal**. Ao final, são tecidas algumas considerações sobre a pesquisa.

Com esse trabalho, espera-se poder ajuntar reflexões e dados sobre o tema, somando aos poucos existentes, expondo à comunidade acadêmica, aos gestores e aos técnicos, algumas considerações sobre a construção de roteiros de visitação, na expectativa de contribuir com as pesquisas teóricas futuras, com as tomadas de decisão e com a conscientização da importância de tais preceitos na construção das atividades práticas no setor do turismo.

1.3.1 Objetivo geral

Investigar em que pontos os roteiros traçados nos projetos Palácios do Rio (desenvolvido no Morro da Conceição, Rio de Janeiro, em 2011) e Roteiros dos Fortes: circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía de Guanabara convergiram para uma **Roteirização Dialogal**.

1.3.2 Objetivos específicos

Objetivo um: contextualizar teoricamente conceitos que apontam para uma roteirização dialogal

Objetivo dois: ilustrar a **Roteirização Dialogal** com os projetos Palácios do Rio e Roteiros dos Fortes: circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía de Guanabara à luz dos conceitos elencados

CAPÍTULO II

2 Revisão da literatura e principais referências teóricas

"E mais de três mil anos se passaram até que tivéssemos 'descoberto' esse fato, até que tivéssemos aprendido que a ordem 'descoberta' no universo pelas ciências da natureza é projeção da linearidade lógico-matemática dos seus textos, e que o pensamento científico concebe conforme a estrutura de seus textos assim como o pensamento pré-histórico imaginava conforme a estrutura das suas imagens. (...) As pedrinhas dos colares se põem a rolar, soltas dos fios tornados poderes, e a formar amontoados caóticos de partículas, de quanta, de bits, de pontos zero-dimensionais."

FLUSER, Vilém. O universo das imagens técnicas: o elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

2.1 Sítios simbólicos do pertencimento e turismo situado²⁵

O conceito de turismo situado foi concebido pelo filósofo franco-marroquino Hassan Zaoual (2006) a partir de experiências empíricas e de seus estudos sobre a transposição de projetos econômicos europeus para países africanos – em particular, para o Marrocos –, e de sua observação sobre o esgotamento dos paradigmas hegemônicos instituídos pelo capital e que se mostram cada vez mais alarmantes na atualidade.

Procurando conceber uma justificativa para os fracassos das intervenções econômicas, Zaoual constrói o conceito de *Sítio Simbólico de Pertencimento*. Para ele, os sítios são “comunidades de sentidos, sistemas de pertencimento” (p. 34), e, por sua singularidade, os modelos únicos ou concebidos fora do sítio, “[por]que não leva[m] em consideração a relatividade dos contextos humanos, nem mesmo a capacidade de autonomia dos espaços locais” (p. 27), serão sempre ineficazes.

...Se forem concebidos fora do sítio, a técnica, o modelo ou o projeto são perdas de tempo. (...) O sítio sabe evitar os projéteis dos tecnocratas e especialistas em desenvolvimento. (...) O código de evolução de cada sítio só será perceptível se houver integração da memória do território e de seu papel na dinâmica de sua cosmovisão (p.73).

²⁵ Partes significativas desse texto foram publicadas como artigo na Revista Turismo & Desenvolvimento, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal (EGREJAS, FRATUCCI e BARTHOLO, 2014).

Na concepção do filósofo, o sítio é uma entidade imaterial, invisível, que impregna intimamente os comportamentos individuais e coletivos e todas as manifestações de uma determinada região. Todo o saber social é fortemente influenciado por sua mundividência, que oferece aos indivíduos aderentes um arcabouço conceitual que os guia em suas práticas cotidianas, no seu saber-fazer, suas técnicas, modos de exploração dos ambientes, etc. (ZAOUAL, 2009).

As relações constituídas nos sítios são portadoras das memórias sociais, implicam e revelam os valores patrimoniais coletivos e podem lhes atribuir ou não cargas afetivas. O sítio, portanto, forja e constitui o imaginário dos indivíduos ao mesmo tempo em que lhes une e lhes confere pertencimento.

O sítio é também o lugar do encontro, mas não é necessariamente vinculado aos espaços geográficos. Assim, é possível estar “perto do que é topologicamente distante e longe do que é topologicamente próximo” (BARTHOLO, SAN SOLO e BURSZTYN, 2009, p. 46), ou ainda, que o lugar da proximidade “é o encontro face a face”.

Observando a presente pesquisa à luz de tais conceitos, entende-se que o lugar turístico pode ser considerado um sítio de pertencimento para o morador, que abre suas portas para receber o outro. Como também pode se tornar um sítio simbólico para o visitante que se aproxima e se insere naquele espaço, ainda que tal sensação possa ser momentânea (BARTHOLO, 2009).

O princípio de respeito à singularidade do sítio que esse modo de entender pressupõe instaura uma nova ética na atividade turística, pois, “intervir ou não em dado sítio é uma questão ao mesmo tempo científica e moral. Modelo ou medidas mal ajustados ao sítio podem acarretar sua destruição parcial ou total, sem oferecer a seus atores uma melhoria de sua situação.” (ZAOUAL, 2006, p. 54).

Considerando tais ideias, a circulação de pessoas em visita turística pode ser compreendida como entrada no sítio simbólico de pertencimento de moradores e frequentadores de um lugar, o que, nessa acepção, desaprovava o uso de modelos concebidos fora do sítio ou a execução de projetos exógenos.

Não se quer dizer com isso que Zaoual reprove a circulação turística nos sítios, pelo contrário, segundo suas palavras, “o lugar que se fecha, acaba se decompondo e se esgotando” (ZAOUAL e ROUSSEL, 2012, p. 25). Ele observa que a singularidade do sítio se alimenta da inter-relação entre os moradores locais e os visitantes, desde que

dentro de um enfoque produtivo e sustentável; “o lugar que se abre, sem prestar a atenção às suas *próprias riquezas* de todo tipo, acaba se destruindo” (p. 25, grifo do autor).

Em seu texto, "Do turismo de massa ao turismo situado, quais as transições?" (2009), Zaoual trata das dinâmicas que apontam para o declínio do turismo de massa em contraposição às novas tendências orientadas para o *turismo situado*. Com base em experiências empíricas, observa que a demanda turística vem se tornando mais exigente, variada e variável, tendendo a se focar cada vez mais na qualidade e na valorização da cultura e do ambiente, procurando sítios autênticos e maior profundidade do intercâmbio e harmonia com a natureza e a memória do lugar. "A crise do reinado da quantidade abriu então a porta à qualidade" (p. 57).

Segundo ele, aos poucos vem se observando uma mudança de paradigma oriunda do atordoamento contemporâneo pela perda das referências, pela necessidade que o ser humano tem de pertencimento. Essa mudança torna-se evidente nas atividades turísticas por serem essas eminentemente relacionais, uma vez que são atividades do setor de serviços. A crise que levou à mudança também promoveu nos turistas o desejo de serem responsáveis e solidários em seus intercâmbios com o mundo em desenvolvimento (p. 58).

Na face oposta, também é possível identificar as mudanças de atitude. Os anfitriões, por sua vez, procuram participar do desenvolvimento de sua economia afastando-se o mais possível das experiências do turismo de massa que já sabem levar à marginalidade econômica e social, à destruição dos referenciais culturais e ao esgotamento ecológico dos sítios (p. 58-59). A proliferação das novas concepções de turismo: turismo solidário, eco-turismo, turismo sustentável, turismo de experiência, dentre outras denominações tendem a ser fruto dessa mudança de paradigma.

Baseado nesses contextos, Zaoual advoga pelo *turismo situado*, ou seja, um turismo que se afasta do padrão do lucro a qualquer preço e que investe em direção ao intercâmbio e aos serviços primordialmente relacionais, de natureza simbólica antes de ser monetária. Esses serviços mostram-se em harmonia com a *economia da confiança* (grifo do autor, p. 68).

A demanda que se exprime através do turismo pós-industrial é também um verdadeiro retorno de valores e de imagens da sociedade. A nova demanda turística é uma demanda

existencial. É um sintoma de necessidades e de atividades cujo conteúdo civilizacional ainda não está decifrado em toda a sua profundidade, à medida que ele somente é definido pelo mesmo paradigma de antigamente, ou seja, aquele da economia (p. 69).

Relacionando tais conceitos aos processos de turistificação – e no caso desse trabalho, à roteirização – pode-se afirmar que eles devem levar em conta a relatividade dos contextos, a capacidade de autonomia dos espaços, os padrões relacionais interpessoais e a carga simbólica que lhes são atribuídos. Tais encaminhamentos aconselham a roteirização construída em diálogo com o sítio e norteada por princípios que priorizem as relações humanas em detrimento das relações comerciais.

2.2 Encontros significativos e relações dialógicas

Martin Buber, filósofo austro-húngaro, nascido em 1878 e falecido em 1965, foi professor em diversas universidades europeias, como nas cidades de Viena, Berlim, Zurich, Leipzig.

Segundo sua filosofia, o ser humano é um ser relacional e conhece o mundo por meio das relações que trava, “numa possibilidade relacional que se estende para além do campo do inter-humano” (BARTHOLLO, 2009, p. 47).

Para Buber, as relações acontecem de duas formas que se alternam, denominadas por ele de “Eu-Tu” e “Eu-Isso”. Segundo sua teoria, a relação do tipo Eu-Isso define as conexões formais e institucionais, e permite tomar o ente diante de si como algo a ser experimentado e utilizado como um objeto. Enquanto a relação do tipo Eu-Tu se revela como um momento único de ligação ontológica, de intensa significação e de inteireza, de reconhecimento da existência do outro, de reciprocidade, de pessoalidade; trata-se de uma ligação profunda com o outro que torna possível a realização pessoal, a criação estética, a construção de conceitos e as ressignificações (SAVIOLO, DELAMARO e BARTHOLLO, 2005).

Com seu pensamento filosófico, Buber aponta para a existência de uma ética relacional ao considerar que o encontro entre dois seres mutuamente conscientes um do outro ocorre de tal forma que entre eles não cabe um comportamento em que as partes se considerem objetos, mas apenas como parceiros reciprocamente responsáveis pelas ações cotidianas.

Em uma escala mais ampliada, entende Buber que, para que uma comunidade se efetive enquanto tal, cada um de seus membros deve confirmar o outro na ação recíproca que se instaura no *diálogo*. Só assim serão possíveis a convivência e a relação mútua. Para Buber, a base da verdadeira vida comunitária não é instrumental nem está em sua aparente uniformidade; ela reside no empenho em efetivar as relações interpessoais e a vivência comum dentro do princípio da alteridade, que garante a inteireza e singularidade dos membros enquanto coletividade.

A vinculação de tais reflexões às experiências no turismo conduz ao entendimento de que este deve produzir mais do que uma visita, ou seja, deve buscar promover o encontro segundo perspectivas éticas, em que visitantes e visitados considerem-se mutuamente e tenham, ambos, a possibilidade de atualização na oportunidade do encontro face a face.

Vale ressaltar que os encontros significativos são sempre um acontecimento surpreendente e incontrolável, que escapa ao determinismo dos planejamentos e projeções (BURSZTYN, BARTHOLO e DELAMARO, 2009, p. 52). Isso equivale dizer que, apesar de ser desejável que a experiência turística se transforme em um encontro do tipo Eu-Tu, não há como preconcebê-lo de antemão. Segundo Buber, a liberdade humana é condição para o encontro e é impossível forçar-lhe o acontecimento. No entanto, as oportunidades podem ser facilitadas, e o são, principalmente no turismo, em que a predisposição ao diferente já é requerida.

Seu pensamento acerca da constituição comunitária também aponta para a necessidade de considerar a circulação turística como oportunidade de convivência, ou, no dizer de Illich (1976), de convivencialidade. Os roteiros construídos pelo diálogo e pelo respeito aos valores e crenças locais podem vir a contribuir para que tanto visitantes como visitados se vejam implicados no processo de desenvolvimento daquele sítio, favorecendo uma atitude social que possibilite a manutenção e conservação, além da consolidação do grupo social local.

2.3 Interfaces importantes

Para dialogar com esses autores fundamentais, apresenta-se a seguir pensadores e conceitos que apoiarão a reflexão sobre o objeto de estudo. Tais pensamentos fazem

importantes interfaces com os autores apresentados e auxiliam na conceituação e no traçado dos limites teóricos da **Roteirização Dialogal**.

2.3.1 Ética e sustentabilidade

A crise do paradigma atual, que tem por eixos prioritários a ciência e a economia, vem produzindo distorções em diferentes níveis e vem deformando o entendimento sobre o significado de termos como sustentabilidade. É necessário romper com esse modelo e com a ótica que lhe caracteriza para que seja possível compreendê-la não como uma questão instrumental, que se resolve por receitas ou regras, mas como uma questão ética, que perpassa a relação e o compromisso entre pessoas (BARTHOLO e BURSZTYN, 2001).

Uma das dificuldades do rompimento com tal visão hegemônica está nas certezas contemporâneas de quase irrestrita liberdade de escolhas que os seres humanos são levados a crer que existe e que têm, quer seja pelos avanços tecnológicos a que a humanidade alcançou, quer seja pelas possibilidades de interferências possíveis no curso orgânico da natureza. No entanto, é importante que se tenha consciência de que essa supervalorização da ciência como eixo de ordenamento das verdades e de ângulo de observação da vida, se em muitos casos pode ajudar a resolver, em outros, é ela própria a causadora de problemas que ultrapassam a própria tolerância da natureza e do tecido social.

No trabalho desenvolvido com Saviolo e Delamaro (2005), Bartholo indica que o rompimento com esse estreitamento do significado do termo deve ocorrer também na esfera político-filosófico, na direção do reconhecimento dos direitos das pessoas às suas identidades culturais e na garantia da afirmação da equidade e justiça social. "A ruptura com o desenvolvimento depredador e promotor da injustiça não é uma questão eminentemente técnica. É, sim, um imperativo ético" (SAVIOLO, DELAMARO e BARTHOLO, 2005, p. 15).

E, tratando-se de um compromisso relacionado às gerações futuras, há uma sutileza a ser considerada, pois se trata de um compromisso a ser firmado entre "desiguais e diversos" (BARTHOLO e BURSZTYN, 2001, p. 166), pois expõe a vulnerabilidade dos que virão às nossas escolhas e decisões atuais, sem que possamos exigir quaisquer contrapartidas, acordos ou negociações, expondo a condição ética da sustentabilidade.

Em relação ao turismo, Saviolo, Bartholo e Delamaro (2005) reconhecem que sua característica interdisciplinar termina por dificultar a quebra do paradigma comercial em favor da sustentabilidade, uma vez que o cuidado para com uma de suas dimensões não necessariamente reverte em benefício para as demais (p. 18). Alertam, também, para o perigo de se tomarem ilusoriamente os impactos positivos possibilitados pelo turismo como substitutos para as políticas de desenvolvimento local (p. 19). Consideram o convívio social e as relações dialógicas potentes para a transformação da visita turística em uma experiência singular e única, reforçadora da valorização da identidade e da cultura local, e, portanto, facilitadores da ruptura para com os modelos de turismo industrialistas e massificados que afetam a conservação e preservação dos lugares.

Os projetos que dão suporte às discussões neste trabalho apresentam interfaces como comprometimento ativo dos atores locais situacionalmente afetados, a preponderância dos padrões relacionais interpessoais nos serviços turísticos receptivos, a dialogicidade situada como facilitadora da abertura dos canais de interlocução com o patrimônio relacional do sítio, e o fato de a prática de tais iniciativas turísticas exigirem uma permanente interlocução e uma pactuação negociada de compromissos (BARTHULO, 2009, p. 51).

Também aqui o cerne das questões são os sítios de pertencimento e as relações dialogais, entendendo que a entrada de um visitante em um sítio mostra-se como uma possibilidade de compartilhar a experiência de sentido que ali existe referente às diferentes esferas da vida vivida (BARTHULO, 2009, p. 52).

Isso implica e requer, tanto dos visitantes como dos locais, uma atitude dialógica, o que, como já foi expresso aqui, significa a abertura para primordialmente "falar com alguém, não de alguém, ou de alguma coisa"; ou seja, de ambos os lados se colocarem disponíveis e vulneráveis para imaginar-se no lugar do outro, ampliando o senso social. Pensado dessa forma, o TBC depende fundamentalmente das dinâmicas sociais que privilegiam a reciprocidade para além da troca centrada nos aspectos mercantis (BARTHULO, CAMPOS, *et al.*, 2011, p. 14). E isso, mais uma vez, converge para as experiências de **Roteirização Dialogal** que aqui se deseja conceituar.

Esse turismo respeita as heranças culturais e tradições locais, podendo servir de veículo para revigorá-las e mesmo resgatá-las. Tem centralidade em sua estruturação e o estabelecimento de uma relação dialógica e interativa entre visitantes e visitados. Nesse modo relacional, nem os anfitriões são submissos aos turistas, nem os turistas fazem dos hospedeiros meros objetos

de instrumentalização consumista (BURSZTYN, BARTHOLO e DELAMARO, 2009, p. 86).

Esses pensamentos recomendam a realização de propostas ou projetos de turismo que busquem o diálogo com os implicados como base para seu desenvolvimento, considerando que se deva observar, para além dos preceitos técnicos, os relacionais e éticos, que indicarão os limites sustentáveis da ação, da produção e do consumo.

Os autores ressaltam que não é incomum gestores públicos tomarem o turismo como uma proposição salvadora e que terminem substituindo o necessário plano de desenvolvimento— que deveria proporcionar aos moradores e frequentadores de um sítio a participação nas decisões de maneira democrática— por ações restritas, prescritas e pontuais que consideram objetivamente as possibilidades de ganhos imediatos, fazendo uso dos modelos industrialistas e massificadas do turismo.

2.3.2 Os roteiros, os lugares, as dinâmicas e os tempos

Uma vez que os roteiros são realizados sobre os territórios, é importante que se compreenda o espaço turístico. Vale ressaltar, todavia, que não se trata aqui de realizar um exame aprofundado deste tema na Geografia, mas, como exposto, tão-somente contribuir para ampliar a compreensão do processo de roteirização.

A escolha de Milton Santos como base para essa reflexão se deveu à importância de sua aproximação com os conceitos básicos discutidos anteriormente. Em especial, podemos destacar as interfaces de seu pensamento com o de Zaoual.

Em sua discussão sobre o lugar e o cotidiano, Santos (1996) deixa claro que a memória coletiva é um cimento indispensável à sobrevivência das sociedades, o elemento de coesão que garante a permanência e a elaboração do futuro (p. 329). Essa conexão também pode ser observada, mais fortemente, quando Santos defende que os estudos sobre Geografia, devem investigar o efeito das superposições de técnicas utilizadas que, sem a consideração dos sistemas locais, criam distorções e desigualdades (SANTOS, 1988, p. 39). E em outro ponto, quando discute sobre as categorias tradicionais e atuais da geografia, tratando da expansão da população mundial e os modos de produção e a vida nos diferentes regiões do mundo, afirma que

Um mesmo elemento – um banco, um shopping center (...) etc. – terá impactos diferentes em áreas distintas de um país ou do planeta. Para isso concorrerão a história do lugar, as condições existentes no momento da

internalização (quando o que é externo a uma área se torna interno) e o jogo de relações que se estabelecerá entre o que chega e o que preexiste. É esse conjunto de coisas que fará com que um mesmo processo de escala mundial tenha resultados distintos, particulares, segundo os lugares (p. 54).

Sua obra também apresenta interface com a obra de Buber. Ainda na discussão sobre o lugar e o cotidiano, Santos faz distinção entre informação e comunicação, onde a primeira refere-se à interlocução sem a criação de quaisquer laços sociais, enquanto a segunda, se vincula aos processos que incluem uma "verdadeira negociação social, de que participam preocupações pragmáticas e valores simbólicos" (1996 p. 316). O autor reconhece também a importância da proximidade (face-a-face em Buber), apontando a cidade como um lugar onde há mais mobilidade e mais encontros, e onde a geração de relações interpessoais é ainda mais intensa (p. 319).

Não se quer dizer com isso que o pensamento filosófico buberiano poderia ser comparado à visão mais pragmática de Santos, mas, sim, que o segundo reforça a importância das relações interpessoais como matriz da densidade social e de trocas simbólicas e do que chama de 'emorazão': a união entre emoção e razão.

E essas seriam as justificativas iniciais para a escolha da obra de Santos como base para a compreensão geográfica do tema. Mas a discussão acerca do espaço geográfico que mais interessa a esse estudo, entretanto, é seu entendimento de que o espaço não é apenas o suporte físico onde as coisas cotidianas ocorrem, mas a integração dialógica entre os aspectos físicos e as dinâmicas culturais. No dizer de Santos, o espaço geográfico existe como um conjunto indissociável entre sistemas de objetos (fixos) e de sistemas de ações (fluxos). "No plano global, as ações, mesmo 'desterritorializadas', constituem normas de uso dos sistemas localizados de objetos, enquanto, no plano local, o território, em si mesmo, constitui uma norma para o exercício das ações" (p. 332).

Segundo o autor, o espaço é formado sempre por fixos e fluxos. Os fixos são os próprios instrumentos de trabalho e as forças produtivas em geral, incluindo os seres humanos. Os fluxos são o movimento, a circulação, a distribuição e o consumo (Santos, 1988, p. 86). Ele soma a estes dois elementos a "periodização", necessária para o entendimento de que, a cada momento, as relações entre fixos e fluxos se alteram, provocando uma nova empirização. "(...) uma mesma coisa deixa de ser o que antes ela era à medida que muda o seu conteúdo histórico" (p. 93).

Com esse pensamento, Santos justifica que um objeto geográfico (fixo) seja ao mesmo tempo um objeto social graças à interação com os fluxos. E permite que se compreenda a **Roteirização Dialogal** a partir da relação entre e elementos fixos – ruas, casas, igrejas, fortes, pessoas, jogos, imagens... –, e fluxos – recepção, consumo de bens, participação nos jogos, deslocamento... – em um determinado espaço de tempo. Todavia, alerta Santos que nem sempre é fácil apreender os fluxos, sendo muito mais cômoda a abordagem dos fixos (agências, bancos, hospitais, escolas...), pois estes tendem a predominar sobre aqueles (p. 72).

O conceito de **Roteirização Dialogal** aqui exposto leva em conta que tais dinâmicas associadas à vida cotidiana instituem novos significados aos espaços, indicando a necessidade de renegociação a cada novo momento²⁶.

Outro conceito de Santos que interessa à pesquisa é o que faz relação entre paisagem e patrimônio. Para ele, "a paisagem deve ser pensada paralelamente às condições políticas, econômicas e também culturais" (p. 75), sendo um objeto em mudança, resultado de adições e subtrações sucessivas.

Uma paisagem é escrita sobre a outra, é um conjunto de objetos que têm idades diferentes, é uma herança de muitos diferentes momentos. (...) Somente uma parte dos objetos geográficos já não atende aos fins de quando foi construída. Assim a paisagem é uma herança de muitos momentos, já passados, (...) (p. 73).

Ou seja, é um conjunto de formas heterogêneas, de idades diferentes, pedaços de tempos históricos representativos das diversas maneiras de produzir as coisas e de construir o espaço (p.75), cujo exemplo poderia ser a reutilização de antigas fortificações que na origem tiveram outras atividades.

2.3.3 Aspectos da relação entre a construção de roteiros turísticos e o patrimônio

Tal como nos casos anteriores, o aprofundamento sobre as relações entre turismo e patrimônio não constitui o objeto principal deste estudo, mas auxilia na compreensão das dimensões conceituais da proposta de **Roteirização Dialogal**, uma vez que os roteiros se corporificam sobre um espaço geográfico e inúmeras vezes se utilizam do

²⁶Conforme poderá ser visto, as dinâmicas de visitação foram concebidas em função do espaço (fixos e fluxos), e visando a facilitar a compreensão deste mesmo espaço pelos visitantes.

patrimônio cultural, sejam naturais ou construídos, materiais ou imateriais, como pontos de atração.

A relação entre turismo e patrimônio é tratada por diferentes autores, em diversos trabalhos, e por um sem-número de ângulos diferentes. Destacam-se aqui algumas conexões que fazem liame com os objetivos do trabalho²⁷. São elas:

a) Segundo a Organisation For Economic Co-Operation And Development (OECD) essa relação é entendida como mutuamente benéfica e tida como capaz, inclusive, de fortalecer os destinos.

La cultura es cada vez un elemento más importante del producto turístico que genera distinción em un mercado global hacinado. Al mismo tiempo, el turismo es um medio importante de aumentar la cultura y generar ingresos que puedan apoyar y fortalecer e lpatrimonio cultural, la producción cultural y la creatividad. Generar una relación fuerte entre turismo y cultura puede así ayudar a los destinos a ser más atractivos además de más competitivos como lugares para vivir, visitar, sonde trabajar e investir (OECD, 2009, p. Preâmbulo).

Entretanto, o sentido de patrimônio cultural preservado pelos habitantes de um sítio (que nesse sentido inclui paisagens, edificações, saberes e artefatos) tem importância dinâmica, entretecida entre o passado e o presente da localidade; constitui uma construção social historicamente situada e socialmente localizada (BARRETO, 2000), (CAMARGO, 2002), (DIAS, 2006) e (ZAOUAL, 2009). Ou seja, os bens considerados parte do patrimônio dos grupos sociais não estão à margem dos conflitos de interesse ou das disputas de poder, uma vez que são porta-vozes de discursos e imagens que podem privilegiar ou segregar frações da história. Ou por outra forma, que o ambiente turístico não escapa de ser, ele próprio, palco e motivação do desenrolar de complexas relações sociais (PAES, 2009), (IRVING, 2009), (BARTHOLO, SAN SOLO e BURSZTYN, 2009) e (FORTUNA, 2012).

b) Os patamares econômicos alcançados pelo turismo têm motivado a refuncionalização de um número significativo de cidades na busca de se bem posicionarem nos rankings mundiais de chegadas, e na tentativa de se apoderarem de alguma parte dos valores circulantes. Isso vem conduzindo ao aumento dos esforços dos governos e da iniciativa privada para transformar recursos em atrativos turísticos, e estes, em mercadorias

²⁷Parte das ideias aqui expostas foram apresentadas no formato de artigo no Seminário Internacional Representações da Cidade no Mundo Lusófono e Hispânico, realizados em Lisboa nos dias 4 e 5 de novembro de 2013; em Madri, dias 7 e 8 de novembro; e no Rio de Janeiro: 25 a 29 de novembro do mesmo ano. (EGREJAS, BOTELHO e BARTHOLO, 2013)

originais e únicas que incitem o desejo da visita e do consumo (URRY, 2001), (BAUMAN, 2001) e (HALL, 2001).

Por outro viés, a patrimonialização da cultura vem se mostrando como um forte recurso para suprir a falta de referências comuns e o desaparecimento de conceitos que promoviam a coesão do tecido social (ZAOUAL, 2009), impulsionado principalmente pela polaridade criada entre a globalização versus movimentos de fortalecimento da singularidade dos sítios.

Como um artifício idealizado com finalidades de identificação no espaço e no tempo, como elemento de referência, o patrimônio representa, para a sociedade atual, uma verdadeira necessidade. De tal forma que o patrimônio se converteu, nos últimos anos, num verdadeiro culto popular e também, numa etiqueta extraordinariamente extensiva a uma enorme quantidade de elementos e objetos, do individual ao coletivo, do material ao intangível, de um passado mais remoto a um passado mais recente. (THOMAZ e FERREIRA, 2012)

Nesse sentido, vê-se crescer a importância dos bens patrimoniais como ícones ou símbolos da cultura local, especialmente aqueles com maior possibilidade de dinamizarem o tecido social por serem portadores de histórias significativas, originalidade e beleza estética – per si ou em seu entorno –, e que também possuam forte poder de atratividade turística.

Assim, o interesse na patrimonialização ultrapassa a criação de uma referência social ou a preservação do bem mas visa também instituir ícones atraentes – e turísticos – que venham a ser vetores do desenvolvimento econômico que tanto podem atrair investidores, como incentivar o empreendedorismo local.

c) Os bens patrimoniais podem ser considerados de valor excepcional e vêm sendo inscritos pela UNESCO em uma lista conhecida como Lista do Patrimônio Mundial²⁸. Instituída pela Conferência Geral da UNESCO em 1972, a Convenção sobre a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural definiu as classes de sítios naturais ou culturais que podem e merecem ser incluídos na Lista, fixou os deveres dos Estados-membros e estabeleceu um Fundo de Assistência visando à proteção e ao uso saudável dos bens inscritos. A UNESCO, propriamente, não recomenda a inscrição de bens, devendo ser esta uma de iniciativa dos próprios Estados signatários. A solicitação de inclusão dos bens na lista deve vir acompanhada de um plano detalhado de como o sítio

²⁸Ela pode ser acessada em <http://whc.unesco.org/en/list/stat>. Acesso em 05/07/2014.

será administrado e protegido. Nas palavras do Diretor do Centro de Patrimônio Mundial da UNESCO,

Toute candidature d'une ville à l'inscription au Patrimoine mondial s'inscrit dans une stratégie globale, qui s'accompagne d'autres stratégies de communication, de positionnement etc. plus vastes dont le classement n'est qu'un élément parmi d'autres. (...) Il est donc très important de s'interroger sur la cohérence de l'inscription avec l'ensemble du projet urbain de la ville concernée: peut-on par exemple prétendre être une ville touristique sans plan de transport? Non. Peut-on prétendre être une ville touristique sans politique de requalification des systèmes de services? Non. Il y a donc des superpositions importantes entre les stratégies des villes et les stratégies touristiques (BANDARIN, 2010, p. 9).

A UNESCO considera o turismo como um poderoso veículo de transformação e desenvolvimento, entretanto, admite que seus impactos possam vir a ser contraproducentes, gerando o aumento de preços e gentrificação. Isso justifica seus esforços para minimizar as consequências do afluxo de visitantes causado pela difusão da excepcionalidade do patrimônio.

Esse mesmo reconhecimento é utilizado também pelo marketing turístico, na (re)criação de imagens promocionais e de imaginários sobre as cidades inscritas na lista. O ponto que aqui se quer salientar são os efeitos que a ressignificação do lugar a partir de abordagens puramente comerciais possam causar na própria população, atuando sobre a história e a memória do lugar, criando novas identidades e narrativas dissociadas do cotidiano do sítio. No extremo, podem criar hiatos entre a "cidade turística", com seus espetáculos, heróis e monumentos, e a "cidade real", que não possui atrativos o suficiente para ser comercializada, ficando relegada ao segundo plano (GOMES, 2012).

d) Há outros pontos que merecem ser colocados em pauta quando sobre a relação entre turismo e patrimônio. É importante não se perder de vista que, diferentemente da salvaguarda aplicada aos bens imateriais, a patrimonialização carrega consigo uma contradição: são as características particulares, tradicionais e identitárias que tornam o bem sujeito ao registro patrimonial, mas, ao ser transformado em "patrimônio", o bem cultural passa a ter um valor deslocado da vida vivida. A condição de patrimônio provoca o que foi chamado por Fortuna (2012) de "autonomização ontológica dos bens patrimonializados", gerando um valor simbólico atribuído, pois, mesmo que a origem de seu valor tenha nascido do uso social ou coletivo, ao ser patrimonializado, distancia-se de seu contexto original, tradicional ou de uso cultural, sendo seu significado construído, fixado, cristalizado. Assim, o mesmo ato patrimonial que consagra o bem, o

investe de sentidos e fixa significados, em geral, fruto de intensas negociações e disputas sociais. Ou seja, o mesmo ato que o fortalece, em outra esfera também o fragiliza. As resultantes que se distanciam dos valores originais mais comumente levam a cenários e arranjos turísticos pasteurizados (FORTUNA, 2012).

e) Comparando duas cidades francesas de porte médio (Nantes e Angers), Garat, Gravari-Barbas e Veschambre (2008) apontam para a existência de duas outras contradições na relação entre turismo e patrimônio relacionadas ao contexto de sustentabilidade no planejamento das cidades. Primeiramente, os autores questionam se "a inflação patrimonial" (p. 5) não termina por atrair e aumentar a densidade urbana, colocando em risco justamente a manutenção e a conservação futura do local. Esta visão é corroborada por Troitiño Vinuesa & Troitiño Torralba (2009), que citam Lazzaroti (2000). Este se refere diretamente à citada Lista da Unesco:

Los bienes incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial han tenido un papel destacado en la revalorización cultural y turística de los conjuntos patrimoniales, evidenciando las contradicciones del sistema en que vivimos, pues la Lista contribuye a configurar destinos de referencia donde, luego, no es fácil controlar los procesos e impactos que el turismo desencadena (LAZZAROTI, 2000).

O segundo ponto levantado por Garat, Gravari-Barbas & Veschambre é a dicotomia existente entre a necessidade atual das cidades de crescerem e evoluírem e o desejo de manterem-se como marcos históricos para as novas gerações. Como crescer e por que crescer? Como preservar e por que preservar? Em relação a esses pontos, os autores concluem em seu argumento que existem saídas possíveis considerando os exemplos estudados, mas dependem fundamentalmente da visão política e da criatividade dos governantes e moradores (GARAT, GRAVARI-BARBAS e VESCHAMBRE, 2008).

f) Uma vez que a importância dos bens patrimoniais não está à margem dos conflitos de interesse e disputas de poder; considerando que o turismo na atualidade atrai grande interesse econômico; e ainda, considerando que a patrimonialização provoca a cristalização de significados; há que se perguntar se os significados cristalizados pela patrimonialização atendem e referem-se, indistintamente, a todos os grupos sociais que convivem, preservam e tomam o bem patrimonial como referência simbólica. Ou, se apenas uma versão da história será tomada como a verdadeira. Sendo assim, **Roteirização Dialogal** pode contribuir para a minimização de problemas advindos de questões como essas, uma vez que considera a voz de muitos.

g) Para o IPHAN, a melhor forma de preservar e conservar o patrimônio é mantê-lo em uso, desde que este seja compatível com suas condições e capacidades. Na concepção de Duarte e Lodi (2005), o turismo planejado e controlado pode auxiliar, tanto na sua valorização, quanto no levantamento de recursos para sua manutenção.

Outro instrumento importante para a sustentabilidade do projeto é a definição de usos sustentáveis para os edifícios e espaços públicos. Usos que não só gerem emprego e renda, como também sejam compatíveis com espaços, especialmente os imóveis antigos de valor histórico, além, é claro, de fomentar o turismo cultural, cuja importância reside no fato de ser um elemento impulsionador do desenvolvimento (p. 294).

Para Dias (2006), a ativação patrimonial deveria ter sua motivação no fortalecimento da identidade, no envolvimento de instituições educacionais, grupos familiares e outros atores do processo cotidiano, com a preocupação objetiva de contribuir para o desenvolvimento local. Dessa forma, "o bem cultural terá tanto mais valor quanto maior for a sua autenticidade, ou seja, quanto mais se identificar com uma determinada comunidade cultural" (DIAS, 2006, p. 47).

Por fim, cabe identificar os aportes teóricos de base projetual que proporcionaram a execução empírica dos projetos que ilustram esta Tese. Estes se mostram importantes uma vez que possibilitam, concreta e graficamente, a realização de projetos em diálogo.

Segundo o entendimento dos estudiosos do Design de Serviços²⁹, as práticas sociais cotidianas e atuais necessitam ser revistas, uma vez que o modelo de desenvolvimento pautado no bem-estar *baseado no produto* já demonstra, claramente, ter chegado ao limite social e ambiental (CIPOLLA, 2010). O design de serviços visa justamente colaborar com essas mudanças disponibilizando tecnologia, instrumental e metodológica, fornecendo suporte para que cada indivíduo ou grupo social, isolado ou em conjunto, possa desenvolver seus próprios modos e processos de superação de tais limites, de maneira inovadora e em favor dos compromissos de sustentabilidade.

Uma de suas características fundamentais é a valorização da co-criação no processo de busca de soluções, que se realiza idealmente com a participação do maior número de interessados e de diversos níveis organizacionais, ressaltando a

²⁹ Para fins desse trabalho, o Design de Serviços foi entendido de maneira estrita, como um movimento filosófico específico, sustentado por corpo teórico consistente, que se utiliza da metodologia centrada no ser humano (*human center design*), cuja proposta pode ser encontrada em IDEO: <http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit>, acesso em 05/07/2014.

multi(inter)disciplinaridade e a definição conjunta de estratégias de ação. Seu principal valor, portanto, está em ser um método relacional, colaborativo, de otimização dos recursos existentes e que considera as potencialidades das atuais tecnologias de informação (CIPOLLA, 2010). Portanto, as propostas de soluções inovadoras não estão centradas no designer, mas nos diversos atores que compõem o processo (MANZINI, 2008).

De acordo com Cipolla (2010), o design de serviços tem por objetivo

fomentar a prática da inovação no setor de serviços, sob a ótica do Design. Especificamente, visa formular, visualizar e coreografar soluções, observando e interpretando os requisitos e padrões de comportamento dos atuais e potenciais usuários para transformá-los em serviços futuros. (...) Baseia-se também nas atividades de design para a inovação social para a sustentabilidade, cujas pesquisas revelaram a emergência de novos modelos de serviço.

Para a Organização Internacional do Trabalho – OIT (2011, p. 17), o turismo sustentável se funda em três princípios: a justiça social, o desenvolvimento econômico e a integridade ambiental. O design de serviços vinculado ao setor do turismo pode vir a contribuir para a formulação de soluções promissoras e sensíveis que apontem para esses princípios. Isso porque se utiliza de processos cíclicos que permitem a revisão, o aprendizado contínuo e o conhecimento crescente e coletivo, além de permitir a integração de diferentes saberes em um mesmo planejamento. (SOUTH AUSTRALIAN TOURISM COMMISSION, 2007).

O processo de criação e resolução de problemas proposta pela metodologia do design de serviços oferece instrumental para o estabelecimento de relações sustentáveis, pois possibilita a previsão de uma gama de situações e de impactos durante o processo de desenvolvimento, prestando-se, inclusive, como veículo para a afirmação de valores culturalmente identitários.

A metodologia de trabalho centrada no ser humano sugere técnicas pragmáticas que se conciliam: tanto com a preocupação de Zaoual em relação à participação dos aderentes de um sítio nos planejamentos, quanto com a valorização das questões referentes à sustentabilidade, foco de atenção de Bartholo. E ainda, apresentam ponto de sinergia evidente com o pensamento de Buber e a importância das relações inter-humanas.

O conjunto de discussões aqui expostas apresentou o contexto e as bases conceituais desta obra. No próximo Capítulo, serão discutidas as questões que afetam diretamente a

roteirização para, em seguida, se proceder à análise da relação entre essas e a caracterização específica da roteirização apoiada no diálogo.

CAPÍTULO III

3 O estado da arte e a proposta de Roteirização Dialogal

Com as novas demandas não basta mais proporcionar uma variedade de elementos para serem conhecidos ao longo de um percurso, mas é preciso dimensionar, fazer emergir a compreensão não apenas do que se oferece para conhecer por meio da viagem, mas da essência do 'porque conhecer' e principalmente de 'como conhecer'. Assim, razões e formas são elementos centrais na construção de itinerários turísticos. (RAMOS, 2012, p. 8)

Neste Capítulo estão identificadas algumas definições de roteiro turístico: os sentidos fixados pelo marco legal e as acepções acadêmicas encontradas no levantamento bibliográfico. Em seguida, são tipificados os criadores/organizadores de roteiros. Antes, porém, será ensaiada uma analogia entre a curadoria de arte e a construção de roteiros turísticos a fim de exibir seus atributos específicos. Ao final deste Capítulo, será caracterizada a **Roteirização Dialogal** com base no referencial teórico adotado.

3.1 Distinção entre planejamento e roteirização a partir da analogia entre a construção de roteiro turístico e curadoria artística

O planejamento turístico representa uma atividade processual interdisciplinar que articula diversos campos e informações, e se corporifica como roteiros de visitação turística, interpretação do patrim nio e atividades turísticas.

Na intenção de bem distinguir planejamento turístico e roteirização, compara-se a tarefa do curador de arte na escolha e organização das obras de arte em uma exposição, com a tarefa de roteirização, ou seja, com a escolha dos atrativos a serem visitados, organizados em roteiros predeterminados. Sugere-se, aqui, que as opções (atrativos, acomodações, lugares para alimentação, formas de transporte etc.), as sequências, o tempo de permanência em determinado local e, a importância atribuída a cada um, são, por si, portadores de significados, levando os visitantes a uma leitura diferenciada – e subjetiva – das visitas, tal como se processa em uma exposição de arte.

A curadoria de arte é uma atividade contemporânea, embora desde tempos remotos tenha sido exercida de maneira não institucionalizada por reis, nobres ou religiosos (HAUSER, 2003). De forma mais genérica, a função pode ser resumida em uma série

de atividades relacionadas à escolha e à exposição de objetos de valor patrimonial em um espaço definido, que pode ser tanto uma galeria de arte, um museu, como outro espaço de caráter público ou privado.

Refletindo sobre a função do curador de arte, Obrist (2010) organizou o livro “Uma breve história da curadoria”, em que, por meio de entrevistas a onze reconhecidos curadores, procura estabelecer definições e conceitos sobre a atividade. Na apresentação do livro, Nessia Lonzini afirma que o conceito vem do latim *curare* e significa cuidar e conservar obras de arte. Pelo discurso dos seus entrevistados, Obrist define o curador como organizador de exposições, arquivista, conservador, negociador de arte, assessor de imprensa, cúmplice de artista (Szeemann); crítico de arte (Cherix e Lippard); divulgador das obras em geral e de artistas em particular e formador de público (Hultén); provocador de reflexões sobre arte e vida (Cladders); além de assumir múltiplos papéis e de fomentar a interdisciplinaridade (Leering). São profissionais interessados pela relação entre a obra do artista e a percepção do espectador (Meyer); pela relação entre o artista, galerias e colecionadores e nos aspectos socioeconômicos da arte, funcionando como agente no processo de tornar visível e dar sentido ao que está exposto (Siegelau). Zanini, único curador brasileiro entrevistado, em seu depoimento, valoriza a relação entre museus e curadores e entre estes e os artistas.

O ponto de maior interesse em relação às atividades dos curadores para este trabalho traduz-se no fato de que, ao disporem das obras de arte – que são unidades de sentido completo e possuidoras de uma aura (no sentido *benjaminiano*) – em determinada organização ou sequência espaço-temporal, os curadores possibilitam a construção de um novo discurso semântico, considerando o deslocamento predeterminado do visitante no espaço expositivo.

Em artigo apresentado em um encontro de historiadores da arte, Martinez (2007) critica a autonomia dos curadores em relação à História da Arte. Embora essa discussão não interesse diretamente a esta pesquisa, em sua análise, ela deixa evidente a amplitude da tarefa do curador e o poder de criar leituras subjetivas.

Ao distanciar-se de um conjunto de valores artísticos consensuais e das referências bibliográficas que embasam este mesmo consenso, o curador elabora um conjunto de critérios que dá origem a marcas de subjetividade na concepção de uma exposição. Ou seja, no lugar de uma reiteração da história da arte, o curador constrói um caminho autônomo e, portanto, produz um discurso predominantemente subjetivo e, por que não dizer, autoritário (p.238).

(...)

A liberdade do curador é, de fato, uma rejeição a valores compartilhados. Suas escolhas se impõem de tal modo, distantes de qualquer critério institucionalizado, que parecem negar deliberadamente o fato de que há algum tempo a história da arte tem sido desmembrada em vozes não-hegemônicas (p.238).

(...)

Substituem-se, portanto, as histórias da arte por narrativas da arte, provocando polêmicas e subjugando um campo do saber compartilhado ao processo autoral que se sobrepõe, às vezes com extremo narcisismo, aos processos de produção de cada obra de arte (p. 239).

Com isso se atesta que as narrativas criadas pelos curadores podem conduzir os processos interpretativos acerca de cada obra em particular, e principalmente, do sentido geral, percebido a partir do conjunto e da sequência proposta. Para tanto, as exposições são organizadas tendo como pressuposto a eventualidade da frequência dos visitantes e a falta de conhecimentos anteriores sobre o assunto, utilizando-se, inclusive, de suportes variados como textos verbais ou vídeos, visando ao controle e à minimização das ambiguidades das leituras que possam comprometer a compreensão desejada pelo curador (MARTINEZ, 2007).

Dessa maneira, compreende-se que qualquer mudança de peça, ordem ou tempo de circulação em uma exposição de arte poderá afetar a leitura ou a compreensão final. A analogia desse tipo de visita com o percurso de visitantes que seguem um roteiro turístico preconcebido em determinada região, coloca em relevo a ideia de que, dependendo do traçado, da escolha, da organização e ordenamento dos atrativos em um roteiro, as cidades ou os lugares serão percebidos e compreendidos diferentemente. (Corroborando o pensamento de Santos [1988] sobre a paisagem.)

A partir dessa perspectiva fica evidente que os roteiros não estão isentos de significados, e que não podem nem devem ser tratados como simples resultados dos planejamentos que lhes deram origem. Para além disso, são capazes, eles próprios, de revelar os posicionamentos intrínsecos ou as intenções subjetivas presentes no planejamento.

3.2 A roteirização observada a partir dos marcos legais

Tendo tais considerações como base para este estudo, passar-se-á a expor as definições de roteiro, a partir dos marcos legais instituídos pelo Ministério do Turismo, iniciando por explicar os documentos oficiais e as propostas relacionadas à roteirização, com

destaque para as publicações dos Cadernos de Turismo, Módulos Operacionais 7 e 8, o Manual de Apoio à Comercialização para Destinos Turísticos, o título Roteiro Turístico, as duas versões da Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização, e os Planos Nacionais de Turismo, todos publicadas pelo Ministério do Turismo. Em 2008, foi sancionada a Lei Geral do Turismo, nº 11.771, de 2008³⁰. Em seu Capítulo V, Seção I, a Lei regulamenta as atribuições dos Prestadores de Serviços Turísticos, destinando a atividade de roteirização às Agências de Turismo (Art. 21 e Art. 27). Como de costume, a Lei vem sendo regulamentada e disciplinada a partir de Portarias e Leis complementares. Dentre elas, a Lei nº 12.974, de 15 de maio de 2014, que trata especificamente das atividades das Agências de Turismo. Esses documentos serão analisados a seguir, tendo o foco principal e exclusivo na roteirização.

Em 2007, o Ministério do Turismo editou o Projeto de Cooperação Técnica para a Roteirização Turística, um programa do governo com a parceria do SEBRAE Nacional e com o Instituto Marca Brasil, que apresenta uma coletânea de documentos orientadores para a implementação do Programa de Regionalização do Turismo chamados Cadernos de Turismo (BRASIL, 2007b).

Nesta documentação a roteirização turística está contemplada especialmente no Módulo Operacional nº 7 – Roteiros do Brasil. Anteriormente a este Módulo estão os dedicados à (1º) sensibilização, (2º) mobilização, (3º) institucionalização da Governança Regional, (4º) elaboração, (5º) implementação do plano estratégico e (6º) sistema de informações. E depois dele, os Módulos de (8º) promoção e apoio à comercialização e de (9º) sistema de monitoria e avaliação. Seguem-se a essas publicações outras referentes à ação municipal, à formação de redes e à sustentabilidade turística.

Cadernos de Turismo – Módulo Operacional nº 7 – Roteirização Turística

A proposta desse Módulo é descrever as vantagens de se elaborar roteiros, as atribuições dos envolvidos no processo e de sugerir uma metodologia para estruturação dos roteiros turísticos. Destina-se, primeiramente, aos representantes das "Instâncias de Governança Regionais³¹", uma vez que são eles, de maneira geral, que animam os processos de

³⁰ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm, acesso em 06/07/2014.

³¹ Segundo o Módulo 3, que incentiva sua institucionalização, a "Instância de Governança Regional, é uma organização com participação do poder público e dos atores privados dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar o Programa [de Cooperação Técnica para a Roteirização Turística] em âmbito regional" (BRASIL, 2007b).

roteirização; em segundo lugar, aos empresários que atuam direta ou indiretamente nas atividades turísticas; e por terceiro, a sociedade civil (p. 22).

Este manual considera um roteiro turístico como

um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro (p. 13).

E prossegue na definição de roteirização turística:

é o processo que visa propor, aos diversos atores envolvidos com o turismo, orientações para a constituição dos roteiros turísticos. Essas orientações vão auxiliar na integração e organização de **atrativos, equipamentos**, serviços turísticos e **infra-estrutura de apoio do turismo**, resultando na consolidação dos produtos de uma determinada região.

No contexto das ações de regionalização do turismo trata-se, neste Caderno, de estabelecer a forma de organizar e integrar a **oferta turística** brasileira. São justamente os produtos, serviços e equipamentos turísticos, além das atividades complementares relacionadas ao turismo, que compõem essa oferta e que serão objeto do processo de roteirização aqui descrito. (p. 13, grifo dos autores).

Pode-se depreender que o texto aponta a roteirização turística como a principal facilitadora da organização dos produtos, serviços e equipamentos que compõem uma determinada oferta. Segundo este documento, "A roteirização confere realidade turística aos atrativos que estão dispersos através de sua integração e organização" (p. 15).

Ele concede ao processo de roteirização o status de auxiliar do processo de identificação, elaboração e consolidação de novos roteiros turísticos, tendo como função informar necessidade de investimentos nos projetos, na estrutura ou na qualificação dos serviços, o que contribuiria para o aumento do número de turistas.

Nesse documento, tal como nas demais publicações do MTur, é valorizado o caráter participativo e o comprometimento dos interessados e parceiros; bem como está exposta a importância do incentivo ao empreendedorismo, à inclusão social e ao resgate e prevenção dos valores culturais e ambientais (p.16).

Apesar de reconhecer e incentivar a "necessidade de mudanças na forma de se encarar a atividade turística, através da elaboração de roteiros que considerem tanto a preservação do patrimônio natural quanto do patrimônio social e cultural" (p. 23), a tônica do documento é majoritariamente comercial ("... já que sua finalidade é eminentemente mercadológica" [p. 18]).

Tecnicamente, no documento estão apresentadas as fases da roteirização como: envolvimento dos atores; definição de competências e funções; avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos; análise de mercado e definição de segmentos; identificação dos possíveis impactos socioculturais, ambientais e econômicos; elaboração do roteiro específico; levantamento das ações necessárias para a implementação do roteiro turístico; fixação dos preços a serem cobrados; teste do roteiro turístico; qualificação dos serviços e empresas turísticos; promoção e comercialização; monitoria e avaliação.

O texto considera como atrativos turísticos os "locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los" (p. 27) e os classificam segundo as categorias de naturais, culturais, atividades econômicas, realizações técnicas, científicas e artísticas e eventos programados.

O documento utiliza como base a metodologia da Organização Mundial do Turismo (OMT) e do Centro Interamericano de Capacitação Turística (CICATUR), sugerindo que os atrativos de maior potencial e melhor estrutura para a recepção turística tenham prioridade na estruturação dos roteiros (p. 29).

Cabe aqui um parêntesis a respeito do quadro criado pela CICATUR. Divide-se em duas partes distintas: a primeira traz um sistema de classificação – uma espécie de tabela de inventário – para os atrativos (sítio naturais, museus, manifestações culturais, realizações técnicas e programas), e uma segunda parte em que sugere uma hierarquização dos atrativos em quatro níveis segundo sua atratividade.

Nessa metodologia não está cotado o nível de participação social ou da hospitalidade local. Na metodologia do MTur, entretanto, o apoio comunitário encontra-se contemplado, muito embora ele tenha peso 1 em contraposição à atratividade e à originalidade, às quais são atribuídos peso 2.

Outro ponto que chama a atenção em tal metodologia é que trabalha com níveis instituídos de popularidade ou atratividade, preterindo os atrativos inovadores ou não institucionalizados como tal. Ou seja, seguindo os critérios apresentados na metodologia, os atrativos novos receberiam grau zero na hierarquia, uma vez que ainda não teriam tido oportunidade de motivar correntes de visitantes.

Tabela 1 Hierarquia de atratividade turística

Hierarquia	Característica
3	É todo atrativo turístico excepcional e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais ou potenciais.
2	Atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes dos mercados internos e externos, seja por si só ou em conjunto com outros atrativos contíguos.
1	Atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares distantes, dos mercados internos e externos, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas ou de motivar correntes turísticas locais (atuais ou potenciais)
0	Atrativos sem mérito suficiente para serem incluídos nas hierarquias superiores, mas que formam parte do patrimônio turístico, como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia, no desenvolvimento e funcionamento de qualquer das unidades do espaço turístico que, em geral, podem motivar correntes turísticas locais, em particular a demanda de recreação popular.

Fonte: Ministério do Turismo (2007).

O Módulo Operacional nº 7 recomenda, ainda, a estruturação de um Plano de Negócios que deverá tomar por base a segmentação de mercado pretendida para considerar as características e as variáveis da demanda, ou seja, "os produtos e roteiros turísticos, de modo geral, são definidos em função da oferta e da demanda, de modo a caracterizar segmentos turísticos específicos" (p. 31). E nessa perspectiva, valoriza a adoção dos segmentos: cultura, ecoturismo, esportes, negócios e eventos, sol e praia, pois estes fazem parte das diretrizes do MTur e da EMBRATUR para o mercado de turistas estrangeiros (p. 32).

O documento aconselha, ainda, a aderência aos ditames da OMT (1998), quanto à avaliação dos impactos ambientais, socioculturais e econômicos (p. 33).

Em relação ao desenho dos roteiros, sugere que sejam avaliados: a acessibilidade, distâncias e tempo de permanência em cada atrativo; qualificação da mão-de-obra empregada; oferta de equipamentos de hospedagem; oferta de equipamentos de alimentação e lazer; oferta de serviços de apoio, como transporte, guias etc.; acolhimento e hospitalidade comunitária (p. 34). E ainda, que sejam observadas as carências da região, referentes à infraestrutura turística e de apoio ao turismo; as necessidades de qualificação dos equipamentos e serviços turísticos; as necessidades de capacitação específica; as eventuais dificuldades para a implementação do roteiro

(aspectos legais, políticos, socioculturais e ambientais), e a capacidade de carga do lugar ou dos atrativos (p. 35).

O manual valoriza a participação dos profissionais de marketing e vendas na criação e na avaliação dos produtos, entendendo que esses podem sugerir melhorias que facilitem a comercialização dos roteiros. E ainda, recomenda a qualificação e, se possível for, a certificação dos prestadores de serviço com base em matrizes e indicadores do tipo ISO 14.000, bem como a parceria com instituições acadêmicas e do Sistema S, fomentando o alcance de padrões de qualidade internacionais.

Encerrando o documento, o texto apresenta um quadro onde estão contrapostos impactos positivos e negativos, tecendo considerações sobre a necessidade de seus construtores avaliarem os roteiros idealizados quanto aos aspectos ambientais, socioculturais e econômicos.

Em síntese, embora não apresente uma clara definição de roteiro, o documento em tela discute importantes conceitos que devem estar presentes na roteirização. No entanto, cabe ressaltar que, apesar de ser concebida como cartilha, ela não apresenta técnica ou didaticamente como os roteiros são ou devem ser efetivamente construídos.

Outro ponto observado diz respeito à participação social, que, conquanto seja requerida e prevista nas "Instâncias de Governança", não é considerada especialmente nesse texto, principalmente se comparado à ênfase dada à participação dos profissionais do marketing.

Cadernos de Turismo – Módulo Operacional nº 8 – Promoção e Apoio à Comercialização

Não obstante esteja dedicado à promoção e comercialização de produtos turísticos, é neste Caderno que podem ser encontradas as definições e diferenciações entre **Rota** e **Roteiro**.

Rota é um percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística, sendo considerado, neste Caderno, como um itinerário com base em um contexto histórico e/ou temático. Uma rota pode contemplar vários roteiros e perpassar várias regiões turísticas e comercialização turística (p. 19, grifo do autor).

Como exemplos, são citadas a Estrada Real e a Rota dos Tropeiros.

Quanto ao **Roteiro Turístico**, ele

Pode ser caracterizado como um itinerário constituído por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística. Um roteiro pode perpassar uma ou várias regiões e uma ou várias rotas – ele é eminentemente temático (p. 20).

E completa a diferenciação, informando que

Na **rota** existe uma seqüência na ordem dos destinos a serem visitados e possui um ponto de início e um ponto final. O **roteiro**, por sua vez, não exige uma seqüência de visitação. É mais flexível, não possuindo um ponto inicial e um ponto final, obrigatoriamente. O turista começa a visitação de qualquer um dos destinos. Possui um caráter “circular” (p. 20).

Segundo essa publicação, tanto a rota turística como o roteiro turístico têm motivação comercial, sendo elaborados para fins de promoção e comercialização, desconsiderando a existência de outras motivações, como aquelas que produziram os dois casos empíricos desta Tese.

Tal como no anterior, também nesse Módulo Operacional estão apresentados uma série de importantes conceitos quanto à hospitalidade e à recepção do turista, recomendações quanto à preservação das tradições e costumes e quanto à colaboração no desenvolvimento das atividades turísticas na região (p. 51).

Vale destacar a atenção dispensada à percepção das novas demandas dos turistas contemporâneos. Segundo o texto, estes se mostram mais preocupados com a qualidade dos impactos causados pela sua visita, desejam participar mais profundamente do cotidiano dos moradores dos lugares, têm maior flexibilidade quanto à sazonalidade, e são mais exigentes quanto à qualidade dos serviços (p. 42), condições essas que implicam diretamente a idealização dos roteiros.

E lista, ainda, os requisitos mínimos do padrão de qualidade da prestação de serviços que respeitam diretamente à construção de roteiros e que o MTur pretende disponibilizar aos visitantes: ser um produto novo, elaborado pela iniciativa privada e agentes locais, dispor de estrutura física adequada ao que se propõe, fortalecer a identidade local, promover o desenvolvimento regional, mantendo-se dentro dos princípios de sustentabilidade (p. 43).

Neste capítulo dos Cadernos de Turismo ainda está manifestado o desabono quanto às campanhas publicitárias agressivas, mal dimensionadas para a capacidade ou o tipo de lugar, ou propagandas inverídicas, que podem trazer mais prejuízos que benefícios (p. 60).

Como seria de se supor, apesar de ser nesse módulo que se encontram as definições mais claras sobre roteiro, a ênfase dada está no eixo mercadológico, o que termina por priorizar a segmentação turística e a relação entre oferta e demanda para a estruturação dos produtos e roteiros. Percebe-se, também, a prioridade para roteiros cuja comercialização se mostre facilitada e a valorização das interferências dos profissionais de marketing.

Manual de apoio à comercialização para destinos turísticos

Esse manual foi desenvolvido e publicado pelo SEBRAE (2010) na intenção de auxiliar o processo de divulgação e comercialização dos destinos turísticos na Região Norte do Brasil. Mas ao final, foi avaliado pelo MTur como apropriado para as outras regiões, tendo sido divulgado em seu próprio site. Funciona como uma cartilha, informando didaticamente como proceder para realizar *press tour*, *famtour*, encontros de negócios, *benchmarking*, participação integrada em eventos e criação de marca e materiais promocionais.

O manual utiliza para si a definição de roteiro instituída pelo Módulo Operacional, visto anteriormente:

Roteiro é o itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística (BRASIL, 2007, p. 13).

Em síntese, o material fornece o passo a passo para que empresas ou destinos invistam na autopromoção a partir dos citados métodos utilizados pelo marketing. Assim, orientam a construção de roteiros adaptados a cada método em particular. Por exemplo, para um *presstrip*³², são sugeridos roteiros que não sejam óbvios ou costumeiros e que destaquem valores agregados e diversidade de opções. Para esses casos, o manual indica que sejam escolhidos locais com melhor infraestrutura, com prestadores de serviço turístico de qualidade, para que possam bem impressionar os jornalistas ou formadores de opinião convidados. Recomenda, ainda, a criação de oportunidades de contato com autoridades e lideranças locais.

³²“Trata-se de um arranjo inteiramente de negócios, em que uma entidade investe tempo e dinheiro para trazer jornalistas e/ou fotógrafos (imprensa) para visitar um atrativo ou destino. Na volta para casa, espera-se que os participantes vendam histórias e imagens sobre a estada. Este é um instrumento que pode ser utilizado para conseguir publicidade positiva para os roteiros turísticos.” (p. 33)

Em relação ao *famtour*³³, o guia sugere que os roteiros sejam construídos tendo em mente a escolha de lugares e atrativos que apresentem flexibilidade de operação, público e produtos já formatados, visando ao aumento de pontos de comercialização do produto em novos postos emissivos.

O manual apresenta, também, uma relação dos principais eventos de frequência regular nos quais os roteiros criados podem ser expostos e comercializados, como por exemplo, o Salão do Turismo, Feira de Roteiros Turísticos, Vitrine Brasil, Missões promocionais, dentre outros, visando à promoção, aprimoramento, posicionamento em relação aos destinos concorrentes, etc.

Roteiro Turístico - publicação

Dentre as publicações que afetam ao tema disponibilizadas pelo MTur em seu site, está o trabalho de Silva & Novo (2010), cujo título é *Roteiro Turístico*. Trata-se de uma espécie de apostila destinada ao Curso Técnico em Hospedagem do Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, elaborado em parceria entre o Centro de Educação Tecnológica do Amazonas e a Universidade Federal de Santa Catarina para o Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil – e-Tec Brasil.

Nesse trabalho, os roteiros são definidos com base no trabalho de Tavares (2002)³⁴: "itinerários de visitação organizados nos quais se encontram as informações detalhadas de uma programação de atividades turísticas, mediante um planejamento prévio" (p. 29).

Para as autoras, os roteiros não se resumem a uma visita a determinados atrativos, mas representam uma importante ferramenta para a leitura da realidade existente e da situação sociocultural vigente na localidade. Afirmam que os roteiros são importantes para a organização e comercialização do turismo como produto e por essa razão, aconselham que os locais estructurem-no de maneira organizada e planejada, envolvendo diferentes atores, como governo, sociedade civil e iniciativa privada (p. 30).

O texto reforça a ideia apresentada pelos Cadernos de que os roteiros devem se tornar produtos competitivos e de qualidade, recomendando igualmente que eles sejam

³³ "Forma de promoção que tem como objetivo familiarizar e encantar o distribuidor do produto turístico. Consiste em convidar agentes de viagem para visitar o destino, para que conheçam o local e saibam o que estão oferecendo ao cliente" (p. 61).

³⁴ Esse trabalho será analisado detidamente ainda neste Capítulo.

definidos em função da oferta turística, adequados às necessidades e desejos dos diferentes segmentos de consumidores (p. 35).

A obra sugere que os roteiros sejam estruturados considerando a viabilidade operacional do produto, a qualificação da mão de obra, a oferta de hospedagem e de equipamentos de alimentação e lazer, os serviços de apoio, como transporte e guiamento, e a aceitação e a hospitalidade dos habitantes de um destino. Mais adiante, adverte que sejam consideradas igualmente as eventuais dificuldades para a implementação do roteiro (aspectos legais, políticos, socioculturais e ambientais), chamando a atenção para o estabelecimento da capacidade de carga dos atrativos que o integram.

Toma como ponto mais importante na elaboração de roteiros turísticos a identificação do público a ser atingido (p. 40). E, caso o leitor prefira utilizar o serviço de uma agência de viagens, a recomendação é de que se deva conhecer o funcionamento de cada departamento da empresa, prazos e custos.

O restante do trabalho é dedicado às questões técnicas quanto à redação do roteiro, criação de markup e planilha de custos. Por fim, aconselha que os roteiros criados sejam testados, fornecendo alguns critérios para a avaliação da qualidade dos bens e serviços turísticos.

Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização.

Esta é uma iniciativa do MTur para auxiliar na qualificação dos diferentes atores envolvidos no programa de Roteirização Turística, visto a quase inexistência de material teórico e de apoio para a criação de roteiros turísticos. Para tanto, o MTur investiu nas parcerias com o SEBRAE Nacional e o SENAC, ambas instituições com capilaridade nacional e experiência no setor de profissionalização, com o objetivo de auxiliar na consolidação, competitividade e comercialização dos novos roteiros turísticos. Agregados a esses objetivos, também estavam a capacitação empresarial e o estímulo às pesquisas no setor (BRASIL 2007, p. 6).

A primeira proposta teve como estímulo o Salão de Turismo, a ser realizado em Junho de 2006, como prazo final para a concretização e oferecimento dos roteiros ao público especializado.

Investiu-se, portanto, no formato em rede, considerando a complexidade e variedade das diversas regiões do Brasil e a necessidade de reunir sinergicamente grande diversidade

de procedimentos e de permitir a participação de atores em diferentes níveis de desenvolvimento (p. 10). A proposta era que as regiões pudessem trabalhar de maneira cooperada e articulada, mas independentes, possibilitando inclusive a produção de roteiros diferenciados (p. 20).

A Rede de Cooperação Técnica é formada pela articulação de três outras redes: Rede de Execução (formada pelos parceiros e órgãos oficiais); Rede Gestora (formada pela cadeia produtiva dos roteiros, sendo a iniciativa privada prestadora de serviços a principal protagonista); e a Rede de Vivência (formada por técnicos dos órgãos oficiais, parceiros, consultores multiplicadores).

No texto, fica evidente que a estratégia utilizada pelo MTur considera a roteirização turística como base para organizar e integrar a oferta dos produtos turísticos no país. A partir dela, pretende aumentar as taxas de visitação, de permanência e gasto médio nos destinos (p. 22). Uma vez que aposta no caráter participativo do trabalho em rede, espera promover a integração e o compromisso dos envolvidos, a inclusão social, o resgate e a preservação dos valores culturais e ambientais de cada região, possibilitando melhor distribuição de renda, geração e ampliação de postos de trabalho e redução das desigualdades regionais e sociais (p. 6). Não resta dúvida de que há uma enorme aposta no potencial da roteirização como ponto de apoio para alavancar tais transformações.

Em termos operacionais, a rede foi formada por Gestores representantes do SEBRAE e do MTur, coordenação executiva e equipe de articuladoras regionais, grupo consultivo, consultor-orientador, consultor-planejador, consultor-tutor profissional do mercado, rede de execução, agentes multiplicadores, atores capacitados e disponíveis para acompanhar, estruturar e avaliar a criação de roteiros e a melhoria dos produtos oferecidos.

O relato do Presidente da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo – Braztoa constante na apresentação do documento fornece dados para identificar a desimportância relativa da presença da população envolvida nesse processo inicial de roteirização:

A elaboração e lançamento de novos roteiros sempre se pautaram, basicamente, na ação conjunta de operadores e fornecedores. Os primeiros faziam a prospecção e identificação dos destinos mais bem estruturados, conforme seu foco de atuação. Os últimos apostavam na divulgação de seus atrativos e numa ação comercial agressiva para firmar as parcerias adequadas e chegar ao mercado nacional ou internacional (BRASIL, 2007, p. 15).

O documento em questão disponibiliza cinco relatos de experiências, um para cada Região do Brasil. Neles pode ser observada a pluralidade de procedimentos, demandas, soluções, produtos, considerando a diversidade de condições regionais. Igualmente, pode ser vista a flexibilidade alcançada pela metodologia.

Em relação às definições de roteiro, chama a atenção a demanda dos integrantes do Roteiro Estrada Real (Região Sudeste) pelo estabelecimento das diferenças entre Rota e Roteiro, não como uma proposta de definição universal para esses termos, mas como fato importante para atender às necessidades daquele grupo, o que não aconteceu com outros (Anexo 1).

A Região Sudeste também acusou a necessidade de criar um banco de dados e um catálogo de serviços a serem disponibilizados para as operadoras e agências visando a supri-las de insumos, estímulos e material organizado e de interesse turístico, com vistas à criação de seus próprios roteiros comerciais, suas programações específicas, direcionados aos seus públicos. Neste, constam os tarifários dos hotéis e das agências de receptivos, o banco de dados da oferta de serviços locais e o banco de imagens (p. 89). Também foi de interesse desse grupo o levantamento dos problemas técnicos que inviabilizam ou atrapalham a roteirização na Região, como guias desinformados, informações turísticas que fogem ao código de ética, urbanismo desestruturado, museus ultrapassados, dentre outros.

Em relação aos grupos de trabalho das Regiões Centro-Oeste e Nordeste, o principal desafio manifestado foi a criação do sentimento de confiança entre as empresas que atuam no mercado isoladamente, e que sempre se viram como concorrentes, e o preparo para a participação em uma Rede.

Quanto às Regiões Sul e Norte, estas sinalizaram o desafio de integrar outros países na proposta de roteirização.

Dentre os grupos, o do Nordeste foi o único que apresentou, expressamente, a preocupação com a participação comunitária quanto à melhoria da infraestrutura regional, à geração de empregos e pequenos negócios, à educação e sensibilização ambiental dos sítios receptivos e dos visitantes, e com a qualidade do contato direto com as pessoas nativas. Apesar de ter esses pontos como princípios de trabalho, não foram relatados de que maneira foram atingidos, se foram atingidos, ou sequer se foi considerado o poder de decisão desses em relação ao seu próprio sítio.

Antes de passar para o item seguinte, vale citar um trecho que encerra a publicação e que apresenta alguns pontos importantes para a discussão aqui fomentada:

No item de avaliação final, observa-se que os caminhos, os métodos e as técnicas foram os mais diversos, mostrando que não existe uma metodologia de roteirização universal e melhor. O que existe, e que foi percebido, é o uso da inteligência, da capacidade dos profissionais de contrastar métodos e técnicas e optar pelo que melhor se adéqua à situação que se tem à mão (p. 211).

Ressalta-se aqui o fato de existir pouca literatura a respeito da construção de roteiros turísticos, e do valor e da riqueza da multiplicidade, corroborando o afastamento das propostas únicas e universais defendidas por Zaoual (2006).

Em 2010, foi publicada uma segunda versão do projeto Rede de Cooperação para a Roteirização tomando por base a experiência anterior, com algumas modificações apontadas na primeira edição. Uma delas foi o emprego de uma metodologia única para as cinco macrorregiões, visando fortalecer a fase de planejamento estratégico dos territórios e a disponibilização de consultores específicos nas áreas de turismo, produção associada e mercado (BRASIL, 2010, p. 11), sem, contudo, deixar de "considerar as peculiaridades de cada território – ou seja, sua forma especial de organização, seu ritmo de trabalho, assim como os interesses específicos de seus atores locais" (p. 37).

Segundo as palavras do Ministro do Turismo, nessa nova versão, além da gestão descentralizada, foi estimulada a estruturação dos roteiros priorizando a cooperação, a inclusão social, o respeito à identidade cultural e à preservação ambiental. Também foi dada ênfase na qualificação e inserção da produção associada ao turismo, visando a agregar valor à oferta turística e evidenciar o diferencial competitivo de cada destino (p. 17).

Nesse documento, a roteirização é definida como um processo, "uma estratégia mercadológica" que pressupõe a sinergia produtiva entre os participantes (p. 28-29).

Em virtude de seu caráter participativo, voltado para a construção de parcerias, a roteirização tem como pressuposto promover a integração e o compromisso dos envolvidos, fomentando, assim, o adensamento dos negócios, a inclusão social, e o resgate e a preservação dos valores culturais e ambientais das regiões. De um modo geral, trata-se de um processo participativo, que promove a identificação, a elaboração e a consolidação de novos roteiros turísticos, no intuito de estruturar a oferta dos territórios e transformá-la em produto rentável e comercialmente viável (BRASIL, 2010, p. 28).

E, define, especificamente, a Roteirização Turística como um

Processo de reunir em um mesmo itinerário, a partir de um planejamento integrado, atrativos, equipamentos e serviços turísticos de uma ou mais região turística, de forma a agregá-los e consolidá-los em um produto turístico (p. 30).

Quanto à definição de roteiro turístico, assume as definições do Cadernos de Turismo – Módulo 8, acrescentando que "Um roteiro pode perpassar uma ou várias regiões, assim como uma ou várias rotas – sendo eminentemente temático" (p. 48).

O documento reconhece a importância de que os benefícios do processo de roteirização implantado sejam rapidamente percebidos pelos habitantes do lugar, no entanto, não apresenta como devem ser realizados.

Nele, estão relatados os resultados de pesquisas realizadas como subsídio para a comercialização dos roteiros construídos, que privilegia as opiniões de empresários já estabelecidos, turistas habituais e ofertas de mercado, não obstante, não foi investigada a aceitação dos roteiros por parte dos habitantes, moradores, trabalhadores e frequentadores dos sítios (p. 41-49).

Chama-se atenção aqui para o fato de que os critérios de análises e os objetivos são exclusivamente comerciais ou mercadológicos. Como avaliar os benefícios ou malefícios que os roteiros imputam à população local tomando por base apenas esses critérios?

Outro ponto de destaque da segunda versão foi a incorporação da "produção associada" à roteirização visando à diversificação da oferta turística: "novos produtos/atividades que possuíssem, de um lado, base nos modos de produção artesanal, industrial e agropecuária, e de outro, diferenciais histórico-culturais capazes de contribuir para a valorização do turismo" (p. 54), visando a "agregar valor aos roteiros, no intuito de aumentar a permanência do turista e ampliar seus gastos, fomentando a economia local, fortalecendo a produção, a cultura e promovendo a inclusão social" (p. 54-55). Disso, infere-se que a estratégia de inclusão social está associada à comercialização dos produtos locais, que, por sua vez, são entendidos como meios de promoção dos modos de fazer e da história dos sítios, "naquilo que podemos chamar de 'consumo da atividade turística agregada à produção local'" (p. 55). Segundo o texto, o critério para a inclusão dos produtos como atrativos nos roteiros é se mostrarem como atividade complementar e agregadora das que já são realizadas pelos empreendedores, e não pelo fato de ser uma atividade cultural vinculada à memória ou à ontologia dos sítios, integrando os roteiros

pela ótica mercadológica, atendendo prioritariamente às expectativas dos empreendedores.

No documento foram registradas as inúmeras dificuldades para que os atores da produção associada, os receptivos, as agências e os operadores da Região Sul entendessem a importância da produção associada na cadeia produtiva do turismo. A maior parte da produção não apresentava a qualidade requerida pelo *trade*, ou não eram vistos como valor diferencial para a comercialização. Como solução, foi realizada uma série de encontros que apontaram para a necessidade de mais investimentos do poder público para a organização de manifestações artísticas e oficinas preparatórias para o atendimento. Em relação à Região Sudeste, percebeu-se a prevalência de produção associada originada principalmente em grandes empresas, que concordaram em adequar suas produções às necessidades turísticas, gerando benefícios para a consolidação dos roteiros. As Regiões Centro-Oeste e Nordeste apontaram para a falta de informação do produtor quanto à sua importância numa cadeia turística, sendo esse o principal foco do trabalho dos consultores. Quanto à região Norte, o projeto descrito pela publicação buscou primordialmente valorizar a cultura local, apesar de procurar adequá-la aos padrões turísticos quanto ao design de produtos e às mudanças na forma de atendimento.

A publicação em tela não apresenta que tipo de alteração cultural resultou das intervenções, se houve padronização ou espetacularização da produção local, se foram criadas "novas tradições" a favor do processo de comercialização da produção, e em que medida foram respeitadas as características próprias da produção local, mantendo-as vinculadas às histórias e memórias locais.

Além dos citados documentos, o Ministério do Turismo disponibiliza diversas publicações destinadas aos diferentes segmentos – Turismo de Aventura, Turismo Náutico, Turismo e Acessibilidade, etc. – nos quais é possível encontrar citações referentes aos cuidados e ao respeito à população local, ao valor da aproximação com o habitante e ao uso da cultura local como diferencial para a comercialização turística. Entretanto, o foco é mercadológico e o planejamento dos roteiros é determinado fora do ambiente em que os turistas circularão, ou seja, distante do sítio, não cabendo à população local qualquer decisão sobre o desenho dos roteiros.

Desse quadro, destaca-se a publicação "Vivências Brasil, Aprendendo com o Turismo Nacional, Manual de Orientações para Implementação de Boas e Melhores Práticas em Turismo" (BRASIL, s.d.). Nela, estão listados alguns empreendimentos que, dentre outras práticas, interagem com a população local. Apesar de não ficar claramente informado de que maneira essa interação se processa em relação à criação dos roteiros, o texto enfatiza a importância da participação dos habitantes nos projetos dando a entender que em alguns deles houve negociação, deixando algum poder de decisão nas mãos da população local (p. 48). Na maioria dos casos, entretanto, o destaque foi para que a integração ocorresse como recurso ou atrativo turístico, participando ou não na distribuição de renda.

Mais recentemente, no que tange ao tema de interesse dessa pesquisa, em maio de 2014, a Presidência da República³⁵ definiu com mais precisão as atribuições das Agências de Viagens e Turismo (denominadas Operadoras) e das Agências de Viagens, ou sejam, as empresas responsáveis pelo planejamento e organização de viagens ou excursões turísticas, e as empresas que comercializam esses serviços, respectivamente.

A referida Lei da Agências, nº 12.974/2014, institui as responsabilidades nestes tipos de negócio bem como regulamenta as garantias ao consumidor em relação à qualidade dos serviços prestados.

Apesar de os Arts. 3º e 5º tornarem as atividades de planejamento e organização de viagens turísticas e a organização de programas, serviços e roteiros de viagens, privativos das operadoras de turismo, em um dos Parágrafos (o 3º do Art. 3º), a Lei permite que esses serviços sejam comercializados tanto por agências de viagens, como por hotéis, empresas de transporte e de outros serviços turísticos, inclusive pela Internet.

O Art. 21 determina que:

A sociedade civil ou comercial de qualquer natureza somente poderá oferecer a seus integrantes, associados, empregados ou terceiros os serviços turísticos de que trata esta Lei quando prestados ou intermediados por Agências de Turismo registradas no órgão federal responsável pelo cadastramento e pela fiscalização das empresas dedicadas à exploração dos serviços turísticos.

Parágrafo único. O disposto neste artigo não se aplica aos casos de fretamento de veículo para uso dos associados, mediante simples ressarcimento das despesas realizadas.

³⁵http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12974.htm, acesso em 06/07/2014.

Desde então, a criação e execução dos roteiros turísticos passou a ser exclusividade das Agências de Viagens e Turismo, o que aponta para a importância das discussões aqui realizadas para esse segmento.

Ressalta-se, entretanto, que, apesar de considerar a Lei um avanço no sentido da proteção ao consumidor em relação aos amadores ou curiosos que não detêm o conhecimento técnico necessário para a tarefa, o texto da Lei deixa incertos, ou a descoberto, as propostas que não se enquadrem no padrão comercial (típico das agências de viagens ou agências de viagens e turismo). Nesse caso, estão experiências roteirização criadas pelo próprio Ministério do Turismo e publicadas nas apostilas e nos cadernos, destinados principalmente às autarquias (apresentadas anteriormente) que se vêem impedidas de exercer tais atividades. Dessa forma, a citada Lei se apresenta como retrocesso, contrária aos avanços sociais que possibilitaram, até esse momento, o protagonismo dos habitantes locais ou a participação nos processos deliberativos daqueles que terão suas vidas afetadas pelos roteiros criados. Igualmente, a Lei desestimula a roteirização realizadas por instituições sem fins lucrativos, tais como universidades, organizações não-governamentais ou outras, cuja finalidade precípua é produzir estudos relativos ao assunto e auxiliar as demais na criação de seus produtos.

Plano Nacional de Turismo 2013/2016

O último documento analisado neste trabalho é o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2013/2016. Este apresenta as orientações estratégicas para o desenvolvimento da atividade turística no citado período. Foi formulado em parceria com a iniciativa privada e o terceiro setor. Foi construído alinhado ao Plano Plurianual 2012/2015³⁶, que tem como objetivos o desenvolvimento econômico, social e a erradicação da pobreza.

Em sua apresentação, destaca como norteadores "a participação e o diálogo com a sociedade; a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; o incentivo à inovação e ao conhecimento, e a regionalização como abordagem territorial e institucional" (BRASIL, 2013, p. 4).

³⁶ O Plano Plurianual (PPA) é um instrumento previsto no art. 165 da Constituição Federal destinado a organizar, orientar Estado e sociedade e viabilizar a ação pública, pelo período de quatro anos. Nele estão apresentados a visão de futuro do país, os macrodesafios e os valores que guiarão a Administração Pública Federal. Pode ser acessado em: <http://www.planejamento.gov.br/ministerio.asp?index=10&ler=s1086> (E o foi em 24/10/2014).

Podem ser destacadas algumas das ações incluídas no PNT, como o estímulo ao desenvolvimento sustentável, implicando o combate e a exploração de crianças e adolescentes na cadeia produtiva do turismo; o enfrentamento da exploração sexual; o incentivo à integração da produção associada à cadeia do turismo por meio da promoção e comercialização; o fomento e o apoio aos projetos de turismo de base comunitária; o incentivo ao associativismo, cooperativismo, empreendedorismo; a formação de redes; e a valorização do modo de vida e defesa do ambiente (p. 49-50).

Assim, segundo pode ser visto, parece haver preocupação em relação ao diálogo com a sociedade e à participação das populações locais no desenvolvimento do turismo como fonte de recursos, como participante da sua cadeia produtiva, como instituidora de características particulares aos destinos e como beneficiária dos lucros (p. 29).

Não obstante o grande avanço que esse Plano representa em comparação com todos os documentos anteriores, e sem querer desfazer do valor de suas recomendações, percebe-se uma convicção subjacente às propostas de que o desenvolvimento turístico é desejado por todos e que ele pode ser indistintamente benéfico. Observa-se, também, que a estrutura conceitual está assentada em uma lógica de mercado, restringindo a importância do turismo como fenômeno social e político contemporâneo.

3.2.1 A pesquisa acadêmica e a roteirização turística

Neste item serão investigados os trabalhos teóricos e científicos acerca da construção de roteiros turísticos. Dentre eles, um dos trabalhos pioneiros na investigação científica sobre o tema é o de Tavares (2002). Nesta obra, a autora se dedica especialmente ao estudo do *City Tour* como roteiro turístico, os principais tipos, nomenclaturas e componentes, a forma como são oferecidos no mercado, aspectos operacionais e restrições de sua execução.

Em seu texto, a autora adverte para os diferentes significados que o termo "roteiro" assume no senso comum e no cotidiano do mercado, onde é em geral substituído sem regras por itinerário, trajeto, circuito, percurso, caminho, pacote, rotas, excursões, programas (p. 13). Após informar que sua definição é "uma das muitas 'armadilhas' do estudo do turismo" (p. 9), procura iluminar o verbete consultando dicionários e livros técnicos, lançando mão inclusive da tentativa de correlacioná-lo em outros idiomas. E ainda chama a atenção para a diferença de sentidos quanto à nomenclatura utilizada no

mercado para os serviços oferecidos: *forfait*, excursão, pacote, *city tour*... Por fim, opta por defini-lo como "itinerários de visitação organizados" (p. 14).

Sublinha, entretanto, que "Um roteiro, porém, não é somente uma sequência de atrativos a serem visitados, é também uma importante ferramenta para a leitura da realidade existente e da situação sociocultural vigente na localidade". Com isso, aponta para a subjetividade inerente aos roteiros turísticos, tal como foi destacado na comparação com a curadoria de uma exposição de arte.

Chamando a atenção para o fato de que, na maioria dos casos, um único elemento não é atrativo suficiente para promover o deslocamento das pessoas, a autora complementa que os roteiros turísticos, agenciados ou não, "são uma das principais formas de contextualizar os atrativos" e potencializar seu poder de atração (p. 16).

Em uma visão pragmática, afirma que elaborar roteiros turísticos "significa organizar as visitas da melhor forma possível de acordo com as possibilidades técnicas, levando em consideração os interesses do turista ou grupo de turistas" (p. 25).

Sugere, ainda, algumas classificações dos roteiros, com base no local de elaboração (emissivos ou receptivos), nos agentes organizadores (órgãos públicos, iniciativa privada ou pelos turistas), em sua finalidade (pelos guias, como sugestão ou comercializados), com base na sua flexibilidade ou na falta dela, e com base no tema (cultural, histórico, gastronômico, igrejas, compras, parques temáticos).

Sendo o *City Tour* o tema do livro, a autora detém-se mais longamente em sua definição e nas questões técnicas que envolvem a sua criação, mas que podem ser transpostas para a roteirização sem prejuízos. Ou seja, apresenta as dificuldades do traçado de roteiros quando os atrativos são pulverizados sobre o território, sobre os empecilhos criados pelo trânsito, sobre o pouco investimento público na infraestrutura turística e urbana.

Tece também considerações acerca da comercialização dos *City Tours* em São Paulo, apontando para a deficiência, na época, de ofertas municipais.

O trabalho de Tavares, apesar de breve, por ter sido pioneiro nas categorizações e nas conceituações em relação à roteirização, serviu de referência para os seguintes.

Um segundo estudo que pode ser tomado como seminal é o de Miguel Bahl (2004). Apesar de sua motivação ser principalmente de ordem técnica, Bahl dedica-se a

construir uma perspectiva teórica com conceituações e classificações claramente definidas. Para ele,

"Um roteiro turístico resume todo um processo de ordenação de elementos intervenientes na efetivação de uma viagem. O roteiro pode estabelecer as diretrizes para desencadear a posterior circulação turística, seguindo determinados trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos a visitar" (p. 32).

Denomina "elementos intervenientes" os meios de transporte adequados às distâncias, as quantidades e qualidades de atrativos, os meios de hospedagens, os restaurantes, a duração da viagem, a clientela e o mercado.

Ele entende que os roteiros são os instrumentos que viabilizam a combinação – em seu texto, "sincronização" ou "organização" – dos elementos <espaço e tempo> e <bens e serviços> (p. 32), em acordo com o número de pessoas, faixa etária, objetivos, nível social e recursos (p. 33).

Segundo o autor, os roteiros são procurados pelos clientes pela facilidade que eles oferecem para a realização de deslocamentos e pelo maior aproveitamento na escolha e seleção de localidades a visitar, mas também pela propaganda que deles é feita (p. 33). Depreende-se, portanto, seu entendimento de roteiro como produto pronto e comercializado.

Nesse texto, Bahl se empenha na categorização e definição das viagens de acordo com seus objetivos, diferenciando as viagens de estudos, de familiarização, de incentivo, de inspeção ou de experimentação, individualizadas, especializadas, de observação, para eventos, viagens surpresa, turísticas e *tours* profissionais.

Quanto à terminologia, fixa alguns termos: carreira, circuito, cruzeiro, excursão, *forfait*, itinerário, opcional, percurso, programa, rotas, programação, roteiro, *tour*, *transfer*, traslado, viagem e visita. Dentro dos limites desta pesquisa, interessam particularmente as definições de:

Roteiro: descrição pormenorizada de uma viagem ou do seu itinerário. Ainda, indicação de uma sequência de atrativos existentes numa localidade e merecedores de serem visitados.

Itinerário: roteiro de uma viagem ou deslocamento, ou seja, caminho a seguir de um local a outro.

Circuito: corresponde à proposição de itinerários com uma temática vinculada, ou assim denominado pelo seu formato, como percurso circular de

uma programação turística, não passando duas vezes pela mesma cidade, com retorno ao ponto de partida.

Percurso: caminho percorrido numa viagem ou deslocamento.

Rotas: caminho direcionado, rodoviário, marítimo ou aéreo, com a indicação de um sentido ou de um rumo a ser seguido. Denominação bastante utilizada para designar itinerários turísticos planejados, estabelecidos e associados a uma temática.

Tours: designação genérica para viagens de curta duração como os passeios e excursões, ou para grandes roteiros nacionais e internacionais (p. 40-42).

Segundo pode ser observado, há certa flexibilidade no uso dos termos, reforçando o que afirmou Tavares (2002) quanto à utilização diversificada e pouco rigorosa.

No que se refere à dimensão temática dos roteiros, o autor cria tipologias considerando o aspecto espacial – nacionais e internacionais – e modalidades de programações – passeios, excursões, viagens e circuitos (p. 59-60).

Aponta para a importância das localidades se prepararem para receber visitantes, mas também, sugere que essas devam facilitar a produção de roteiros a partir da melhoria dos insumos. Dentro do foco técnico, sugere que os roteiros devam ser enriquecidos com aspectos temáticos relacionados a conteúdos históricos, geográficos, sociais, econômicos, urbanísticos, culturais, religiosos, folclóricos etc. (p. 52).

Em seu texto, Bahl cita pontos como, a necessidade de serem feitas propostas criativas para o planejamento e criação dos roteiros, sobre a importância da sustentabilidade turística, a utilização de pessoas qualificadas para o planejamento e para a execução das programações, sobre a sazonalidade entre outros aspectos relevantes.

Quase a metade do livro está dedicada ao ensino das técnicas de organização de um roteiro, incluindo as preocupações com a determinação dos custos dos pacotes turísticos. Apesar disso, o enfoque dado pelo autor à criação de roteiros, não privilegia as dimensões comerciais ou econômico-financeiras.

Apesar de considerar que "os próprios moradores terão, provavelmente, motivos justificados para promover e divulgar o que lhes é mais representativo" (p. 53), estão ausentes quaisquer considerações acerca da participação dos moradores na construção dos roteiros.

Os citados trabalhos de Bahl (2004), como o de Tavares (2002), representam esforços inaugurais no estudo específico da roteirização, tendo sido base para os seguintes, de

Cisne & Gastal. De 2008 a 2009, a dupla de autoras também se debruçou sobre a literatura existente na intenção de realizar uma pesquisa exploratória sobre a produção acadêmica relacionada aos roteiros turísticos. Em 2009, publicou um artigo³⁷ apresentando o resultado de suas pesquisas, no qual as autoras sublinham a limitada referência acadêmica, afirmando que os exíguos casos se restringem a estudos sobre roteiros específicos (*cases*) ou, quando há outra abordagem, que os conceitos são meras repetições, sem quaisquer debates sobre eles (CISNE e GASTAL, 2009, p. 6).

Atribuem a Tavares (2002), e a Bahl (2004) o mais significativo conjunto de obras acadêmicas dedicadas à temática, excluindo-se as de cunho técnico (editadas pelo Sistema S ou outras instituições com intenções técnico-comerciais). Sobre esses dois autores, então, é feita a maior parte das reflexões.

Cisne & Gastal (2009) tecem comentários acerca da interpretação de ambos os autores quando acenam para o caráter discricionário do roteiro. Para elas, essa visão desconsidera a subjetividade do criador tanto na escolha dos elementos que o compõe, como no momento de compra do produto ou na motivação da viagem.

O citado artigo também apresenta reflexões sobre as concepções dos órgãos oficiais, que convergem o entendimento, prioritariamente, para as dimensões comerciais do roteiro, ou seja, o vêem como um instrumento para facilitar a promoção e venda de um destino e a formação de uma imagem mercadológica (Cisne & Gastal, 2009, p. 9).

As autoras também se apoiam do trabalho de Creato (2005) para diferenciar os significados de roteiro turístico. Para este último, um roteiro é estruturado a partir ou em torno de um tema específico, que expõe sua identidade, proporciona a combinação de potencialidades do ambiente natural e cultural de um lugar, interpretando-as, combinando-as e transformando-as em produtos comercializáveis. Cisne & Gastal contrapõem essa visão com a de Bahl, que além desses, identifica a existência de roteiros turísticos panorâmicos, sem temática definida, e a possibilidade de um roteiro estar estruturado a partir dos objetivos de seus criadores.

No artigo "Nueva visión sobre los itinerarios turísticos: una contribución a partir de la complejidad" (2011), as mesmas autoras apresentam uma abordagem sobre a criação de roteiros turísticos a partir do Paradigma da Complexidade, de Edgar Morin,

³⁷ A produção acadêmica sobre Roteiro Turístico: um debate pela superação.

considerando que por meio dele é possível cotejar as relações entre as teorias e práticas do turismo e entre a roteirização e os novos comportamentos dos viajantes no contexto contemporâneo. Segundo essa concepção, o roteiro turístico pode ser analisado ultrapassando os limites espacial, temporal ou temático suscitados pelo paradigma cartesiano da Ciência Moderna, somando a tais considerações os relatos de viajantes, os guias de viagem, a tecnologia da comunicação, e outras questões contemporâneas envolvidas no planejamento das viagens (p. 1451-1452).

Mirar la creación de itinerarios como um mero ordenamiento espacio-temporal de actividades asociadas al desplazamiento basándose em el concepto tradicional no permite comprender el comportamiento contemporáneo em lo que hace a la planificación de viaje (p. 1452).

O citado artigo³⁸ apresenta uma contextualização histórica da construção de roteiros, relacionando-os às questões sociológicas, psicológicas e econômicas. Dessa forma, as autoras adequam o levantamento histórico à teoria defendida, pois ampliam sua significação, tal como sugerem que seja realizado na própria composição dos roteiros. Partem das definições propostas por Bahl (2004) e Tavares (2002), apontando para a necessidade de que seus criadores não se afastem dos aspectos relacionados aos conteúdos históricos, geográficos, sociais, econômicos, urbanísticos, culturais, religiosos, folclóricos, entre outros, e reforçando a importância do componente subjetivo (p. 1457).

Fundamentadas no Pensamento Complexo, propõe que a criação dos roteiros aconteça em três planos que se relacionam de maneira dialógica, interativa, não linear e não circular: 1) a expectativa e a construção do imaginário sobre a viagem; 2) o plano da experimentação do roteiro no espaço físico; e 3) o roteiro relatado oralmente, por escrito, e ilustrado por mapas, fotos, e outros intercâmbios simbólicos no pós-evento.

Ou seja, contrapondo-se às definições tradicionais de roteiro – que mantêm uma dimensão linear, ou seja, um espaço a ser percorrido em um determinado tempo somado às programações e as prestações de serviços – as autoras propõem que o roteiro turístico seja visto como forma individual e pessoal de organizar as expectativas, desejos e experiências de viagens em um momento que se localiza anteriormente, no planejamento ou idealização, durante a vivência do/no território e, no momento posterior, quando do relato da viagem.

³⁸ Trata-se de um recorte da Dissertação de Mestrado (CISNE, 2010).

Com isso, evidenciam a relatividade da construção dos roteiros na contemporaneidade, uma vez que as tecnologias de comunicação e de mobilidade vêm permitindo a existência do roteiro simultaneamente no passado, presente e futuro. Propõem, então, que o roteiro seja olhado

não mais sob seu valor sistemático, ou seja, considerando-o como um objeto dentro do Sistema Turístico, como uma síntese do Lugar; mas compreendê-lo sob seu valor absoluto, ou seja, pelas suas características intrínsecas e atributos que o apresentam como organizador de experiências (CISNE, 2010, p. 191)

Os conceitos defendidos pelas autoras reforçam e ampliam a ideia de que os roteiros têm uma realidade *per se*, apresentada anteriormente.

Vale salientar que na perspectiva das autoras, a construção de roteiros é vista, preferencialmente, a partir do ângulo dos indivíduos que os utilizarão, ficando em segundo plano a construção de roteiros destinada à circulação de outrem.

Como já foi extensamente assinalado, também internacionalmente são poucos os trabalhos que se dedicam especificamente ao estudo dos roteiros. O trabalho analisado a seguir é de Ramírez (2011), professor de Antropologia Social da Universidade de Vigo, Espanha; e o seguinte, de Figueira (2013), foi publicado pelo Instituto Politécnico de Tomar, Portugal. Ambas as visões, contribuem para a melhor compreensão do estado da arte do objeto em questão.

O texto de Ramírez (2011) é particularmente crítico em relação ao mercado *versus* o patrimônio. Em seu artigo, ele expõe os interesses econômicos que subjazem à construção dos roteiros, corroborando os conceitos anteriormente apresentados. Segundo suas observações, os roteiros são criados na explícita intenção de projetar os territórios para o consumo turístico, ou seja, para colocar os territórios no mercado de maneira competitiva, e a cada dia, com ofertas mais diversificadas (p. 226).

A seu ver, os roteiros são estruturas que se destinam à condução das atividades, ressaltando o que merece ser conhecido no território turístico. Sobre eles, então, são construídas narrativas que ressignificam os lugares, acentuando o que é turisticamente atraente, mesmo que nem sempre tenham representatividade para as populações.

Um dos pontos ponderados por ele é que os roteiros costumam ser tomados como produtos probos, destituídos de interesses políticos, econômicos e sociais, por serem desenhados por organismos ou profissionais especializados. No entanto, o autor avalia

que estes atores são geralmente externos aos destinos turísticos, se utilizam de financiamentos das administrações locais, regionais, nacionais e até internacionais e acordam com diferentes grupos de interesse. Apóiam-se em metodologias normatizadas por organismos como OMT, EU, OEA, que resultam na criação procedimentos e produtos cada vez mais standardizados. Segundo o autor, as regras instituídas, inclusive por organismos supranacionais – como, por exemplo, as normas para a inclusão na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO – têm como efeito a indução exógena das estratégias locais de desenvolvimento, e até a própria noção de desenvolvimento.

Ramírez classifica os roteiros em quatro tipos: a) roteiro monotemático, em que a ênfase está em um tema ou em uma determinada categoria patrimonial, sejam essas manifestações culturais, histórica, artística, industrial ou espaços naturais; b) roteiros que recriam o território por meio de novos atrativos que pouco têm a ver com a realidade histórica e cultural do destino, mas incorporam valores agregados. Como exemplo, apresenta os roteiros literários ou cinematográficos que conduzem o visitante pelos passos dos personagens de uma novela ou de lugares a que se atribuem propriedades curativas ou mágicas. Nesse caso, os roteiros não estão vinculados diretamente aos espaços geográficos, mas a histórias, mitos, lendas como, por exemplo, o Roteiro de D. Quixote de La Mancha ou roteiros que exploram casas mal assombradas; c) roteiros mistos, que se formam a partir da soma de vários componentes prescindíveis e substituíveis, que poderão ser alterados de acordo com a lógica do mercado. Em sua maior parte, são criadas e geridas pela iniciativa privada. A oferta é similar ao pacote turístico, visto que são comercializados num todo, articulando alojamento, mobilidade, visita a atrativos... Exemplifica a categoria com o Roteiro da Prata, que é explorado por agências de viagens que oferecem pacotes turísticos diversificados que associam, livre e variadamente, distintas cidades de uma rede, segundo as conveniências do momento; d) caminhos históricos, como os de Santiago de Compostela, promovidos por organismos públicos com o objetivo do seu reconhecimento institucional como "itinerários culturais", com vistas a estarem inscritos nos catálogos oficiais dos bens culturais.

O artigo em tela detém-se em grande parte na discussão de questões patrimoniais, muitas das quais já foram observadas no subitem que tratou do patrimônio associado ao turismo. Evidencia, em especial, as contradições na atuação de organismos como a

instituição dos Itinerários Culturais, promovido pelo Comitê Científico Internacional de Itinerários Culturais (CIIC), participante do Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS), em comparação com as políticas da UNESCO, apontando para as controvérsias existentes entre as definições de itinerário cultural entre os dois organismos: enquanto o ICOMOS propõe uma noção que se apoia em dados históricos, com comprovações científicas, o Conselho da Europa opta por uma definição mais aberta que inclui todo tipo de traçado que contribua com a aproximação e a cooperação entre os povos, difunda a cultura, a memória, a identidade europeia e o desenvolvimento turístico (p. 229).

Segundo o autor, para o ICOMOS, existem dois tipos de itinerários culturais: os roteiros históricos, traçados para dar curso a um propósito determinado; e os que são resultados de largos processos evolutivos, como o Caminho de Santiago ou a Rota da Seda. Quase todos os existentes pertencem ao primeiro grupo, subordinando os roteiros etnológicos e ecológicos aos históricos, hierarquizando os bens patrimoniais, conseqüentemente traçando a ideia de uma perspectiva holística do itinerário cultural (p. 231).

Em conclusão dos pontos levantados cotejados com quatro experiências empíricas planejadas para a Região Andina, o autor chama a atenção para o fato de que, em todas as propostas, o papel das populações locais é sempre subsidiário e passivo. Não se planejam modelos de gestão comunitária do patrimônio, investindo, na grande maioria das vezes, na captação de recursos externos e na gestão privada dos recursos patrimoniais (p. 234).

Embora essas discussões já tenham sido apresentadas em outro lugar, retornaram pelo texto de Ramírez, em função de sua clareza quanto às categorias criadas que implicaram definições conceituais específicas para a construção dos roteiros.

Quanto ao Manual para a Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural (FIGUEIRA, 2013), ele foi escrito tendo como alvo os estudantes, incluindo os de formação profissional; destina-se também aos gestores e técnicos de iniciativas privadas ou governamentais. O trabalho está organizado didaticamente em duas partes: na primeira estão desenvolvidos os aspectos teóricos, enquanto que a segunda dedica-se à aplicação empírica e à sua análise.

O autor considera a comunicação um dos principais pilares do turismo, incluindo aí a roteirização como um canal de comunicação, ou seja, como um instrumento a serviço da

valorização dos territórios e da apropriação turística do patrimônio, seja tradicional ou contemporaneamente criado (p. 20).

Especificamente sobre a utilização do termo roteirização, informa que

A adoção do termo “Roteirização” do português do Brasil, parece adequado a esta circunstância, porquanto serve os objetivos de caracterização de recursos disponíveis, sua transformação em Atractivos turísticos e sua “apresentação-interpretação³⁹”, servindo o mercado turístico, mediante a estruturação da Oferta de viagens culturais (p. 20).

Para o autor, as etapas do processo de roteirização podem ser sintetizadas em 11 passos:

1) apresentação da proposta e envolvimento dos atores; 2) definição da equipe e competências; 3) levantamento e classificação hierárquica dos atrativos; 4) estudo do mercado e definição de segmentos; 5) identificação dos impactos e enquadramentos legais; 6) roteirização: definição de rotas temáticas, itinerários e circuitos; 7) implementação das rotas pela iniciativa privada ou público-privada; 8) teste e estudo de custos e preços; 9) qualificação dos serviços turísticos e organização da operação; 10) promoção e comercialização; 11) monitoração, avaliação e melhoria (p. 120).

Tal processo, amplo, implica o estabelecimento de contatos múltiplos, desde os governos locais, nacional, empresariais, organismos culturais... Embora Figueira aponte para a importância do envolvimento dos residentes dos sítios afetados pela turistificação dos territórios em tais processos de roteirização (p. 107), em seu texto não fica claro quando e de que maneiras seus membros devem participar, e, menos ainda, o nível de deliberação que os moradores poderão ter.

Quanto ao roteiro, o autor defende que haja novas formulações operacionais com terminologias comuns, de maneira a atender com maior eficiência o trabalho em rede suscitado pelo turismo (rodapé, p. 19 e 23). Reconhece a variedade de sentidos para termos como roteiro, itinerário, circuito e rota, encontrados no senso comum e na atividade prática, na maioria das vezes, utilizados indiscriminadamente como sinônimos (p. 23 e 110-111). Assim, parte considerável do Manual é dedicada a apresentar sua proposta de definição e encadeamento dos termos.

³⁹ Nessa obra, o autor tece diversas considerações acerca da importância da interpretação turística no processo de comunicação dos destinos. Embora reconheçamos seu valor, por uma imposição metodológica, mostrou-se inevitável proceder a recortes delimitadores nessa pesquisa, deixando o tema da interpretação para uma pesquisa futura.

Segundo o Manual, a roteirização de um território é sustentada pela produção de um roteiro, que, por sua vez, configura-se como uma base de dados digital que reúne o inventário, os recursos e atrativos considerados potenciais ou pertinentes. À fase de estruturação de roteiros segue-se a de elaboração de produtos, quais sejam: rotas, itinerários e circuitos. Estes últimos são considerados pelo autor elementos estruturantes dos percursos oferecidos num destino turístico e divulgados no mercado (p. 25).

Roteiro é, para Figueira, um "repositório de informações" necessárias à criação de rotas, ou seja, uma "base de dados" que relaciona pontos de potencial interesse turístico-cultural e aspectos informativos relacionados com localização, atividades e horários das instituições situadas ao longo da rota: alojamentos, postos de saúde, instituições financeiras, casas comerciais e outros bens e serviços. É uma componente descritiva (p. 52-54).

Em seu entendimento, o roteiro é usado para unir destinos dentro de um tempo e de uma lógica estruturante, onde a clareza de informações é tomada pelo turista como sinônimo de qualidade e, quase sempre, é motivadora da decisão de compra (p. 22). O roteiro comunica-se por forma e conteúdo, e, por conseguinte, torna-se também responsável pela imagem do destino e por despertar o desejo de viagem (p. 23).

Coerente com esse princípio, o autor sustenta que o Roteiro-Base de Dados deverá ser divulgado, mantido em partilha e permanentemente atualizado (p. 53), além de certificado pelas operadoras e pelos consumidores. Para tanto, observa a importância do papel das universidades e das populações para efetuarem o levantamento de dados que comporão essa base. Defende, ainda, que devam ser realizados esforços para a criação de uma base de uso comum que reúna as relações turísticas operativas que se fazem obrigatórias, tais como: indicações de destinos; informações sobre tipos de atrativos naturais e culturais; informação mapeada e de fácil acesso sobre localizações, e detalhes sobre os tipos de atrativos; descrição detalhada do ponto de atração natural e turístico-cultural etc. (p. 60 e 61).

O autor organiza as etapas da roteirização a partir de quatro linhas: a) investigação das demandas dos turistas; b) identificação dos elementos de maior atração; c) definição do segmento e da concorrência; d) estudo do fator de impacto. E complementa a ideia apontando o privilégio dos lugares com memória e testemunhos históricos relevantes com vantagem competitiva sobre os destinos vizinhos ou semelhantes (p. 43).

Com a finalidade de auxiliar na indexação dos atrativos em programas de roteirização nas bases de dados, o manual apresenta um fator de qualificação dos destinos turísticos que tem como critérios: a) a estruturação da oferta (conectividade); b) a criação ou reforço da procura (visibilidade); c) a qualidade das ações turísticas (serviços disponíveis) (p. 45). Esses devem se corresponder a cinco níveis hierárquicos a partir dos seus significados enquanto recursos naturais ou culturais (p. 46), cruzando dados com três tipologias de atrativos resultantes de recursos naturais ou culturais: a) aqueles com história; b) os dependentes de outros de maior notoriedade; e c) os que foram gerados em contextos criativos muito precisos. Essa tabela em que apresenta as relações entre os citados termos é bastante semelhante àquela criada pela CICATUR/OMT e sugerida pelo MTur (apresentado na p. 46) para a hierarquização da atratividade dos bens culturais.

Figueira afirma a importância de serem observados procedimentos técnicos normatizados em função dos objetivos estratégicos que decorrem dos planejamentos. Entretanto, defende que não seja perdida de vista a singularidade de cada caso. Essa singularidade será o elemento diferenciador de cada território-destino (p. 24).

Para Figueira, os roteiros turísticos têm uma lógica e estrutura próprias, que não respeitam as divisões territoriais políticas e administrativas, podendo rompê-las e religá-las segundo seus próprios parâmetros, criando uma "cartografia turística" (p. 33). Isso porque, na lógica da apropriação de elementos atraentes para a criação de um produto específico, a unidade na diversidade territorial tem alto valor de gestão e mercado.

Ele traça um panorama das implicações que afetam a roteirização, como por exemplo, as preocupações autárquicas com a colocação dos destinos no mercado, a sazonalidade, a qualificação da mão de obra, a informação tornada pública, os aspectos legais ou normativos, a utilização de eventos ou mesmo a "criação de uma Indústria de Conteúdos" (p. 37) aos moldes que alerta Ramírez (2011).

Quanto ao eixo principal de discussão desta pesquisa, observa-se que, tal como ocorre no Brasil, os processos de roteirização portugueses ocorrem distantes do diálogo com o sítio a ser transformado em turístico ou já consolidado como destino. Figueira considera que as trocas entre turistas e locais são realizadas tendo a cultura como meio: a cultura do visitante e do visitado são colocadas em relação a partir das vivências em comum (p.

36); no entanto, o foco principal é estritamente o do aproveitamento que o turista pode ter ao estar em contato com a cultura local.

Para o autor, o roteiro como base de dados possibilita o acesso fácil e claro, contribuindo para a notoriedade da região turística por ele servida, e isso favoreceria os residentes. Por outro lado, atribui a esses últimos a responsabilidade do bom acolhimento como recurso turístico em troca de um retorno econômico.

Os Residentes que, no seu dia-a-dia, contactam com os Turistas e Visitantes, são recursos humanos que, na vertente da Hospitalidade podem ajudar a fazer a diferença. Contudo, e como troca, hão-se (sic) ser compreensíveis as suas expectativas quanto à salvaguarda dos seus interesses, através do retorno económico proporcionado (p. 54).

Ou, ainda, conta com esses para auxiliar na composição do banco de dados:

A resolução do problema de inventário dos recursos turísticos do nosso país passa, incontornavelmente, pelo papel decisivo das comunidades locais e dos estabelecimentos de ensino, com especial foco, nas IES, instituições de ensino superior (p. 55).

Como pode ser observado, também na metodologia indicada pelo Manual, a participação do morador nas instâncias decisórias está fora das perspectivas para a criação do roteiro, para a formatação do atrativo ou do destino turístico.

Quanto ao papel das Instituições de Ensino Superior (IES), afirma também a prevalência das pesquisas acadêmicas como garantia do estabelecimento de autenticidades e de qualidade para as interpretações dos territórios. O autor lamenta que o critério de realização econômica seja o único que valida os produtos turísticos, em detrimento da produção de conhecimento teórico turístico, pois tal prática cria ou aumenta os desequilíbrios regionais (p. 39). Defende que é necessário investir em estudos que possam incorporar dimensões novas, que tenham interface entre a cultura-turismo-TICs⁴⁰. Para ele, os roteiros organizados dentro desse eixo serão capazes de despertar desejos, de afirmar modas de consumo e de contribuir para valorizar os atrativos, disponibilizando-os no mercado (p. 38).

Quanto aos demais termos da roteirização, o autor explicita a lógica que estrutura sequencialmente o seu trabalho, ou seja, roteiro → rota → itinerário → circuito:

⁴⁰ TIC: Tecnologias de Informação e Comunicação; TICs é seu plural.

A estruturação de Rotas de natureza terrestre, fluvial, marítima ou aérea, implica pensar-se uma lógica de relações e mobilidade. O Itinerário turístico pode ser apresentado como o ramo de uma Rota que, por sua vez, se ramifica em Circuitos. Por este tipo de lógica de construção em árvore, poderemos utilizar o conceito de Itinerário, como o elemento cuja função é a de relacionar os diversos Circuitos (e diversos contextos espaço-temporais bem definidos) com a temática ordenadora da Rota ligando-os com esta. Assim, é possível realizar-se um Circuito no lugar A, B ou X e encontrar modos de os ligar à Rota, através de linhas de percurso Itinerário que, unindo-os de determinado modo, os façam ter sentido no processo de visita, contemplando as variáveis espaço, tempo, custo, etc. (p. 93).

Conforme visto, o autor trabalha constituindo uma conceituação hierárquica, em que uma rota funciona como um eixo geográfico ou cronológico, sozinha ou conectada a outras rotas, consumida em forma de percurso, que agrega e expõe itinerários, circuitos, atrativos e atividades (p. 65); exibem a infraestrutura, os equipamentos e todo tipo de manifestações naturais ou culturais, todos os serviços contratados, locais de refeição, alojamentos, museus e parques que realizam o desenho final dos itinerários e circuitos que a compõe (p. 68-70).

Na criação de rotas, o autor valoriza o respeito à regulamentação do setor turístico e a contribuição de diferentes disciplinas, como a História da Arte, Geografia, Estatística, etc., visando à qualificação dos conteúdos, mas recomenda igualmente a adequação à demanda (p. 72-73).

Quanto ao termo itinerário, o autor o entende como a linha que liga dois pontos de interesse turístico, constituindo um ou mais ramos de uma rota (p. 84). Para ele, o itinerário é uma peça-chave do processo de roteirização, pois liga os circuitos entre si. Trata-se de um percurso menor e autônomo, ou seja, uma unidade de visita mais ligeira (p. 84). É similar a um roteiro, contendo as ofertas de bens e serviços, atividades e infraestrutura de hospitalidade, indicações de horários e de distâncias.

Apesar da clara determinação de sentido para itinerário, Figueira aceita a existência de outras acepções para o termo. Isso pode ser percebido nas considerações que fez sobre a definição do ICOMOS:

“Par itinéraire culturel européen on entend parcours convrant un ou plusieurs pays ou régions, et qui s'organise autour des thèmes dont l'intérêt historique, artistique ou social s'avère européen, soit en raison du tracé géographique de l'itinéraire, soit em fonction de son contenu et de as signification.” É outro modo de observar o uso de conceitos, segundo a determinação do ICOMOS. Todas estas designações têm cabimento segundo a orientação que seguem, servindo a um fim muito específico (p. 86, itálico do autor e sublinhado nosso).

Ao tratar tecnicamente do itinerário, categoriza-o por sua orientação ao tema, ao meio de transporte, ao desenho do percurso, à extensão geográfica, ao tempo de duração etc. (p. 88-91).

Por sua vez, em relação ao circuito, Figueira o compreende como elo mínimo da cadeia de roteirização, como elemento caracterizador de cada ponto de interesse turístico, que possui um ponto coincidente de partida e chegada (p. 97).

Consideram-se Circuitos turísticos todos os percursos regularmente realizados cujo Itinerário, meio de transporte, horários e visitas de pontos de interesse turístico sejam determinados e anunciados previamente (p. 98).

Ou ainda, "É nos Circuitos locais que acontece turismo, porque é neles que dá o encontro de pessoas, de culturas" (p. 101).

Quando ligados entre si, os diferentes circuitos definem o itinerário. A amplitude destes últimos, quando inseridos numa temática central, dá forma à rota, "que se quer singular, irrepetível e agregadora de experiências" (p. 65).

Quanto ao significado atribuído ao termo percurso, informa que é compreendido como sinônimo de itinerário (p. 140).

O Manual apresenta algumas considerações conceituais e técnicas sobre a comercialização dos produtos turísticos, evidenciando a importância da segmentação e dos investimentos na divulgação dos roteiros aos seus públicos. Chama a atenção, também, para o valor das características "autênticas e genuínas". Indica a importância da certificação da qualidade, principalmente para as rotas novas, entretanto, entende a certificação não como adequação a parâmetros internacionais do tipo "ISO", mas como instrumento para evidenciar a importância da criação de uma rede que as qualifique (p. 74-75).

Segundo o Manual, o desenho da rota deverá responder aos diversos atores da atividade turística, mas deve ser, principalmente, orientada ao mercado e aos interesses das operadoras, dos prestadores de serviços e "incontornavelmente, aos interesses das comunidades locais" (p. 68).

Em relação a este último ponto, apesar de o texto preocupar-se pouco com a relação com os habitantes e frequentadores de um sítio, em situações pontuais, encontram-se referências sobre o assunto, como:

A criação de algumas Rotas como servindo objectivos (sic) de negócio mas, ao mesmo tempo, contribuindo para o combate à pobreza, valoriza a existência de recursos locais passíveis de turistificação, a um efectivo processo de satisfação de necessidades das populações residentes. A venda de artesanato, numa perspectiva de mercado turístico e de inclusão social por via da actividade deste sector já é praticado, mas pode crescer (p. 76-77).

Ou ainda: "A participação das **comunidades locais** é estratégica no âmbito da criação e comercialização da *Rota*, **porque elas são parte específica da oferta regional**, e a Roteirização ajuda aos processos de desenvolvimento económico de base territorial" (p. 125, grifo do autor).

Embora a ressalva seja feita aqui, ao longo do texto, essa preocupação não encontra eco. Não se vê investimentos na participação social – apenas quando representada pelo poder público – nem como público alvo para as visitas. Às páginas 120 a 123, é informada a estrutura de criação dos roteiros e as principais considerações para o desenho da rota e sua gestão. Entretanto, dentre os 19 pontos sequenciados que constituem a metodologia, nenhum deles é dedicado às relações com moradores e frequentadores do sítio.

Ao final dessas ponderações, entretanto, o autor cita a Carta Internacional do Turismo Cultural⁴¹, de 1999, que evidencia tal questão. A partir dela, tece considerações sobre a necessidade de formatar as propostas dentro de perspectivas de adesão dos principais interessados,

que são: os empresários do sector; a população local e autoridade administrativa que a representa (autarquias como a Freguesia e a Câmara Municipal, esta última com atribuições legais que condicionam a actividade turística exercida localmente); os promotores e, neles, a sua representação, como órgão de gestão; os intermediários; os aderentes, quer do sector privado, quer do sector público; a comunicação social; os clientes a que se dirige o produto (mediante publicitação adequada a cada tipo de consumidor); os cidadãos em geral. (p. 123).

Apesar de os habitantes locais terem sido citados no texto, não puderam ser observadas metodologias ou indicações de formas de inclusão, a não ser por seu viés de produtor de artigos para o enriquecimento dos aportes culturais.

⁴¹ Trecho da Carta Internacional do Turismo Cultural, de 1999, apud Figueira, 2013, p. 123: "*O turismo deve trazer benefícios às comunidades residentes e proporcionar-lhes meios importantes e motivação para cuidarem e manterem o seu património e as suas práticas culturais. É necessário o envolvimento e a cooperação das comunidades locais e/ou indígenas representativas, dos conservacionistas, dos operadores turísticos, dos proprietários, dos autores de políticas, das pessoas que preparam os planos de desenvolvimento nacional e dos gestores dos sítios, para se conseguir uma indústria de turismo sustentável e para se valorizar a protecção dos recursos do património para as futuras gerações*".

- a sensibilização dos artesãos para o reconhecimento das suas artes e o reconhecimento de que estas comportam potencial de exploração turística que gerará mais rendimento individual e colectivo, contribuindo para o desenvolvimento da região na óptica da sustentabilidade das actividades directa ou indirectamente relacionadas com o linho e com o ouro (auto-estima) (p. 144).

Por fim, ressalta-se a preocupação com a circulação de turistas nos ambientes não preparados, ainda que os aspectos comportamentais e relacionais estejam na mesma ordem dos perigos físicos:

- indicação das principais regras a observar pelo cliente, numa perspectiva de segurança e bem-estar (modo como se deverá comportar ao longo dos percursos, atitudes aconselháveis na defesa dos valores culturais locais face à intromissão turística nas comunidades territoriais locais, locais onde deverá ter cuidado físico, tais como passagens de pontes estreitas, de linhas ferroviárias, cruzamentos rodoviários, precipícios naturais, etc. (p. 126).

Não resta dúvida de que este é um importante trabalho de fôlego, que reúne valorosas considerações sobre o tema da roteirização. Percebe-se que nele, sobressai o ângulo académico em que, apesar de reconhecer a importância das relações económicas para o setor do turismo, não faz delas o principal eixo de análise, diferenciando-se da maioria das publicações da área. Preocupa-se primordialmente com a qualidade técnica, com a relação entre turismo e cultura na perspectiva da criação de conteúdos, apresentação e interpretação para o consumo das experiências. E, ainda, para a importância da função simbólica (em contraposição às funções práticas e estéticas) e sua prevalência na exploração turístico-cultural na construção de rotas comercialmente viáveis.

Com o estudo desse texto, encerra-se o levantamento dos trabalhos dedicados exclusivamente à roteirização turística. A seguir, com a intenção de ampliar a compreensão e melhor iluminar o conceito de **Roteirização Dialogal**, passa-se ao exame dos agentes construtores dos roteiros, classificados em quatro categorias: roteiro montado pelo próprio viajante, o roteiro criado por prestadores de serviços turísticos, roteiros criados pelos habitantes do sítio e roteiros criados pelas instituições sem fins lucrativos.

Quando o roteiro é montado pelo próprio viajante

O acesso aos meios de comunicação e à internet ampliou de maneira imensurável as possibilidades de uma pessoa sem formação específica ou treinamento na área do agenciamento de viagens construir seu próprio roteiro (LEE, QU e KIM, 2007),

(ANDREU, ALDÁS, *et al.*, 2010), (TSAUR, YEN e CHEN, 2010) e (MÄNSSON, 2011).

Segundo o Ministério do Turismo⁴², cerca de 1.870.000 estrangeiros que vieram ao Brasil no ano de 2012 se utilizaram da Rede Internet como fonte de informações para a escolha do destino, demonstrando, claramente, a influencia da web na definição e decisão do roteiro.

Apesar da Lei das Agências limitar os organizadores dos roteiros, a construção pessoal é prevista e permitida pela legislação nacional. Diversos sites fornecem informações, dicas e experiências de viajantes que multiplicam as possibilidades de sucesso na construção de um roteiro pelo próprio interessado. Também as editoras vêm investindo significativamente na publicação de guias turísticos que facilitam a construção de roteiros particulares (WONG e LIU, 2011).

Nesse caso, o êxito da viagem é atribuído ao turista que escolhe os destinos e os percursos baseados em seus desejos e em sua capacidade de roteirização (OBENOUR, PATTERSON e LYNN, 2006). Ou seja, para usar o conceito desenvolvido anteriormente, o viajante é o curador de sua própria viagem. As experiências vividas, as relações que estabelecerá antes, durante ou depois da viagem e as interferências causadas nos destinos serão de sua responsabilidade, submetidas que estão aos seus próprios princípios subjetivos, éticos e morais. Evidentemente, os roteiros assim concebidos podem valorizar mais ou menos os aportes relacionais com o sítio, facilitando as mudanças às novas condições encontradas ou as adaptações ao impensado nascido dos diálogos.

A tendência da literatura atual é valorizar esta forma de turismo considerando que o impacto negativo causado não costuma ser significativo (RODRÍGUEZ, MOLINA, *et al.*, 2011) e que já é perceptível o número de viajantes responsáveis e solidários em seus intercâmbios com o outro (ZAOUAL, 2009) e (QU e LEE, 2011). Por outro lado, a pulverização de visitantes dilui também a capacidade de gerar um expressivo impacto econômico positivo.

a) Roteiro criado por prestadores de serviços turísticos

⁴²http://www.turismo.gov.br/turismo/multimedia/radio_turismo/2013_11_04.html Acesso em 06/07/2014.

Conforme foi enunciado no item 1.2.1 deste Capítulo, a nova Lei, nº 12.974/2014⁴³ instituiu as responsabilidades legais das Agências de Viagens e das Agências de Viagens e Turismo, atribuindo a estas a exclusividade na criação e organização de roteiros. Como se trata de uma Lei recente, os impactos na demanda ainda não puderam ser verificados. Em 2012, cerca de 10% de todas as viagens realizadas no Brasil se utilizaram dos serviços das Agências de Viagens (BRASIL 2013). Em função das novas determinações legais, espera-se um aumento nesses índices.

Segundo o Boletim de Desempenho Econômico do Turismo (BRASIL, 2014), os negócios referentes ao segmento agências de viagens vêm se mantendo aquecidos desde o segundo trimestre de 2009, fato este que se repetiu no primeiro trimestre de 2014. Neste período, o faturamento das Operadoras somou 5,1 bilhões de reais para viagens internacionais e 5,6 bilhões de reais para as viagens domésticas.

Dentre os serviços oferecidos pelas agências está a concepção, elaboração e execução dos roteiros. Há alguns anos, as agências organizavam os pacotes turísticos, principalmente a partir da sensibilidade dos operadores para com as demandas do mercado e dos resultados das negociações com seus fornecedores. Conforme foi observado antes, com pouquíssimas exceções, a quase totalidade dos manuais técnicos ensina aos profissionais, ou futuros profissionais, a conjugar ou considerar as inúmeras variáveis necessárias para a montagem dos roteiros. A questão é que estes compreendem os sítios, seus bens patrimoniais e seus habitantes apenas como recursos ou atrativos. Os roteiros são criados em gabinete, sua viabilidade comercial é testada, os valores e exclusividades são negociados com os fornecedores ou com os atrativos a serem explorados, e são colocados à venda no mercado.

Entretanto, diante da citada mudança de comportamento dos turistas, tanto as agências de viagens quanto as operadoras de turismo vêm investindo na modificação do seu espectro de atuação, procurando investir na profissionalização e na identificação de alguma lacuna no mercado ou demanda não satisfeita (TSAI, HUANG e LIN, 2005) e (CASTILLO-MANZANO e LÓPEZ-VALPUESTA, 2010).

Observa-se uma tendência para a assumirem características de consultorias especializadas em turismo, dedicadas à orientação e à customização de roteiros

⁴³http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12974.htm, acesso em 06/07/2014.

planejados pelos clientes, embora não tenham abandonado a função de operadoras. Os pacotes turísticos continuam sendo procurados pelos indivíduos, famílias ou grupos constituídos, quer pela comodidade dos serviços oferecidos, quer pelos baixos preços alcançados na negociação da quantidade (BAHL, 2004), (KIM, KIM e HAN, 2007) e (LEE, QU e KIM 2007).

As mudanças implicaram também em uma diferenciação entre o chamado “turismo de massa” e as excursões que investem na qualidade das relações estabelecidas entre visitantes e visitados e na preocupação com a sustentabilidade ambiental e cultural do lugar, apesar de organizadas para grande número de pessoas (RYAN, FÁBOS e ALLAN, 2006). Nesse caso estão os novos investimentos nos chamados *Tours da Experiência*, como os que apresentam o MTur⁴⁴.

Observa-se, aqui, a coerência entre essa mudança de mentalidade e os pontos defendidos pelos autores de referência desta pesquisa, muito embora as agências que demonstram e atuam com essas preocupações ainda sejam em número bastante reduzido.

Como pôde ser visto nos estudos específicos, as constantes e as variáveis a serem articuladas entre si na montagem dos roteiros são inúmeras. Uma escolha mal feita pode ser arrasadora para o receptivo e frustrante para o turista. Por essa razão, muitas agências preferem não arriscar em roteiros não testados. Isso implica na dificuldade de abandonar a “produtividade industrial” e as propostas estereotipadas e investir em propostas inovadoras que valorizem a memória, a herança do passado e a interação pessoal. Além disso, cabe observar que as grandes excursões exigem estruturas e equipamentos compatíveis, o que limita o número de ofertas adequadas e reduz o número de empreendedores beneficiados pela circulação de turistas (KUVAN e AKAN, 2005).

O êxito da viagem, da mesma forma que da pessoa que monta para si, pode ser atribuído à escolha de destinos e percursos, que facilitarão mais ou menos o estabelecimento de relações dos turistas entre si e entre visitantes e visitados, sejam estas pessoas, instituições ou paisagens.

⁴⁴Podem ser acessados em: <http://www.tourdaexperiencia.com.br> e http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Caso_Tour_Experiencia.pdf. Acesso em 06/07/2014.

No caso de excursões, o número de turistas e a frequência de visitação podem impactar positiva ou negativamente o lugar, ecológica ou culturalmente (DEERY, JAGO e FREDLINE, 2012). Mas é possível contar com estratégias por parte da agência para operar em consonância com os interesses locais, procurando escolher equipamentos que demonstrem preocupações com a conservação ambiental e cultural. E, na execução dos roteiros, estratégias que promovam algum nível de controle sócio-comportamental e ético dos visitantes em relação ao receptivo, como por exemplo, com a utilização de guias de turismo ou de agentes previamente instruídos para minimizar impactos negativos (SALAZAR, 2005).

Esse ponto é particularmente delicado, uma vez que os guias de turismo são a interface que conecta os eixos, emissores, receptores e turistas. Entretanto, em sua grande maioria, os cursos de formação profissional ainda preparam os guias dentro de padrões ultrapassados, não se preocupando com seu papel de mediador cultural, de propagador de conceitos, ou de intérprete do patrimônio.

Dessa forma, a formação profissional e a conscientização dos agentes e operadores de viagens assumem máxima importância para a construção e execução de roteiros que garantam a sustentabilidade local, os cuidados éticos com o receptivo, a satisfação dos turistas e a integração harmônica dos elementos do *trade*, para além dos objetivos comerciais de lucratividade. Mostra-se de igual importância a formação profissional de guias de turismo que se preocupem com as interferências culturais e com os legados materiais dos lugares visitados (PRAKASH e CHOWDHARY, 2010).

Roteiro criado e oferecido pelo destino

Embora a Lei nº 12.974/2014 tenha restringido a realização de roteiros às Agências de Viagens, vê-se como possível – e até desejável – que os destinos invistam na organização de roteiros, ainda que sejam comercializados por terceiros.

A fase de construção de um roteiro de visitação turística realizada a partir de uma localidade é precedida por outras etapas que podem ser motivadas por razões variadas. Idealmente, espera-se a existência de discussões anteriores e algum nível de consenso entre as lideranças governamentais, administrativas, empresariais e comunitárias no uso do turismo como um dos meios de desenvolvimento local. Igualmente, espera-se que tenha havido uma prévia estruturação das diretrizes gerais e dos objetivos específicos a serem alcançados pelo plano de desenvolvimento turístico em uma localidade ou região

(BARTHOLO, SANSOLO e BURSZTYN, 2009), (PAES, 2009) e (IRVING, 2009). Mas, na prática, são raros os casos em que essas aspirações podem ser constatadas de forma plena.

Sob o ponto de vista dos autores que embasam este trabalho, este tipo de roteirização se enquadra na maior parte das preocupações, uma vez que os roteiros são criados a partir dos diálogos internos do sítio, e, portanto, considerando-se as relações simbólicas de pertencimento e o desejo das interrelações com o outro. Da mesma forma, observa-se a participação no controle das ferramentas, na valorização dos modos de vida e importância da herança patrimonial dos grupos locais e na flexibilidade para a inovação.

Entretanto, a necessidade de participar dos mercados colocam essas vantagens em suspensão. Semelhante ao que ocorre fora do país (SCHEYVENS, 2007), também no Brasil, percebe-se a dificuldade de comercialização desse tipo de roteiro pela distância entre os destinos e os consumidores e pela falta de conhecimento do funcionamento do mercado ou da comercialização de produtos turísticos por parte das comunidades receptoras. Em uma pesquisa realizada com 26 experiências de turismo de base comunitária financiadas pelo Governo Brasileiro, 74% afirmaram que utilizam os próprios membros locais como forma de divulgação dos serviços (MIELKE, 2011). Embora 37% dessas experiências possuam *web sites*, eles não estão habilitados para a venda de produtos online e não possuem respaldo mercadológico.

A mesma pesquisa aponta para a restrição que 78% dessas iniciativas comunitárias fazem para a utilização das agências de viagens para o serviço de divulgação e comercialização dos produtos, por acharem que as relações comerciais são desequilibradas. Outra pesquisa realizada na Região Amazônica (BRASIL, 2011) corrobora esta visão, pois revela que ali o ecoturismo está fortemente concentrado nas mãos das operadoras e empresas de turismo. E seus efeitos econômicos positivos, como a geração de postos de trabalho e renda, são pouco distribuídos entre os habitantes ou grupos receptores.

Com o advento das iniciativas governamentais em favor do desenvolvimento turístico (algumas das quais apontadas anteriormente neste trabalho), alguns resultados positivos têm sido obtidos a partir das parcerias entre as instâncias públicas e privadas sob as diretrizes das Redes de Cooperação Técnica para a Roteirização. Entretanto, ainda são poucos os exemplos que alcançam impactos culturais ou econômicos positivos.

A integração promovida pelas instituições sem fins lucrativos

A quarta classe aqui destacada diz respeito aos roteiros construídos ou promovidos por instituições acadêmicas ou organizações não governamentais, que funcionam como mediadoras entre turistas e grupos receptores. Diferem das agências por não intencionar lucro comercial, procurando equilibrar e beneficiar oferta e demanda.

O acesso aos conhecimentos teóricos e conceituais, explícitos ou tácitos, bem como aos meios de comunicação eletrônicos, fomentam a existência de iniciativas que investem na qualidade do contato direto entre moradores e turistas.

A presença de uma instituição reconhecidamente idônea, por sua vez, fomenta a confiança entre as partes, promovendo mais rapidamente as relações dialogais entre elas. O roteiro, então, é construído a partir de inter-relações pessoais entre instituições, visitantes e anfitriões que são, elas mesmas, parte significativa da viagem. Esse tipo de construção estimula a existência de situações de convívio e de integração do visitante ao cotidiano dos grupos receptivos, em almoços coletivos, participação em atividades agrárias ou produção de atividades artesanais, por exemplos.

Embora os roteiros sejam fruto de planejamentos às vezes muito extensos e bastante complexos, eles têm uma larga faixa de abertura às alterações espontâneas e circunstanciais motivadas pelo encontro presencial.

Apesar de a literatura apresentar diversos casos exitosos de construção de roteiros organizados pelos destinos e/ou com o auxílio das instituições sem fins lucrativos, principalmente vinculados ao Turismo de Base Comunitária, a Lei nº 12.974/2014 não os considera, desestimulando e impedindo a atividade.

Em uma leitura mais superficial, pode parecer que em tais classificações afirma-se a primazia das instituições sem fins lucrativos em detrimento das relações comerciais para o desenvolvimento do turismo. Longe disso, o que se argumenta é que as construções de roteiros turísticos que se balizam apenas pelas facilidades e vantagens econômicas tendem à exaustão das relações com os grupos sociais locais e com o ambiente e, conseqüentemente, à insustentabilidade, independentemente do tipo caracterizado aqui.

3.3 Roteirização Dialogal: uma metodologia para projetos de turismo situado

Os fundamentos teóricos apresentados inicialmente, relacionados aos conceitos revelados pelas análises dos documentos e estudos expostos anteriormente – além da própria observação empírica –, possibilitam caracterizar mais claramente o que se entende por **Roteirização Dialogal**.

O processo de construção da metodologia foi, ele próprio, marcado pelo diálogo entre a teoria e a prática; e em segundo momento, sistematizado e testado como metodologia. A construção e a verificação ocorreram em duas circunstâncias bastante diferentes entre si, e, ao que indicaram suas análises e avaliações posteriores, alcançaram resultados que apontaram também para a viabilidade de sua generalização ou para a sua aplicabilidade em novas propostas.

Primeiramente, torna-se mister esclarecer que não se considera a **Roteirização Dialogal** a única prática aceitável para a construção de roteiros, indiscriminadamente, mas o cotejamento entre teoria e prática demonstrou sua especial adequabilidade para projetos de turismo situado. Ou seja, projetos desenvolvidos em espaços que revelam ter como característica marcante serem eles sítios simbólicos de pertencimento (ZAOUAL, 2009).

Dessa forma, o processo descrito difere das formas tradicionais de organização dos roteiros por considerar, além das variáveis técnicas, a subjetividade dos aderentes aos sítios, o respeito aos valores coletivos, a memória e o patrimônio material e imaterial e a ética local. Considera, igualmente, o direito das pessoas às suas identidades culturais e às suas memórias como base para a sobrevivência das sociedades, também como preconiza Santos (1998).

São eles que devem discernir que percursos e recursos participarão, ou não, como atrativo nos roteiros, pois sua presença ou ausência, ordem ou tempo de visita, pode valorizar ou desvalorizar objetos, lugares ou memórias, e inscrever na percepção dos visitantes – e nas deles próprios – uma (nova?) história.

A importância da **Roteirização Dialogal** está na capacidade que o processo tem de ampliar, revelar, afirmar ou transformar os valores comunitários e as relações existentes no sítio a ser percorrido pela ótica dos próprios habitantes ou dos implicados.

A adjetivação **Dialogal** à roteirização tem o sentido buberiano em que as partes são consideradas mutuamente (BUBER, 2001). Assim, é o diálogo que define o desenho dos roteiros, comportando diversos participantes: o profissional técnico, os diferentes aderentes ao sítio, os visitantes, os administradores e os promotores em geral, que são chamados a interagir sobre o traçado dos roteiros.

Também apoiada nos conceitos buberianos de valorização da convivência, das relações interpessoais e dos encontros significativos, a **Roteirização Dialogal** foi sendo estruturada no sentido de transformar a experiência turística em uma experiência singular e única, contribuindo para proporcionar a ruptura com os modelos de turismo industriais e massificados que afetam o uso saudável e ético e a conservação do sítio. Além disso, o privilégio dos valores humanos em relação aos valores comerciais e utilitários instituídos pelo processo tendem a favorecer as relações interpessoais e significativas entre visitantes e visitados.

O método não visa a instituir o roteiro único ou *o roteiro dos roteiros* para um determinado sítio, ao inverso, o que se pretende com ele é a ampliação da capacidade de criação, de circulação, de percepção e de influência dos roteiros e de democratização dos resultados, pela infinidade de possibilidades que permite criar e oferecer.

Embora a **Roteirização Dialogal** seja um instrumento para a turistificação de um sítio, ela não se refere exclusivamente a turistas, mas principalmente a visitantes, sejam eles moradores do local ou dos arredores, e também para os que vêm de lugares mais distantes, viajantes, excursionistas, turistas por assim dizer.

Assim sendo, compreende-se a **Roteirização Dialogal** como um processo de construção de roteiros de visitação em um determinado sítio, tendo o diálogo com os interessados e impactados como veículo para as tomadas de decisão, visando à harmonização das demandas e o melhor equilíbrio na divisão dos benefícios entre as partes envolvidas.

Trata-se de um processo dinâmico de mediação que pressupõe o rearranjo, a repactuação constante, pois ocorre na relação entre elementos fixos e fluxos, que se alteram permanentemente, provocando novas experiências, com potencial para gerar novos significados a cada momento.

Conforme foi visto, não há um consenso – nacional ou internacional – para o significado de **roteiro**, sendo o termo usado para definir diferentes conceitos, que, por sua vez, também recebem nomenclatura diversa, como rotas, itinerários, percursos,

caminhos. Das referências levantadas, infere-se que um roteiro pode apresentar duas dimensões: uma imaterial, anterior ou posterior ao traçado físico, que se revela no planejamento, na idealização, na concepção ou na comunicação; e outra material, que se configura no desenho gráfico e espacial, que expõe ordenamentos ou classificações dos atrativos⁴⁵. A **Roteirização Dialogal** se processa na alternância entre as duas dimensões, pois grande parte do seu desenvolvimento ocorre entre a ideação e a realização e na constante sucessão entre essas.

Em comparação com os preceitos estudados anteriormente, a **Roteirização Dialogal** se aproxima do conceito do roteiro como base de dados de Figueira (2013), em função da abertura potencial para a criação de diferentes roteiros. Entretanto, difere desse pela condição de oferecer-se permanentemente à negociação, buscando afastar-se da cristalização dos significados.

Sua criação não está circunscrita aos interesses comerciais, como fomentado pelos textos publicados pelo MTur, podendo envolver motivações de ordem educacional, cultural ou outras. Isso porque comporta a multiplicidade de desejos ou razões dos diferentes atores em um mesmo produto.

A opção pela utilização de uma base projetual – que facilita a percepção do conjunto e das ações e dos processos cíclicos de previsão, revisão e proposição de impactos e resultados (CIPOLLA, 2010) – auxiliou na estruturação da **Roteirização Dialogal** de forma dinâmica, aberta às mudanças e a novos encaminhamentos.

Por suas características intrínsecas, a **Roteirização Dialogal** se torna campo fecundo para as discussões sobre as relações entre o turismo e o patrimônio que foram colocadas em relevo no capítulo II. Conforme foi visto, o turismo intervém de maneira ambígua, tanto expondo a necessidade e a importância da patrimonialização com vistas à

⁴⁵Essas duas dimensões ainda podem sofrer subdivisões, como por exemplo, nos roteiros em que os visitantes se utilizam das informações geradas como apontamento de experiências, mas sem respeitar a sequência sugerida; dessa forma, os roteiros só existirão ao serem concretizados, como no caso dos Guias Turísticos. Em outro exemplo, o roteiro apresenta uma dimensão de agente social que pode incluir ou excluir pessoas, histórias, lugares, tempos. Em outra subdivisão, os roteiros são fluxos em tempo presente, ou seja, só são definidos no instante em que são percorridos ou no passado, quando já cessaram as potencialidades. Tavares (2002, p. 14) apresenta-o como importante ferramenta para a leitura da realidade existente e da situação sociocultural vigente. Suzane & Gastal ainda sugerem outra subdivisão, no ato em que viajante comunica sua experiência. O número de subdivisões pode ser elevado à quantidade de indivíduos ou organizações que se relacionam com o roteiro, uma vez que ele adquire significados diferentes para turistas, para agentes de viagens, para guias, para transportadoras, para as instituições que são atrativas.

salvaguarda dos bens, como pode contribuir para a cristalização dos seus significados ou para a criação de narrativas dissociadas do sítio (RAMÍREZ, 2011). Assim sendo, dependendo da condução dos diálogos, os problemas decorrentes dessa metodologia podem ser minimizados ou maximizados.

De toda forma, a condição de abertura aos diálogos propostos pela metodologia em pauta pode favorecer às negociações, às repactuações e às constantes ressignificações, evitando os sentidos pasteurizados ou as narrativas ditas verdadeiras e únicas que favorecem apenas uma parcela da sociedade. Mas, para tanto, será necessário que os técnicos estejam atentos a essa situação.

Nesse particular, é importante afirmar que, embora a ênfase da **Roteirização Dialogal** esteja nas relações humanas, a qualidade técnica necessária à construção dos roteiros não está descartada; ao contrário, o que se argumenta é que o conhecimento técnico deve estar à disposição para intermediar o diálogo, contribuindo para o alcance de resultados equilibradamente benéficos, nos âmbitos sociais, comerciais, políticos e turísticos. A excelência técnica pode contribuir igualmente para apontar a necessidade de melhorias no atendimento de hospitalidade, na infraestrutura para habitantes e para a circulação de visitantes, para a viabilidade da comercialização dos produtos criados, para contribuir com processos educativos, para a satisfação das necessidades e de cuidados com a conservação existente na contemporaneidade.

Nesse estudo, compreendem-se como aspectos técnicos a escolha, a priorização e a articulação dos diversos elementos – distâncias, quantidades, tempos, valores – e a consequente composição de um conjunto harmônico possível de ser percorrido ou usufruído. É uma atividade complexa e que, geralmente, demanda alguma prática para alcançar a eficácia, orientando e garantindo que as visitas ocorram de maneira satisfatória e prazerosa.

Em termos práticos, na **Roteirização Dialogal**, tanto o traçado quanto a hierarquia dos atrativos na organização dos roteiros deverão ser estabelecidos a partir da negociação entre os participantes, assessorados pelo conhecimento técnico. Isso significa dizer que os técnicos – aqueles que detêm o conhecimento técnico – assumem papel importante na **Roteirização Dialogal**, pois deverão funcionar também como elementos agregadores, incentivadores e moderadores dos diálogos, que podem ser bastante complexos.

Funcionarão também como guardiões das boas práticas turísticas, mantendo-se atentos às demandas de conservação e de uso saudável, de respeito às leis e aos preceitos éticos e morais vigentes no sítio, e, para além dele, na região e no país.

Mostra-se igualmente importante que os técnicos se disponham a superar o senso comum ou as visões comerciais, mantendo-se abertos às diferentes possibilidades, pois os traçados ou os pontos sugeridos para constar nos roteiros podem ser não convencionais, inovadores ou ainda não institucionalizados como atrativos. Essas inovações podem vir a ser grandes diferenciais no desenho dos roteiros, criando novas atratividades turísticas.

Dessa forma, uma das fases mais significativas do processo é a de *levantamento de dados*, pois idealmente, além dos dados de infraestrutura necessários aos aspectos técnicos, deve coletar informações, opiniões e sugestões do maior número de pessoas implicadas, buscando alcançar a maior tipologia social ou variedade de categorias possível. Evidentemente, essa diversidade estará submetida às características dos sítios.

Mostra-se também extremamente fundamental que os resultados dos traçados retornem posteriormente aos interessados visando à consensualidade.

Na intenção de melhor dar a conhecer os passos de construção de roteiros por meio da **Roteirização Dialogal**, optou-se ilustrar o processo a partir de dois casos bastante diferentes entre si, de maneira que seja possível identificar as características próprias do método a partir da comparação entre os procedimentos adotados para cada caso, em cada sítio.

Cabe ainda ressaltar que, em função da sua característica de ser um projeto de execução e da distância temporal do primeiro projeto, sua descrição foi apresentada com mais detalhes e está mais completa, incluindo seus resultados finais. O mesmo não ocorreu em relação ao segundo projeto, pois, além de ser um projeto apenas de concepção de roteiros, foi encerrado há poucos meses, e ainda não houve oportunidade de funcionamento e distanciamento para avaliá-lo; por isso, será relatado apenas seu processo de construção dos roteiros.

CAPÍTULO IV

4 Casos empíricos

Esta experiência foi o empurrão que faltava. Eu me questionava, “Sou guia de turismo. E agora?”. (Avaliação final de um dos guias participantes do projeto Palácios do Rio, 2012).

4.1 Projeto Palácios do Rio

Um dos projetos que ilustram este estudo, o Projeto Palácios do Rio deve sua origem ao Edital Prioridade Rio 2010, da FAPERJ⁴⁶, e foi concebido visando atender a diversas demandas: promover a conservação do patrimônio histórico e cultural por meio de ações que os tornem atrativos turísticos para visitantes e para a população em geral, de maneira planejada e sustentável; propiciar aos guias de turismo recém-formados pelo Curso de Turismo do Colégio Estadual Antônio Prado Júnior⁴⁷, da Secretaria de Estado de Educação do Rio de Janeiro, um laboratório e oportunidade para a formação de suas redes de relacionamento profissional; e ampliar o acervo cultural da população, a oferta de atrativos turísticos e os acessos públicos a espaços urbanos bens patrimoniais, também de maneira sustentável.

Foi realizado no Palácio da Conceição, antiga sede do Acerbispado do Rio de Janeiro. A escolha desse Palácio deve-se primeiramente à indicação de técnicos da Cia de Desenvolvimento Urbano da Região Portuária (CDURP)⁴⁸, promotores da revitalização

⁴⁶O Projeto Palácios do Rio foi tema da Revista Rio Pesquisa (Ano V. Número 18, trimestral, 2012, 17 mil exemplares), da FAPERJ. http://www.faperj.br/downloads/revista/Rio_Pesquisa_18_2012.pdf p. 6-9. Acesso em 06/07/2014.

⁴⁷Os guias vinculados ao projeto foram formados pelo Colégio Estadual Antônio Prado Júnior (CEAPJ), que desde 1973 possui um Curso de Formação Profissional em Turismo. Há mais de dez anos esse Curso se destaca no mercado por ser, na cidade do Rio de Janeiro, o único curso público de formação de Guias de Turismo de Excursão Nacional e Regional reconhecido e autorizado pelo Ministério do Turismo. Essa posição acarreta um alto índice de procura e atendimento ao público de baixa renda, a cada semestre. Reúne uma enorme variedade de interessados, atendendo desde jovens acima de 18 anos a pessoas com idade superior a 70 anos; de pessoas que buscam qualificação profissional para ingresso imediato no mundo do trabalho, àquelas que já atuam na área e buscam sair da ilegalidade; moradores das adjacências e outros que vencem enormes distâncias para se formarem.

⁴⁸A CDURP é uma empresa de economia mista, controlada pela Prefeitura, que coordena o processo de implantação do Projeto Porto Maravilha. <http://www.portomaravilhario.com.br/cdurp/> Acesso em 06/07/2014.

da Zona Portuária da cidade. O palácio está situado no alto do Morro da Conceição, que por sua vez está localizado no epicentro de grandes transformações urbanas.

Participaram do projeto 9 guias de turismo recém-formados. Eles foram convidados pelo reconhecimento da dificuldade de inserção no mundo do trabalho quando não há oportunidade para a formação de redes de relacionamento profissional ou para a exposição da competência profissional às instituições ou às pessoas com potencial para contratá-los (CATRAMBY e COSTA, 2004), (BESSI, 2011), (NEIMAN e MARTINS, 2009), (SISTO, 2009), (CAMARGO, 2010), (VALORE e SELIG, 2010), (SANTOS, 2010) e (SZANIECKI, CORSINI e SIQUEIRA, 2010). Ao todo, foram realizadas 64 visitas⁴⁹ com grupos variados, ao longo de pouco mais de dois meses.

4.1.1.1 Breve histórico do Palácio e da Fortaleza da Conceição

O Palácio foi edificado no alto do Morro da Conceição no início do século XVIII, para servir de residência para o Bispo do Rio de Janeiro. Poucos anos depois, foi invadido pelos franceses na ocupação de 1711. Após a saída dos franceses, o rei de Portugal mandou construir uma grande Fortaleza, vizinha ao Palácio, em virtude da localização estratégica do Morro em relação à Baía de Guanabara. À época, era uma das fortificações mais fortemente aparelhadas da cidade, com "36 bocas de fogo e mil balas de diferentes calibres⁵⁰". A convivência entre os vizinhos, entretanto, não foi harmônica, e as contendas entre objetivos e procedimentos contribuíram para a redução da importância bélica da Fortaleza para a defesa da cidade.

Já no século XX, após a mudança de endereço do Arcebispo para o bairro da Glória, Rio de Janeiro, o Exército adquiriu o prédio para abrigar a Missão Austríaca que instituiu os estudos de Cartografia do Exército, em 1923. Hoje, Palácio e Fortaleza fazem parte de um mesmo complexo de edificações que abriga a 5ª Divisão de Levantamento General Alfredo Vidal (5ªDL), dedicada à produção e comercialização de cartas topográficas da Região Sudeste do país. No Palácio, além da parte administrativa e técnica, encontra-se também o Museu Cartográfico do Exército que contém peças e equipamentos históricos utilizados para o levantamento cartográfico.

⁴⁹ Este número tem origem nos cálculos proporcionais do apoio concedido pelo Edital Prioridade Rio 2010, da FAPERJ.

⁵⁰ Carta do Governador Antônio Brito Freire de Menezes ao Rei de Portugal, em 2 de março de 1718. Histórico da 5ª DL, p. 7).

Ao longo dos mais de 300 anos de existência, o Palácio sofreu danos e reformas e poucos são os registros remanescentes que possam certificar a originalidade de quaisquer elementos arquitetônicos. Entre 2010 e 2011, com o apoio do IPHAN e do BNDES, o Exército promoveu obras de restauro no Palácio e buscou recuperar uma antiga planta da Fortaleza que data do Século XVIII.

Dessa forma, a partir da definição do lugar onde o projeto seria implementado, surgiu um novo interlocutor: o Exército Brasileiro, por intermédio da 5ª DL e da Diretoria de Patrimônio Histórico e Cultural do Exército (DPHCEX). Essa Diretoria se interessou e se dispôs a atuar parceiramente no projeto, evidenciando uma percepção contemporânea de que dar a conhecer e abrir à visitação para a população são outras estratégias de defesa do patrimônio nacional, além da defesa bélica.

4.1.1.2 Breve apresentação do Morro da Conceição

O Palácio da Conceição e a Fortaleza da Conceição coroam o Morro de mesmo nome. Ele possui longa história, fazendo parte do núcleo histórico inicial da cidade. Localizado no centro da cidade do Rio de Janeiro, de seu cimo é possível desfrutar da vista da Baía da Guanabara e, mais importante, de uma paz e tranquilidade, desde sempre, como fazem questão de afirmar seus moradores. É um espaço habitado por pouco mais de um milhão de famílias⁵¹, na maioria, descendentes de quarta geração de imigrantes portugueses e espanhóis, trabalhadores da estiva no cais do porto, que, em consequência de seus poucos recursos econômicos, mantiveram inalterados os antigos sobrados e casas de “porta e janela”, por mais de 100 anos.

Afora o Exército e as antigas famílias, há mais de uma dúzia de artistas plásticos contemporâneos que, de quinze anos para cá, vêm se instalando no Morro da Conceição, motivados por suas raras características de centralidade, tranquilidade e segurança. Também neste morro encontram-se sediadas uma capela setecentista – a Capela de São Francisco da Prainha – pertencente à Venerável Ordem Terceira de São Francisco da Penitência, que à época do desenvolvimento do projeto era proprietária da maior parte dos imóveis e terrenos⁵²; um pequeno grupo de quilombolas, que no Brasil gozam de

⁵¹ Dados retirados da revista Porto Maravilha, Março, 2010, nº 1. Acesso em 11/08/2012. <http://portomaravilha.com.br/conteudo/revistas/Boletim%20do%20Porto%201%20web.pdf>

⁵² Revezes na administração da Ordem levaram-na quase à falência e isso vem lhe custando parte de seu patrimônio. Informe do Jornal O Globo: <http://oglobo.globo.com/rio/escolas-em-crise-pedem-socorro-na->

alguns privilégios legais, e que disputam com a Venerável Ordem Terceira de São Francisco da Penitência a posse de terrenos no sopé do Morro; e também o Observatório do Valongo, unidade da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que durante muitos anos foi responsável por assinalar a hora para todo o Brasil. Em uma das subidas do morro, encontra-se a Pedra do Sal, antigo porto de trabalho e ponto de convivência de escravos e descendentes, onde se acredita que o samba tenha nascido; além dos Jardins Suspensos do Valongo, de estilo Romântico, construído para uso público no período da “Belle Époque” brasileira⁵³.

Existe no Morro da Conceição uma Associação de Moradores, mas durante o período de execução do projeto, esta não demonstrou ter qualquer representatividade junto à população local, não tendo sido referida por nenhuma das pessoas entrevistadas ou que estiveram em interlocução com o projeto.⁵⁴

Todas essas qualidades atrativas e a necessidade de circular pelas ruas e escadas para chegar ao Palácio, e por entre as casas, tornou importante e imprescindível a inclusão desse espaço e das pessoas no desenho do projeto. Essa dinâmica, inevitavelmente ampliou – em tamanho e complexidade – o plano inicial, pois passou a incorporar as relações e diálogos entre visitantes e visitados em uma perspectiva bem mais ampla do que foi inicialmente esperada, e socialmente mais delicada, uma vez que a realização do projeto se daria de fora para dentro. Seria fundamental, então, que a população local pudesse participar e que os benefícios alcançados pelo projeto pudessem ser compartilhados de alguma forma. Igualmente, seria desejável que o lugar tivesse a preservação garantida e os resultados apontassem para a conservação e manutenção local e turística.

Dessa forma, a metodologia idealizada inicialmente para a turistificação de um único palácio, foi sofrendo reajustes para atender a esse novo e mais amplo desenho. Por sua vez, os fundamentos teóricos e as bases conceituais escolhidas foram se mostrando cada

zona-portuaria-6168347 e <http://oglobo.globo.com/rio/venda-em-bloco-de-casarios-historicos-da-rua-da-carioca-pode-despejar-lojas-centenarias-5943908>, Acesso em 09/08/2014.

⁵³Depois da conclusão do Projeto, nas abas do Morro, foram encontrados relevantes sítios arqueológicos, como por exemplo, o Cais do Valongo e o Cais da Imperatriz, hoje expostos à luz e abertos à visitação, o que aumentou o valor turístico da região.

⁵⁴Apenas por uma questão ilustrativa, vale informar que, após o final do projeto, por questões políticas, que envolveram novos projetos de visitação turística, a legitimidade da Associação foi restaurada, e, em oportunidades posteriores, ela veio a ter participação ativa, apesar de nem todos os moradores se sentirem representados, por entenderem que se tratava de ação oportunista.

vez mais adequados e significativos para essa nova realidade, auxiliando na concepção dos procedimentos e na condução das ações.

4.1.2 As fases do projeto que sugeriram a criação da metodologia de roteirização dialogal

O desenho do serviço a ser oferecido pelo projeto foi inicialmente inspirado em uma experiência de visita turística com alunos-guias, no Palácio Guanabara, ocorrida cerca de dez anos antes. Tendo-a em mente, foi realizada uma pesquisa informal com amostragem reduzida sobre a motivação de visitantes a palácios abertos ao público em dois espaços distintos, o Museu da República e o Castelo Mourisco da Fiocruz. Tal levantamento, apesar de superficial, confirmou a percepção empírica anterior de um grupo de professores do Curso de Turismo do CEAPJ sobre a frequência de visita e seus tipos sociais, econômicos e culturais mais característicos. Um resumo da pesquisa encontra-se apensado a este texto (Apêndice 2).

A partir de tais resultados, foi realizada uma simulação da jornada de um visitante típico, idealizado, visando auxiliar na construção de um mapa sistêmico da organização do serviço e na percepção de qualquer inconsistência nas propostas de serviço.

Essa fase ocorreu inicialmente, antes que fosse definido em que Palácio o projeto seria executado. Por essa razão, não foram incorporados no desenho do Mapa de Organização do Sistema qualquer referência à participação de moradores, trabalhadores ou frequentadores da edificação.

Conforme foi apresentado anteriormente, os projetos que ilustram este trabalho se utilizaram de uma base projetual em seu planejamento e execução oferecida pelo design de serviços. Na prática, o desenho do serviço previa que os Guias convidassem pessoas de suas relações, ou pessoas que pudessem futuramente contratá-los, para vê-los em ação. Essas poderiam ser agentes de viagens, diretores de escolas, associações profissionais, grupos religiosos, amigos, colegas, ou quaisquer outros que lhes parecessem interessantes para iniciar suas redes de relacionamento profissional.

Para auxiliá-los na tarefa de fazer esse contato, o projeto previa a emissão de convites (em três idiomas além do português) chancelados pela instituição realizadora. Nesses convites, haveria um campo para que os Guias se identificassem e indicassem dia e hora de atuação, os contatos e os procedimentos para a visita.

Com esse processo em mente, foram realizados as primeiras conversas com o Comandante Chefe do Palácio e Fortaleza da Conceição, que informou à equipe do projeto que há muitos anos o Palácio recebe visitantes, mas essas visitas são esporádicas e em número limitado. De acordo com o Coronel Gouveia Prado, o desenvolvimento do Projeto Palácios do Rio em suas dependências poderia ajudar a divulgar o espaço e intensificar as visitas, o que estava dentro de seus planos e incumbências administrativas. Na ocasião desse primeiro encontro, ele sugeriu que a equipe envolvida iniciasse o projeto imediatamente, antes mesmo de quaisquer autorizações oficiais do Comando Maior do Exército, considerando que este seria um processo longo e demorado, podendo ultrapassar os prazos de Edital. Confiante na receptividade do Comandante, a equipe marcou o início dos trabalhos de levantamento histórico e inventário turístico do Palácio e seu entorno logo após os festejos natalinos que estavam próximos. Apensado a este relatório está um cronograma da realização do projeto com suas fases mais significativas (Apêndice 3).

Nesse ínterim, algumas reuniões foram realizadas com os pesquisadores participantes e com os futuros guias que participariam do projeto para deliberarem sobre algumas necessárias adequações quanto à localização, sobre as mudanças previstas para o desenho urbano na região; sobre a possibilidade de utilização de pesquisas anteriores e dados já existentes; sobre o público interessado em visitas naquela região; sobre a produção de material de divulgação; sobre as possibilidades de resgate de algumas das ações sociais da administração comentadas pelo Comandante na primeira visita (café das senhoras moradoras, exposições de arte, entre outras); sobre alterações de cronograma ou de ajustes no orçamento.

Nas reuniões realizadas, internamente, ficaram patentes: o desejo de incluir os moradores, as casas comerciais e os ateliês nas propostas de visita; a vontade de articular o projeto a outros existentes na região; e a intenção de divulgar o Curso de Formação Profissional em Turismo. Em tais encontros internos, ainda foram levantadas algumas questões tais como a possibilidade de formação de Guia de Atrativo para os soldados envolvidos na visita e para moradores interessados, e que tipo de contribuição/ retribuição os visitantes do Palácio poderiam legar aos habitantes locais. Dessa maneira, o desenho do projeto foi sofrendo alguns reajustes.

Em virtude das condições impostas pelo sistema de segurança militar, seria necessário realizar o agendamento prévio das visitas, e para garantir que o limite de capacidade de

carga – de no máximo 25 pessoas por visita – não fosse ultrapassado. Seria igualmente necessário registrar e fornecer os números das Carteiras de Identidade de todos os visitantes com antecedência.

Desde a elaboração do projeto para a submissão à FAPERJ, já era esperado que fossem necessárias algumas adequações, uma vez que ele havia sido escrito sem a definição do local onde seria implementado. Uma primeira situação em que a disposição para o diálogo foi posta em pauta se deu na troca do Comando da 5ª DL, logo no início do projeto. Apesar de os funcionários de Relações Públicas terem dito que a mudança de comando não afetaria o projeto, as visitas seguintes foram adiadas e foi solicitada a interrupção das atividades na fortificação até que o novo comandante tomasse ciência das necessidades e condições do quartel que comandaria pelos anos subsequentes.

Somente três meses após, em março de 2011, foi concedida uma reunião de apresentação do projeto. E, pelo que foi dado a compreender, a nova gestão estava voltada especialmente para os objetivos militares, deixando em segundo plano quaisquer questões afeitas ao patrimônio. Uma vez que não havia sido emitida qualquer documentação garantindo a permanência dos pesquisadores ou o desenvolvimento do projeto no quartel, procurou-se demonstrar a importância, o cuidado e o rigor do que estava sendo proposto. Apesar disso, não se obteve sucesso. Como saída ao impasse, o próprio Comandante sugeriu que as demandas do projeto fossem encaminhadas ao Comando Militar do Leste, informando que acataria as decisões advindas de uma instância superior.

Assim, foi realizada uma reunião com os representantes da Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural do Exército (DPHCEX), órgão ligado ao comando central. Essa diretoria é responsável pelo planejamento, coordenação e fiscalização das atividades culturais, pela preservação do patrimônio histórico, pela divulgação da História Militar e pelo estímulo ao estudo e à pesquisa das tradições militares.

Durante a reunião com a DPHCEX, a equipe militar demonstrou forte interesse em estender o projeto Palácios do Rio para outras unidades militares que estão sob sua responsabilidade e são igualmente patrimônios significativos para o país. Em função dos objetivos comuns, eles consideraram a parceria com a Universidade bem-vinda aos seus propósitos, auxiliando a equipe quanto aos procedimentos necessários para a execução do projeto nas instalações da Fortaleza da Conceição. Entretanto, como a

hierarquia militar não permite a deliberação direta desse tipo de Diretoria sobre a administração das Unidades Militares, eles avisaram que poderiam apenas recomendar ou aconselhar a execução do projeto ao Comandante da Fortaleza.

Assim feito, o Comandante acatou a sugestão da DPHCEX e autorizou a implementação do Projeto, participando do redesenho que se impunha em função de certas restrições e por motivos operacionais do quartel.

Na ocasião, foram combinadas três zonas de circulação turística dentro do Palácio e Fortaleza da Conceição, para que a visita não causasse problemas internos em relação à segurança. Vale notar que, esses espaços foram sendo gradualmente expandidos ao longo do desenrolar do projeto e as proibições e limitações foram sendo flexibilizadas e relaxadas.

O diálogo também foi determinante para que se alcançasse uma solução a meio termo para a inesperada impossibilidade de visitas nos fins de semana, justamente quando há maior circulação turística nas cidades. Bem como para a ordem expressa do Comandante para a redução das visitas para o período total de uma semana, o que inviabilizaria as 64 visitas fixadas pelo projeto. Após um período de conversas em várias instâncias, foi permitida a entrada de visitantes de segunda a quinta-feira, de 9 às 16 horas, com intervalo para almoço entre 12 e 13 horas, com um máximo de 25 pessoas, a cada visita, em cada turno. Como o projeto havia sido estruturado contando com as visitas durante os fins de semana, foram pensadas algumas alternativas de compactação das visitas de maneira que se mantivesse o número estipulado inicialmente. A solução foi organizá-las em dois turnos, no período de três de outubro a oito de dezembro de 2011.

Além dessas, foram alvo de negociação a autorização para o uso da infraestrutura local (inicialmente também foi impedido o uso dos banheiros e da cantina interna); o levantamento de algumas histórias aventurosas dos soldados responsáveis pela demarcação dos limites territoriais do país para integrar as histórias a serem contadas pelos guias (isso não foi permitido aos soldados ou oficiais); a exibição do equipamento de marcação das curvas de nível utilizado pelo exército – computadores como uso dos óculos 3D durante a visita (permitido a partir da intervenção da DPHCEX, mas sempre com limitações de número de pessoas e até mesmo da nacionalidade do visitante); a utilização das salas do porão da Capela para exposições de artistas locais ou do próprio

Exército (não foi concedido); um espaço para guardar material e equipamentos do projeto, como por exemplo, a maleta com o transmissor e receptores e o material gráfico que seria distribuído aos visitantes (concedido); e o uso do espaço externo para atividades infantis (não foi concedido).

Quanto à fotografia e filmagem, por questões de segurança, foi solicitado que só fosse permitido aos visitantes fotos externas a partir da Fortaleza ou do Palácio, impedindo as fotos dentro do espaço militar. Quanto à possibilidade de fornecer transporte para escolares, a Diretoria deixou claro que não seria possível, pois é uma demanda recorrente nos projetos sociais desenvolvidos pelo Forte de Copacabana. Quanto à cessão de um espaço para uma apresentação musical dentro do Palácio, o representante da DPHCEX sugeriu que este ponto fosse discutido mais adiante, depois que o projeto estivesse mais consolidado (não houve oportunidade). Por fim, foi solicitado um documento que firmasse a parceria (ainda em tramitação no Comando Militar Central).

Afora essas, durante o projeto ainda seria necessário negociar o relaxamento da proibição da entrada de pessoas vestidas com bermudas (o projeto estaria aberto ao público no início do verão) e a necessidade do envio diário dos nomes completos e os números de identificação de cada visitante, incluindo dos escolares (atendido por nós).

As análises dos dados levantados apontaram para a necessidade de “vitaminar” o Museu sem gerar custos; de pensar a visitação como cartografia viva (esta última ideia, particularmente, foi desenvolvida e ampliada); de verificar a possibilidade utilizar as novas tecnologias, como GPS, sistema de localização, 3D, etc. (tentada sem sucesso); e se haveria vantagem em utilizar o tradicional meio de apresentação da história local (pranchas desenhadas a mão pela Relações Públicas da 5ª DL, Margaret Pellizzaro, de aparência amadora).

Quanto à seleção dos guias recém-formados do Colégio Estadual Antônio Prado Júnior para a participação no projeto, cabe dizer que foram feitos convites abertos aos alunos e ex-alunos. Poderiam participar todos que desejassem, desde que já estivessem credenciados pelo Ministério do Turismo, ou seja, já estivessem devidamente formados e legalizados. O limite de participantes (16 guias) e o número de visitas a serem realizadas (64 visitas) havia sido estabelecido a partir das condições dispostas no Edital da FAPERJ, considerando a relação percentual entre valores para pagamento de pessoal, custeio de diárias e passagens e despesas com equipamentos e material de consumo.

Apesar do número de vagas, quando o projeto ganhou as ruas, apenas nove guias estavam engajados no processo. Assim, as visitas combinadas com a FAPERJ foram redistribuídas entre esses, aumentando as oportunidades de participação para cada um deles.

4.1.2.1 Levantamento histórico

Uma das ações mais importantes para o desenvolvimento desse tipo de metodologia é um *levantamento histórico* que contemple a maior variedade de fontes. No caso do projeto em questão, foi realizadas pesquisas em fontes primárias e secundárias, bibliográficas, documentais e outros, tendo como objetos o Palácio, a Fortaleza e o Morro da Conceição. A pesquisa englobou ainda histórias orais e memórias de moradores, trabalhadores e frequentadores do sítio. Essa fase de levantamento serviria ainda para perscrutar dados subjetivos acerca da visitação. Contou com a participação das guias de turismo que voluntariamente se ofereceram e foram treinadas para trabalhar naquele primeiro momento.

Igualmente, procedeu-se ao levantamento de dados sobre o Palácio, a Fortaleza da Conceição e do seu entorno, por meio de consultas a instituições e autoridades com ingerência local, tais como o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (INEPAC), Secretaria Municipal de Turismo (Riotur), Secretaria Estadual de Turismo, Esporte e Lazer (Turisrio), Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto (CDURP), a Venerável Ordem Terceira de São Francisco da Penitência (VOT), o Departamento do Curso de Astronomia da UFRJ, arquitetos e urbanistas especializados na área, dentre outras. Essa pesquisa também auxiliou na identificação das instituições que atuam na região e das lideranças comunitárias locais.

Além desses, foram entrevistados um professor de História da UFF, um Antropólogo e um Guia de Turismo formado pelo Curso de Turismo do Colégio Antônio Prado Júnior, todos moradores do Morro da Conceição; a Diretora Geral e a Adjunta do centenário Colégio Padre Doutor Francisco da Motta e do Colégio Sonja Kill (ambos ligados à Venerável Ordem Terceira), a Secretaria de Saúde que atua na região e comerciantes locais. No Apêndice 4 estão relacionadas as pessoas entrevistadas e as funções que exercem e/ou instituições em que trabalham.

Uma vez que não se dispunha do tempo necessário para a mobilização e o envolvimento da população autóctone em um planejamento amplamente participativo, optou-se por realizar um questionário semi-estruturado para conhecer as expectativas e desejos dos moradores, trabalhadores e frequentadores, para levantar dados quanto ao desenvolvimento turístico local promovido tanto pelo projeto Porto Maravilha da Prefeitura, quanto pelo Projeto Palácios do Rio. Esse instrumento foi aplicado junto aos passantes e aos moradores que gentilmente se dispuseram a receber os entrevistadores. No Apêndice 5, está um exemplo do formulário entregue aos entrevistadores (guias voluntários e professora do Curso de Turismo do CEAPJ), e um exemplar respondido.

4.1.2.2 O inventário turístico

O inventário turístico foi realizado a partir dos formulários disponibilizados pelo MTur, adaptados, acrescentados de dados subjetivos observados localmente ou colhidos nas pesquisas de opinião. Foram utilizados os formulários específicos para Atrativo Histórico Cultural; Eventos; Personalidades; Meios de Hospedagem; A&B; Lazer e Entretenimento; Outros (que englobam empreendimentos como Agências de Viagens, Shopping Centers, Centros Comerciais, Estabelecimento Bancários, Postos de Gasolina, Supermercados, Locadoras de Veículos, etc.).

Para proceder à aplicação dos questionários foi decidido como limite geográfico de ação do projeto as ruas que fazem fronteira das abas do Morro com a região plana. Vale notar que o Morro da Conceição é composto por uma grande pedra de granito (gnaisse) e tem descida bastante íngreme, o que define muito claramente seu contorno. As principais ruas limítrofes foram: Rua Sacadura Cabral, Rua Senador Pompeu, Rua Camerino e Rua do Acre, e as pequenas ruas que fazem a ligação entre essas.

A Figura 8 apresenta os mapas dos limites do projeto, sendo o primeiro com o traçado das ruas e o segundo uma foto de satélite do mesmo espaço (Fonte: Google maps, arquivo da pesquisadora).

4.1.2.3 A análise de potencial turístico

A segunda fase do projeto constituiu-se da análise dos dados levantados. Quanto ao conjunto recolhido internamente ao Palácio e Fortaleza, esse foi analisado, tecnicamente, procurando-se observar o potencial turístico, os pontos favoráveis e os desfavoráveis, considerando a capacidade de carga e os possíveis impactos socioculturais, ambientais e econômicos de cada elemento. A hierarquia entre os atrativos, as funções de cada um no roteiro foram sendo negociados com os responsáveis pelos setores. Em alguns casos, foram feitas sugestões técnicas sobre apresentação, desenvolvimento de novos produtos e outras melhorias para os serviços oferecidos que se mostraram pertinentes. A título de exemplo, destaca-se o texto a seguir que faz parte da documentação do projeto e sintetiza os resultados das análises.

O espaço se mostrou de grande riqueza, tanto por seu aspecto material quanto imaterial. Destaca-se por ser um exemplar da arquitetura militar portuguesa do período colonial com poucas alterações estruturais; de tamanho e aparência impressionantes; está em um sítio central e pouco conhecido pelos habitantes da cidade, e pode-se contar com o elemento surpresa; possui antiguidade e intensa participação nas histórias da cidade, com destaque para as histórias de invasões, saques, piratas, defesa da cidade; possui segurança local; vista panorâmica de interesse estético, geográfico e histórico; estrutura para a visitação já existente, ainda que modesta; espírito colaborativo dos funcionários e soldados; a existência de uma unidade militar em funcionamento com equipamento de última geração, poderá interessar particularmente à juventude; espaço físico propício para visitação com poucos lugares perigosos, contando com cercas, muros, corrimãos, calçamento; espaço bucólico e tranquilo; variedade de ambientes.

Quanto aos resultados das análises externamente ao Palácio e Fortaleza, foi observado que, de uma maneira geral, nas ruas e vielas do Morro da Conceição podem ser encontrados exemplos de construções em estilos de variados períodos. Do período setecentista os principais exemplares são o Palácio da Conceição, a Fortaleza da Conceição e a Capela de São Francisco da Prainha. Ainda podem ser encontradas algumas construções do século XIX, mas a grande maioria das casas é do início do século XX. Com raras exceções, as residências obedecem ao padrão colonial português de casa rés à rua, sem jardins ou muros.

No Morro da Conceição, as construções se adequam a um traçado urbano preexistente, no que diferem dos demais morros cariocas em que os volumes arquitetônicos privados é que determinam o espaço de circulação pública. Os lotes têm frente estreita e grande profundidade, o que gera plantas internas com longos corredores de acesso às alcovas (cômodos sem janelas). São as chamadas casas de “porta e janela”, geminadas ou não.

Segundo Weimer (2005), essas estruturas têm origem em África árabe, e foram adaptadas pelos portugueses ao solo brasileiro na medida do possível, perdurando até os dias de hoje.

No que tange aos habitantes, em sua maior parte, os moradores entrevistados eram proprietários ou filhos dos donos dos imóveis em que residem. O resumo das respostas está apresentado no Apêndice 6.

Os dados colhidos compuseram um gráfico sistêmico do serviço organizado a partir de ferramentas projetuais (tais como, *blueprint*, *service journey*), onde foram consideradas as interfaces entre as diversas esferas: os habitantes e a cultura local, o Exército e o patrimônio, os guias, os visitantes, a coordenação, os apoiadores, a cidade do Rio. Um mapa do serviço está apresentado no Apêndice 7.

Vale destacar que ainda foram levados em conta os inventários turísticos no que respeita à capacidade de recepção dos atrativos e dos equipamentos, as distâncias em relação à acessibilidade e ao tempo de acesso e permanência para os diferentes segmentos de visitantes, a existência de serviços de apoio ou a produção de artigos a serem comercializados, a existência de locais para estacionamento de veículos de transportadoras turísticas e particulares, as mudanças programadas para a região, dentre outros aspectos legais, ambientais e sociais.

4.1.2.4 A construção dos roteiros em diálogo

Respeitando-se os resultados apontados por este levantamento, foram identificados sobre um mapa os pontos de interesse e recursos a serem transformados em atrativos. Os pontos foram relacionados em uma série de possibilidades, mantendo-se o Palácio como ícone central.

Para subsidiar o trabalho dos guias, foi criado especialmente um “Guia para Guias”. Além do conteúdo histórico, o livreto continha informações sobre os partidos arquitetônicos recorrentes no Morro, nomenclatura de alguns dos elementos de arquitetura, glossário dos termos cartográficos, condições físicas de acesso nas ruas do entorno, diversas possibilidades de roteiros, nomes, telefones e capacidade de carga dos restaurantes e bares do entorno; eventos e festas locais; mapa com os limites de atuação do projeto; nome, endereço e telefone dos ateliês dos artistas locais; casas comerciais de interesse turístico; locais turísticos da região, com respectivos endereços, horários de

visitação e números de contato. Constavam também informações sobre o acervo do Palácio e Fortaleza, do Observatório do Valongo, do Jardim Suspenso do Valongo, da Capela de São Francisco da Prainha, entre outros. Esse guia informava, também, sobre a metodologia utilizada no projeto, as sugestões de atividades lúdicas criadas e indicações para roteiros de visita divididos em circuitos internos e externos. O Guia para Guias também se encontra apensado a este texto (Apêndice 8).

Os guias receberam um conjunto de acessórios composto de um livreto “Guia para Guias”, camisetas uniformes, um conjunto de 90 cartelas que compunham dois jogos (da memória e de percepção), cerca de 160 convites em 4 idiomas e lâminas de divulgação do projeto.

4.1.2.4.1 Diálogos com o Exército

Os primeiros esboços do Plano de Visitação foram levados à Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural do Exército (DPHCEX) e ao Comandante do Quartel para as finalizações. As sugestões e condições especiais foram incorporadas, foram traçados os roteiros de visita interna e organizadas as atividades lúdicas. Embora os roteiros tenham sido definidos, durante todo o período de execução do projeto, estiveram sujeitos às negociações posteriores. Essa condição terminou, inclusive, por beneficiar os guias e os visitantes, em virtude da flexibilidade nas proibições de acesso a novos setores dos edifícios e de realização de atividades internas, como fotografias, por exemplo.

Outro ponto que merece destaque quanto ao diálogo com o Exército foi o desenvolvido com a profissional de Relações Públicas do Palácio e Fortaleza da Conceição. Durante anos, ela foi a responsável por receber os visitantes. Embora sem formação específica, realizou uma série de levantamentos históricos de fontes primárias e secundárias, criando acervo bastante variado. Inicialmente, a presença dos pesquisadores acadêmicos foi sentida com certo desconforto, o que foi percebido durante os diálogos, provavelmente porque, de alguma forma, colocava em xeque o trabalho que vinha sendo desenvolvido ali. Uma das ações realizadas no intuito de minimizar tais sensações, foi a utilização – com sua autorização e informando o crédito – do material gráfico e didático criado por ela própria para a recepção dos estudantes na folheteria de divulgação do projeto, o que resultou também em um diferencial para as próprias publicações. Além disso, por diversas vezes recorreremos a seus conhecimentos sobre a história local para a

preparação do material que seria disponibilizado aos guias. Essa atitude contribuiu para aprimorar as relações entre as partes, tornando-as mais confiantes e proveitosas.

As figuras abaixo apresentam recortes dos desenhos que compõem as pranchas didáticas criadas pela Relações Públicas e utilizadas como elemento de sensibilização da história local antes das visitas propriamente ditas. Ao todo, são 21 pranchas tamanho A3, desenhadas frente e verso. Mais recentemente, as pranchas foram digitalizadas e eram exibidas projetadas em tela no espaço da biblioteca, onde ficava a antiga capela do Palácio.

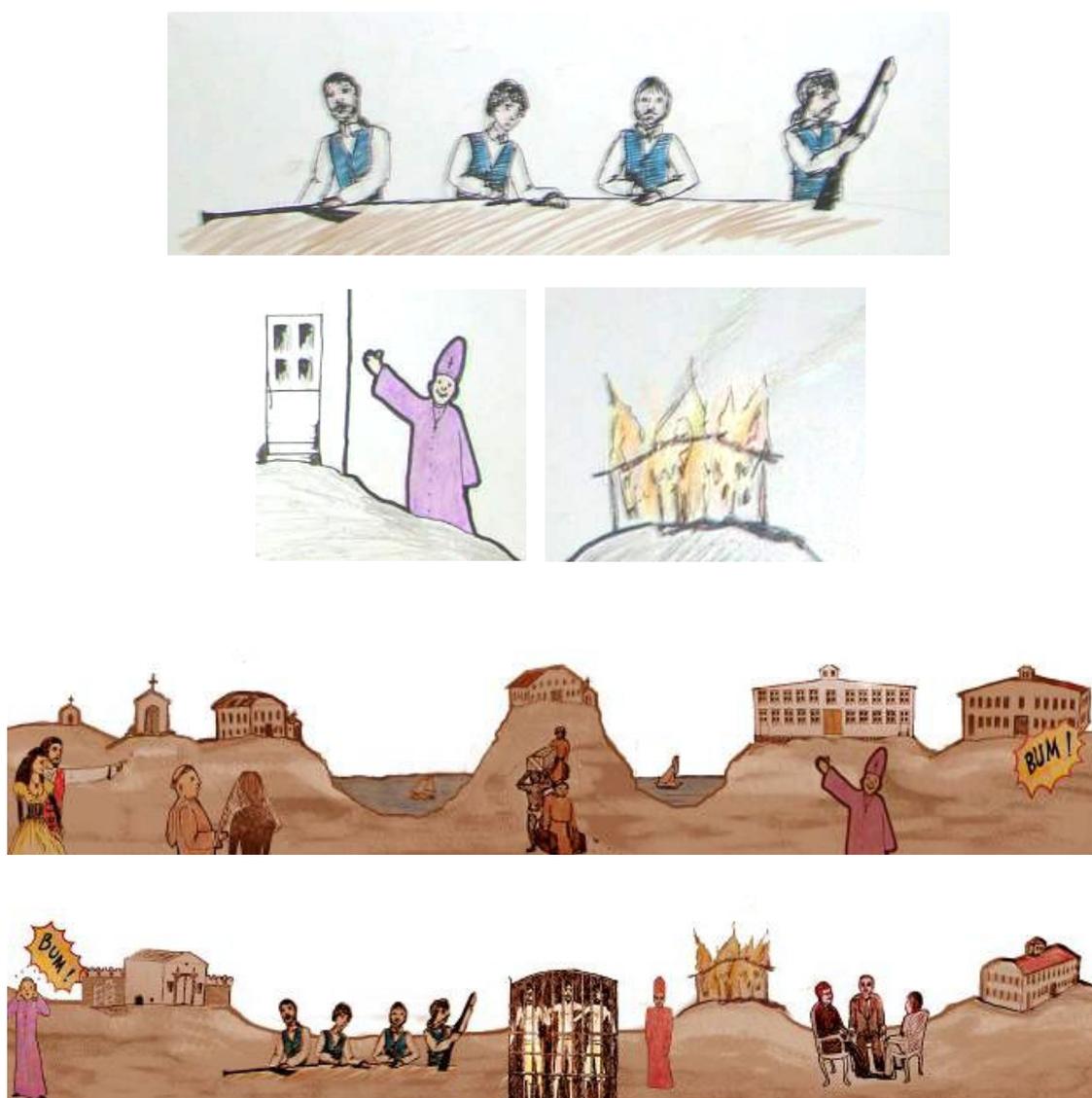


Figura 4: desenhos originais de Margaret e montagem realizada para compor a folheteria do projeto.
Fonte: arquivo da pesquisadora.

Seus desenhos também compuseram a ilustração de identificação do projeto nas costas da camiseta que serviu de uniforme para os guias.

4.1.2.4.2 *Diálogos com os habitantes locais*

Do conjunto dos dados colhidos e dos limites existentes, tanto de cunho material como imaterial, de perfil institucional ou popular, foi traçado um primeiro elenco de roteiros tomando o Palácio sempre como atrativo principal. De posse das primeiras ideias, retornou-se ao Morro da Conceição com os desenhos dos roteiros criados para expô-los aos moradores, comerciantes, artistas locais, instituições, etc. e ouvir suas opiniões sobre o que estava sendo programado. Foram contatados diversos artistas plásticos locais, que se dispuseram a abrir seus ateliês aos visitantes. Um deles se dispôs, inclusive, a produzir peças de tamanho e preços adequados ao transporte para visitantes em movimento. Igualmente foi obtida a aceitação e adesão do Observatório do Valongo, dos Restaurantes locais e de moradores.

As críticas e sugestões advindas foram consideradas, alterando-se os roteiros, quando indicado ou apontando os limites técnicos, quando necessário. Depois de traçados os roteiros definitivos, os pesquisadores retornaram mais uma vez às ruas para informar a todos os interessados diretos sobre o desenvolvimento do projeto: data de início e fim, objetivos, atividades desenvolvidas, presença dos guias pelas ruas, circuitos realizados, entre outros. Este comunicado – feito por carta⁵⁵ entregue em todas as casas dos percursos idealizados – também tinha a função de convidar as famílias a participarem como visitantes e, caso quisessem participar de forma mais ativa, poderiam entrar em contato para que os roteiros fossem reorganizados de maneira a expor também a sua produção ou criando espaço para a contação de histórias locais (Apêndice 9).

Cabe aqui o relato de duas experiências representativas do processo dialogal. Tal procedimento de comunicação com os moradores levou à inclusão de um grupo de bordadeiras nos roteiros. Cinco senhoras que regularmente se reuniam para bordar, diante de uma produção já significativa, entraram em contato para solicitar que os guias passassem pela casa de uma delas, que seria preparada especialmente para a visita e venda dos produtos. No que foi prontamente atendida. Vale notar que, segundo a avaliação final dos guias, esse foi um dos atrativos que mais interessou ao público, pois além da excelência na hospitalidade, essa era uma oportunidade para conhecer uma casa por dentro, com suas alcovas, porões, alçapões, todos preparados para a recepção.

⁵⁵ Embora não tenha sido feito nenhum levantamento específico, avalia-se que esse expediente respeitoso e chancelado, tenha contribuído para a boa aceitação e receptividade dos moradores a circulação dos guias.

O segundo caso significativo foi o do bar e restaurante que se situa no alto do Morro, em lugar estratégico quando o cansaço da subida e a sede se manifestam nos visitantes. Apesar disso, seu dono se mostrou contrário à circulação de turistas. Ocorre que quase não existem locais para a compra de alimentos ou bebidas naquele trecho do sítio, o que criava dificuldades a serem superadas. Segundo um dos frequentadores do restaurante, o dono se sente satisfeito com a vida que leva; alguns dos produtos que vende são produzidos por sua mãe, uma senhora já idosa. Segundo seu ponto de vista, se as vendas aumentarem, ela terá mais trabalho para adquirir os insumos, transportá-los ladeira acima e produzi-los. Também não gosta da exposição de sua família nas mídias, fato ocorrido por conta de um turista fotógrafo que postou na internet uma foto de sua filha sem sua permissão. Diante de sua negação, foi recomendado aos guias que evitassem o acesso e a utilização do estabelecimento, munindo os visitantes de garrafas d'água ou víveres antes da subida, evitando o desejo de entrarem no estabelecimento comercial.

4.1.2.4.3 Diálogo com os guias

As guias de turismo que se propuseram a trabalhar no projeto eram recém-formadas pelo único colégio profissionalizante em turismo da rede pública na cidade do Rio de Janeiro, como já mencionado anteriormente. Essa prerrogativa justificou-se pela constatação de que, ao se formarem, os alunos que não construíram suas redes de relacionamento profissional dificilmente teriam oportunidade de se exporem às empresas ou às pessoas com potencial para contratá-los, levando à perda do investimento na formação.

Como elas estiveram presentes na maior parte da fase inicial do projeto, os diálogos foram ocorrendo e suas opiniões e desejos foram sendo negociados e incorporados ao longo do caminho.

A fase de treinamento estendeu-se por três encontros, sendo um deles no interior do Palácio e Fortaleza e os demais nas ruas do Morro. Os guias foram apresentados aos artistas e moradores que se dispuseram a participar ativamente do projeto.

Deveriam, ainda, estudar o Guia para Guias com atenção e fazer suas considerações, pois, uma vez compreendida a filosofia de trabalho, os guias teriam liberdade para escolherem o melhor percurso para chegar ao Palácio, bem como o direito de

escolherem as histórias, os atrativos, os ateliês, etc., considerando os interesses do grupo, as condições climáticas, o número de pessoas, as condições das vias⁵⁶, etc.

A construção de um roteiro dialogado deveria ainda ser completada com a participação dos visitantes. Como um dos principais objetivos do projeto era incentivar a criação das redes de relacionamento profissional dos guias de turismo, a estratégia utilizada foi repassar a esses últimos a função de “dialogadores” ou de “mediadores” entre o projeto e os visitantes, intermediados ou não por agências de turismo, empresas ou instituições com potencial para contratá-los futuramente.

4.1.2.4.4 Diálogos com os visitantes

Foi observada, também, a importância da participação ativa do visitante durante o percurso (SCHENG e CHEN, 2012). Os roteiros a serem estruturados deveriam levar em conta um novo perfil de turista interessado em interagir significativamente com o espaço visitado (GILMORE e PINE II, 2002). É certo que relações significativas têm natureza contingente e são imprevisíveis, mas existe a possibilidade de serem facilitadas (BUBER, 2001). Nessa perspectiva, foram somadas às rotinas de visita e interpretação algumas atividades lúdicas que estimulassem as interações entre visitantes e visitados, buscando oportunizar esse tipo de participação e a ressignificação de fatos, sensações ou relacionamentos. Além disso, os próprios guias foram instruídos a fomentarem o diálogo e a fruição do espaço, das histórias e das próprias relações, tornando-as mais significativas e abertas ao diálogo.

Pequenas fotos, fragmentos de imagens das casas e ruas foram utilizados para estimular a atenção dos visitantes aos estilos e à estética peculiar do Morro da Conceição. No início da visita, os guias distribuíam os pequenos cartões contendo os fragmentos de imagens e um mapa das ruas do morro. Os visitantes deveriam descobrir de onde as imagens haviam sido retiradas e marcá-las no mapa. O tom era de desafio, o que tornava a brincadeira mais excitante. Além de aguçar o olhar para os detalhes das construções locais, esse jogo distraía os visitantes da dificuldade da subida pelas íngremes ladeiras e contextualizava o Museu de Cartografia e os equipamentos de criação de mapas que seriam visitados dentro do Palácio e da Fortaleza da Conceição. A receptividade deste

⁵⁶Durante a execução do projeto, a Prefeitura estava fazendo obras de enterramento da fiação elétrica em parte do Morro, causando muita dificuldade e trazendo riscos para a circulação dos visitantes, limitando as escolhas dos guias sobre por que vias subir ou que espaços visitar.

tipo de atividade foi unânime, tendo sido explicitamente referida, de maneira espontânea, nas fichas de avaliação entregues após as visitas.

As cartelas para os jogos tiveram grande aceitação tanto pelo público jovem quanto pelos adultos, porém somente após o primeiro guiamento verifiquei que o ideal de cartelas por pessoa era de no máximo quatro unidades, para que observassem melhor o ambiente total (Depoimento de um guia participante do projeto no encontro final de avaliação).

A segunda atividade lúdica sugerida constituía um “jogo da memória”, programado para acontecer nas dependências do Palácio e da Fortaleza. Os cartões eram mostrados aos visitantes enquanto os guias distribuíam audiorreceptores. Antes de iniciar as visitas, os guias recolhiam os cartões e desafiavam os visitantes a descobrirem de onde as imagens haviam sido retiradas.

Uma terceira atividade, externa, busca do Mapa do Tesouro, terminou sendo incorporada à primeira e a história da invasão de corsários foi contada durante a subida das ladeiras.

A quarta atividade lúdica, interna ao Palácio, também não foi realizada como o previsto, pois se tratava de um jogo de identificação de quatro estátuas dos beneméritos do Serviço Cartográfico Militar. Nas vésperas do início da visitação, porém, o Serviço de Comunicação do Exército colocou placas com os nomes e cargos de cada personagem, o que tirou o efeito de jogo de destreza mental da atividade.

4.1.2.5 Realização das visitas

Em pouco mais que dois meses, foram realizadas as visitas, conduzidas e interpretadas por nove guias. Durante este período, eles percorreram o Morro da Conceição em diferentes roteiros, sempre objetivando a visitação ao Palácio da Conceição. Foram montadas diferentes opções de roteiros que sugeriam a circulação por outras instituições, como o Observatório do Valongo, Pedra do Sal, Capela de São Francisco da Prinha, dentre outros.

Com o apoio da Assessoria de Imprensa da COPPE, do Exército e da FAPERJ, o projeto foi divulgado na imprensa, rádio e televisão, além de constarem nas redes sociais dos guias e dos pesquisadores vinculados ao projeto. Também foi construído um blog (www.palaciosdorio.blogspot.com.br) para fornecer informações aos interessados. Foram impressos folhetos em quatro idiomas para serem entregues às agências de

turismo, aos turistas na saída do terminal marítimo ou aeroviário e para serem distribuídos pelos guias, acompanhando ou não os convites.

Os responsáveis pelo agendamento eram os próprios pesquisadores do LTDS. Ao marcarem as visitas, procuravam obter também informações sobre o perfil do visitante para comunicar posteriormente aos Guias. Na véspera, confirmavam as visitas, informavam aos visitantes o nome e telefone celular dos seus Guias e os pontos de encontro dos grupos. No mesmo tempo, enviavam os nomes e os números de registro dos visitantes aos Relações Públicas da Fortaleza.

Esse procedimento era o sinal inicial para o processo de comunicação entre os Guias e os atores locais, conforme os combinados feitos anteriormente entre pesquisadores e habitantes locais. Os Guias entravam contato com os artistas, trabalhadores e moradores locais que julgavam ser de interesse daquele perfil de visitantes e agendavam as visitas aos ateliês ou espaços. Em sua maioria, os moradores participavam sem agendamento, interpelando os grupos durante o passeio, quer fosse para contar histórias, para abrir a porta de sua casa à visita, ou para vender algum produto produzido caseiramente (por exemplo, "sacolés", que alcançaram enorme sucesso entre os visitantes).

Na data marcada, as pessoas se encontravam no ponto. Os guias conversavam sobre as limitações do percurso, faziam recomendações sobre o trajeto, distribuíam as cartelas do jogo de localização, explicava as regras do jogo, negociava o roteiro de subida e iniciava o percurso fazendo as interpretações do patrimônio. O percurso era de livre escolha do Guia, mas a entrada no Palácio e Fortaleza era obrigatória.

Ao entrar no Palácio, os Guias distribuíam os audiorreceptores e seguiam os percursos anteriormente combinados contando as histórias e interpretando o patrimônio. Ao final da visita, eram distribuídos formulários com perguntas sobre a satisfação do visitante em relação ao roteiro, ao trabalho do guia e quanto à organização do projeto. Os Guias, então, levavam seus grupos ao sopé do Morro para as despedidas.

O número limite de visitantes no Palácio e Fortaleza a cada visita era de 25 pessoas. Isso terminou trazendo um encaminhamento não previsto para a visita de turmas de escolares, pois na maioria das escolas o número de alunos por turma varia entre 35 e 45 estudantes. A solução encontrada foi buscar a parceria do Observatório do Valongo, que se dispôs a dividir e revezar com o Palácio da Conceição as visitas dos grandes grupos. As escolas eram avisadas com antecedência para que viessem acompanhadas de dois

professores; da mesma maneira, dois guias eram contatados para dividir o serviço. Os alunos visitavam os dois espaços alternadamente.

4.1.3 Resultados alcançados e impactos causados

Para as pretensões acadêmicas, o principal desafio estava na realização de uma intervenção de tal maneira que, ao mesmo tempo fosse possível perceber, recolher, se adequar e refletir para os visitantes as diferentes dinâmicas existentes no espaço, interferindo o mínimo possível na vida local, colaborando no sentido de satisfazer as expectativas e as necessidades de uma multiplicidade de atores locais. Culturas, memórias, ponto de vista, desejos, em muitos momentos, bastante conflituosos entre si, permearam a circulação por esse pequeno – mas complexo – espaço. O desenvolvimento do projeto criou oportunidade para o relacionamento com centenas de habitantes – moradores, comerciantes, trabalhadores, frequentadores –, dezena de guias, instituições tradicionais e hierárquicas como a Igreja e o Exército – gestores e trabalhadores –, pesquisadores, investidores, e centenas de visitantes. A tarefa não foi simples, entretanto, entre tantos percalços, foi possível colher alguns resultados positivos.

A circulação da equipe pelas ruas do Morro da Conceição, com a predisposição para as relações dialogais proporcionou um levantamento histórico e um inventário turístico com acento na valorização do patrimônio material e imaterial, o que forneceu suporte objetivo e subjetivo para a criação dos roteiros, para a construção de uma historiografia básica e para a interpretação do patrimônio, também perpassados pelo diálogo.

Em campo, os diálogos também ajudaram a evidenciar a necessidade da criação de uma cultura receptiva local própria desse grupo social. Esta foi sendo percebida a partir de encontros comunitários que visavam à superação de algumas querelas locais em favor do turismo organizado.

Avaliou-se, ainda que o projeto proporcionou aos guias novos diversos oportunidades de atuação e de exposição pública. Conforme os depoimentos dos Guias após o término

do projeto⁵⁷, a participação no projeto rendeu a alguns deles oportunidades de relacionamento e de contratações futuras.

- Já fui contatada por dois grupos, um para fazer o mesmo guiamento, por indicação, outro solicitando informação de outros guiamentos (Míriam Tereza Menezes Bandeira).
- Foi muito positivo. Além de adquirir mais experiência no ramo de guia de turismo, consegui bons contatos futuros (Eliana da Silva).
- Esta experiência foi o empurrão que faltava. Eu me questionava, “Sou guia de turismo. E agora?” Acho que me encontrei! Cresci mais um pouco e quero continuar. Não quero parar. Foi muito bom! É o que gosto de fazer. Estou me relacionando com profissionais do meio e aos poucos me fazendo conhecer. Ainda não tive uma proposta de trabalho depois de minha participação no projeto, mas recebi um contato de uma pessoa da Fundação Benjamin Constant que viu meu nome no blog do Projeto e outra, que soube através de mim mesmo sobre minha participação no Projeto Palácios e se interessou pelo meu trabalho. Sem dúvida, esta experiência foi muito importante e está me ajudando a criar relacionamentos no campo profissional (Anderson Silva dos Santos).
- Para mim foi uma experiência maravilhosa, enriqueceu meu currículo e me ajudou a conseguir um estágio como guia no Centro Cultural da Marinha, pois tudo que aprendi através da apostila, pesquisa e experiência, eu usei para a minha entrevista com a museóloga responsável pela seleção (Eliana Carvalheira).

No pouco espaço de tempo em que os guias atuaram, foram entrevistados por diferentes mídias, incluindo uma Rede de Televisão de grande alcance, colocando-os em relevante exposição. Foram também convidados a participar especialmente de um evento realizado pelos moradores e comerciantes locais.

A partir das avaliações deixadas pelos visitantes, pôde ser observada a mudança do olhar e da percepção do espaço visitado, gerando a valorização do Morro e da cultura dos seus habitantes. Observou-se também o interesse das mídias sobre a cultura local, desmitificando o cotidiano das famílias no Morro da Conceição, valorizando o *modus vivendi* daquela população, a (re)inclusão de antigos/novos sítios simbólicos no mapa de atrativos da cidade e a resignificação da história do Rio por parte dos visitantes que declararam desconhecer aquela parte da cidade.

Além desses, a parceria com a DPHCEX, proporcionou a criação de outros projetos conjuntos, dois dos quais apoiado pela FAPERJ, (*Projeto Roteiros dos Fortes: circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía da Guanabara*, participante do Edital Pensa

⁵⁷ Essa tabulação encontra-se na Dissertação de Mestrado de Alencastro de Souza (Profissional do turismo procura emprego: os nós da rede de relacionamentos, 2014).

Rio 2011 e *Projeto Palácios do Rio II: turismo cultural na Casa Histórica de Deodoro*, participante do Edital Prioridade Rio 2014).

A consecução do projeto levou ao desejo de reaplicação de seus procedimentos na intenção de verificar sua viabilidade em outros sítios. Para tanto, se mostrava necessário analisá-lo à luz das teorias, e sistematizar seus procedimentos como metodologia. E isso foi realizado em dois níveis, um deles durante a execução de um novo projeto (também ilustrativo desse estudo) e, em paralelo, o cotejamento entre as suas fases e os princípios do turismo situado.

Ressalta-se ainda que, em relação aos interesses acadêmicos, o projeto foi tema de comunicação e palestra em sete encontros acadêmicos: Mesa de Abertura do Encontro Regional de Turismo, História e Memória (UFF, Niterói, novembro 2010); Palestra na IX Semana de Museus (Museu Imperial/ Instituto Brasileiro de Museus/ MinC, Petrópolis, maio de 2011); Apresentação de Trabalho no XXVI Simpósio Nacional de História (USP, São Paulo, julho de 2011); Comunicação no Seminário Internacional Espaços Culturais e Turísticos em países Lusófonos (Fórum de Ciência e Cultura, UFRJ, Rio de Janeiro, novembro 2011); Apresentação de Trabalho no 7º Seminário de Cidades Fortificadas e 2º Encontro Técnico de Gestores de Fortificações (Prefeitura de Bertioga, Santos, São Paulo, novembro de 2011); XV Jornada Técnica do Museu Histórico do Exército – Forte de Copacabana (Rio de Janeiro, abril de 2012); Seminário Internacional Representações da Cidade no Mundo Lusófono e Hispânico (Fórum de Ciência e Cultura, UFRJ, Rio de Janeiro, de 25 a 29 de novembro de 2013); X ANPTUR – Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (UFCS, Caxias do Sul, RS, 9 a 11 de outubro de 2013).

Estudos que tiveram o referido projeto como caso exemplar ensejaram artigos submetidos a revistas científicas de circulação internacional (EGREJAS, BURSZTYN e BARTHOLO, 2013) e nacional (BOTELHO, EGREJAS e BARTHOLO, 2013).

4.2 Projeto Roteiro dos Fortes

O segundo projeto que ilustra a metodologia de **Roteirização Dialogal** – intitulado *Roteiros dos Fortes: circuitos turísticos em fortes e fortalezas da Baía da Guanabara* – foi escrito e submetido ao Edital Pensa Rio 2011 da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ) dentro de um caráter de

amadurecimento dos processos e da parceria iniciados pelo projeto Palácios do Rio. O desenvolvimento desse novo projeto se configurou como um novo desafio, uma vez que ampliava o escopo, a área de pesquisa e aplicação da metodologia, levando, conseqüentemente, à multiplicação de atores em diálogo. Por outro lado, tratou-se de um projeto de concepção – e não de execução, como o primeiro – de um elenco de roteiros turísticos, estando os resultados esperados restritos à divulgação dos roteiros em uma página da internet (www.roteirosdosfortes.com.br).

O estudo referiu-se a seis fortificações da barra da Baía da Guanabara, sendo três no Rio de Janeiro (Forte de Copacabana, Forte Duque de Caxias e Fortaleza de São João) e três na cidade de Niterói (Fortes de São Luiz e do Pico e Fortaleza de Santa Cruz da Barra). Embora todas as fortificações estudadas já recebessem visitantes há alguns anos, cada uma delas encontra-se em um nível diferenciado no atendimento ao visitante.

O projeto teve como objetivo geral estimular a visitação às fortificações da Baía da Guanabara como patrimônio histórico brasileiro, buscando fortalecer os vínculos identitários e promover a preservação da memória social e cultural. Objetivou-se, também, reforçar a contribuição interinstitucional – em especial entre as Universidades Federais – e estreitar a parceria com a DPHCEX. Nesse segundo projeto, o LTDS contou com a colaboração direta de Professores dos Departamentos de Turismo das Universidades Federais Fluminense (UFF), Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e do Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), além da participação de mestrandos e doutorandos de seu próprio Programa. Observa-se, portanto, que também entre os realizadores, o número de atores em diálogo ampliou-se, complexificando em grande medida o desenvolvimento do projeto, que tem sua força motriz nessa forma de procedimento.

4.2.1.1 Os fortes e as relações com a população das cidades⁵⁸

Desde sua fundação, a cidade do Rio de Janeiro teve função estratégica na defesa do território ocupado pelos portugueses, exigindo a construção de fortificações, mesmo

⁵⁸Fragmentos desse item foram apresentados como artigo à Revista Turismo & Desenvolvimento, (EGREJAS, FRATUCCI e BARTHOLO, 2014); alguns trechos foram retirados da Comunicação apresentada pela pesquisadora no *Seminário Internacional Representações da Cidade no Mundo Lusófono e Hispânico*, promovido pela PROARQ, UFRJ, de 25 a 29 de novembro de 2013. Conta ainda com anotações pessoais realizadas para a escritura do Relatório Final entregue à FAPERJ em Julho de 2014 (esse Relatório, na íntegra, pode ser baixado no site do Projeto).

antes de tornar-se capital da colônia e principal porto de escoamento das riquezas coloniais. A impossibilidade de cercamento da cidade suscitou para a orla da Baía da Guanabara a utilização de um sistema aberto de defesa, inovador para a época. Assim, as fortificações que lá estão foram construídas de maneira sistêmica, de forma que se apoiassem mutuamente em caso de invasão ou de tomada do poder por algum inimigo.

A cada nova tecnologia ofensiva criada pelos oponentes, o sistema era reorganizado, incluindo ou excluindo pontos de defesa, constituindo sistemas defensivos diferentes para cada época. Ao tornarem-se obsoletas, as fortificações eram abandonadas ou reestruturadas para atender a novas funções. Muitas dessas ainda se mantêm ativas como quartéis do Exército ou da Marinha. E justamente por servir a outros propósitos, foram preservadas e conservadas (CASTRO, 2009).

As mais antigas, que dependiam do acuro visual para garantir a defesa, ocupavam pontos estratégicos com vista panorâmica. Por questões de segurança, o entorno deveria estar livre, sem edificações que pudessem comprometer a visibilidade ou o rápido acesso das tropas, e isso garantiu a elas lugares com vista privilegiada para toda a cidade e seu entorno, transformando-se em marcos da paisagem carioca e excelentes recursos turísticos.

Quanto aos seus aspectos formais, para defender a cidade de naus armadas de artilharia, nos primeiros tempos, eram suficientes paredes (cortinas) reforçadas, ameias e vigias. São exemplos desse tipo de construção a parte mais antiga da Fortaleza de Santa Cruz da Barra (Niterói, RJ) e os Redutos de São Martinho e São Teodósio, na Fortaleza de São João (Urca, Rio de Janeiro, RJ). Entre os Séculos XVII e XIX, sofreram readaptações, foram ampliadas e fortificadas para suportarem os ataques marítimos mais eficientes.

No Séc. XX, o aumento da potência dos canhões e obuses, e o emprego da aviação no combate levaram à utilização de fortificações camufladas (mascaradas), invisíveis aos ataques aéreos e bombardeamento naval. Nesse caso estão os Fortes do Pico (Niterói, RJ) e Duque de Caxias (Leme, Rio de Janeiro, RJ), que possuem canhões com capacidade para penetrar a blindagem de encouraçados ou para repelir embarcações menores e mais rápidas.

A necessidade de guardar e defender a cidade contra ataques mais possantes também motivou a construção do Forte de Copacabana, que possui canhões mais poderosos, de

maior alcance, que permitiria a proteção da barra a grandes distâncias. O Forte recebeu uma cúpula de aço com dois canhões de 305 mm, outra com dois canhões de 190 mm e duas com canhões de 75 mm, todos fabricados pela Casa Krupp.

Em meados do Séc. XX, os bons resultados da utilização da Artilharia de Costa motorizada marcaram o fim da história das fortificações fixas no país (e no restante do mundo).

Diante da constatação da obsolescência tecnológica de tais equipamentos para a defesa da cidade contra os armamentos contemporâneos, o Exército vem avaliando positivamente a abertura das fortificações ao público, e alguns esforços têm sido realizados com sucesso no sentido de tratá-los como atrativos turísticos. Percebe que, embora inadequadas para a defesa, as fortificações são preciosos bens patrimoniais pertencentes à cidade (SANTOS JR, 2010).

E gradualmente, os visitantes vêm abraçando as fortificações, utilizando-as como espaços públicos de lazer. O maior exemplo disso é o impressionante número de visitantes do Museu Histórico do Exército do Forte de Copacabana: 671.672 no ano de 2010, 652.234 em 2011 e 737.307 em 2012⁵⁹, que o classifica como terceiro atrativo mais visitado do Rio de Janeiro⁶⁰, logo depois do Corcovado e Pão de Açúcar.

Em 2012, o Rio de Janeiro foi a primeira cidade do mundo a receber o título de Patrimônio Mundial na categoria de Paisagem Cultural, pela UNESCO. Segundo a Ministra Ana de Holanda⁶¹, o título foi “consequência de um estudo minucioso do IPHAN em que se avaliou a forma criativa com que o habitante se adaptou à topografia excepcionalmente bela e irregular da cidade, inventando modos inéditos de usufruir a vida”. Para o Presidente do IPHAN, “a paisagem carioca é a imagem mais explícita do que podemos chamar de civilização brasileira com sua originalidade, desafios, contradições e possibilidades”⁶².

A titulação do Rio de Janeiro como Paisagem Cultural dependeu em grande parte das fortificações, de suas relações com a cidade e das propostas de gestão do patrimônio

⁵⁹ Comunicação pessoal com o representante do Depto. de Visitantes do Exército, em 03 de abril de 2013.

⁶⁰ Dos que possuem controle de entrada.

⁶¹ <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?id=16727&sigla=Noticia&retorno=detalheNoticia>
Acesso em 06/07/2014.

⁶² Ibid.

encaminhadas pelo Exército por meio de sua Diretoria de Patrimônio Histórico e Cultural. Não restam dúvidas de que as fortificações foram pontos de ancoragem nesta atribuição do título, principalmente as de Niterói, com destaque para a Fortaleza de Santa Cruz da Barra, que conserva as características da arquitetura militar luso-brasileira, e os fortes do Rio Branco – do Pico e São Luiz – que preservam trechos de Mata Atlântica e animais nativos, como preguiças e saguis.

4.2.1.2 Desafios para a turistificação das fortificações

A transformação desses recursos em atrativos turísticos e sua abertura à visitação pública apresentam como dificuldade o fato de que, em sua maioria, as fortificações continuam em funcionamento com funções militares, de aquartelamento e de depósito de armamentos. Nesse sentido, o desafio é a ordenação das ações de maneira coerente e segura, mas também flexível, que ao mesmo tempo organize e oriente o percurso, valorizando as riquezas e as especificidades do sítio, os vínculos identitários já estabelecidos e os novos, conservando o patrimônio histórico e cultural local, proporcionando a todos os implicados uma experiência de visitação significativa.

Côncio da singularidade e da importância das fortificações como patrimônio histórico e cultural dos brasileiros, e em especial dos cariocas, o Exército vem investindo na transformação do recurso que tem em mãos em atrativo. Com a abertura turística, visa tanto a obter recursos que lhe auxiliem na manutenção, como divulgar a cultura militar a partir de uma nova perspectiva de integração à sociedade. Segundo suas avaliações, os resultados obtidos no projeto Palácios do Rio recomendaram a reaplicação da metodologia para a turistificação do citado conjunto, dentro dos mesmos princípios de construção dialogada e de valorização do turismo situado.

Tal como ocorreu no projeto anterior, a parceria com a DPHCEX foi fundamental para facilitar o acesso e o diálogo com os diversos setores, comandos e Unidades Militares, e para a pesquisa nos arquivos do Exército. Isso porque cada fortificação militar, cada unidade, tem seu comando administrativo e todas as intervenções ou alterações devem ser aprovadas por eles, reservando à DPHCEX apenas a ingerência técnico-normativa sobre as questões históricas e culturais desses espaços. Em atendimento à hierarquia militar, os diálogos com as fortificações deveriam ser realizadas por seu intermédio. Contudo, com base nos bons relacionamentos anteriores, muitas dessas intermediações

foram flexibilizadas e o contato, muitas vezes, passou a ser direto entre os pesquisadores e o comando das unidades.

4.2.1.3 Levantamento de dados

É na fase de levantamento de dados que acontecem as primeiras interações e diálogos entre os técnicos (nesse caso representados pelos professores, pesquisadores e alunos das Universidades) e o campo. Para dar cumprimento aos objetivos, foi realizado um levantamento dividido em seis ações.

a) Diálogo com especialistas

Uma das primeiras ações do projeto foi apoiar a DPHCEX na realização do 8º Seminário de Cidades Fortificadas e do 3º Encontro de Gestores de Fortificações⁶³, ocorrido no Forte de Copacabana, em Outubro de 2012. Na ocasião, foram registrados os depoimentos dos diversos especialistas, indicados pelos próprios membros da DPHCEX. Esses foram os primeiros contatos com a temática e com as questões que envolvem a conservação e a gestão de espaços fortificados.

A expectativa do grupo de pesquisadores com esses diálogos era conhecer melhor os problemas recorrentes, as soluções propostas, os estudos realizados e as instituições envolvidas. Essa fase foi importante também para apresentar o projeto e colher críticas e sugestões em relação ao seu desenvolvimento.

O Seminário também ofereceu oportunidade para o levantamento dados a partir de questionários semiabertos enviados para todos os endereços eletrônicos do público inscrito.

Complementando os levantamentos dessa fase, em momento posterior, ainda foram consultados pesquisadores do IPHAN, arqueólogos, oficiais das Forças Armadas, representantes do International Scientific Committee on Fortifications and Military Heritage (ICOFORT) e do Conseil International des Monuments et des Sites (ICOMOS). A lista dos entrevistados e o resumo de seus currículos compõem o Apêndice 10.

⁶³Os seminários tiveram início no Uruguai, sob a coordenação do Espacio Cultural Al Pie de La Muralla. Sua sexta edição foi realizada em Florianópolis, SC, sob os auspícios da Universidade Federal de Santa Catarina e a sétima, em Bertioga, SP, promovida pela Prefeitura. <http://cidadesfortificadas.ufsc.br>. Acesso em 08/01/2014.

b) Diálogo com gestores⁶⁴ das unidades militares

Essa ação não teve como objetivo proceder a análises mais aprofundadas, sendo utilizado principalmente como instrumento provocador de diálogo. Foi realizada a partir de um roteiro aberto de perguntas, previamente disponibilizado. A ideia era identificar como os gestores percebem a visitação atual; a relação entre a fortificação e seu entorno; e as ações em andamento que implicam ou implicariam na visitação pública, seus limites e regras. Buscava-se também estabelecer as características enfatizadas em cada fortificação (social, arquitetônica, urbanística, bélica, etc.).

Esses encontros também se tornaram oportunos para informar sobre a existência, o andamento do projeto e da disposição para ouvir suas apreciações e colaborações e para proceder a ajustes, caso se mostrasse indicado. A partir deles, foram identificados problemas comuns, as tendências administrativas, categorizadas as modalidades de atendimento aos visitantes, etc.

c) Diálogo com visitantes

Buscando alcançar o maior número de visitantes, nas disponibilidades de tempo e de recursos financeiros para a execução do projeto, a equipe optou por substituir as entrevistas qualitativas com os visitantes das fortificações, por um levantamento de suas características, visando mapear quem são os visitantes, de que maneira eles realizam a visita, com que motivações e como estes avaliam a experiência.

Buscando não afastar demasiadamente da intenção de compreender as relações dos visitantes quanto ao sentido de pertencimento simbólico, foi incluída na sondagem uma pergunta aberta: "*em poucas palavras, qual o seu sentimento em relação a este forte?*" Assim, buscou-se identificar ou caracterizar com mais proximidade a intensidade do relacionamento com a fortificação.

A pesquisa foi realizada a partir de formulários digitais, submetidos aos visitantes com idade igual ou superior a 14 anos. Foram aplicados na saída das fortificações, numa abordagem com frequência de 1:5, ou seja, uma entrevista a cada cinco visitantes, durante sete dias não consecutivos, concomitante em todas as fortificações participantes do projeto. A pesquisa distinguiu visitantes moradores e visitantes turistas. No total, foram entrevistadas 900 pessoas, divididas segundo o quadro abaixo.

⁶⁴ No âmbito do projeto, foram considerados gestores os militares que se encarregam diretamente da visitação pública nas fortificações pesquisadas.

Tabela 2: Total de visitantes entrevistados por unidade de observação

Unidades de Observação	Cidades	Total de visitantes entrevistados (moradores e turistas)
Forte de Copacabana		438
Forte Duque de Caxias	Rio de Janeiro	168
Fortaleza de São João		122
Fortaleza de Santa Cruz	Niterói	115
Fortes de São Luiz e do Pico		57
Total		900

Fonte: Relatório FAPERJ (www.roteirosdosfortes.com.br)

Além dos pesquisadores vinculados ao projeto, participaram do levantamento os alunos do Curso de Turismo da UFF, após um processo de treinamento em que foi evidenciada a valorização dos aspectos dialogais da pesquisa.

Embora o levantamento tenha sido pontual, ele apresentou dados que auxiliaram na caracterização dos visitantes. Facultaram, também, a interlocução direta com eles.

Ao final do processo, os formulários e seus resultados foram disponibilizados ao Exército, pois, entende-se que o recolhimento em longo prazo desses registros permitirá o traçado de curvas históricas de comportamento e a geração de um perfil dos visitantes das fortificações da Baía de Guanabara.

Os resultados da pesquisa foram organizados como produto autônomo e complementar ao projeto. No escopo do projeto, as principais sensações associadas às suas experiências de visita foram categorizadas em três campos-chave, por recorrência: sensação de paz e segurança; de beleza; e de cultura. Para essa pesquisa, interessa destacar que a maioria dos visitantes considerou o atendimento realizado pelo pessoal do Exército como ótimo ou bom, salientando o valor relacional já existente. Manifestaram, também, o desejo de repetir as visitas e de recomendar aos amigos.

Também foi possível comprovar o sentimento de pertencimento dos visitantes em relação às fortificações a partir de depoimentos como: "orgulho de sua representação histórica e cultural para o povo" (Fem., +65 anos, Pos-Grad., Civil), "se sente muito feliz em estar no local" (Fem., +65 anos, Ens. Fund., Civil), "fica imaginando o passado do forte e nas pessoas que lutaram aqui" (Masc., 51/65 anos, Militar), "isso aqui é a minha vida!" (Fem., 35/50 anos, Pós-Grad., Civil), "venho pela vista em si, me sinto integrado à cidade" (masc. 35/50 anos, N. Super., Civil), "sente se bem, pois o local é lindo e dá um sentimento de patriotismo" (Fem, 18/25 anos, Ens. Méd., Civil), "gosta muito, vem desde criança" (Fem., 14/17 anos, Ens. Fund., Civil).

Os resultados dessas pesquisas, acrescidos aos demais levantamentos realizados, auxiliaram no balizamento dos roteiros a serem criados pelo projeto.

d) Levantamento sobre a infraestrutura turística

A pesquisa apoiou-se na metodologia do Ministério do Turismo⁶⁵ – já descrita neste trabalho – a fim de caracterizar a infraestrutura turística atual, a acessibilidade, a sinalização, os fatos e personagens relevantes, histórias típicas, os aspectos arquitetônicos, o acervo, o estado de conservação, os aspectos legais e o relacionamento estabelecido com instituições públicas ou privadas ligadas ao *trade* turístico.

A intenção foi identificar – de uma forma próxima e dialogada – as oportunidades locais que se mostrassem viáveis de serem integradas ao desenho dos roteiros, tal como foi feito no Morro da Conceição. Esse inventário apontou também para as sugestões ou recomendações de perfil técnico.

Os resultados do inventário foram categorizados por fortificação segundo os propósitos de adequação dos roteiros aos espaços físicos e de utilização de serviços de prestadores locais. Esses dados também foram úteis para compor as Recomendações ao parceiro. Dentre os itens, cabe ressaltar a peculiaridade observada de integração entre os usos militares e o de visitação pública, que confere concomitantemente particular atratividade e entraves operacionais para a visitação. Destaca-se, também, a diferença do nível do serviço de atendimento e hospitalidade do Forte de Copacabana em relação aos demais, cujas estruturas são comparativamente pouco desenvolvidas.

d) Estudos bibliográficos realizados

Concomitantes aos levantamentos anteriores foram realizados estudos bibliográficos e iconográficos em fontes primárias e secundárias em: Arquivo Histórico do Exército, IPHAN, Arquivo Histórico da DPHCEX, Biblioteca do Centro de Estudos de Pessoal – Forte Duque de Caxias, Museu Histórico do Exército – Forte de Copacabana, Museu de Desporto e Museu Histórico da Fortaleza de São João, jornais de época, acervo histórico da Fortaleza de Santa Cruz da Barra e do Forte do Pico.

⁶⁵http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/downloads/formularios/inventariacao_da_oferta_turistica.pdf. Acesso em 06/07/2014.

Neste tópico, destaca-se especialmente o trabalho pioneiro do arquiteto e pesquisador Roberto Tonerá (UFSC), de criação de um *web site* (<http://www.fortalezas.org>) que abriga uma grandiosa base de dados sobre fortificações. Também merecem ser sublinhados os trabalhos de Castro (2009), e a Edição Especial do CVT – Caderno Virtual de Turismo (2013).

e) Estudos de iniciativas afins que compuseram os levantamentos de dados

O último procedimento de levantamento diz respeito às experiências de uso público e turístico de fortificações – no Brasil e em outros países – que mantêm este tipo de equipamento aberto à visitação.

Foram realizadas duas visitas técnicas que nos proporcionaram ampliar a visão da visitação em regiões análogas (no Brasil) e perceber as singularidades dos casos, bem como fortalecer as interlocuções com o Exército e com representantes da Prefeitura de Guarujá, pesquisadores do IPHAN, agentes privados (em Santos); e com outras Universidades (em Florianópolis).

As visitas técnicas reforçaram a percepção de singularidade das fortificações da Baía de Guanabara, tanto em nível nacional, quanto no internacional, no que respeita à recepção e fluxo de visitantes em espaços sob administração do Exército com quartéis em funcionamento.

f) Segundo procedimento metodológico: a análise do potencial turístico

De posse do conjunto dos dados levantados, procedeu-se à análise do potencial turístico de cada fortificação e do conjunto delas. Os fundamentos teóricos dos *Sítios Simbólicos de Pertencimento* (ZAOUAL, 2006) e os conceitos que preconizam o valor dos encontros significativos (BUBER, 2001), foram tomados como base para a compreensão e categorização dos dados objetivos e subjetivos levantados referentes ao relacionamento entre o desenvolvimento das cidades do Rio de Janeiro e Niterói e as sucessivas camadas históricas que caracterizaram os Sistemas Defensivos da Baía da Guanabara.

Inicialmente, foram identificados os pontos frágeis e os pontos consistentes ou potentes; os diferenciais a serem evidenciados; os problemas iminentes e as possibilidades de alteração de procedimentos internos ou externos; além de estimarem-se os impactos. Em segundo momento, os dados foram categorizados a partir dos critérios de análise

relativos aos instrumentos utilizados e os resultados alcançados e as lições aprendidas, caso a caso (Relatório FAPERJ, p. 45)⁶⁶.

Vistos em conjunto, os dados orientaram a criação de uma estrutura que se mostrasse flexível e aberta a diversas possibilidades. Optou-se, assim, pela sistematização em fichas técnicas, o que conferiu flexibilidade e abertura para a variedade de montagens suscitadas pela metodologia de Roteirização Dialogal. As fichas também teriam como função alimentar o *web site* de informações pertinentes. Esse formato modular auxiliou na organização dos dados para uma utilização rápida e confiável.

Esses dados foram, então, sistematizados inicialmente em três categorias, relativas aos objetivos do projeto: a) Informações gerais sobre as fortificações; b) Circuitos internos atuais⁶⁷; c) Roteiros realizados por terceiros que incluem as fortificações em suas operações.

Em Fichas Informativas

As fichas informativas consistem na compilação da história, da utilização original e atual, da situação e ambiência da fortificação, de suas características construtivas, de fatos históricos relevantes, de lendas e causos, de atrativos ou acervos internos e das informações operacionais, tais como horário de funcionamento, contatos, se tem estacionamento, se possui acessibilidade especial, como chegar, etc. Essas fichas foram de uso restrito do projeto como base para a construção dos roteiros e do *web site*, não tendo sido publicadas em seu estado bruto.

Em Circuitos Internos

Essas fichas, por meio de texto convidativo, descrevem o percurso e informam aspectos operacionais do circuito, como ponto de partida e chegada, extensão e tempo médio de duração do percurso, pontos de apoio, destaques significativos do acervo e limitações operacionais. Essas informações foram tornadas públicas no *web site* do projeto.

Em Roteiros de Terceiros

⁶⁶ Disponível na página do projeto: <http://roteirosdosfortes.com.br/site/projeto-roiteiros-dos-fortes/> Acesso em 12/08/2014.

⁶⁷ Destaca-se a diferença adotada nesse projeto entre Circuito e Roteiro: o primeiro se referiu à circulação interna nas fortificações e o segundo definiu o percurso realizado entre diferentes pontos externos, voltando ou não ao ponto de saída (circular).

Nesses, foram destacados passeios realizados por empresas que regularmente visitam as fortificações. Sobre esses, as fichas informam a modalidade, as fortificações envolvidas, o tempo médio de deslocamento, e pontos de apoio ao visitante. Ressaltam, ainda, quem é o operador do percurso, telefone, e informações gerais; destaques do percurso que valem a pena observar. As informações de tais fichas foram recolhidas nas páginas dos próprios empreendimentos e instituições. Essas notações não constituem recomendações de prestadores de serviços, mas tão-somente a listagem dos tipos de roteiros já existentes no mercado.

g) Procedimentos de roteirização: aspectos técnicos e dialogais

No primeiro momento, os pontos atrativos e suas informações gerais foram mapeados. Em seguida, foram levantadas diversas possibilidades de visitação e circulação. Mais uma vez, a fundamentação teórica e filosófica do projeto foi tomada como base também para os procedimentos de roteirização, na busca da criação de roteiros que pudessem evidenciar pontos de maior significância para os cariocas e niteroienses, ou que potencialmente pudessem revelar, intensificar ou criar espaços de interação ou convivência entre esses ou entre esses e os visitantes.

Os roteiros criados no âmbito do projeto foram categorizados em dois tipos: roteiros atuais e roteiros potenciais.

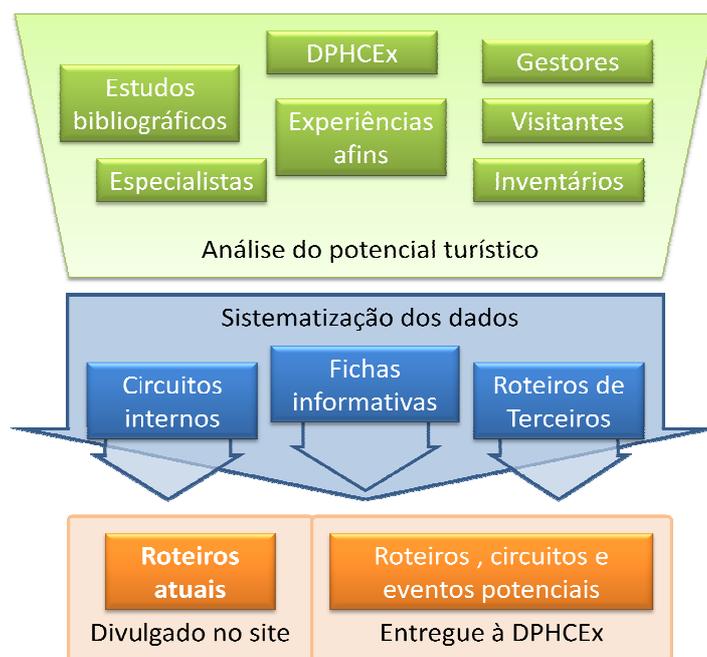


Figura 5: Gráfico representativo dos procedimentos. Fonte: arquivo da pesquisadora.

A criação dos roteiros demandou um trabalho em oficina, reunindo múltiplos atores e olhares sobre o conjunto de dados levantados, em uma abordagem transdisciplinar. As ênfases foram dadas na valorização do patrimônio material e imaterial de ambas as cidades e no estreitamento dos laços entre as unidades militares e a sociedade.

Pelas especificidades de cada uma das fortificações, a equipe observou a necessidade de realizar estudos específicos, criando soluções diferenciadas, considerando o cotidiano das cidades, das situações geográficas e de infraestrutura de cada uma. Buscou-se contribuir para a ressignificação dos espaços – consagrados ou não como atrativos turísticos – procurando integrá-los à experiência e intensificar a visita.

Os **Roteiros Atuais** referem-se aos que relacionam uma ou mais fortificações às suas cercanias, com possibilidades reais e imediatas de realização. Encontram-se disponíveis no *web site* do projeto e podem ser utilizados pelos usuários desde já. Consistem de breves históricos das localidades, distâncias a serem percorridas, tempos médios dos deslocamentos, destaques, restrições e pontos de apoio.

Já, os **Roteiros, circuitos e eventos potenciais**, referem-se às informações específicas relativas a propostas de novos roteiros, circuitos e eventos, formuladas pela equipe do projeto, cuja implementação depende de ajustes, quer seja da parte da DPHCEX, quer seja da parte dos Comandos das fortificações, ou ainda de ações de maior complexidade articuladas junto a outras instâncias. Nesse item foram também incluídos os roteiros, circuitos e eventos em andamento ou em estudo, concebidos pelos próprios responsáveis das fortificações, colhidos na fase de levantamento.

Para cada uma das categorias, foi utilizada uma estrutura específica, procurando destacar a motivação e a finalidade do roteiro; um resumo convidativo; quais as fortificações envolvidas no roteiro; o modal utilizado; ponto de partida e chegada; um mapa local; os principais atrativos do percurso; a distância total; o tempo médio de deslocamento; as restrições ou recomendações para o roteiro; e pontos de apoio ao visitante.

Uma vez sistematizados, foram apresentados ao parceiro para a avaliação da exequibilidade das propostas e para a realização dos ajustes necessários reforçando a disposição para o diálogo. O resultado final compôs o elenco de roteiros disponibilizados no Portal da Web.

Particularidades deste projeto em relação à Roteirização Dialogal

A criação de um *web site* para a publicação e divulgação dos roteiros era parte dos objetivos do projeto, numa perspectiva de compartilhar os resultados com o público em geral, e se mostrou efetivamente a parte executiva do projeto (em oposição à concepção dos roteiros).

Vale notar que, em consonância com os princípios que pautaram todo o desenvolvimento do projeto, os roteiros foram organizados no *web site* de maneira não linear, ou seja, os roteiros não consistem em um único trajeto determinado pelos pesquisadores para os visitantes, podendo ser ordenados ou seguidos da forma que melhor aprouver aos visitantes.

Procurando valorizar os vínculos de pertencimento entre visitantes e as demais pessoas que se relacionam ou se identificam com as fortificações, investiu-se na criação de um *webdocumentário*, afixado ao *web site*. Foram escolhidos cinco perfis com histórias que se cruzam com o espaço fortificado, revelando os sentidos simbólicos de pertencimento ao sítio. Igualmente, dentro da filosofia que perpassou todo o projeto, a produção dos filmes esteve baseada no diálogo com os diferentes implicados, equipe técnica, militares e personagens.

Outro produto resultante do projeto foi um conjunto de Recomendações à DPHCEX, parceira e interlocutora mais próxima. Dentro do mesmo espírito de diálogo, essas consistem em sugestões de melhorias visando à promoção da visitação pública nos espaços fortificados, considerando o cunho técnico-operacional; as ações estratégicas para o acesso e mobilidade urbana; a necessidade de adequação às novas tecnologias visando à melhor comunicação entre as fortificações, e entre essas e a sociedade; a prioridade ao estreitamento dos vínculos com os moradores e a vida cotidiana das cidades; a articulação de parcerias com a sociedade; e os investimentos na abertura à visitação pública.

Cabe observar que as recomendações constituíram formalmente um documento, mas é preciso salientar um sem-número de oportunidades de trocas de caráter técnico, relativamente ao turismo e à cultura militar, que ocorreram ao longo do processo, possibilitado pelo diálogo contínuo entre as partes.

Resultados alcançados

O projeto Roteiros dos Fortes encerrou suas atividades no final do mês de Julho de 2014, e, por essa razão, ainda não houve oportunidade – ou distanciamento suficiente – para realizar uma avaliação final e coletiva. Isso imputou a esse trabalho a responsabilidade, sem par, de cotejá-lo com as teorias acima descritas a fim de apontar seus paralelismos.

No que tange ao seu objetivo mais geral (estimular a visitação aos fortes e fortalezas da Baía de Guanabara como patrimônio histórico fluminense e brasileiro para fortalecer vínculos identitários e promover a preservação da memória social e cultural), ainda não é possível avaliar seus impactos, uma vez que o *web site* – principal veículo de comunicação do projeto – ainda não foi oficialmente lançado⁶⁸. Nesse mesmo caso está o objetivo específico de ampliação do acervo cultural da população e o acesso público aos bens patrimoniais fluminenses.

Entretanto é possível observar o alcance de resultados significativos em relação ao fortalecimento dos vínculos interinstitucionais, tanto com o parceiro – Exército, Diretoria do Patrimônio, diversas unidades militares, e outras instâncias que fizeram interface com o projeto –, quanto com as Universidades – UFF, UFRRJ, UNIRIO, Departamentos e Professores – que compuseram a equipe de trabalho. Também relativamente à equipe de pesquisadores, é possível observar o enriquecimento epistêmico dos mestrandos e doutorandos quanto aos conteúdos e princípios que fundamentaram os posicionamentos e projetos, oriundo das muitas ocasiões de trocas de conhecimentos e experiências.

Quanto à reaplicação da Roteirização Dialogal nesse projeto, pode-se inferir que os procedimentos utilizados no projeto Palácios do Rio e sistematizados como metodologia de roteirização com base no diálogo mostraram-se adequados também a essa experiência. Isso porque busca inserir-se no contexto local para melhor compreender e atender as expectativas e desejos daqueles que habitam os sítios, partindo da escuta e da predisposição para as trocas.

⁶⁸ Juntamente com o *web site*, foi criado um perfil no Facebook para o projeto, e em 12/08/2014, alcançava as cifras de 45 Curtidas e 153 Alcance das Publicações.

No projeto anterior, Palácios do Rio, ouviu-se indistintamente os moradores, trabalhadores, artistas, frequentadores, especialistas, etc., considerando de maneira equivalente seus vínculos simbólicos e de pertencimento em relação ao sítio. De fato, as características do Morro da Conceição, enquadrado pela massa de arranha-céus que o contorna e o esconde, permitiam tal modo de recolha e interpretação dos dados para a construção de roteiros. Entretanto, os sítios elencados pelo Projeto Roteiros dos Fortes demonstraram necessitar de um aporte diferenciado, uma vez que a visita ocorre e ocorreria em ambiente interno, desviando o foco do trabalho para a compreensão da relação entre a cultura militar e a abertura das fortificações para o uso público. Ainda assim, o que pôde ser constatada foi a pertinência da metodologia para o levantamento, interpretação de dados e a proposição de roteiros.

Embora os dois exemplos ilustrem momentos distintos do processo de planejamento turístico, ambos trabalham na perspectiva do roteiro como ferramenta facilitadora do diálogo entre a realidade local e os visitantes interessados em conhecê-la.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste item procurarei responder à questão inicial: "Em que pontos os projetos acima relatados convergiram para uma Roteirização Dialogal?" Para isso, de maneira sintética e objetiva, retomarei algumas discussões ocorridas ao longo da pesquisa que fundamentam a **Roteirização Dialogal**, indicando os paralelismos.

Igualmente compõem este item algumas ponderações sobre o que foi apresentado, dificuldades vividas, lições aprendidas, encaminhamentos e sugestões de novas pesquisas.

Em olhar mais panorâmico, observa-se que a roteirização dialogal não prescinde de um planejamento turístico – tal como recomendam os autores da literatura estudada e elencada na introdução deste trabalho – como estratégia para a minimização dos impactos negativos e para a distribuição socialmente equivalente dos benefícios. Ao inverso, insere-se nele, constituindo uma de suas partes concretas.

Compreendendo que as escolhas implicadas na construção dos roteiros são, elas próprias, portadoras de significados subjetivos, foram realizados levantamentos os mais extensos possíveis, das histórias, ideias e desejos dos envolvidos. No Projeto Palácios do Rio, isso significou ouvir diferentes categorias de habitantes – moradores, frequentadores e trabalhadores –, enquanto no Projeto Roteiros dos Fortes, essa preocupação se manifestou pelas entrevistas a especialistas, gestores, servidores militares e visitantes. O objetivo principal de tais levantamentos foi amealhar subsídios visando refletir ao máximo os significados subjetivos, intenções e posicionamentos autóctones, evitando a construção de roteiros desvinculados dos sítios.

Em relação ao levantamento, vale uma ressalva. Apesar de a equipe estar efetivamente aberta à participação dos habitantes, não foi possível ouvi-los em sua totalidade. Também não foram possíveis as acareações, em virtude do pouco tempo disponível para a realização do projeto. Alternativamente, em respeito aos habitantes, no Projeto Palácios do Rio, foram expedidas cartas, essas sim, entregues em todas as casas por onde passariam os guias e seus visitantes, convidando-os a se manifestarem ou a se integrarem. Os resultados transformados em roteiros foram reapresentados visando às considerações e às alterações.

Em relação ao segundo projeto, a rigorosa hierarquia militar coibiu as exposições de ideias dos subalternos envolvidos. A alternativa utilizada pela equipe de pesquisadores foi apurar a percepção nas conversas informais com alguns elementos-chave – como soldados-guias, por exemplo – visando ao recolhimento dos dados objetivos e subjetivos que pudessem ser espelhados nos roteiros.

O turismo situado é compreendido também como oportunidade de encontro e a **Roteirização Dialogal** como ferramenta para impulsionar a transformação da circulação turística em um acontecimento que implique reciprocamente visitantes e visitados como responsáveis pelo desenvolvimento cotidiano e coletivo (BUBER, 2001) e (ZAOUAL, 2009).

Quanto ao projeto Palácios do Rio, pode-se considerar que houve aderência a essa ideia pela preocupação observada com a capacitação dos guias quanto ao envolvimento, respeito, e consideração aos habitantes como "donos da casa", e a recomendação para que assumissem o comportamento de mediadores entre as diversas partes. Aos guias foi aconselhado ainda que estivessem atentos às situações que pudessem impactar negativamente a sustentabilidade, dentro e fora da Fortaleza. Da mesma maneira, a produção de jogos de percepção com fragmentos de imagens das casas pode ser vista como forma de criar vínculos relacionais com os espaços visitados ("vencer um desafio" e "descobrir algo importante" causam sensações prazerosas que auxiliam na percepção positiva da atividade e, conseqüentemente, do lugar ou dos envolvidos).

Quanto ao Roteiros dos Fortes, ainda não foi possível observar os impactos causados pelo projeto na visitaçãõ e, conseqüentemente, na modificação do comportamento dos visitantes. Entretanto, pode-se compreender a produção dos *webdocumentários* como ferramenta de valorização das relações cotidianas dos habitantes em relação às fortificações, tomadas como sítios simbólicos de pertencimento.

No primeiro projeto, verificou-se que houve preocupação em garantir a dinâmica do processo de visitaçãõ e os rearranjos em diversos momentos: na variedade de opções e de composições de roteiros oferecidas no Guia para Guias, dentro e fora do Palácio e Fortaleza da Conceição; na possibilidade dos guias indicarem os locais de encontro a cada saída, e com isso, construírem interpretações diferenciadas; na necessidade de repactuaçãõ a cada visita com os artistas e artesãos locais (externo), e com os técnicos de cartografia (interno); na liberdade e disponibilidade que tinham os guias para incluir

no percurso o contato com moradores que desejassem contar suas histórias (as conversas à beira da calçada aconteciam espontaneamente) ou que abrissem as portas de suas residências (o que, de fato, aconteceu); na possibilidade de adequação das interpretações do patrimônio aos interesses dos diferentes visitantes (fossem crianças ou adultos com interesses específicos ou difusos); na possibilidade de variar as instituições e atrativos nos roteiros, incluindo, por exemplo, uma visita interna no Observatório do Valongo (desde que repactuado com os responsáveis).

Quanto ao projeto Roteiros dos Fortes, a adoção de um *web site* como veículo de comunicação dos roteiros criados coloca à disposição dos interessados nas visitas uma opção pela interatividade que, por suas características intrínsecas, investe na criação dos roteiros de maneira dinâmica. Além disso, as informações sobre os atrativos foram apresentadas individualmente sobre mapas, facilitando a construção de roteiros próprios e alternativos. Elas podem ser baixadas para os celulares ou impressas, possibilitando a utilização em trânsito.

Outro ponto que merece consideração especial refere-se à impossibilidade de o projeto Palácios do Rio afastar os riscos de gentrificação que rondam o Morro da Conceição, principalmente por sua localização na região em franca revitalização pela administração pública. Entretanto, há que se considerar que ele teve papel colaborativo no registro das expressões locais, das memórias e dos significados do patrimônio coletivo, para além dos aportes econômicos ou políticos. Isso porque valorizou outras narrativas, além das tradicionais e condicionadas pelo poder dominante, procurando dar voz aos habitantes, procurando garantir a estes os desejos de evolução ou de manutenção do status quo.

Ainda relativamente ao patrimônio, importa afirmar que foram respeitados os números limites de pessoas nos ambientes que se julga apropriado para a manutenção da qualidade do trabalho de guias de turismo e para a manutenção e conservação local. Apesar de a circulação no Morro da Conceição ter sido realizada em alguns casos com grupos relativamente numerosos, os passeios foram tratados como momentos de encontro, e esforços foram percebidos no sentido de aproximação – quando desejado – de visitantes e visitados, com prevalência dos aportes de natureza simbólica, mais que monetária. As recusas ou rejeições às aproximações foram devidamente respeitadas.

Quanto ao projeto Roteiros dos Fortes, as antigas fortificações, que na origem tiveram outras funções, foram consideradas como elementos representativos dos diferentes

tempos históricos, das diferentes maneiras de produzir e de construir o espaço, possuidoras de diversos sentidos simbólicos para as diferentes pessoas que se relacionam ou se relacionaram com elas. Ou seja, os roteiros foram construídos considerando que o espaço onde eles acontecem integra dialogicamente aspectos físicos e as dinâmicas e culturais. Apesar disso, no atual estágio, o veículo em que foram disponibilizadas essas informações não apresenta possibilidades de constantes revisões dos conteúdos.

Em relação ao uso das ferramentas projetuais, foi constatada sua utilização como facilitadoras dos processos de co-criação e de inovação nos desenhos dos roteiros no projeto Palácios do Rio. Essas tornaram claras as intenções dos pesquisadores e dos técnicos, principalmente na fase de retorno ao campo, fomentando a ética nas negociações e facilitando a previsão de situações conflituosas e de impactos negativos.

Já no projeto Roteiros dos Fortes, o desenho do serviço não chegou a ser realizado, considerando que o projeto se encerra na concepção dos roteiros, não estando prevista a fase de execução de serviços.

A **Roteirização Dialogal** foi concebida e colocada em prática em momento anterior à sanção da nova Lei das Agências (Lei nº 12.974/2014). Se os projetos fossem concebidos no momento atual, a criação, operação e execução dos roteiros que ilustram essa pesquisa estariam prejudicados e não poderiam ter sido realizadas sem que estivesse sob a responsabilidade legal de uma Agência de Viagens. Diante dos resultados da pesquisa, observa-se que a citada Lei termina por cercear o direito dos diversos atores sociais de deliberarem sobre situações que dizem respeito diretamente às suas vidas, indo na contramão das políticas públicas do próprio Ministério do Turismo, também aqui citadas.

A referida Lei mostra-se, pois, como elemento desmobilizador da participação social, oferecendo como opção a inclusão (e a exclusão) pela lógica do mercado. Nesse sentido, a **Roteirização Dialogal** se apresenta como contraponto a esta visão mercadológica, uma vez que, tomando por base as obras de Buber e Zaoual, valoriza primordialmente as relações humanas e o compromisso com o sítio e seus aderentes no protagonismo das ações que afetam suas vidas.

Ainda em relação às políticas públicas, cabe uma reflexão quanto às obras apresentadas. Apesar da importância dos conceitos apresentados, observou-se que os habitantes,

trabalhadores e frequentadores são tratados secundariamente, sem que sejam apresentadas propostas de integração desses às atividades de planejamento e, menos ainda, mecanismos garantissem que seus poderes decisórios fossem considerados quanto à circulação de pessoas em seus sítios, no sentido aqui desenvolvido.

Percebeu-se, ao invés disso, a valorização exclusiva pelos aspectos comerciais dos roteiros, com acento especial para a participação ou interferência do profissional de marketing na criação dos roteiros.

Especialmente quanto à documentação emitida pelo MTur que diz respeito à produção associada, relacionada às discussões que tiveram lugar no Capítulo II (Turismo e Patrimônio), observou-se a necessidade de que os consultores da "Rede de Cooperação Tecendo um novo Brasil" estejam atentos às possibilidades de descaracterização das manifestações culturais, tornando-as espetaculares, desprovidas da essência que as mantiveram ao longo do tempo. E que estejam sensíveis para que as transformações impostas pela comercialização não terminem por criar "novas tradições turísticas" ou novas estéticas, desvinculadas da história e da cultura local, correndo o risco de forjar para os habitantes "identidades turísticas" inventadas pela abordagem mercadológica. A discussão sobre a cidade turística ser mais interessante do que a cidade real também foi tema de discussão no mesmo Capítulo II.

Embora já tenha sido explicitado, cabe mais uma vez afirmar que neste estudo não se condena a comercialização dos roteiros, mas depreciam-se aqueles cujos traçados são realizados em gabinete, distantes das relações com os habitantes, e exclusivamente com intenção de lucro ou de privilégios privados. Entende-se que a roteirização realizada a partir do diálogo – em substituição aos roteiros traçados de maneira padronizada ou técnica, fixos e imutáveis, que desconsideram as relações simbólicas de pertencimento do sítio, e com foco principal na exploração econômico-financeira – podem auxiliar no processo de negociação entre as partes, e, por conseguinte, no estabelecimento de resultados socialmente mais justos.

Uma das características centrais da metodologia é seu dinamismo, seu poder de transformação, ou seja, está permanentemente em reconstrução, o que sujeita seus usuários ao constante estudo, reavaliação e reorientação dos caminhos percorridos. A Roteirização como ferramenta dialogal apresenta-se aberta às diferenças, sem modelos ou modos preestabelecidos para seu traçado ou percurso, além daqueles resultantes das

interações no/do sítio. Dessa forma, tal como a dinâmica da vida, dos sítios e dos visitantes, os roteiros se mostram dinâmicos e provisórios por serem resultados das convivências daquele grupo particular, durante determinado período.

Tecnicamente, a construção de roteiros é um processo bastante complexo, principalmente pelo número de variáveis que devem ser coordenadas em seu desenho. Assim sendo, é mister reconhecer que a roteirização apoiada em diálogos torna a tarefa mais longa, mais onerosa e difícil, uma vez que implica a coordenação de um grande número de pessoas e seus quereres, além das variáveis técnicas. Ainda assim, pelas razões que se apresentaram ao longo dessa pesquisa, entende-se que esforços devam ser realizados no sentido de adotá-la, o que se justifica pelos resultados que podem promover em termos do desenvolvimento local, da qualidade da relação criada entre os que chegam e os que acolhem, e da possibilidade de inovação nos desenhos dos serviços oferecidos. Os roteiros construídos pelo diálogo e pelo respeito aos valores e crenças locais podem contribuir para que tanto visitantes como visitados se vejam implicados no processo de desenvolvimento daquele sítio, culminando em atitudes sociais que gerem os benefícios pleiteados nos discursos das políticas e dos projetos públicos contemporâneos.

Também se apresenta como uma maneira contemporânea de afirmar os valores patrimoniais, tangíveis ou intangíveis, sem resvalar pela invenção e imposição de novas culturas turísticas exógenas e desvinculadas dos sítios.

Nesse sentido, reconhece-se que os casos empíricos e ilustrativos acima descritos foram facilitados pelo envolvimento de dezenas de pessoas – pesquisadores, técnicos, guias, funcionários – que graciosamente apostaram na importância dos projetos e da pesquisa. Igualmente, eles foram possibilitados pelo apoio financeiro dos Editais da FAPERJ, colocando-os em posição de experimentação e de investigação, viabilizando o investimento prioritário no intercâmbio de natureza simbólica antes de ser monetária.

Como dito anteriormente, a cada investigação, uma miríade de novos questionamentos se impõe, um sem-número de possibilidades de novas pesquisas se revelam; mormente quando o assunto é o roteiro ou a roteirização, visto que ainda se mostra como um campo carente de reflexões e estudos. Diversas questões, igualmente instigantes, ficaram pendentes, à espera da oportunidade de serem elas próprias privilegiadas como perguntas de pesquisa.

Como exemplo, pode ser citada uma questão nascida das declarações dos visitantes do Morro da Conceição: a circulação de pessoas que moram em outros bairros de uma mesma cidade pode ser considerada turística? Ou trata-se simplesmente de chegar a lugares não acessados antes por questões logísticas, infraestruturais ou simplesmente por falta de oportunidade?

Esse questionamento sobre o que define uma visita turística também se impôs no projeto Roteiros dos Fortes. Afinal, as ações do *webturismo* – turismo realizado de maneira virtual que utiliza recursos tecnológicos como o "*Street viewer*" do Google – podem ser consideradas turísticas? Se sim, então alguns conceitos recorrentemente aceitos deverão sofrer reajustes e redefinições? Se não, então, de que se tratam?

Uma vez que os limites metodológicos se impuseram, tais questões ficaram para uma futura oportunidade.

Por fim, apesar da defesa veemente e apaixonada pela roteirização que se processa tendo como base o diálogo, cabe reafirmar que ela é **uma** das propostas possíveis que buscam alternativas para a construção de roteiros de qualidade que produzam e distribuam benefícios equitativamente. Nem é a única, nem se trata da mais adaptada indistintamente para todos os casos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCASTRO DE SOUZA, M. M. M. **Profissional do turismo procura emprego: os nós da rede de relacionamentos**. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2014. (Dissertação de Mestrado).

ANDREU, L. et al. An analysis of e-business adoption and its impact on relational quality in travel agency - supplier relationships. **Tourism Management**, 31, n. 6, 2010. 777-787.

ASSUNÇÃO, P. D. Turismo e processo de urbanização: desafios na preservação do patrimônio natural e cultural. **Observatório de Inovação do Turismo**, p. 16-32, 2012.

BAHL, M. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.

BANDARIN, F. **Tourisme et patrimoine, les enjeux urbains d'un couple complexe**. In: Conférence Villes françaises du patrimoine mondial et tourisme: protection, gestion, valorisation. Paris: UNESCO. 2010. p. 9-11. Organizada pela Cadeira UNESCO Culture, Tourisme, développement; L'IREST et l'EIREST; Université Paris 1 Panthéon Sorbonne; ICOMOS-France.

BARRETO, M. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas: Papirus, 2000.

BARTHOLO, R. **Você e eu: Martin Buber, presença palavra**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

_____. Sobre o sentido da proximidade. Implicações para um turismo situado de base comunitária. In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de Base Comunitária. Diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. p. 45-54.

_____. et al. **Marco referencial teórico para o Turismo de Base Comunitária**. Rio de Janeiro. 2011.

_____; BURSZTYN, M. Prudência e utopismo: ciência e educação para a sustentabilidade. In: BURSZTYN, M. **Ciência, ética e sustentabilidade**. São Paulo/Brasília: Cortez/ UNESCO, 2001.

_____; DELAMARO, M.; BADIN, L. **Turismo e sustentabilidade no Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

_____; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de Base Comunitária: Diversidade de Olhares e Experiências Brasileira**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BENNETT, M. M. Information technology and travel agency: A customer service perspective. **Tourism Management**, 1993. 259-266.

BESSI, V. G. Espaço-temporalidade, Trabalho Imaterial e Resistência: reflexões sobre o cotidiano do trabalho contemporâneo. **Socius Working Papers**, Lisboa, 2011.

BORNHORST, T.; RITCHIE, J. R. B.; SHEEHAN, L. Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. **Tourism Management**, 31, 2010. 572-589.

BOTELHO, A. C.; EGREJAS, M.; BARTHOLO, R. **A turistificação da Zona Portuária do Rio de Janeiro**: por um Turismo Situado no Morro da Conceição, Brasil. Anais do X ANPTUR, Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Caxias do Sul, RS: [s.n.]. 2013. de 9 a 11 de outubro de 2013.

BRASIL. **Plano Nacional de Turismo**: Diretrizes, Metas e Programas - 2003/07 - PNT. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil**: Módulo Operacional 7. Brasília: Ministério do Turismo, Imprensa Oficial, 2007a.

_____. **Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização - Experiência do Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, Sebrae Nacional, Senac Nacional, Braztoa, Instituto Marca Brasil, 2007c.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil**: Módulo Operacional 3 Instituição da Instância de Governança Regional. Brasília: Ministério do Turismo, Coordenação Geral de Regionalização, v. 7, 2007b.

_____. **Rede de cooperação técnica para a roteirização, 2ª edição**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. **Proposta de ações estratégicas para o desenvolvimento sustentável do turismo de base comunitária no entorno sul do Parque Nacional de Anavilhanas**. Manaus. 2011.

_____. **Anuário estatístico de turismo**. Brasília. 2013.

_____. **PNT - Plano Nacional do Turismo 2013-2016**. Brasília. 2013.

_____. **Boletim de desempenho econômico do turismo**. Rio de Janeiro. 2014.

_____. **Vivências Brasil, Aprendendo com o Turismo Nacional, Manual de Orientações para Implementação de Boas e Melhores Práticas em Turismo.** Brasília: Ministério do Turismo, Braztoa, s.d.

_____. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados, Brasília, 14 Novembro 2013. URL: emec.mec.gov.br.

BROWN, T. **Design thinking:** uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BUBER, M. **Eu e Tu.** São Paulo: Centauro, 2001.

BURSZTYN, I.; BARTHOLO, R.; DELAMARO, M. Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil. In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de Base Comunitária. Diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. p. 76-91.

CAMARGO, H. L. **Patrimônio histórico e cultural.** São Paulo: Aleph, 2002.

CAMARGO, S. Trabalho imaterial, cultura e dominação. **Liinc em Revista**, 6, n. 1, 2010. 6-21.

CARVALHO, P. **Patrimônio e território:** dos lugares às redes. Futuro dos Territórios Rurais numa Europa Alargada. Bragança: AEEA - Asociación Española e Economía Agrária, SPER - Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Bragança. 2003. p. 1-15.

CASTILLO-MANZANO, J. I.; LÓPEZ-VALPUESTA, L. The decline of the traditional travel agent model. **Transportation Research Parte E: Logistics and Transportation Review**, 2010. 639-649.

CASTRO, A. H. F. **Muralhas de pedra, canhões de bronze, homens de ferro:** fortificações do Brasil de 1504 a 2006. Rio de Janeiro: FUNCEB, 2009.

CATRAMBY, T. C. V.; COSTA, S. R. R. D. Qualificação profissional em turismo como fator de competitividade do setor. **Caderno Virtual de Turismo**, 4, n. 3, 2004.

CHATEL, L. La documentation Française. La librairie du citoyen, 20 Fevereiro 2008. Disponível em: <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/084000101/0000.pdf>. Acesso em: 13 Novembro 2013.

CHATEL, L. Professionnalisation des formations dans le tourisme: quelles avancées? **Le tourisme en débat**, Paris, p. 22 p., 8 Novembro 2011.

CIPOLLA, C. **A prática do design de serviços em planos de desenvolvimento urbano:** um estudo a partir do Plano Diretor UFRJ 2010. Anais do 1º Simpósio

Brasileiro de Ciências de Serviços. Brasília: SBCS. 2010. p. 1-2. http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.redlas.net%2Fmateriali%2Fpriloge%2Fslo%2F77280.pdf&ei=DXa1U4zFDeLgsASUxIJI&usg=AFQjCNGfZW-DhJs8A0CJS-GvdRlInuA-tgg&sig2=0LuCMI3M7_hd5xmJENb0vg&bvm=bv.70138. Acesso em 03/07/2014.

CIPOLLA, C. EcoD. **EcoD**, 2010. Disponível em: <<http://www.ecodesenvolvimento.org/colunas/tennysson-pinhoiro/perspectivas-da-inovacao-social-para-a#ixzz36QbteT00>>. Acesso em: 03 jul 2014.

CISNE, R. **Roteiro turístico, tradição e superação: tempo, espaço, sujeito e (geo)tecnologia como categorias de análise**. Caxias do Sul. 2010.

_____. Por um pensar complexo do turismo. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 3, n. 3, p. 359-367, 2011.

_____. e GASTAL, S. **A produção acadêmica sobre Roteiro Turístico: um debate pela superação**. Anais do VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi. 2009.

_____. _____. Nueva visión sobre los itinerarios turísticos. Una contribución a partir de la complejidad. **Estudios y perspectivas en Turismo**, v. 20, p. 1449-1463, 2011.

CLAN-DESTINOS. Clan-destinos, outubro 2008. Disponível em: <<http://klandestinos.wordpress.com/category/gestion-turistica/page/16/>>. Acesso em: 2013 novembro 2013.

CÓCOLA GANT, A. El Barrio Gótico de Barcelona. De símbolo nacional a parque temático. **Scripta Nova, Revista Ecectrónica de Geografía y Ciencias Sociales [En línea]**, XV, n. 371, 10 Ago 2011.

COOK, C.; DECARO, F.; DECARO, N. Tourism modelling for the space coast. **Sutainable Tourism IV: Ecology and the Environment**, 139, 2010.

COUSIN, S. **L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel**. Paris. 2008.

CSTPPG. **Creative Services and Tourism Policy and Planning Group. Guidelines for Sustainable Tourism Development**. Sidney: South Australian Tourism Commission, 2007.

DDHEGL, E. Les pôles touristiques régionaux prioritaires, une politique d'aménagement touristique du territoire francilien. **Note Rapide.**, 2006.

DEERY, M.; JAGO, L.; FREDLINE, L. T. Social impacts of tourism research: A new research agenda. **Note rapide. Journal d'Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la Région d'Île-de-France**, 2012.

DEMONCHY, P. **Le tourisme, une filière stratégique pour l'économie francilienne**. Paris. 2010.

DEVINE, A.; DEVINE, F. Planning and developing tourism within a public sector quagmire: Lessons from and for small countries. **Tourism Management**, 32, n. 6, Dez 2011. 1253-1261.

DIAS, R. **Turismo e patrimônio cultural. Recursos que acompanham o crescimento das cidades**. São Paulo: Saraiva, 2006.

DUARTE, M. C. C.; LODI, M. C. V. Participação comunitária e construção do capital social no projeto de revitalização da Praça Tiradentes no Rio de Janeiro. In: BARTHOLO, R.; DELAMARO, M.; BADIN, L. **Turismo e sustentabilidade no Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

EGREJAS, M.; BOTELHO, A. C. B.; BARTHOLO, R. Roteirização dialogal: a construção de uma metodologia de apoio à turistificação de bens patrimoniais, Rio de Janeiro, 25 a 29 novembro 2013. Artigo apresentado em seminário.

_____.; BURSZTYN, I.; BARTHOLO, R. La valoración del diálogo en la construcción e la implementación de rutas turísticas: proyectos Palácios de Rio y Central de Turismo Comunitario en la Amazonia - Brasil. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Argentina, 22, 2013. 1160-1181. <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V22/N06/v22n6a08.doc.pdf>.

_____.; FRATUCCI, A. C.; BARTHOLO, R. Visitantes e visitados: proposta de roteirização dialogal para os fortes e fortalezas da Baía de Guanabara, RJ, Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, Aveiro, Portugal, 21/22, 2014. 151-158.

ELLIOT, A.; URRY, J. **Mobile lives**. London: Routledge, 2010.

ESCADAFAL, A. Attractivité des destinations touristiques: quelles stratégies d'organisation territoriale en France? **Téoros [en ligne]**, 2007. <http://teoros.revues.org/808>.

FIGUEIRA, L. M. **Manual para Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural**. Tomar, Portugal: Instituto Politécnico de Tomar, 2013.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza. 2002.

FORTUNA, C. Patrimônio, turismo e emoção. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, p. 23-40, Junho 2012. <http://rccs.revues.org/4898>.

GARAT, I.; GRAVARI-BARBAS, M.; VESCHAMBRE, V. Préservation du patrimoine bâti et développement durable: une tautologie? Les cas de Nantes et Angers. **Développement durable et territoires [en ligne]**, Dossier 4: La ville et l'enjeu du développement durable, 03 Março 2008. URL: <http://developpementdurable.revues.org/4913> - consultada em 24/02/2012.

GEORGIEV, G. L. Some issues related to the recreational use of Bulgarian sites of ornithological importance and their potential for development of ecotourism. **Turizam**, 14, n. 2, 2010. 87-98.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009. Coordenado por Universidade Aberta do Brasil UAB/UFRGS e Curso de Graduação Tecnológica - Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS.

GILMORE, J. H.; PINE II, B. J. **Differentiating Hospitality Operations via Experiences. Why selling services is not enough**. Cornell: Cornell University, 2002.

GOMES, C. S. Novas imagens para velhas cidades? Coimbra e Salamanca e o turismo nas cidades históricas. **Sociologia. Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, v. v.XXIII, p. 37-49, 2012.

GRÖNROOS, C. From scientific management to service management. A management perspective for de age of service competition. **International Journal of Service Industry Management**, 5, n. 1, 1994. 5-20.

GUENOT, H. **Pourquoi les touristes ont boudé Paris**. Paris. 2008. URL: <http://www.lejdd.fr/JDD-Paris/Actualite/Pourquoi-les-touristes-ont-boude-Paris-86944> acesso em 13/11/2013.

GUNN, C.; VAR, T. **Tourism planning: basics concepts cases**. New York: Taylir & Francis Books, 2002.

HALL, C. M. **Planejamento turístico: políticas públicas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

HALLAK, R.; BROWN, G.; LINDSAY, N. The place identity – performance relationship among tourism entrepreneurs: a structural equation modeling analysis. **Tourism Management**, 33, 2012. 143-154.

HAUSER, A. **História social da arte da arte e da literatura**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ILLICH, I. **A Convivencialidade**. Lisboa: Europa-América, 1976.

IRVING, M. D. A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária. Diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009.

JAMAL, T. B.; GETZ, D. Collaboration theory and community tourism planning. **Annals of Tourism Research**, 22, 1995. 186-204.

KAKALETRIS, G. et al. Designing and implementin an open infraestructure for location-based, tourism-related content delivery. **Wirel. Pers. Commun**, 2-4 Sep 2004. 153-165.

KIM, D. J.; KIM, W. G.; HAN, J. S. A perceptual mapping of online travel agencies and preference attributes. **Tourism Management**, 28, n. 2, 2007. 591-603.

KUVAN, Y.; AKAN, P. Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. **Tourism Management**, 26, n. 5, 2005. 691-706.

LANZARINI, R. **Turismo e políticas de integração regional: Plano Nacional de Turismo (2003-2006) - o primeiro Governo Lula**. 4º Seminário Nacional Estado e Políticas Sociais. Cascavel: Unioeste. 2009. p. 1-16.

LAWS, E. Conceptualizing visitor satisfaction management in heritage settings: an exploratory blueprinting analysis of Leeds Castle, Kent. **Tourism Management**, 19, n. 6, 1998. 545-554.

LEE, H. Y.; QU, H.; KIM, Y. S. A study of the impact of personal innovativeness on online travel shopping behavior — A case study of Korean travelers. **Tourism Management**, 28, n. 3, 2007. 886-897.

LIMA, R. P. D.; AYRES, A. R.; BARTHOLO, R. Turismo de base comunitária sob a perspectiva os sítios simbólicos de pertencimento: o caso da Praia do Sono, Curitiba, 2009. 1-20.

LTDS - LABORATÓRIO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL. www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno, Outubro 2013. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php?journal=caderno&page=issue&op=view&path%5B%5D=47>>. Acesso em: 17 agosto 2014.

MALDONADO, C. O turismo rural comunitário na América Latina. In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de Base Comunitária, diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

MÄNSSON, M. Mediatized Tourism. **Annals of Tourism Research**, 38, n. 4, 2011. 1634-1652.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade. Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais.** Rio de Janeiro: Caderno do Grupo de Altos Estudos, Programa de Engenharia de Produção, COPPE/UFRJ, 2008.

MARTINEZ, E. D. S. Textos efêmeros, leituras duradouras: a história da arte como um projeto curatorial. In: RIBEIRO, M. A.; RIBEIRO, M. I. B. **Anais do XXVI Colóquio do Comitê Brasileiro de História da Arte.** Belo Horizonte: C/Arte, 2007. Realizado na Fundação Armando Álvares Penteado, São Paulo.

MEDICA, I.; RUZIC, P.; RUZIC, T. Architecture as a tool for branding in rural Istrian tourism destination. **Turizam**, 14, n. 2, 2010. 78-86.

MELLADO, M. E. Sociologie du tourisme. Resenha de COUSIN, Saskia e REAU, Bertrand. **Quaderns-e de l'Intitut Catalá d'Antropologia**, 15, n. 2, 2010. 107-108.

MESQUITA, C. Turismo e planejamento regional. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Ano 3, n. 4, 2001.

MIELKE, E. **Monitoramento dos projetos de turismo de base comunitária. Relatório final.** Rio de Janeiro. 2011.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Educação. **Pronatec**, 07 Outubro 2013. Disponível em:
<http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=19137:com-r-14-bilhoes-investidos-programa-atendeu-46-milhoes&catid=209>. Acesso em: 14 Novembro 2013.

MONTAÑES, J. A. El País, 2010. Disponível em:
<<http://eskup.elpais.com/1280520975-6039020b261a383b258b978454b65c2a>>. Acesso em: 2013 Novembro 2013.

MURTA, S. M.; ALBANO, C. **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar.** Belo Horizonte: UFMG; Território Brasilis, 2002.

NASCIMENTO, L. L. D.; TRENTIN, F. Políticas públicas para o desenvolvimento do turismo cultural na Praça XV de Novembro, Rio de Janeiro, RJ. **Interações**, Campo Grande, v. v. 12, n. n. 2, p. 161-173, Julho/Dezembro 2011.

NEIMAN, Z.; MARTINS, M. R. A questão da qualidade na formação dos profissionais para o turismo sustentável. Caderno Virtual de Turismo. **Caderno Virtual de Turismo**, 9, n. 1, 2009.

NYAUPANE, G. P.; MORAIS, D. B.; DOWLER, L. The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. **Tourism Menagement**, dez 2006. 1373-1385.

OBENOUR, W.; PATTERSON, M.; LYNN, P. P. Conceptualization of a meaning-based research approach for tourism service experiences. **Tourism Management**, 27, n. 1, 2006. 34-41.

OBRIST, H. U. **Uma breve história da curadoria**. São Paulo: BEI Comunicação, 2010.

OECD. **The impact of culture on tourism**. Paris, p. 3-75. 2009. Versão em espanhol por Tourism Ministry fo México.

OIT. **International Labour Office**. [S.l.]. 2011.

OLIVEIRA, A. M. Planejamento participativo como instrumento de desenvolvimento turístico responsável. **Caderno Virtual de Turismo**, 8, n. 3, 2008.

OLIVEIRA, F. M. D. As Políticas de Turismo no Brasil nos Anos Noventa. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 177-200, agosto 2008.

OLIVEIRA, L. R. et al. Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações. **Produção**, 2011.

OMT. Los ingresos por turismo internacional crecieron un 4% en 2012, 2013 Maio 2013. Disponível em: <<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-05-15/los-ingresos-por-turismo-internacional-crecieron-un-4-en-2012>>. Acesso em: 13 Novembro 2013.

OMT. Organización Mundial del Turismo OMT, 26 Agosto 2013. Disponível em: <<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-08-26/la-demanda-turistica-internacional-supera-las-expectativas-en-la-primera-mi>>. Acesso em: 2013 Novembro 13.

PAES, M. T. D. Patrimônio cultural, turismo e identidades territoriais: um olhar geográfico. In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária**. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009.

PANSIRI, J. The effects of characteristics of partners on strategic alliance performance in the SME dominated travel sector. **Tourism Management**, 29, 2008. 101-115.

PARIS, C. M. Flashpackers: an emerging sub-culture? **Annals of Tourism Research**, 18 Jan 2012.

PORIA, Y.; ASHWORTH, G. Heritage Tourism — Current. Resource for Conflict. **Annals of Tourism Research**, Vol. 36, No. 3 2009. 522–525.

PRAKASH, M.; CHOWDHARY, N. What are we training tour guides for? **Turizan**, 14, n. 2, 2010. 53-65.

QU, H.; LEE, H. Travelers' social identification and membership behaviors in online travel community. **Tourism Management**, 32, 2011. 1262-1270.

RAMÍREZ, J. H. Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. **Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. vol. 9, n. n] 2, p. 225-236, 2011. www.pasosonline.org.

RAMOS, S. P. **Planejamento de roteiros turísticos**. Porto Alegre: Asterisco, 2012.

RICHARDS, G. Creativity and tourism: The State of the Art. **Annals of Tourism Research**, 38, n. 4, Oct 2011. 1225-1253.

RIOTUR. **Plano Maravilha. Plano de Turismo da Cidade do Rio de Janeiro. Informe Executivo**. Rio de Janeiro. 2001.

RODRÍGUEZ, B. et al. Interactive design of personalised tourism routes. **Tourism Management**, 23 oct 2011.

RYAN, R. L.; FÁBOS, J. G.; ALLAN, J. J. Understanding opportunities and challenges for collaborative greenway planning in New England. **Landscape and Urban Planning**, 76, n. 1-4, 2006. 172-191.

SALAZAR, N. B. Tourism and glocalization “Local” Tour Guiding. **Annals of Tourism Research**, 32, n. 3, 2005. 628-646.

SANTOS JR, J. C. D. **Plano de revitalização e uso turístico-cultural das fortificações históricas da Baía de Guanabara**. Rio de Janeiro. 2010.

SANTOS, M. **Metamorfose do espaço habitado**. 6 ed. ed. São Paulo: USP, 1988.

_____. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4ª ed. ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1996.

SANTOS, M. B. Inserção no Mercado de Trabalho e Formação Profissional: guia teórico para decisores. **Socius Working Papers**, Lisboa, 2010.

SAUTTER, E.; LEISEN, B. Managing stakeholders. A tourism planning model.. **Annals of Tourism Research**, 1999. 312-328.

SAVIOLO, S.; DELAMARO, M. C.; BARTHOLO, R. Sustentabilidade, turismo, diálogo. In: BARTHOLO, R.; DELAMARO, M.; BADIN, L. **Turismo e sustentabilidade no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005. p. 352p.

SCHENG, C.-W.; CHEN, M.-C. A study of experience expectations of museum visitors. **Tourism Management**, 33, 2012. 53-60.

SCHEYVENS, R. Exploring the Tourism-Poverty Nexus. **Current Issues in Tourism**, 10, n. 2-3, 2007. 231-254.

SEBRAE. **Manual de apoio à comercialização para destinos turísticos**. Brasília: SEBRAE, 2010.

SILVA, G. T. D.; NOVO, C. B. M. C. **Roteiro Turístico**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, Ministério da Educação, Secretarias de Educação a Distância e de Educação Profissional e Tecnológica, 2010.

SINKOVICS, C.-W.; PENZ, E. Social distance between residents and international tourists – Implications for international business. **International Business Review**, 18, 2009. 457-469.

SISTO, V. **Cambios en el trabajo, identidad e inclusión social en Chile: desafíos para la investigación**. Talca: Universum, 2009.

SLACK, N. et al. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas, 2009.

SMALLWOOD, C. B.; BECKLEY, L. E.; MOORE, S. A. An analysis of visitor movement patterns using travel networks in a large marine park, north-western Australia. **Tourism Management**, 33, jun 2012. 517-528.

SOUTH AUSTRALIAN TOURISM COMMISSION. **Design Guidelines for Sustainable Tourism Service**. [S.l.]. 2007.

SZANIECKI, B.; CORSINI, L.; SIQUEIRA, M. Cultura e trabalho imaterial. **Liinc em Revista**, 6, n. 1, 2010. 1-5.

TAVARES, A. D. M. **City Tour**. São Paulo: Aleph, 2002.

THIOLLENT, M.; SILVA, G. D. O. Metodologia de pesquisa-ação na área de gestão de problemas ambientais. **RECIIS – R. Eletr. de Com. Inf. Inov. Saúde.**, Rio de Janeiro, v. v.1, n.1, p. p. 93-100, jan.-jun. 2007.

THOMAZ, R. C. C.; FERREIRA, T. A. O uso do patrimônio arqueológico como atrativo turístico. **Fortalecimento e integração da pesquisa em turismo na América Latina : anais [do] 5º Congresso Latino-Americano de Investigação Turística**, São Paulo, p. 1-16, 2012. ISSN ISBN : 978-85-64842-04-5.

TOMAZONI, E. L. Educação Profissional em Turismo. Cria-se Mercado pela Formação? **Turismo em Análise**, v. v. 18, n. 2, p. 197-219, Novembro 2007.

TRENTIN, F.; FRATUCCI, A. C. **Política nacional de turismo no Brasil: da municipalização à regionalização**. International Conference on Tourism & Management

Studies. Algarve, Portugal: International Conference on Tourism & Management Studies. 2011. p. 839-848.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

TROITIÑO VINUESA, M. Á.; TROITIÑO TORRALBA, L. Turismo y patrimonio en Castilla y León: las ciudades patrimonio de la humanidad (Ávila, Salamanca y Segovia) como destinos turísticos de referência. **Polígonos. Revista de Geografía**, nº 19, p. 145-178, 2009.

TSAI, H.-T.; HUANG, L.; LIN, C.-G. Emerging e-commerce development model for Taiwanese travel agencies. **Tourism Management**, 25, n. 5, 2005. 787-796.

TSAUR, S.-H.; YEN, C.-H.; CHEN, C.-L. Independent tourist knowledge and skills. **Annals of Tourism Research**, 37, n. 4, 2010.

TURISRIO. **Plano Diretor de Turismo do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro. 2001. (V. 1).

_____. **Plano Diretor de Turismo do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro. 2001. (v. 2).

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel / SESC, 2001.

VALORE, L. A.; SELIG, G. A. Inserção profissional de recém-graduados em tempos de inseguranças e incertezas. **Estudos e pesquisas em psicologia**, 2010. 390-404.

WANG, K.-C.; JAO, P.-C.; CHUNG, C.-H. Group package tour. Leader's intrinsic risks. **Annals of Tourism Research**, 37, n. 1, 2010. 154-179.

WEIMER, G. **Arquitetura popular brasileira**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WONG, C. K. S.; LIU, F. C. G. A study of pre-trip use of travel guidebooks by leisure travelers. **Tourism Management**, 32, n. 3, 2011. 616-628.

WONG, C.-K. S.; KWONG, W.-Y. Y. Outbound tourists' selection criteria for choosing all-inclusive package tours. **Tourism Management**, 25, 2004. 581-592.

YANG, L.; WALL, G. Ethnic tourism: A framework and an application. **Tourism Management**, n. 30, 2009. 559-570.

ZAOUAL, H. **Nova economia das iniciativas sociais locais: uma introdução ao pensamento pós-global**. Rio de Janeiro: DP&A, COPPE/UFRJ, 2006.

ZAOUAL, H. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? **Caderno Virtual de Turismo**, v. v.8, n.2, p. 1-14, 2009.

ZAOUAL, H.; ROUSSEL, D. Saberes e territórios. Uma conjectura do futuro. In: BARTHOLO, R.; DUARTE, F. J. C. M.; CIPOLLA, C. M. **A projeção e seus horizontes**: questões contemporâneas para a Engenharia de Produção. Rio de Janeiro: E-papers, 2012.

Apêndices

Apêndice 1: Quadro de Políticas Públicas, Ações e Planos governamentais, anos de publicação e objetivos, concernentes a essa pesquisa.

Políticas / Ações / Planos	Esf.	Ano	Objetivos
Sistema Nacional de Turismo / EMBRATUR	Federal	1966	Promover o desenvolvimento das atividades turísticas, de forma sustentável, pela coordenação e integração das iniciativas oficiais com as do setor produtivo; Fomentar a atividade turística ao viabilizar condições para a geração de emprego, renda e desenvolvimento em todo o país.
PRODETUR (Programa de Desenvolvimento do Turismo)	Federal	1991	Fomentar saneamento, administração de resíduos sólidos, rodovias, reformas ou construção de aeroportos, desenvolvimento institucional de órgãos estaduais e municipais responsáveis pela execução do programa, preservação ambiental e recuperação do patrimônio histórico e ambiental, visando ao turismo (OLIVEIRA, 2008).
Política Nacional do Turismo – PNT (1996 – 1999)	Federal	1996	Desenvolver o “produto turístico brasileiro” e estimular a facilitação de seu consumo (SANSOLO & CRUZ, 2003). Democratizar o acesso ao turismo nacional, pela incorporação de diferentes segmentos populacionais; Reduzir as disparidades socioeconômicas de ordem regional, através do crescimento do emprego e da melhor distribuição de renda; Aumentar os fluxos turísticos, das taxas de permanência e do gasto médio de estrangeiros no país, mediante maior divulgação do produto brasileiro; Difundir novos pontos turísticos, com vistas a diversificar os fluxos de visitantes e beneficiar as regiões de menor nível de desenvolvimento; Ampliar os serviços turísticos; o aproveitamento turístico dos recursos naturais e culturais com vistas à valorização e conservação; Criar e implantar equipamentos destinados às atividades de expressão cultural e outras atrações com capacidade de prolongamento da permanência dos turistas (LOBATO, 2001).
Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT	Federal	1996	Fortalecer os setores públicos municipais relativos ao turismo e a parceria com instituições privadas e representações da sociedade organizada para o desenvolvimento do turismo; Conscientizar, sensibilizar, estimular e capacitar os vários agentes de desenvolvimento municipais; Auxiliar os municípios para a criação de Conselhos e Fundos especialmente destinados à realização do inventário da oferta turística.
Plano Diretor do Estado do Rio de Janeiro	Estadual	2001	Resgatar e sistematizar as informações sobre a atividade turística com a finalidade de subsidiar a gestão pública e possibilitar o aproveitamento pelos investidores e consumidores; Consolidar o turismo como um dos principais segmentos econômicos do estado. Fazem parte deste último objetivo gerar novos empregos, incrementar a captação de receitas, valorizar e elevar o nível de qualidade de vida dos habitantes locais.
Plano Maravilha	Municipal	2001	Incrementar os fluxos turísticos; Consolidar a liderança nacional da cidade para o turismo receptivo nacional e internacional; Criar e consolidar uma nova imagem turística para a América do Sul.

Ministério do Turismo (MTur),	Federal	2003	Desenvolver o turismo como atividade econômica auto-sustentável em geração de empregos e divisas, proporcionando inclusão social.
Embratur (novas atribuições)			Promover o marketing e o apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.
Plano Nacional de Turismo (PNT 2003-2007)	Federal	2003	Ampliar a diversidade de oferta turística por meio do desenvolvimento de no mínimo três produtos de qualidade em cada estado da Federação e Distrito Federal; Melhorar a competitividade dos produtos turísticos das regiões; Descentralizar e incentivar a autonomia.
Programa de Regionalização do Turismo (PRT)	Federal	2003	Desconcentrar a oferta turística brasileira, localizada predominantemente no litoral, estimulando a interiorização da atividade e a inclusão de novos destinos nos roteiros já comercializados.
Programa de Roteiros Integrados	Federal	2005	Aumentar a diversidade de produtos; Diminuir desigualdades regionais; Aumentar o fluxo de visitantes nacionais e internacionais e o tempo de permanência no destino
Projeto Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização Turística (1ª edição)	Federal	2005	Fomentar a troca de informações e experiências entre os diversos atores envolvidos no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil; Fortalecer as relações e as parcerias entre os participantes; Apoiar a produção de roteiros turísticos integrados e articulados e a realização de ações de fortalecimento do mercado nos destinos escolhidos.
Salão de Turismo – Roteiros do Brasil	Federal	2005	Promover e apoiar a comercialização dos roteiros estruturados pelo Programa de Regionalização do Turismo.
Invtur – Inventário da Oferta Turística	Federal	2006	Auxiliar a sistematização e o recolhimento de dados que servem ao traçado de roteiros.
Cadastur – Cadastro dos prestadores de serviços turísticos	Federal	2006	Reunir todos aqueles que estejam legalmente constituídos e em operação.
Encontro Nacional do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil	Federal	2006	Construir uma proposta para subsidiar as emendas parlamentares de 2007 para o turismo; Identificar as demandas e as necessidades de infra-estrutura e de qualificação dos municípios que integram os 87 roteiros turísticos priorizados pelos estados e pelo Distrito Federal; Propiciar a estruturação desses roteiros para o mercado internacional.
Plano Nacional de Turismo (PNT 2007-2010)	Federal	2007	Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais; Promover o turismo como um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros; Fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o país.
Cadernos do Turismo	Federal	2007	Integrar e fomentar a cooperação entre os municípios; Ampliar e qualificar o mercado de trabalho; Aumentar o tempo de permanência e do gasto médio do turista nas regiões.
65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico	Federal	2008	Definir parâmetros, avaliar o estágio de desenvolvimento e elaborar plano de ação para que os 65 destinos indutores do desenvolvimento alcancem competitividade de nível internacional.

Lei do Turismo, nº 11.771	Federal	2008	Definir as competências e responsabilidades de toda a cadeia produtiva do turismo e as atribuições de governo nas diferentes esferas de atuação.
Projeto Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização Turística (2ª edição)	Federal	2010	Definir os territórios envolvidos; Instalar o comitê gestor do roteiro; Realizar o diagnóstico do roteiro; Construir o planejamento estratégico; Implantar o plano operacional; Acompanhar e avaliar as ações implantadas.
Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável – PDITS	Estadual	2010	Aumentar a competitividade turística do Litoral e da Serra, organizados em Pólos, e a consolidação do turismo como atividade de geração de emprego e renda para a população residente; Qualificar os principais produtos turísticos para o receptivo; Estruturar e promover o posicionamento da imagem nos mercados nacionais e internacionais; Aumentar o tempo de permanência média do turista; Aumentar o gasto médio diário dos turistas nos Polos.
Plano Nacional de Turismo (PNT 2013-2016)	Federal	2013	Preparar o turismo brasileiro para os megaeventos; Incrementar a geração de divisas e da chegada de turistas estrangeiros; Incentivar o brasileiro a viajar pelo país e a melhoria da qualidade; Aumentar a competitividade do turismo brasileiro; Estruturar os destinos turísticos; Realizar mostras dos produtos e dos roteiros turísticos.

Apêndice 2: Visitação a palacetes

A pesquisa contou com entrevista aos visitantes e aos setores de guiamento e de bilheteria das instituições. Quanto ao Museu da República, obteve-se como resultado a indicação de que os dias de semana de maior visitação são Domingos, Sábados e Quartas-feiras, sendo que o primeiro e o último são dias gratuitos.

Resumo	Observação local	Número de visitantes	Tipo de visitantes	Motivação declarada
Museu da República	Visitação equilibrada quanto: ao gênero; à faixa etária; à iniciativa de visitação (acompanhado ou não)	Domingos: 500* Sábados: 250 Quartas: 150* Demais dias: 50/80 *dias gratuitos	Turistas: 70% Escolares: 20% Visitantes ocasionais: 10%	Conhecer a história do país; Conhecer o quarto de Getúlio Vargas; Ampliar os conteúdos culturais. “Rever um velho amigo!” (depoimento significativo de um visitante que conhecera Getúlio Vargas)
Museu da Vida (Fiocruz)	Equilibrado quanto ao gênero e à faixa etária	Sábados: 100 Demais dias: 30/40 (sempre gratuitos)	Turistas: 40% Escolares: 50% Visitantes ocasionais: 10%	Conhecer o Castelo Mourisco; Conhecer a história de Oswaldo Cruz

Quadro 3: Levantamento de visitantes no Museu da República e no Castelo Mourisco
1. Fontes: Bilheteria e observação ativa. Recolhidas entre Setembro e Outubro de 2010.

Apêndice 3: Cronograma executado do Projeto Palácios do Rio

Meses	Atividades
Anterior a Setembro	<ul style="list-style-type: none"> • Desenho do projeto. • Pesquisa em instituições museais instaladas em palacetes. • Simulações do serviço. • Depósito dos valores concedidos pela FAPERJ em Conta-Corrente.
Outubro e Novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões com pesquisadores. • Busca pelo local para desenvolver o projeto.
Dezembro	<ul style="list-style-type: none"> • Início dos diálogos com o Comandante da 5ª DL. • Reconhecimento do terreno ao entorno do Palácio. • Reuniões com pesquisadores. • Início dos levantamentos bibliográficos.
Janeiro	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões com pesquisadores (ao longo de todo o projeto). • Adaptação do projeto ao novo espaço e às demandas locais (ao longo de todo o período de concepção e planejamento do projeto). • Visita exploratória no interior do Palácio, registros fotográficos. • Entrevistas com a Relações Públicas e com o Arquiteto responsável pelo restauro. • Início dos contatos com moradores. • Adaptação dos formulários de inventário do MTur e traçado do limite espacial. • Início das visitas de inventário no entorno. • Levantamento bibliográfico e iconográfico. • Entrevista ao Prof. Agenor e ao antropólogo Martin (moradores). • Contatos com a Secretaria Municipal de Turismo e com a Turisrio. • Contatos com IPHAN e com a CDURP. • Início dos diálogos com o Prof. Carlos Rabaça, do Observatório do Valongo. • Convite aos guias para a participação no projeto.
Fevereiro	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião com guias voluntários para participar dos primeiros processos de levantamento histórico, de demanda e de inventário. • Entrevista com o Guia Gustavo (ex-aluno do CEAPJ e morador). • Conversa com Alfredo Britto e Augusto Ivan, historiadores, arquitetos e urbanistas. • Levantamento bibliográfico.
Março	<ul style="list-style-type: none"> • Primeiros contatos com a DPHCEX. • Entrevista com a Venerável Ordem Terceira da Penitência. • Entrevista com o representante do INEPAC. • Entrevista à Diretoria do Colégio Padre Doutor Francisco da Motta e Sonja Kill. • Visitas de inventário turístico. • Início dos diálogos com moradores; aplicação dos questionários. • Diálogos com a DPHCEX: documento de cooperação entre a UFRJ e o Exército, informações sobre o fluxo de visitantes que já ocorre; planta baixa da Fortaleza e Palácio; possibilidades para a utilização de espaço para venda de artesanato local, recreação infantil, exposição de arte, etc. • Levantamento bibliográfico. • Criação de blog para comunicação das atividades.
Abril	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas de inventário turístico. • Circulação pelo Morro da Conceição e conversas com moradores. • Montagem dos textos auxiliares de interpretação do patrimônio, vertente histórica. • Informações no blog do projeto.
Maió	<ul style="list-style-type: none"> • Primeiras avaliações acerca do potencial turístico com base nos levantamentos. • Mapeamento dos pontos de interesse turístico e traçado das diversas possibilidades de roteiros. • Avaliação das propostas de roteiros relacionadas ao tipo de público. • Idealização das atividades lúdicas. • Tentativa de medição dos pontos de GPS. • Fechamento dos textos auxiliares contemplando também a cartografia. • Reuniões de diálogo com a DPHCEX.

	<ul style="list-style-type: none"> • Criação e montagem dos primeiros roteiros.
Junho	<ul style="list-style-type: none"> • Participação nas reuniões de moradores preparatórias de eventos regulares. • Participação em eventos populares no Morro da Conceição. • Participação em reunião de moradores para a avaliação dos eventos. • Montagem de cronograma para visitação. • Montagem do Guia para Guias. • Levantamento de imagens para composição dos jogos lúdicos. • Revisão dos textos históricos. • Ações de divulgação do projeto.
Julho	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões de diálogo com a DPHCEX. • Diálogos com comerciantes locais e convite para participação nos jogos lúdicos • Montagem do Guia para Guias. • Visita para mapeamento e cronometragem da circulação pelo espaço físico interno e no entorno. • Criação e avaliação de estratégias para expor os equipamentos recolhidos como acervo do museu e os que estão em utilização. • Verificação da viabilidade de utilização do espaço interno para exposição de arte ou outras. • Registro fotográfico do acervo. • Solicitação de autorização do uso de imagem das pranchas. • Tradução dos folhetos de divulgação do projeto. • Revisão do Guia para Guias. • Avaliação e aprovação do leiaute do material gráfico dos convites e dos jogos • Ações de divulgação do projeto.
Agosto	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião de avaliação diagnóstica conjunta (diálogo) e replanejamento com a DPHCEX. • Criação do material de avaliação das visitas. • Atualização do blog do projeto. • Comunicação por carta para todos os moradores. • Inclusão das bordadeiras nos roteiros. • Ações de divulgação do projeto.
Setembro	<ul style="list-style-type: none"> • Recebimento do material gráfico (guia, folder, cartelas, convites, camisetas). • Nova seleção de guias para suprir as vacâncias do primeiro grupo. • Treinamento dos guias no interior e no exterior do Palácio. • Reordenação dos roteiros em função das obras de infraestrutura locais. • Ações de divulgação e assessoria de imprensa.
Outubro e Novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Abertura do projeto à visitação pública. • Agendamento das visitas, contato com os guias, contatos com a 5ª DL, confirmação das visitas para os visitantes, contato dos guias com os ateliês e casas comerciais, interpretação do patrimônio, distribuição das cartelas com as fotos, visitação, avaliação. • Rearranjo dos roteiros em função do andamento das obras de infraestrutura ou do diálogo com os moradores.
Dezembro	<ul style="list-style-type: none"> • Fechamento do projeto. • Participação na Festa de Nossa Senhora da Conceição. • Encontros avaliativos. • Diálogos com artistas, artesãos, moradores e participantes. • Reuniões de avaliação sobre a participação (com os guias).
Janeiro	<ul style="list-style-type: none"> • Período de recesso.
Fevereiro a maio	<ul style="list-style-type: none"> • Montagem do relatório do projeto.

Apêndice 4: Relação de entrevistados do Projeto Palácios do Rio

Nome	Funções /Instituições
Augusto Ivan	Arquiteto e urbanista
Alfredo Britto	Arquiteto e urbanista
Roberto da Luz	Arquiteto do Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (INEPAC)
Rogério Riscado e Augusto Ivan	Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto (CDURP)
Frei Jacir Zolet e Adélia Villas	Venerável Ordem Terceira de São Francisco da Penitência (VOT)
Coordenadora Prof. e Prof. Carlos Rabaça	Departamento do Curso de Astronomia da UFRJ
Antônio Agenor	Professor de História da UFF e morador do Morro da Conceição
Martim	Antropólogo e morador do Morro da Conceição
Galvão	Guia de Turismo formado pelo Curso de Turismo do Colégio Antônio Prado Júnior
Regina Ribeiro de Souza	Diretora Geral do centenário Colégio Padre Doutor Francisco da Motta e do Colégio Sonja Kill (ligado à Venerável Ordem Terceira)
Demétrio	Serviço de Vigilância Ambiental e Saúde (Prefeitura/RJ)
Funcionário não identificado	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)
Funcionário não identificado	Secretaria Municipal de Turismo (Riotur)
Funcionário não identificado	Secretaria Estadual de Turismo, Esporte e Lazer (Turisrio)
Anna Tannus	Gerente e proprietária do Restaurante Sacabral Bar Art Gallery
Geisa	Gerente e proprietário do Restaurante Imaculada
André Peterson	Gerente e proprietário do Restaurante Bodega do Sal
Adrianna Eu	Artista e morador do Morro da Conceição
Oyama Achcar e Tânia Gollnick	Artistas e moradores do Morro da Conceição
Oswaldo Gaia	Artista e morador do Morro da Conceição
Claudio Aun	Artista e morador do Morro da Conceição
Marcelo Frazão	Artista e morador do Morro da Conceição
Paulo Dallier	Artista e morador do Morro da Conceição
Renato Sant'Ana	Artista com ateliê
Teresa Spiridião	Artista com ateliê
Erika Costa	Artista local
Sr. Perci	Zelador do Colégio e da Capela de São Francisco da Prainha
Priscila	Gerente dos projetos sociais da Venerável Ordem Terceira
Dora Lice	Artesã da Oficina de Bordados
Professora não identificada	Artesã de Velas
Luciene	Artesã e confeccionista

Apêndice 5: Formulário de entrevista para pesquisadores



Palácios do Rio

Caros guias pesquisadores

O questionário elaborado para os moradores do Morro da Conceição é uma parte muito importante do nosso trabalho. Os conhecimentos que vocês adquiriram nas aulas de Relações Interpessoais ajudarão na abordagem mais correta.

As entrevistas com os moradores da região trazem uma história viva, concreta, uma idéia real da vida, dos anseios, das diferenças, das necessidades vitais dessas pessoas. Assim, é importante que o pesquisador consiga a confiança e o interesse do morador – o ator social. As camadas médias e populares, de um modo geral, são receptivas a este tipo de trabalho.

Os objetivos fundamentais dessa pesquisa com os moradores são o levantamento do **cotidiano** e da **cultura da população** do Morro da Conceição. Os guias envolvidos nesse projeto entrevistarão uma média de **quarenta** moradores e mais algumas pessoas consideradas ícones da região.

O questionário não será fechado, dessa forma, aquele que tiver um discurso que esclareça e enriqueça a pesquisa terá espaço para o seu registro. Da mesma maneira, não é preciso abordar todos os temas com todos os entrevistados, o pesquisador decidirá se explorará todas as questões ou apenas algumas.

Dados de identificação:

Idade:	
Sexo:	
Ascendência:	
Religião:	
Profissão:	
Nível de escolaridade:	
Estado civil e número de filhos:	
O tempo em que mora na região:	
Lugar anterior de moradia:	

Perguntas de conteúdo:

Os motivos da escolha da região para morar
As diferenças entre o Morro da Conceição e os outros lugares da cidade
As vantagens e desvantagens de morar na região
Trabalho, estudo, compras no Morro da Conceição - outros locais
Seu roteiro de lazer – diversão
Principal acesso usado para chegar à residência – motivo da escolha do percurso
Relação com os moradores das regiões próximas
A circulação de pessoas de outros lugares no Morro da Conceição
O conhecimento da história do local
Uma história interessante para contar
A participação ou não nos eventos ou projetos da região - citar tipos de eventos e locais
A sua relação com o Palácio Episcopal
O porto maravilha e as transformações que ocorrerão no Morro da Conceição
O sentimento que o Morro da Conceição transmite para você e para sua família
O dia a dia do morador, inclusive o final de semana
Se produz algum tipo de artesanato ou produto que gostaria de comercializar
De que maneira o turismo poderia ser um benefício em sua vida





Palácios do Rio

Dados de identificação:	
Idade:	56 anos
Sexo:	Feminino
Ascendência:	Negra
Religião:	Católica
Profissão:	Professora
Nível de escolaridade:	Pós-Graduação
Estado civil e número de filhos:	Casada, 01 filho
O tempo em que mora na região:	23 anos
Lugar anterior de moradia:	Santo Cristo
Perguntas de conteúdo	
1. Os motivos da escolha da região para morar	É perto do trabalho
2. As diferenças entre o Morro da Conceição e os outros lugares da cidade	É um lugar tranquilo
3. As vantagens e desvantagens de morar na região	Tranquilo; Dificil acesso; não tem condução, só moto.
4. Trabalho, estudo, compras no Morro da Conceição - outros locais	O comércio é precário
5. Seu roteiro de lazer – diversão	Meus momentos de lazer são fora do Morro da Conceição
6. Principal acesso usado para chegar à residência – motivo da escolha do percurso	Ladeira do Escorrega. É mais perto do trabalho. Não existe divisão no Morro.
7. Relação com os moradores das regiões próximas	Muito boa. Fui e continuo sendo professora de muitos deles.
8. A circulação de pessoas de outros lugares no Morro da Conceição	A circulação é grande. Todos querem conhecer o Morro histórico
9. O conhecimento da história do local	Bom
10. Mudança no modus vivendi ao longo dos anos (festas, eventos, comportamentos etc.)	Mudou bastante. Tinha festas, eventos, ... as pessoas eram mais alegres
11. Uma história interessante para contar	A maioria dos moradores do morro, ou foram meus alunos ou tem parentes que foram.
12. A participação ou não nos eventos ou projetos da região - citar tipos de eventos e locais	Quando tem algum evento, sempre participo
13. A sua relação com o Palácio Episcopal	Não tenho relação
14. O porto maravilha e as transformações que ocorrerão no Morro da Conceição	O projeto é muito bom. Se for concretizado, o Morro da Conceição ficará ainda mais destacado.
15. O sentimento que o Morro da Conceição transmite para você e para sua família	Tranquilidade
16. O dia a dia do morador, inclusive o final de semana	Durante a semana, trabalha. No fim de semana, sai pra passear, bate papo na porta ou senta no bar para ver jogo, tomar uma cerveja...
17. Se produz algum tipo de artesanato ou produto que gostaria de comercializar	não
18. De que maneira o turismo poderia ser um benefício em sua vida	Eu me divertiria mais.

Apêndice 6: Resumo das respostas aos questionários

Alguns de ascendência portuguesa, outros do interior do Estado e outros originários da região Nordeste. Alguns professam o catolicismo, outros são espíritas, evangélicos ou não seguem nenhuma religião. O nível de escolaridade varia do fundamental ao superior. Alguns são aposentados, e os que se declararam trabalhadores têm profissões variadas, como administrador, jornalista, professor, recreador, artesão, costureira etc.

Essas famílias decidiram morar no Morro da Conceição por diversos motivos, mas o fato de a região estar no coração da cidade e oferecer segurança e tranquilidade foram apontados como fatores preponderantes. Muitos identificam a presença do Exército no alto do morro como o garantidor desse estado de paz na região. Um morador afirmou que: “Conceição não é morro de barracos é morro de casas de classe média”. Vale ressaltar que o fato de "morar no morro" foi por diversas vezes relatado como estigma ou como preconceito sentido pelos habitantes.

Algumas desvantagens de morar no Morro da Conceição foram apontadas pelos que ali vivem: ruas malcuidadas, o reduzido comércio, difícil acesso pela falta de transporte para subir as ruas do Morro, ladeiras e escadarias, e, ainda, o problema do estacionamento de carros promovido pelos flanelinhas não-moradores, o que impede que os próprios residentes muitas vezes encontrem vagas para seus carros. Muitos moradores concluem em seu relato que esses problemas são decorrentes da falta de uma política para a região que venha ao encontro de suas necessidades.

Segundo as respostas dadas aos questionários, não existem áreas em conflito, e a relação entre os moradores foi considerada muito boa, tanto que a escolha da via de subida do Morro está sempre relacionada à praticidade e não a qualquer forma sectária de convivência.

Embora não tenha sido admitido explicitamente por seus moradores, foi observado que existe uma divisão geográfica de motivação social entre a parte baixa e a alta do morro, e, no alto do morro, entre a face da Ladeira João Homem e a face da Rua do Jogo da Bola.

Os moradores também apontaram que, nos finais de semana, a circulação de pessoas de outras partes da cidade e de estrangeiros no Morro da Conceição se intensifica. Muitos fotografam a Pedra do Sal, as casas, a vista da cidade e do porto.

Perguntados sobre o sentimento que o Morro da Conceição lhes transmite, a resposta, invariavelmente, foi: segurança, tranquilidade, paz. Um morador afirmou: “o morro é a minha casa”; outro disse: “pelo Morro da Conceição tenho um sentimento de amor”. Mas, existe o temor da perda da segurança e da tranquilidade pelo aumento do fluxo de pessoas na região, por conta da instalação de restaurantes, casas de espetáculo, aumento do número de veículos circulando na região, aumento da poluição e do barulho. Apesar disso, os entrevistados se posicionam tendo boas expectativas em relação ao futuro do Projeto Porto Maravilha.

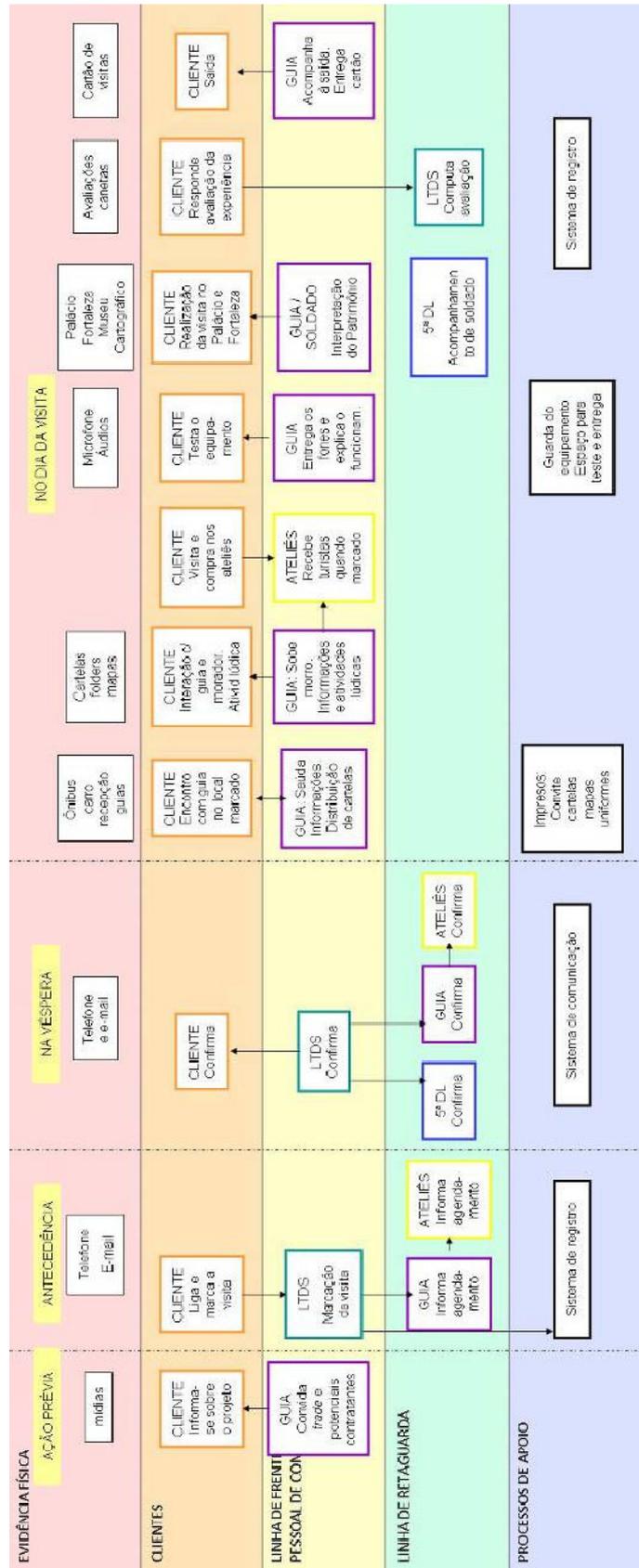
Próximas ao Morro da Conceição existem áreas públicas ocupadas há anos por populações muito pobres. A preocupação com a especulação imobiliária e com a gentrificação ronda a região e traz a reivindicação de prioridade para quem vive de aluguel no Morro na aquisição de terrenos e imóveis e, também, nos programas habitacionais propostos pelo Porto Maravilha.

Desejam que seja mantida a predominância de área residencial unifamiliar para a região, dificultando que o Morro se torne um “espaço cenográfico” para o atendimento exclusivo às demandas do turismo cultural de caráter predatório.

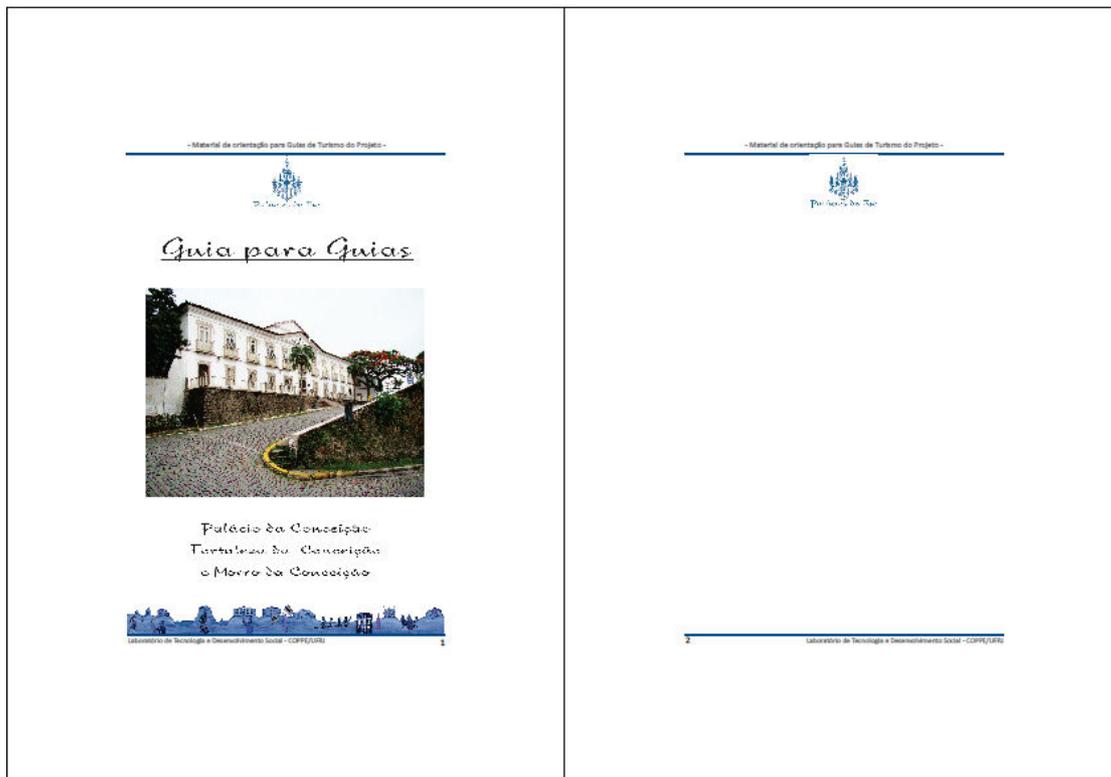
O cotidiano dos moradores é de trabalho e estudo; alguns praticam esporte, frequentam academia. Nos finais de semana, a maioria procura o lazer fora do Morro, na Lapa, Zona Sul, aonde vão em busca de cinema, “balada”, praia. A restrição do lazer na região a bares e rodas de samba foi apresentada com descontentamento.

Algumas tradições persistem no Morro, como por exemplo, a festa de Nossa Senhora da Conceição, vista como o grande acontecimento da região. No dia 8 de dezembro, a procissão mobiliza grande número de pessoas, percorrendo as ruas do Morro. As moças carregam a imagem da Santa e os rapazes vêm atrás trazendo as imagens do Sagrado Coração de Jesus e de São Sebastião, padroeiro da cidade do Rio de Janeiro. Os moradores, misturados a alguns visitantes, cantam ladainhas e seguem o cortejo.

Apêndice 7: Exemplo de mapa do serviço



Apêndice 8: Guia para Guias



- Material de orientação para Guias de Turismo do Projeto -

Sumário



Apresentação	4
Agradecimentos especiais	4
Parceria	5
1. Histórico	6
1.1 SÉCULO XVIII – De alto dos morros a igreja vigia a cidade	11
1.2 SÉCULO XIX – Os escravos e a Pedra do Sal	13
1.3 SÉCULO XIX – A Cartografia brasileira se instala na Fortaleza	18
1.4 SÉCULO XXI – O Palácio Episcopal recebe visitantes	22
1.5 A execução do Projeto Palácios do Rio	24
1.6 Bibliografia	27
1.7 Cartografia	27
2. Considerações sobre Arquitetura	28
3. Infraestrutura	32
3.1 Acessos	32
3.2 Casas comerciais de interesse turístico	34
3.3 Locais de interesse turístico nas redondezas	36
3.4. Meios de hospedagem	37
4. Acessos	37
4.1 Palácio Episcopal	37
4.2 Fortaleza da Conceição	38
4.3 Coluna de Nossa Senhora da Conceição	38
4.5 Ateliê	39
4.6 Jardim do Valongo	39
4.7 Capela de São Francisco da Prainha	39
4.8 Projetos Sociais no adro da capela	40
4.10 Estúdio À Noite	40
4.11 Igreja de Santa Rita	40
5. Visitação	40
5.1 Metodologia	40
5.2 Sugestões de Rotas para os Circuitos Externos	41
5.3 Sugestões de Rotas para os Circuitos Internos	42
5.4 Detalhamento das atividades lúdicas	42
6. Definição de sites e tipos de visitas	45
7. Glossário	46
8. Mapas	48
9. Contatos	50

- Material de orientação para Guias de Turismo do Projeto -

Apresentação



O Projeto Palácios do Rio foi idealizado e está sendo desenvolvido pelo Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social do Programa de Engenharia de Produção da COPPE/UFRRJ, e apoiado pelo Edital Prioridade Rio 2010, da FAPERJ.

O projeto consiste no levantamento e diagnóstico do potencial turístico de um palácio do Rio de Janeiro por meio de inventário patrimonial, histórico e cultural, com a finalidade de realizar um planejamento da visitação local dentro dos conceitos mais recentes de sustentabilidade e inovação.

Para o desenvolvimento do projeto no Palácio da Conceição - Antigo Palácio Episcopal do Rio de Janeiro -, contamos com a parceria da Diretoria de Patrimônio Histórico e Cultural do Exército e com o apoio da 5ª Divisão de Levantamento do Exército.

Este guia contém informações sobre o Palácio da Conceição e seu entorno, servindo de orientação para os Guias de Turismo nas atividades do Projeto PALÁCIOS DO RIO.

Agradecimentos especiais

As guias que, sem desânimo, subiram e desceram o Morro da Conceição várias vezes para nos ajudar nas pesquisas de inventário e nas tomadas de fotografias (em ordem alfabética): Danúbia Faria, Elizabeth Guichard, Heloísa Santos, Márcia Maciel, Maria Amélia Vieira, Vitoria Mazzi e Viviane Paiva.

Aos moradores, artistas e comerciantes do Morro da Conceição que se deixaram envolver no projeto Palácios do Rio, em especial: Adrianna Eu, Carlos Rabaça, Cláudio Aur, Erika e Ana Geize, Oyama Achcar, Tânia Gollnick e Paulo Dallier.

Ficha Técnica



Equipe LTDS:
Coordenação Geral: Roberto Bartholo
Coordenação Executiva: Marisa Egrejas
Inventário Turístico:
Ana Elizabeth Queiroz, Edleine Moraes, Fernanda Barcelos e Luis Eduardo Baptista
Planejamento estratégico para visitação: Marisa Egrejas e André F. de Paz.
Treinamento de Guias:
Ana Elizabeth Queiroz, Ivan Burstyn, Lucía Miranda Boaventura e Equipe Técnica do Tear
Levantamento Histórico: Lucía Miranda Boaventura e Beatriz Yumi Watanabe
Conteudista: Lucía Miranda Boaventura

Equipe DFHCE:
Coordenador Geral: Gen Eduardo José Barbosa
Coordenação Executiva: José Claudio dos Santos Junior
Equipe Técnica: Flávia do Carmo Pereira
Edição: Patrícia de Paula
Inscena: André de Alencar

Equipe S4 DL:
Coordenação Geral: Cel Alexandre Carvalho de Araújo
Equipe Técnica: Tere, Vitor Hugo, Douglas Cordeiro, Pádua e José Genival Alves da Silva
Roteirização interna e Levantamento Histórico: Margaret Rose Bazilio Peilizzaro

Organizadora do Material de orientação para Guias: Marisa Egrejas
Conteudistas: Marisa Egrejas, Marisa Maria Vaccari Alencastro de Souza, Ana Elizabeth Queiroz,
Lucía Miranda Boaventura e Marlene O. Aleixo.
Revisão de texto: Maria Martha Maciel Alencastro de Souza e Alice Maliolino
Programação Visual: Marisa Egrejas e Beto Tamerbo
Fotos: Marisa Egrejas
Desenhos: Margaret Rose Bazilio Peilizzaro



LTDS - Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social
Programa de Engenharia de Produção - COPPE/UFRJ
Cidade Universitária, Centro de Tecnologia, bloco F, sala 123
Rio de Janeiro, RJ - Cep: 21945-970
<http://www.ltds.ufrj.br> - ltds@pep.ufrj.br
Iels: 2562-8294 / 2562-8295 e 2562-8297
E-mail: palaciosorio@gmail.com



Apêndice 9: Carta expedida para moradores

Prezado Morador

O LTDS – Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social do Programa de Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ, em parceria com a DPHCEx – Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural do Exército, estará desenvolvendo o **Projeto Palácios do Rio** no Palácio Episcopal/Fortaleza da Conceição.



De maneira resumida, o projeto consiste no planejamento da visita turística do referido Palácio, servindo como vitrine para guias de turismo recém-credenciados pelo Ministério do Turismo, formados pelo Curso de Turismo do Colégio Estadual Antônio Prado Júnior.

Ele ocorrerá de **3 de outubro a 8 de dezembro, de segunda a quinta, em dois turnos, manhã e tarde.**

Durante este período, estaremos circulando com grupos de pessoas em direção ao alto do Morro da Conceição, onde se encontra o Palácio Episcopal. Algumas das atividades planejadas têm acento lúdico suscitando algum tipo de interação com os moradores locais: perguntas sobre a história local, tipos de negócios existentes, características dos moradores, entre outros.

Gostaríamos de contar com sua compreensão e, se possível, sua colaboração nas atividades. Caso deseje participar mais ativamente (expondo sua produção, contando histórias locais, etc., por gentileza, entre em contato conosco: Marisa Egrejas, 2562-8297, de 9h às 16h, de segunda a quinta).

Caso você e sua família tenham interesse em participar também como visitante, contate pelo mesmo número.

Agradecemos sua participação.

Apêndice 10: Relação de entrevistados do Projeto Palácios do Rio

Nome	Funções /Instituições
Adler Homero	Pesquisador do IPHAN para a área de tombamento com propostas de proteção federal para nove fortificações. Já foi membro do Grupo de Levantamento de Fortificações e do Grupo de Trabalho de Arquitetura Militar do IPHAN. É curador de armas portáteis do Museu Militar Conde de Linhares, conselheiro do Museu de Armas Históricas Ferreira da Cunha, membro do ICOMOS no comitê científico de Fortificações para o Brasil. e autor do livro "Muralhas de pedra, canhões de bronze e homens de ferro".
Adriana Careaga	Coordenadora Técnica do Evento – Mestre em políticas públicas, Consultora em educação a nível nacional e internacional, professora de história, professora da Universidade ORT Uruguai, Presidente da Associação dos Amigos das Fortificações do Uruguai, Diretora do Espaço Cultural Ao Pé da Muralha
Dora Negreiros	Presidente do Instituto Baía de Guanabara, Niterói)
Elcio Secomandi	Economista, pós-graduado em Administração de Empresas pela FVG; Professor Emérito da Unisantos; Membro Instituto Histórico e Geográfico de Santos, na Cadeira nº 4, Visconde De Taunay; Membro da Academia Santista de Letras, Cadeira nº 35, Albertino Moreira; Membro do ICOFORT, International Committee on Fortifications and Military Heritage; e conselheiro da FuncEB, Fundação Cultural Exército Brasileiro. Tem como “hobby” o estudo das fortificações coloniais do Brasil.
José Cláudio Santos	Mestre em Ciências Militares, especialista em Gestão da Administração Pública e especialista em Psicopedagogia e Orientação educacional. Atualmente é Tenente Coronel do Exército reformado, onde atua na elaboração, análise, assessoria, aprovação, gerenciamento e gestão de Projetos Culturais na Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural do Exército, desenvolvendo trabalhos nas áreas de preservação do patrimônio histórico e cultural.
Joy Cletison	Professor da UFSC, Especialista em história de Santa Catarina, fotógrafo, coordenador do Projeto Fortalezas da UFSC e Diretor do Núcleo de Estudos Açorianos dessa mesma Universidade.
Márcia Baptista	Consultora para o IPHAN
Mário Mendonça	Arquiteto e Professor da pós-graduação da UFBA na área de conservação do patrimônio. Coordenador do Laboratório de Ciência da Restauração e da Conservação. Articulista do Instituto Geográfico Histórico.
Milagros Flores	Presidenta do ICOFORT (Comitê Intenacional das Fortificações e Patrimônio Militar do ICOMOS/ UNESCO). É Doutora com Pós Doutorado em História, especialista em Fortificações para a UNESCO e membro do ICOMOS dos Estados Unidos.
Oscar Helfting	Pesquisador da UFPE para Fortes de origem holandesa; diretor da New Holland Foundation Brazil - trabalhou nas escavações arqueológicas do Forte Orange, em Itamaracá, em 2002 e 2003. Desde 2004 é o diretor da New Holland Foundation, tendo como principal projeto <i>O Atlas do Brasil Holandês</i> que objetiva realizar o inventário das fortificações erguidas pelos holandeses no Brasil.
Roberto Tonera	Arquiteto da UFSC, áreas de conservação e restauração das fortalezas históricas. Criador e coordenador do Projeto Fortalezas Multimídia. É co-organizador, junto com Mário Mendonça de Oliveira, do livro: <i>As defesas da Ilha de Santa Catarina e do Rio Grande São Pedro em 1786</i> . Atualmente coordena o projeto do Banco de Dados Mundial sobre Fortificações.
Victor Hugo Mori	Arquiteto. Foi Superintendente Regional do IPHAN em São Paulo. Conselheiro do CONPRES e CONDEPASA, Diretor Técnico do CONDEPHAAT e Coordenador de Patrimônio Histórico do IAB-SP; é Conselheiro do CONDEPHAAT e do Centro Internacional de Conservação do Patrimônio e membro do ICOMOS. Organizador do livro <i>“Patrimônio: atualizando o debate”</i> , publicado pelo IPHAN (2006), co-autor com Carlos Lemos do livro <i>“Patrimônio: 70 anos em São Paulo”</i> , publicado pelo IPHAN (2008) e co-autor do livro <i>“Arquitetura Militar, um panorama histórico a partir do Porto de Santos”</i> , publicado Imprensa Oficial, 2003. Autor de inúmeros projetos de arquitetura e restauro desde 1975.

ANEXOS

Anexo 1: Quadro: Diferenciação entre Rota e Roteiro – para fins do processo de comercialização

Rota	Roteiro
Região turística	Produto turístico
Foco no empreendedor	Foco no turista
Criada por órgãos e entidades de fomento ao turismo	Formatado por operadoras de turismo e agências de receptivo
Ordena o turismo em uma determinada região	Opera a região
Agrega os empreendedores em forma de rede: cooperação	Comercializa a rede: sustentabilidade
Estimula e facilita o empreendedorismo	Comercializa os empreendimentos
Determina vocações turísticas	Combina os produtos gerados pelas vocações
Formata e sugere produtos turísticos e oportunidades de negócios	Comercializa os produtos turísticos
Capacita os agentes turísticos (sic)	Vende os serviços turísticos
É sinalizada	É programado
Cria identidade	É temático

Fonte: MTur, Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização, p. 69-70.