

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**  
**LARISSA DIAS MARQUES**

**PROJETO DE ROTEIRO SENSORIAL PARA A VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO  
CULTURAL DA REGIÃO CENTRAL DE CURITIBA - PR**

**CURITIBA**

**2013**

**LARISSA DIAS MARQUES**

**PROJETO DE ROTEIRO SENSORIAL PARA A VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO  
CULTURAL DA REGIÃO CENTRAL DE CURITIBA - PR**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado às disciplinas de Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Msc. Laura Alice Rinaldi Camargo.

**CURITIBA**

**2013**

LARISSA DIAS MARQUES

**PROJETO DE ROTEIRO SENSORIAL PARA A VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO  
CULTURAL DA REGIÃO CENTRAL DE CURITIBA - PR**

Nota: 100

**COMPOSIÇÃO DA BANCA DE DEFESA**

---

Prof. Msc. Laura Alice Rinaldi Camargo  
Departamento de Turismo  
Universidade Federal do Paraná.  
(Orientadora)

---

Prof. Msc. Letícia Bartoszeck Nitsche  
Universidade Federal do Paraná  
Doutoranda em Geografia – UFPR.  
(Examinador Externo)

---

Prof. Lucia Maria Bueno Mion  
Pró-Reitoria de Extensão e Cultura - PROEC  
Universidade Federal do Paraná.  
(Examinador Externo).

---

Curitiba, 14 de Março de 2013.

## FICHA DE IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

**Título:** Projeto de Roteiro Sensorial para a Valorização do Patrimônio Cultural da Região Central de Curitiba - PR

**Autora:** Larissa Dias Marques

**Resumo:** O presente trabalho tem como objetivo principal analisar a possibilidade de se desenvolver um roteiro sensorial autoguiado em duas regiões centrais de Curitiba – PR, sendo estas a Praça Santos Andrade e entorno (inclusive o Centro Cultural Teatro Guaíra e o Prédio Histórico da Universidade Federal do Paraná) e a região do Centro Histórico, compreendida pelo Largo da Ordem até as Ruínas de São Francisco. Para isso, foram realizadas algumas pesquisas bibliográficas e a campo, concluindo que é possível criar um roteiro sensorial autoguiado nessas duas regiões, de modo que moradores, turistas e visitantes tenham a oportunidade de conhecê-las melhor e valorizar seus atrativos e patrimônios histórico-culturais a partir do despertar de novas emoções, sensações e sentimentos.

**Palavras-chave:** Interpretação do patrimônio, cultura, turismo de experiência, roteiro sensorial.

**Instituição:** Universidade Federal do Paraná

**Local:** Curitiba - PR

**Data:** 14 de Março de 2013

À minha maravilhosa família pelo apoio, compreensão, amor e carinho que nunca deixaram de oferecer, por não me deixarem desistir e por sempre me fazerem acreditar que tudo é possível.

## AGRADECIMENTOS

Meu muito obrigada, primeiramente, àqueles que me acompanharam desde o início da caminhada e ficaram do meu lado sempre, até o final.

Aos meus pais Luci e Cláudio e à minha irmã Thaísa, só me resta agradecer pela oportunidade de estar ao lado dessas pessoas maravilhosas e por todos os momentos de alegria e amor incondicional, além da união nos momentos incertos ou tristes. Amo muito vocês!

Às minhas queridas e maravilhosas avós, Dja e Júlia, que sempre me incentivaram a seguir em frente e sempre torceram pela minha vitória: dedico-a a vocês também. Muito obrigada por todo o carinho, e que Vó Júlia continue nos acompanhando e nos guiando, agora do outro lado da vida, ainda mais florido e alegre, cheio de paz e de luz.

Às minhas amigas de coração (nosso octeto que se modificou ao longo dos anos!), que chegaram de mansinho no primeiro ano de faculdade e que hoje representam muito, senão tudo, dos quatro anos que passamos juntas, nos apoiando mutuamente e suportando, unidas, os períodos de estresse e nervosismo: Camila Coimbra, Camila Romanchuc, Clara B. S., Fernanda K., Flávia M., Franciele Sarat, Paula Costa, Priscila Kroker e Wendy Sakiyama, obrigada por me darem a oportunidade de conhecê-las melhor e fazer parte desse ciclo de amizade que com certeza permanecerá vivo daqui pra frente. Com toda a certeza, esses quatro anos foram bem melhores com vocês!!

À Érika e ao Vinícius, por sempre estarem por perto, apesar de terem decidido trilhar outros caminhos.

À Alline P. e Mariane, pelo imenso apoio durante esses quatro anos, por sempre me oferecerem “abrigo” e poso, antes e depois das Visitas Técnicas, por me fazerem rir ao invés de chorar de desespero, pela companhia no estágio (Alline), por serem tão queridas, gentis e prestativas comigo sempre, pelas risadas sem fim, pelas madrugadas no gtalk e os momentos decisivos antes da impressão do TCC!!

À Trilhas e aos trilheiros; aos colegas de estágio e trabalho, tanto no Quality Hotel (com a equipe de Governança liderada por Lisângelo Tonial e suas camareiras super simpáticas e queridas, com a qual tive o privilégio de trabalhar, além de todos os outros setores do hotel, sempre queridíssimos também), quanto na Ok Brasil Operadora (Camila Duarte, Elaine Silveira, Mara Zanona, Marcos e Vânia Maschio,

que foram extremamente essenciais para o meu desenvolvimento pessoal e profissional, oferecendo todo o apoio e dedicação, aliado à simpatia e alegria de sempre; além de Glaucia, João Carlos, Josilene, Mauro, Paulo, Ricardo, Ruy, Silvana e Wagner, que me acolheram com muito carinho desde o começo), o meu muito obrigada por fazerem a diferença na minha vida e me ajudarem a ser uma pessoa melhor.

Aos queridos Professores do Departamento e do Curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná, por me acompanharem durante esses quatro anos, me fazendo evoluir de todas as maneiras e instigando um olhar crítico diante dos acontecimentos mundiais. Muito obrigada por todo o ensinamento e conhecimento repassado a nós, alunos, e por estarem sempre abertos a novas ideias e discussões a respeito da atividade turística. Gostei muito de aprender com vocês!

Aos Funcionários do Departamento de Turismo (Cléo, sempre muito querida e prestativa; Seu Dizaldo, que infelizmente nos deixou recentemente, mas que prestou um ótimo trabalho e permanecerá vivo em nossa memória; e Irene, nos ajudando a resolver os problemas acadêmicos!), por todos os anos de incentivo e dedicação.

À Professora Laura Rinaldi, pelas palavras de incentivo e motivação durante todo o ano e todas as etapas deste trabalho, pelas cobranças essenciais, pelas dicas e ensinamentos valiosos, pelo apoio contínuo, pela simpatia e amizade de sempre, por me aguentar todo esse tempo e, claro, me dar a melhor notícia do ano!

À Professora Letícia Nitsche (por sempre me apoiar e me dar a oportunidade de conhecer melhor o Turismo Rural em nosso país) e à Lucia Mion, por aceitarem o convite e participarem da Banca Examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, elencando dicas importantes para a continuação dos estudos em relação ao Projeto de Turismo. Obrigada também pelos elogios e pelas palavras de incentivo!

Ao meu pai e ao Thiago Alves de Souza, por prestigiarem minha banca.

À Marili Azim (Fundação Cultural de Curitiba) e Rosina Parchen (Secretaria de Estado da Cultura), ambas representantes das respectivas Coordenadorias de Patrimônio Cultural, por aceitarem participar da pesquisa e dar suas contribuições especiais quanto à situação dos locais pesquisados e ao Projeto em si.

A todos aqueles que de uma forma ou de outra fizeram parte dessa caminhada e contribuíram para a realização desse projeto, meu muito obrigada.

Muito obrigada guias espirituais, pela proteção de sempre e pela oportunidade de realizar mais um sonho!!!

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - ELEMENTOS INERENTES AOS ROTEIROS TURÍSTICOS.....	35
FIGURA 2 - FLUXO DE TURISTAS NO PARANÁ.....	50
FIGURA 3 - RESULTADOS RELATIVOS AO SEXO DO RESPONDENTE.....	54
FIGURA 4 - RESULTADOS RELATIVOS AO TEMPO DE PERMANÊNCIA DO TURISTA E/OU VISITANTE NA CIDADE DE CURITIBA - PR.....	55
FIGURA 5 - RESULTADOS RELATIVOS ÀS PERGUNTAS SOBRE CONHECIMENTO DAS DUAS REGIÕES PESQUISADAS E SEUS RESPECTIVOS ATRATIVOS TURÍSTICOS .....	56
FIGURA 6 - RESULTADOS RELATIVOS À PERGUNTA: “COSTUMA OU SE INTERESSA EM OBSERVAR DETALHES DOS PRÉDIOS E FACHADAS ANTIGAS, MONUMENTOS, CALÇADAS E DOS ATRATIVOS EM GERAL”?.....	57
FIGURA 7 - RESULTADOS RELATIVOS À PERGUNTA: “A VISITA SUPEROU SUAS EXPECTATIVAS”?.....	58
FIGURA 8 - RESULTADOS RELATIVOS AO MEIO DE COMUNICAÇÃO UTILIZADO PELOS TURISTAS E/OU VISITANTES PARA OBTER INFORMAÇÕES SOBRE AS REGIÕES PESQUISADAS .....	59
FIGURA 9 - RESULTADOS RELATIVOS À QUALIDADE E RELEVÂNCIA DAS INFORMAÇÕES PRESTADAS A PARTIR DO MEIO DE COMUNICAÇÃO ANTERIORMENTE CITADO.....	60
FIGURA 10 - RESULTADOS RELATIVOS À PERGUNTA: “SE HOUVESSE UM ROTEIRO SENSORIAL NO QUAL FOSSE POSSÍVEL PERCEBER O LOCAL DE FORMA DIFERENTE E INTERPRETAR O PATRIMÔNIO ATRAVÉS DE SENTIMENTOS, EMOÇÕES E SENSAÇÕES, VOCÊ PARTICIPARIA”?.....	61
FIGURA 11 - RESULTADOS RELATIVOS À PREFERÊNCIA DOS TURISTAS E/OU VISITANTES EM RELAÇÃO A FAZER SEU PRÓPRIO ROTEIRO OU SE DEPENDEM DA PRESENÇA DE UM GUIA DE TURISMO.....	61
FIGURA 12 - RESULTADOS RELATIVOS À MOTIVAÇÃO DE VIAGEM A LUGARES HISTÓRICOS E/OU DE INTERESSE CULTURAL .....	62

## LISTA DE TABELAS

QUADRO 1 - OBJETIVOS DO MACROPROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – PLANO NACIONAL DE TURISMO 2007-2010 .....	33
QUADRO 2 - AS MODALIDADES DA VISITA E SUAS ESPECIFICIDADES.....	38
QUADRO 3 - CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES RELACIONADAS AO PROJETO DE TURISMO.....	71

## **LISTA DE SIGLAS**

CCTG – Centro Cultural Teatro Guaíra

CPC – Coordenação de Patrimônio Cultural

FCC – Fundação Cultural de Curitiba

IMT – Instituto Municipal de Turismo

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

PIT – Posto de Informação Turística

PROEC – Pró-Reitoria de Extensão e Cultura

SEEC – Secretaria de Estado da Cultura

SETU – Secretaria de Estado do Turismo

UFPR – Universidade Federal do Paraná

UIP – Unidade de Interesse de Preservação

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	06
<b>LISTA DE TABELAS</b> .....	07
<b>LISTA DE SIGLAS</b> .....	08
<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	11
1.1. PROBLEMA DE PESQUISA .....	13
1.2. OBJETIVOS DA PESQUISA .....	13
1.2.1. Objetivo geral .....	13
1.2.2. Objetivos específicos .....	13
1.3. HIPÓTESES .....	14
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	16
2.1. TURISMO CULTURAL E INTERPRETAÇÃO DO PATRIMÔNIO .....	16
2.2. ESPAÇO TURÍSTICO E ESPAÇO URBANO .....	29
2.3. ROTEIROS TURÍSTICOS .....	33
2.3.1. Roteiros autoguiados .....	38
2.3.2. Roteiros sensoriais.....	41
2.4. CURITIBA.....	44
2.4.1. Centro Histórico .....	44
2.4.2. Praça Santos Andrade .....	47
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	49
3.1. TIPOS E TÉCNICAS DE PESQUISA .....	49
3.2. INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	50
3.3. POPULAÇÃO E TAMANHO DA AMOSTRA .....	52
3.4. ANÁLISE, TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	53
<b>4. ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	55
4.1. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS – TURISTAS.....	55
4.2. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS – INSTITUIÇÕES.....	64
<b>5. PROJETO DE TURISMO</b> .....	71
5.1. DESCRIÇÃO DA PROPOSTA DO PROJETO.....	71
5.2. ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO.....	74
5.2.1. Descrição das Etapas para a Execução do Projeto.....	75
5.2.2. Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa.....	80
5.2.3. Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa .....	82
5.2.4. Avaliação do retorno do investimento.....	82
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	84
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	87
<b>APÊNDICES</b> .....	90

## 1 INTRODUÇÃO

Estudos e pesquisas realizadas no decorrer da construção do referencial teórico do presente trabalho permitiram compreender que a atividade turística, em alguns casos e de acordo com autores relacionados ao assunto, tem sido procurada não somente pelo simples ato de viajar e descansar, mas também pelas oportunidades e possibilidades criadas a partir de uma viagem.

Em cada viagem, cada destino, cada roteiro, deve-se levar em conta as especificidades do local e criar produtos que valorizem e provoquem mais emoção, que “mexam” com os sentimentos das pessoas, que permitam utilizar todos os seus sentidos com relação ao conhecimento de um novo lugar, ao contato com culturas diferentes, a fim de viver uma experiência única, inesquecível.

Nesse ínterim, sentiu-se a necessidade de estudar o espaço urbano como promotor do turismo cultural e da valorização do patrimônio, sendo que, como forma de dinamizar a pesquisa e os estudos, foram escolhidas duas áreas de interesse histórico e cultural da cidade de Curitiba (sendo estas compreendidas pelo Centro Histórico e pela Praça Santos Andrade<sup>1</sup>).

Os objetos de estudo deste projeto, no caso as duas áreas supracitadas, foram escolhidos a partir da possibilidade de se otimizar a experiência vivida pelos visitantes em cada uma dessas áreas, e de interagir com os mesmos nesses locais, que reúnem, ao mesmo tempo, aspectos relacionados à memória, história e à cultura da região ao entorno, bem como de seu povo e das manifestações culturais que ali ocorrem ou já ocorreram. Cabe ressaltar que os objetos de estudo foram escolhidos também por representarem possíveis ferramentas de interpretação, valorização e preservação do patrimônio e de transformação do olhar de visitantes e turistas.

Além disso, o grande fator que motivou o presente trabalho (principalmente em relação ao desenvolvimento de um roteiro sensorial) foi o Projeto Sentidos Urbanos – Patrimônio e Cidadania<sup>2</sup>, criado no ano de 2009, em Ouro Preto – MG, com o objetivo de “sensibilizar e despertar nos moradores novos olhares sobre a cidade”. Este projeto possibilita aos moradores, visitantes e turistas a realização de

---

<sup>1</sup> Essas regiões serão melhor descritas e trabalhadas posteriormente.

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://programasentidosurbanos.blogspot.com.br/p/o-programa.html>> Acesso em 15/08/2012.

um roteiro que procura utilizar os cinco sentidos do corpo humano, a fim de que a própria população local reconheça sua cidade e se identifique com a mesma, passando a dar mais valor aos seus atrativos, sua história, além de redescobrir lugares pouco visitados turisticamente, mas que merecem ser apresentados, devido à sua beleza, seus patrimônios, entre outros aspectos de possível interesse.

O Projeto Sentidos Urbanos conta com uma série de parcerias, sendo que dentre elas cabe citar o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) – Departamento de Turismo, Secretaria Municipal de Educação de Ouro Preto, entre outras.

Cabe também ressaltar aqui outro fato, voltado ao patrimônio histórico e cultural, que incentivou a realização desta pesquisa, especificamente na cidade de Curitiba – PR, visto que o IPHAN (representado aqui pela Superintendência Regional de Curitiba – PR) e o Instituto Municipal de Turismo de Curitiba firmaram uma parceria<sup>3</sup> no início deste ano para revitalizar algumas regiões centrais da cidade, como as Praças Carlos Gomes e 19 de Dezembro, além de trabalharem na revitalização dos antigos “bondinhos” que circulavam pelo centro da cidade, buscando, com isso, “recriar” o meio de transporte utilizado na época para fins de utilização turística e traslado de visitantes em geral.

O presente projeto, portanto, pretende abordar questões referentes ao Turismo Cultural, à Interpretação do Patrimônio e à Roteirização Turística, sendo que as duas primeiras representam conceitos intimamente relacionados e inerentes à conservação, revitalização e proteção de bens materiais ou imateriais pertencentes a uma determinada região ou sociedade. E a terceira, por sua vez, diz respeito aos aspectos de Roteirização, tanto em âmbito nacional e regional (a fim de que o leitor tenha uma contextualização geral do assunto) quanto em âmbito local, levando-se em conta seus principais aspectos e características.

---

<sup>3</sup> Prefeitura e Iphan vão revitalizar setor histórico. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/noticia.aspx?codigo=24702>> Acesso em: 15/11/2012.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Sendo assim, para fins de delimitação e apresentação do projeto, tem-se como problema de pesquisa a seguinte questão: De que forma a interpretação do patrimônio pode otimizar a experiência do turista que visita a região central da cidade de Curitiba?

## 1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

Nesse tópico serão abordados os objetivos, geral e específicos, que serviram de base para o desenvolvimento do trabalho, auxiliando a encontrar a resposta para o problema supracitado.

### 1.2.1 Objetivo geral

Como objetivo geral, a fim de responder o problema em questão, a pesquisa pretende analisar a possibilidade de se desenvolver dois roteiros sensoriais em duas áreas da região central de Curitiba – PR.

### 1.2.2 Objetivos específicos

Utilizando como base o turismo cultural, têm-se como objetivos específicos:

- Identificar os elementos e atrativos turísticos pertencentes às duas áreas, sendo estas o Centro Histórico de Curitiba – PR e a Praça Santos Andrade;
- Analisar e descrever as principais ações desenvolvidas em prol da valorização dessas áreas;
- Verificar a opinião e o interesse dos turistas em participar desse roteiro e das instituições e setores envolvidos no tocante à possibilidade de auxiliar no seu desenvolvimento;

- Verificar as possibilidades existentes para se desenvolver dois roteiros sensoriais autoguiados nessas duas áreas;
- Analisar quais são as melhores técnicas e ferramentas interpretativas para se utilizar na criação dos roteiros em questão.

### 1.3 HIPÓTESES

Na sequência, como hipóteses de pesquisa, tem-se as seguintes:

- Os turistas têm conhecimento sobre as duas áreas e seus respectivos atrativos turísticos, mas não se interessam em visitá-los e em conhecer sua história;
- São disponibilizados materiais informativos e relevantes aos turistas, em relação aos lugares visitados;
- A região central de Curitiba possui características viáveis para desenvolver roteiros sensoriais autoguiados.
- Os turistas e visitantes se interessam em participar de roteiros que provocam uma sensação inusitada ou permitem uma experiência inesquecível.

Por fim, para deixar claro o conceito da palavra “sensorial”, contida no título e que será utilizada durante o trabalho, a mesma pode ser compreendida no que tange às experiências, sensações, emoções e percepções que o ser humano é capaz de ter e sentir em determinadas circunstâncias e momentos. (PANOSSO NETTO E GAETA, 2010).

Assim, o trabalho foi dividido em seis capítulos que apresentam os assuntos abordados no desenvolvimento do mesmo, sendo que cada um está apresentado conforme a descrição a seguir.

No capítulo 01, são apresentados os objetivos do trabalho, bem como sua justificativa e hipóteses, a fim de situar o leitor no tempo e no espaço.

A partir do capítulo 02, são trabalhados os principais assuntos e temas que nortearam a elaboração do projeto e o desenvolvimento do trabalho em questão, apresentando questões relacionadas ao Turismo Cultural, Interpretação do Patrimônio, Cultura, Espaço Turístico e Espaço Urbano, além de conceitos relacionados aos Roteiros Turísticos, abordando tanto questões relacionadas aos roteiros sensoriais quanto aos roteiros autoguiados, sendo que todos esses

assuntos são apresentados através de subtópicos. Ainda no capítulo 02, são caracterizadas as duas regiões pesquisadas, que representam os objetos de estudo deste trabalho, destacando-se as áreas delimitadas para estudo, os aspectos históricos inerentes e alguns projetos relacionados à preservação, conservação e valorização do patrimônio histórico-cultural presente nessas regiões, que foram desenvolvidos há alguns anos ou recentemente.

No capítulo 03, são descritos os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa, tanto bibliográfica quanto de campo, enfatizando-se as técnicas de pesquisa, os instrumentos de coleta de dados, as ferramentas para análise e tabulação dos mesmos, além da apresentação da população e amostra analisadas.

Já no capítulo 04, depois de realizados os procedimentos metodológicos, são apresentadas de maneira detalhada as análises dos dados obtidos através da aplicação de questionários com os turistas que visitam a cidade e também através da realização de entrevistas com instituições relacionadas ao assunto aqui abordado.

A partir disso, no capítulo 05, está detalhado todo o projeto de turismo em si, com a descrição de suas etapas, a quantidade de recursos humanos e financeiros necessários para a realização de cada uma destas, bem como a análise do retorno do investimento aplicado na realização do projeto.

Finalmente, no capítulo 06, são apresentadas as considerações finais sobre o presente trabalho, enfatizando seus objetivos e verificando suas hipóteses (elencadas no primeiro capítulo) e viabilidade, a fim de discutir se os resultados foram ou não contundentes com a proposta de projeto aqui apresentada.

Sendo assim, serão apresentados a seguir os principais tópicos e conceitos que auxiliarão no desenvolvimento do projeto.

## **2 MARCO TEÓRICO**

Aqui serão apresentados e desenvolvidos os principais assuntos abordados no decorrer do trabalho e que necessitam de um maior entendimento e explicação, justamente por representarem a base da presente pesquisa e de seu posterior projeto.

Vale ressaltar que todos esses assuntos foram delineados de acordo com o problema e os objetivos da pesquisa, buscando definições e conceitos capazes de esclarecer possíveis questionamentos e melhor caracterizar os objetos envolvidos, realizando, assim, um panorama geral e atual dos mesmos.

Pelo fato dessa pesquisa envolver questões relacionadas à cultura, turismo e interpretação do patrimônio, em conjunto com a análise de roteiros turísticos, optou-se por dividir o marco teórico em três grupos, para facilitar a compreensão e entendimento dos conceitos inerentes.

Sendo assim, serão trabalhados, primeiramente, assuntos referentes ao turismo cultural e sua relação com a interpretação do patrimônio, analisando também alguns conceitos de cultura; depois serão apresentadas as definições de espaço turístico e espaço urbano; e, por último, poderão ser encontrados alguns aspectos e características relacionados aos roteiros autoguiados e sensoriais.

Finalmente, com o objetivo de melhor apresentar o contexto no qual o projeto será desenvolvido, foram acrescentadas algumas informações e descrições sobre as três regiões que compõem o objeto de estudo deste trabalho.

### **2.1 TURISMO CULTURAL E INTERPRETAÇÃO DO PATRIMÔNIO**

A partir de análises e pesquisas realizadas por diversos autores e órgãos, a fim de apresentar um conceito delimitado para o segmento de turismo cultural, foi possível observar que, primeiramente, faz-se necessário compreender algumas implicações relacionadas aos termos cultura e turismo, para que, posteriormente, se possam identificar os principais componentes ligados ao turismo cultural em si.

Partindo-se desse princípio, de compreensão de termos, pode-se começar analisando-se a amplitude que a palavra cultura possui e seus diferentes significados dentro das Ciências Humanas. Segundo Cucho (2002) e Gomes (2009), cada área (seja a Antropologia, Sociologia, Direito, entre outras) interpreta a Cultura de um ponto de vista diferente, de acordo com suas perspectivas e características.

A partir dessa análise, vários termos relacionados acabam sendo utilizados ainda mais: Cultura erudita, cultura popular, cultura política, social, econômica e assim por diante, esse termo aparece constantemente no cotidiano das pessoas e, de certa forma, acabou se tornando uma palavra comum, utilizada em tudo e por todos.

Porém, o conceito de cultura geralmente causa algumas discussões em torno dos seus múltiplos e possíveis entendimentos, visto que, através de diversos pontos de vista é possível analisar o termo tanto de forma geral, levando-se em conta seu caráter universal (que será discutido mais adiante), quanto de forma particular, haja vista as singularidades que cada área possui.

Sendo assim, cabe relacionar aqui alguns autores que trabalham com os conceitos da palavra cultura na atividade turística e em outras áreas do conhecimento humano, buscando inter-relacioná-los e tomar um ou mais deles como base para o desenvolvimento das pesquisas e do projeto em questão.

Além da concepção mais “tradicional” (básica) e geral que se tem de cultura, a qual diz que, de acordo com Vannucchi (1999, p. 23), seria tudo aquilo que é produzido pelo homem, há outras áreas do conhecimento que analisam o termo a partir de linhas de pensamento específicas. Como exemplo, e indo ao encontro do entendimento que se pretende passar aqui, sob o ponto de vista da Antropologia e do Turismo, pode-se dizer que existem outros significados mais específicos relacionados ao termo.

Assim, de acordo com Gomes (2009), a cultura estaria sendo representada através das produções e manifestações artísticas de um determinado povo, podendo ser entendida como ou mesmo relacionada aos conceitos de folclore, tradição, hábitos e costumes de um povo, tanto de maneira imaterial, como também nas representações materiais.

Desse modo, pode ser definida como:

[...] os hábitos e os costumes que representam e identificam um modo de ser de um povo. Em geral esses costumes são reconhecidos como singulares e específicos. [...] Cultura seria um todo comportamental, incluindo o emocional e o intelectual, de um povo ou, em menor escala, de uma coletividade. (GOMES, 2009, p. 34).

Ainda segundo o autor, o homem, enquanto participante de um sistema político e indivíduo de uma sociedade, aprende a conviver com diversas diferenças e a acreditar naquilo que acha correto e justo a partir de sua “cultura intelectual”, seja através de informações e conhecimentos adquiridos ao longo do tempo, seja por influências recebidas de outras pessoas ao seu redor. Além disso, o próprio sistema no qual todos estão inseridos acaba por influenciar consideravelmente os estilos, as atitudes e os modos de vida de uma pessoa, tanto positiva quanto negativamente.

Assim, quando se pensa nessa questão, a partir de um viés turístico, pode-se analisar que mesmo no momento de escolher um destino, uma viagem, um hotel, um restaurante, entre outros serviços, há sempre uma influência externa que acaba por determinar essa escolha, visto que, para Horta<sup>4</sup> (2005, *apud* BRAGA, 2005, p. 2),

a cultura é a expressão do modo de pensar, sentir, agir e reagir de um indivíduo, de uma comunidade ou nação. Ela é representada pelas ações em que os povos exprimem seu modo específico de ser, e vai adquirindo formas e expressões diversas ao longo do tempo em um processo dinâmico.

Por isso a cultura torna um povo diferente do outro no tocante às suas características, às formas de agir, pensar e comer, na hora de resolver um problema, tomar uma atitude, relacionar-se com outras pessoas através de rituais específicos.

E é essa diferença que faz com que as pessoas se interessem em conhecer culturas e lugares diferentes dos quais estão habituadas, realizando intercâmbios e passando a influenciar e ser influenciado por essa nova cultura.

Seguindo essa linha de pensamento, Meneses (2006, p. 12) comenta justamente que “é próprio do homem buscar conhecer as diferenças culturais,

---

<sup>4</sup> HORA, A. S. S. da; CAVALCANTI, K. B. Turismo pedagógico: conversão e reconversão do olhar. *In*: REJOWSKI, M.; COSTA, B. K. (orgs.). **Turismo contemporâneo**: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003.

intentar compreender significados para as vidas de outros grupos sociais, visitar lugares que não são os seus para compreendê-los em sua espacialização histórica e cultural própria”, além de complementar com o fato de que:

o turista, ao viajar e fugir de seu cotidiano, quando opta por conhecer uma determinada cultura e entender uma certa identidade cultural, está, de antemão, sensível a atribuir sentidos, entender simbologias, apreender significados, desde que sinta aderência ao produto da interpretação do planejamento turístico e da história a uma vivência real e em construção. Caso contrário, não haverá nenhuma problematização estimuladora de sua curiosidade e inteligência e nenhuma vontade de ficar ou de voltar. (MENESES, 2006, p. 13).

Por ser um termo complexo e abrangente, a partir da cultura são estabelecidos outros conceitos derivados e mais específicos. E é nesse momento que aparece um conceito que cabe ressaltar aqui, visto que seu processo interfere (podendo até mesmo alterar significativamente) o modo de vida de uma população local.

Esse conceito diz respeito, segundo Cuche (2002), ao termo denominado “aculturação”, que se refere justamente a esse processo de intercâmbio, absorção e incorporação de atitudes, hábitos, valores de uma cultura para outra, representando transformações e integrações de novas ideias. Também se pode citar aqui, ainda por derivação, o termo de subcultura, o qual representa os diferentes grupos e classes existentes dentro de uma sociedade ou outro grupo maior, com suas próprias características, seus modos de vida, modos de vestir, seus comportamentos, entre outros aspectos.

Da mesma maneira, como já mencionado, assim como a maioria dos fenômenos existentes, a cultura também passa por transformações e adaptações de acordo com o meio em que se encontra e através de sua dinâmica constante, não permanecendo intacta ao longo dos anos, mas sim se recriando e se adequando, possibilitando sua perpetuação. Portanto,

Devemos entender que cada cultura tem um ritmo próprio de reprodução, de conservação e de mudança, uma dinâmica. Se esse ritmo for intensificado, corre-se o risco de a cultura perder sua estabilidade e se transformar em algo bastante diferente. (GOMES, 2009, p.41).

Principalmente tratando-se da relação entre cultura e turismo, deve-se ter cuidado e respeito ao conhecer a dinamicidade de outras culturas locais, bem como seu desenvolvimento, a fim de não descaracterizá-las por completo.

Sendo assim, é inevitável considerar a relação que existe entre a cultura e a atividade turística, visto que, segundo Batista e Ávila (2006, p. 08), estes são dois conceitos que

não dá para separar, devido à utilização da formatação turística e cultural em produto, porém se faz necessário não valorizar tanto um em detrimento do outro. Deve-se valorizar a importância tanto da cultura quanto do turismo, nem a cultura deve vir à reboque do turismo, nem o turismo à reboque da cultura, mas contar com espaços privilegiados entre as manifestações culturais e os bens turísticos, porque são elementos balizadores do desenvolvimento local.

Em relação ao que foi supracitado, sobre a relação entre essas duas variáveis, pode-se dizer também que, segundo Meneses (2006, p. 16), o turismo cultural representa um segmento que “visa valorizar e promover os bens materiais e imateriais encontrados no patrimônio histórico edificado e natural, bem como pela inserção da demanda em manifestações culturais, em eventos, feiras e no próprio território”.

Desta forma, através de um planejamento adequado, turismo e cultura têm muito a oferecer para uma determinada região ou localidade em termos de aprendizagem, ensinamentos, conscientização e sensibilização, entre outros fatores que promovem o desenvolvimento sustentável e o reconhecimento e a preservação dos lugares, dos patrimônios, da identidade local.

Porém, ainda é preciso apresentar um conceito referente ao turismo cultural que será tomado como base e trabalhado nessa pesquisa. Para isso, a fim de delimitar o conceito que será utilizado aqui, cita-se a autora Margarita Barretto (2001, p. 21), quando coloca, de maneira geral, que:

o turismo cultural no sentido mais amplo seria aquele que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto, *turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem.* (Grifo nosso).

Além disso, será utilizado também, complementando a citação anterior, o conceito de turismo cultural do Ministério do Turismo, apresentado em seu Caderno de Turismo Cultural: Orientações Básicas<sup>5</sup>:

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. (BRASIL, 2010, p. 15).

Destaca-se que esta definição foi reelaborada em conjunto com o Ministério da Cultura e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, através de parcerias realizadas para este fim, tendo como base a representatividade da Câmara Temática de Segmentação, contida no Conselho Nacional de Turismo.

Partindo-se desta última definição, na qual são mencionados os elementos “patrimônio histórico e cultural” e “bens materiais e imateriais da cultura”, é possível analisar melhor a relação dos mesmos com a atividade turística, visto que o patrimônio faz parte da paisagem urbana e, conseqüentemente, atrai a atenção do turista.

O patrimônio cultural adquire valor para o turismo, pois, por meio dele, é possível a disseminação do saber. E os homens, por sua natural curiosidade, sempre querem saber mais e conhecer. Assim, os patrimônios culturais do mundo todo se tornam atrativos turísticos, que motivam turistas a sair de suas residências e a viajar para poderem conhecer de perto tal monumento, festa, cultura, sítio arqueológico, ruína ou conjunto arquitetônico etc. (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008, p. 435).

Ainda segundo os mesmos autores, existem “fatores motivadores ou motivacionais que determinam as necessidades pelas quais uma pessoa viaja”. No caso do turismo cultural, esse fator diz respeito ao “desejo de aprender algo novo, incluindo novas culturas e idiomas”.

Nesse aspecto, em relação aos meios de motivar determinados fluxos turísticos e atrair visitantes, pode-se falar da questão na qual o turismo cultural se utiliza da história oral como ferramenta de valorização das características da

---

<sup>5</sup> BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural**: orientações básicas. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Cultural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em: 21/05/2012.

comunidade local, buscando apresentar ao turista o modo de vida de seus habitantes, seus costumes, hábitos e tradições. Assim, é possível realizar uma busca e conhecer o passado de um determinado povo ou região, ou ainda outras culturas híbridas, através de relatos, conversas ou do conhecimento da própria sociedade atual. Ou seja,

História oral e turismo cultural lidam com viagens no tempo e no espaço, atendendo à necessidade que todos temos, moradores e visitantes, de nos reconhecermos e nos diferenciarmos no contato com o 'outro'. A história oral e o turismo cultural têm alguns aspectos em comum: a democratização do conhecimento sobre o passado e o reconhecimento das diferentes vozes que o traduzem no presente; o interesse em se aproximar do 'senso comum' e em ampliar o acesso aos bens culturais e aos testemunhos da história; o interesse pela memória e a construção da identidade coletiva. (FREIRE; PEREIRA, 2002, p. 128).

De acordo com a UNESCO (1972), na Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, corroborando com a ideia de construção de uma identidade, de uma memória e da transmissão geracional,

o patrimônio é o legado que recebemos do passado, vivemos no presente e transmitimos às futuras gerações. Nosso patrimônio cultural e natural é fonte insubstituível de vida e inspiração, nossa pedra de toque, nosso ponto de referência, nossa identidade.

Todavia, no momento em que turismo e patrimônio se encontram, é preciso estar atento ao modo pelo qual acontece essa relação, a fim de que não haja conseqüências e impactos negativos no ambiente e, por conseguinte, em todo o sistema. Faz-se necessário, então, desenvolver estratégias e diretrizes adequadas, relacionadas a um bom planejamento, a fim de que ambos (turismo e patrimônio) possam se desenvolver em harmonia com os demais setores, de modo que o turismo cultural possa se tornar uma excelente alternativa de conhecimento, valorização e preservação do patrimônio histórico-cultural, seja este material ou imaterial, de um determinado lugar, beneficiando todos, inclusive a população local.

Assim,

o desenvolvimento do Turismo Cultural, a conscientização do patrimônio histórico-cultural como recurso de desenvolvimento social e a exigência de rigor metodológico na interpretação da construção cultural passada implicam em novas formas de ação na gestão desses valores, exigindo articulação interdisciplinar entre diferentes atores do processo de planejamento e gestão do setor. Historiadores e turismólogos, assim, comungam de espaços fronteiriços e de interdisciplinaridade no atendimento de uma demanda por consumo de serviços e produtos que configuram bens culturais a serem apreendidos, documentados, preservados e comunicados. (MENESES, 2006, p. 12).

Dentro desse contexto e buscando compreender melhor o conceito de interpretação do patrimônio, pode-se citar as palavras de Murta (2002, p. 141), quando expõe que “interpretar é apresentar lugares e culturas para um público visitante, visando enriquecer sua experiência”. De acordo com esse pensamento e com a autora, é possível inferir que, concomitantemente, a interpretação do patrimônio pressupõe a realização de um processo no qual o turista ou visitante adquire conhecimento quanto ao local que visita e passa a fazer parte de uma experiência nova e surpreendente, momento em que consegue assimilar o aprendizado e dar maior valor àquele espaço, preservando-o e respeitando-o.

A interpretação do patrimônio, em sua melhor versão, cumpre uma dupla função de valorização. De um lado, valoriza a experiência do visitante, levando-o a uma melhor compreensão e apreciação do lugar visitado; de outro, valoriza o próprio patrimônio, incorporando-o como atração turística (MURTA; GOODEY, 2002, p. 13).

Ainda segundo os autores, a interpretação representa um ato de comunicação, a “arte de comunicar mensagens e emoções” ao visitante, despertar sentimentos, percepções. Pode também ser considerada, segundo Murta e Goodey (2002, p. 13), como o “processo de acrescentar valor à experiência do visitante, por meio do fornecimento de informações e representações que realcem a história e as características culturais e ambientais de um lugar”.

Nesse caminho, a atividade turística pode surgir como uma alternativa de aplicação da interpretação do patrimônio, possibilitando uma vivência única e um conhecimento aprofundado de determinado atrativo ou local onde a mesma seja desenvolvida. Além disso, segundo Menezes (2009, p. 57),

A busca da preservação do patrimônio [...] incentiva a restauração e a revitalização de bens patrimoniais para serem utilizados como recursos turísticos. Esta é uma importante forma de preservação da memória e, ao mesmo tempo, de melhorar a economia do lugar, dinamizando o turismo.

De acordo com o autor, o turismo cultural funciona como um elo entre as áreas de turismo e preservação que pode, além de restaurar e revitalizar, acrescentar novos valores e significados ao patrimônio, principalmente pelo fato de que, segundo Menezes (2009, p. 64), “em tempos de crescente globalização, a proteção, preservação, interpretação e promoção do patrimônio cultural de diferentes regiões têm sido pontos fundamentais para a valorização das culturas locais, contribuindo também para o desenvolvimento sustentável”. Porém, ela também ressalta a importância de se realizar uma boa interpretação desses patrimônios, com a finalidade de “criar oportunidades de aprendizado para turistas e moradores, os quais passam a conhecer os valores, os costumes, a história e a identidade através do patrimônio. Isto promove a comunidade e desenvolve a cidadania cultural”.

A partir desse viés, e a fim de demonstrar a importância e as vantagens de um bom planejamento turístico e as consequências de uma má gestão, de acordo com Lohmann e Panosso Netto (2008, p. 214), os impactos culturais do turismo podem ser descritos da seguinte maneira:

- Impactos Positivos:
  - Possibilidade de intercâmbio cultural com ganhos para os turistas e para os residentes locais;
  - Resgate da cultura local e de grupos minoritários, que se tornam modelos de valorização cultural;
  - Valorização da cultura local por meio de programas de conscientização da população;
  
- Impactos Negativos:
  - Destruição da cultura local pelo processo de aculturação;
  - Banalização da cultura local e de grupos minoritários, que são transformados em simples atração, perdendo a verdadeira identidade e autenticidade;

- Miscinegação cultural;
- Influências idiomáticas que descaracterizam gradativamente o idioma local.

Em muitos casos em que o turismo simplesmente acontece, sem nenhuma entidade, instituição ou profissional competente envolvido no crescimento da atividade, os aspectos culturais acabam sendo deixados de lado para dar lugar aos aspectos econômicos que tal atividade pode trazer, afinal de contas:

estamos vivendo no mundo em que quase tudo se torna espetáculo. Vivemos numa sociedade midiaticizada onde as culturas populares são atrativos para o exibicionismo televisivo, onde quase todos os acontecimentos da vida cotidiana poderão transformar-se em espetáculos midiáticos, desde um acidente trágico [...] até, sem dúvida alguma, as festas populares. (TRIGUEIRO, 2005, p. 4).

Da mesma forma,

uma das principais críticas em relação ao uso do patrimônio cultural como recurso turístico está voltada para a questão da ênfase no valor de consumo do patrimônio em detrimento de seu valor de significado. De acordo com especialistas, a ênfase no valor de consumo, acaba provocando a banalização da cultura, pois o patrimônio passa a ser importante porque pode ser “vendido” como produto turístico e não por sua significação na história. (MENEZES, 2009, p. 64).

Portanto, é preciso ter cautela e prestar bastante atenção em todos os fatores que envolvem patrimônio e turismo a fim de que essa relação não seja prejudicada por aqueles que exaltam o consumismo, a comercialização dos produtos turísticos, sem ter a menor consideração com os autóctones e demais atores envolvidos nesse processo de comunicação.

Parte-se do princípio que os turistas, quando visitam algum local, procuram respeitar e admirar, sem destruir. Porém nem sempre é assim que acontece. Por isso o motivo de se valorizar, primeiramente, o patrimônio cultural de uma cidade e sua demanda real e potencial, a fim de que os demais turistas e visitantes se sensibilizem e possam ser conscientizados da importância relacionada à

interpretação do patrimônio e de seus bens, não deixando as grandes corporações tomarem conta do lugar e das rendas ali geradas.

Além disso, ainda é preciso chamar atenção para outro aspecto, visto que, segundo Murta e Albano (2002, p. 09),

[...] há sempre um pressuposto de que o turista irá descobrir por si mesmo e maravilhar-se automaticamente com as belezas naturais, as edificações e monumentos históricos e as várias manifestações artísticas e culturais, [...] assim, pouca atenção é dada ao visitante no que se refere à informação sobre o lugar e seus habitantes, seus hábitos e costumes, sua história e suas lendas. Há muito a fazer [...] para otimizar a experiência da visita: estimular o olhar, provocar a curiosidade e levar o turista a descobrir toda a magia do lugar.

Seja através de materiais promocionais e informativos, centros de informação turística e apoio ao visitante, placas e painéis autoexplicativos, entre outros objetos e técnicas interpretativas, devem sempre ser criadas alternativas que auxiliem nessa percepção.

E é a partir daí que o conceito de interpretação do patrimônio surge novamente como uma ferramenta muito útil e prática aos planejadores da atividade turística e profissionais afins, para surpreender o visitante, provocar esse novo olhar. Vale ressaltar também que

A interpretação, por sua vez, não tem nenhuma obrigação contratual com o passado nem com lugares removidos da experiência cotidiana. Se a interpretação significa alguma coisa, ela deve ser um processo aplicável a qualquer lugar, em qualquer tempo. Podemos interpretar o futuro assim como o passado, podemos interpretar os pobres como temos interpretado os ricos, podemos interpretar o que é cruel e pouco confortável, assim como frequentemente interpretamos o que é aceitável e tolerável. (MURTA; ALBANO, 2002, p. 76).

Nesse aspecto, nota-se que o turista cultural possui certa educação e respeito ao ambiente em que visita, visto que procura justamente manter um contato maior com o mesmo, com a população local, seus costumes, com o intuito de “sentir” o lugar, criar uma identidade com o mesmo e, acima de tudo, preservá-lo às futuras gerações. Sendo assim, de acordo com Murta e Albano (2002, p. 9),

o turista cultural [...] chega pedindo licença, e assim pode visitar a história não só conhecendo as evidências materiais do passado, presentes em sítios, monumentos e objetos consagrados como patrimônio, mas também escutando ou lendo relatos e lembranças dos que vivenciaram e fizeram a história do lugar.

A partir disso, pode-se inferir que há um contato muito maior com a comunidade que qualquer outro segmento turístico; há a necessidade de conhecer mais, criar vínculos afetivos, se tornar parte daquela realidade, seja pela vivência em si, seja pelos fatos orais relatados por suas testemunhas.

Cabe ressaltar aqui que os demais turistas também podem apreciar a paisagem e preservar o local, haja vista a possibilidade de despertar esse sentimento obtido pelo chamado “turista cultural”, principalmente através das diversas ações e metodologias relacionadas à interpretação do patrimônio.

Além disso, há também o aspecto de sustentabilidade, intrínseco no turismo cultural, desde o momento em que este procura manter a harmonia entre os sistemas envolvidos, evitando uma possível descaracterização ou espetacularização da cultura, além dos impactos negativos advindos de um mal planejamento ou de uma atividade desenfreada.

Nesse aspecto, segundo Goodey (2002, p. 136),

a única esperança do turismo cultural e ecológico é que ele ofereça exatamente o contrário, em todos os níveis: menos gente, visitando menos lugares, mais devagar; reunindo menor número de experiências, com maior qualidade; recebendo mensagens mais detalhadas sobre o significado de lugares e manifestações.

Portanto, o turismo cultural surge com o intuito de apresentar e proporcionar aos turistas e visitantes uma atividade de valor pessoal, na qual o que realmente importa é a qualidade da experiência e não a quantidade de pessoas que podem visitar vários lugares ao mesmo tempo, saindo dos mesmos sem nenhum conhecimento ou sentimento maior pelo local, somente o superficial.

Cabe então citar aqui a preocupação manifestada por Murta (2002, p. 141), em seu livro:

Estaremos realmente condenados a assistir à consolidação de um turismo histórico de lazer e diversão a todo custo, sem qualquer conteúdo cultural que estimule o interesse pela vida local, seus fazeres e saberes, sem nada que provoque a curiosidade do turista?

E ainda se observa este tipo de turismo de massa ocorrendo em diversas cidades, sem nenhuma intervenção, sem nenhum cuidado ou respeito pelo atrativo que visitam ou pela história do lugar ou ainda pela comunidade em si. O turismo simplesmente acontece e destrói seus produtos de consumo, indo totalmente contra seus preceitos sustentáveis.

No presente trabalho, será utilizado o conceito de turismo concebido por Moesch (2000, p. 9), que apresenta a seguinte definição:

o turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico.

Sendo assim, a atividade turística, planejada de modo a desenvolver o turismo cultural, deve ser muito bem pesquisada e organizada, além de ser elaborada por uma equipe multidisciplinar que saiba ressaltar os pequenos detalhes que muitas vezes passam despercebidos ao olhar dos turistas e que, geralmente, proporcionam um sentimento de surpresa e contentamento por descobrir algo novo, algo que ainda não havia sido observado ou não tinha ganhado o devido valor.

A partir desse trabalho, pretende-se gerar alternativas para que a interpretação do patrimônio seja utilizada de forma sustentável e criativa, através de roteiros e opções de passeios autoguiados nos quais os turistas possam exercitar seu olhar, perceber e sentir os lugares, além dos seus verdadeiros significados e funções dentro da sociedade e para a comunidade local.

Por fim, como o turismo pressupõe um deslocamento no espaço, seja através dos fluxos turísticos ou de outros fatores, apresentam-se, a seguir, as principais definições que abordam tanto o espaço urbano quanto o espaço turístico.

## 2.2 ESPAÇO TURÍSTICO E ESPAÇO URBANO

Na busca de conceitos e explicações acerca dos temas e assuntos trabalhados nesta pesquisa, apresentam-se a seguir dois elementos que permitem compreender melhor o ambiente em que a atividade turística se desenvolve, focalizando aqui o meio urbano, justamente por estar diretamente relacionado aos objetos de estudo. Vale lembrar que os mesmos correspondem ao Centro Histórico e à Praça Santos Andrade, ambos espaços detentores de rico patrimônio histórico-cultural da cidade de Curitiba – PR.

A atividade turística, em seu sentido mais amplo, implica necessariamente em um deslocamento ativo de pessoas, segundo diversos autores que tratam do tema. Assim, a partir do momento em que se tem um deslocamento, independente de suas características, distância ou duração, conseqüentemente haverá um espaço geográfico envolvido, no qual as pessoas se deslocarão efetivamente.

A viagem corresponde aos deslocamentos espaciais que demarcam suas diferenças concretas a partir das paisagens que revela e, sobretudo, pela visibilidade que, imaginariamente, produz. Essa visibilidade é marcada por três olhares característicos: o colonizante (procura domar o que lhe é estranho, enfrenta a viagem com a praticidade burocrática do curto prazo e do imediato; é o olhar passageiro de quem viaja, vê, enumera e volta), o conquistador (intrigante) e o existencial. (YÁZIGI, 2002, p. 17).

A partir disso, pode-se concluir que são desenvolvidos, durante uma viagem ou visita a determinados locais, desconhecidos num primeiro momento, alguns olhares críticos que determinam a experiência do visitante; olhares estes que podem influenciar, tanto positiva, quanto negativamente, a sensação e os sentimentos provocados no espectador.

Além disso, deve-se considerar que, segundo Silva (2010, p. 13) “os atrativos e equipamentos de infraestrutura se manifestam de forma visível e física neste espaço, especialmente em relação ao espaço urbano”, enfatizando a importância da existência do mesmo para a diversificação da oferta turística e de segmentos que realcem o local e valorizem esse espaço, tornando-o útil à comunidade e aos visitantes.

Esses espaços, tanto o turístico quanto o urbano, são considerados, ainda, parte de um todo maior, definido por Boullón (2002) como espaço geográfico, o qual engloba todos os demais. Nesse sentido, analisando melhor o espaço turístico em si e sua dinâmica em relação aos outros espaços e lugares, pode-se observar que:

o espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura turísticas, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país (BOULLÓN, 2002, p. 79).

Ainda de acordo com o autor, os espaços existentes no espaço geográfico se inter-relacionam e promovem outras atividades, além das de caráter turístico, como as atividades comerciais, a presença de escolas, faculdades, hospitais, entre outros, cumprindo diversas funções sociais, visto que, de acordo com Chemin (2004, p. 23),

a *função* [...] representa o papel de cada elemento, tomado separadamente. Em relação ao espaço turístico, significa investigar a função dos elementos da oferta e da demanda turística, avaliando estes recursos em relação à demanda, seja ela a real, futura ou potencial. (Grifo nosso).

Além disso, segundo Boullón (2002), o espaço turístico representa uma porção específica na qual participa significativamente em relação à essas outras atividades já mencionadas, ou seja, são diferentes fatores contribuindo para a construção e produção do espaço, através de uma infraestrutura geral (abrangendo autóctones e visitantes) e específica (só para o turismo), capaz de promover um aumento dos fluxos turísticos e outros elementos inerentes.

Ainda de acordo com Boullón (2002), pode-se conceituar várias formas de expressão material do espaço em si, ligadas tanto à parte física quanto cultural, como as seguintes:

- Espaço real: refere-se a toda superfície do planeta e à camada da biosfera que o envolve, que podem ser percebidas pelo homem. É real porque é possível comprovar a sua existência, deslocar-se por ele ou modificá-lo.
- Espaço vital: refere-se ao entorno ou meio favorável que as espécies requerem para existir. Inclui o homem, os demais seres vivos e o meio.

- Espaço potencial (potencialidade do local): possibilidade de destinar ao espaço real algum uso distinto do atual (pertence à imaginação).
- Espaço natural virgem: são aquelas áreas, cada vez mais escassas, do espaço natural sem vestígios da ação do homem.
- Espaço cultural: é aquela parte da crosta terrestre que, devido à ação do homem, teve modificada sua fisionomia original. Para destacar que o espaço cultural é consequência do trabalho do homem, voltado ao acondicionamento do solo a suas necessidades, também é chamado espaço adaptado. Conforme o tipo de tarefa que o homem realiza sobre o espaço cultural ou adaptado, originam-se o espaço natural adaptado (espaço rural) e o espaço artificial (espaço urbano).

Este último, o espaço cultural, mais especificamente referindo-se ao espaço artificial ou urbano, representa a base para o desenvolvimento do turismo cultural na cidade, pois, segundo Silva (2010, p. 15), “o espaço urbano produzido pelo turismo é uma apropriação do espaço (urbano) para que o turismo se desenvolva, utilizando sua infraestrutura e facilidades”.

O ambiente urbano é espaço territorializado, apropriado pelas sociedades. Com efeito, a cidade é o que é visto, ou ainda mais, o que pode ser sentido. Sendo pequena, ela pulsa, vive, seduz, agride, transforma-se e transforma quem nela vive. A cidade é viva, com identidade e dinamismo próprio e, por consequência, deve ser vista como bem cultural (CHEMIN, 2004, p. 16).

Também cabe ressaltar aqui o fato de que “cada indivíduo possui referências, lembranças e também marcas pessoais sobre a cidade, as quais lhe conferem uma concepção desse espaço, fazendo com que pessoas identifiquem o espaço e se identifiquem com ele” (MONASTIRSKI *apud* CHEMIN, 2004, p. 16). Nesse caso, a atividade turística pode ser desempenhada, juntamente com a interpretação do patrimônio, como forma de representar a identidade de seu povo, relembrando e valorizando seu processo de crescimento.

Assim, em relação ao espaço urbano, percebe-se que o mesmo pode possuir diversos significados e funções, de acordo com o que se deseja desenvolver e utilizar.

Porém, é preciso pensar também nas relações que vêm sendo desenvolvidas nesse espaço, sejam estas sociais, ambientais, econômicas ou de qualquer outra ordem, a fim de que não haja consequências negativas no futuro e sim um equilíbrio em todas as partes do sistema, que nesse caso, diz respeito ao sistema turístico.

Segundo Goodey (2005, p. 76),

a cidade hoje sobrevive a um preço que é pago pelo planeta. Poucas vezes os estudiosos partem da cidade como foco da questão do desenvolvimento sustentável. Mas na verdade, o meio urbano configura-se no maior desafio em termos de reordenação de nossas vidas em favor da sobrevivência. Se quisermos repensar a cidade, reconhecendo a sua importância cultural e econômica advinda da convergência humana, é para o futuro que devemos olhar; é a crença em um futuro sustentável que deve orientar a nossa busca por uma melhor compreensão dos centros urbanos e das formas de construir e de reconstruí-los. Nessa perspectiva, o passado é apenas um espetáculo à parte.

E para se pensar em um turismo que esteja de acordo com os princípios da sustentabilidade, contribuindo para a reordenação do meio urbano, é preciso criar alternativas que promovam o bem estar de todos e que realmente possuam algum significado para a comunidade. E é aí que novamente aparece o segmento de turismo cultural como forma de preservar, valorizar e conservar as características de um determinado local, assim como de seu povo, abrangendo o patrimônio material e imaterial.

Porém percebe-se que ainda:

há muito trabalho a ser feito para conectar visitantes e moradores na apreciação da evolução de nossas cidades. No mínimo, eles precisam entender que as decisões tomadas sobre o planejamento e a preservação dos centros urbanos sempre afetam sua imagem. É importante fazê-los sentir também a necessidade de se enfatizar os valores particulares de cada lugar, que oferecem imagens, ideias e soluções capazes de contrabalançar as forças da globalização. (GOODEY, 2005, p. 77).

Ainda segundo o autor, a fim de que este trabalho seja formalmente colocado em prática, é preciso que a sociedade conheça e compreenda os processos que fizeram as cidades se tornarem o que elas são hoje, ou seja, é preciso “reaprender a ‘olhar as cidades’”, pois a partir dessa análise é possível verificar que:

o olhar múltiplo é uma habilidade essencial que muitos precisam reaprender. A interpretação em cidades vivas tem melhores resultados através da análise de sua utilização pela comunidade e de como isto modifica o ambiente, o que pode ser detectado na estrutura simbólica de novos acréscimos e na disputa pela construção/sobreposição de lugares. Ela deve ser um prazer que seduz, uma função essencial na formação do lugar, parte construção, parte lembrança, e não simplesmente uma nota de rodapé se referindo ao passado. (GOODEY, 2005, p. 94).

Da mesma forma, Boullón (2002) ressalta que os turistas não querem mais ver as cidades apenas a partir da representação das mesmas em um papel, o qual serve apenas de referência a fim de identificar um determinado hotel e suas distâncias que os separam de um local a outro do espaço urbano. Pelo contrário, o que os turistas procuram e desejam visualizar pessoalmente é a cidade em si, com suas ruas, praças, edifícios, seu cotidiano e sua realidade.

Já para os habitantes, são construídos diariamente vários elementos formais que permitem a identificação e retenção, na memória, de uma imagem referente à paisagem urbana ali vivenciada e apreciada e é justamente através desses elementos da imagem que o morador reconhece e se identifica com os lugares pelos quais costuma transitar e se orientar (BOULLÓN, 2002).

Sendo assim, como alternativa de despertar e aguçar a percepção dos turistas e visitantes em relação aos lugares que visitam, surgem os roteiros turísticos, capazes de ressaltar elementos da paisagem urbana em todos os seus aspectos, como descritos a seguir.

### 2.3 ROTEIROS TURÍSTICOS

Nesta parte do trabalho, buscou-se apresentar o Módulo Operacional 7 - Roteirização Turística, elaborado pelo Ministério do Turismo – MTUR<sup>6</sup> em 2007, além de outros autores que trabalham e desenvolvem o termo “roteiros” em suas obras, como forma de caracterizar o cenário atual correspondente e também trabalhar conceitos e definições importantes para o entendimento da pesquisa.

---

<sup>6</sup> Esse Módulo faz parte do Macroprograma de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, através de uma ação voltada para a Roteirização Turística, contida no Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos. (BRASIL, 2007).

No Módulo Operacional 7 (2007, p. 13), o Ministério do Turismo utiliza a definição de roteiro turístico como sendo “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”. Sendo que, como derivação, pode-se dizer que

a 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 (BRASIL, 2007, p. 13).

Além disso, a roteirização auxilia num processo que tem por objetivo identificar, elaborar e consolidar novos roteiros, verificando aqueles que necessitam de investimentos e melhorias. Possui um caráter participativo, capaz de estimular a integração dos envolvidos com a atividade turística e de promover a “inclusão social, resgate e preservação dos valores culturais e ambientais existentes”. (BRASIL, 2007, p. 16).

A fim de melhor visualizar os objetivos (geral e específicos) propostos no Módulo Operacional 7 (2007), optou-se por mostrá-los de acordo com a tabela a seguir, a fim de facilitar a visualização dos mesmos:

<b>Objetivo Geral</b>	<b>Objetivos Específicos</b>
Estruturar, ordenar, qualificar e ampliar a oferta de roteiros turísticos de forma integrada e organizada.	Fortalecer a identidade regional;
	Incentivar o empreendedorismo;
	Estimular a criação de novos negócios e a expansão dos que já existem;
	Ampliar e qualificar serviços e equipamentos turísticos;
	Facilitar o acesso das pequenas e microempresas do mercado turístico regional, estadual, nacional e internacional;
	Consolidar e agregar valor aos produtos turísticos;
	Identificar e apoiar a organização de segmentos turísticos; e
	Promover o desenvolvimento regional.

QUADRO 1 – OBJETIVOS DO MACROPROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – PLANO NACIONAL DE TURISMO 2007-2010. Fonte: (BRASIL, 2007, p. 17).

Dessa maneira, observa-se que existem diversas ações e promoções, dentro do Macroprograma de Regionalização do Turismo, para que a atividade se desenvolva de forma organizada, atendendo as necessidades de cada região e fazendo com que as mesmas reconheçam e identifiquem suas vocações, em termos de segmentos turísticos, podendo se beneficiar dos resultados alcançados de maneira saudável e contínua.

Em se tratando de roteiros turísticos, cabe citar aqui dois autores que tratam do assunto e serão utilizados como base para o desenvolvimento do projeto, em termos de conceitos e definições.

Primeiramente, de acordo com Boullón (2002), os roteiros representam as vias de circulação de veículos e pedestres, uma vez selecionadas pelo trânsito turístico, no momento em que se deslocam para visitar os atrativos turísticos de uma cidade ou então para entrar e/ou sair dela.

Sua função (em um centro turístico) “é similar à desempenhada pelos corredores turísticos na escala da totalidade do espaço turístico: ambos estruturam o conjunto” (BOULLÓN, 2002, p. 209), ou seja, é a partir deles (roteiros e corredores) que se torna possível ordenar o espaço e transitar de forma eficiente pelo destino, aproveitando suas características ao máximo.

Complementando essa perspectiva de ordenação, Bahl (2004, p. 32) trabalha com o conceito de “sincronização entre espaço-tempo e bens e serviços” para definir as características de um roteiro, conforme pode ser observado na figura abaixo. Dessa forma, um roteiro turístico, segundo o autor,

ocorre a partir da combinação de fatores vinculados ao espaço geográfico que será abrangido ou percorrido; aos tempos de duração dos deslocamentos e o necessário em cada destinação, bem como ao disponível pelos potenciais participantes (turistas e visitantes) para usufruto de uma programação turística; ao tipo de atrativos a serem visitados e aos serviços associados (transporte, hospedagem, alimentação, entre outros.). (BAHL, 2004, p. 32).

Além disso, a fim de se compreender melhor a formatação de um roteiro, bem como os elementos que contribuem para sua realização, o mesmo pode ser representado, de forma simplificada, pela figura abaixo, que mostra alguns elementos fundamentais na organização e elaboração de um determinado roteiro turístico, resultando em uma sincronia entre espaço-tempo/bens e serviços, num equilíbrio entre oferta e demanda, levando-se em conta também a presença de uma série de fatores que acabam por influenciar a elaboração de um roteiro como um todo.

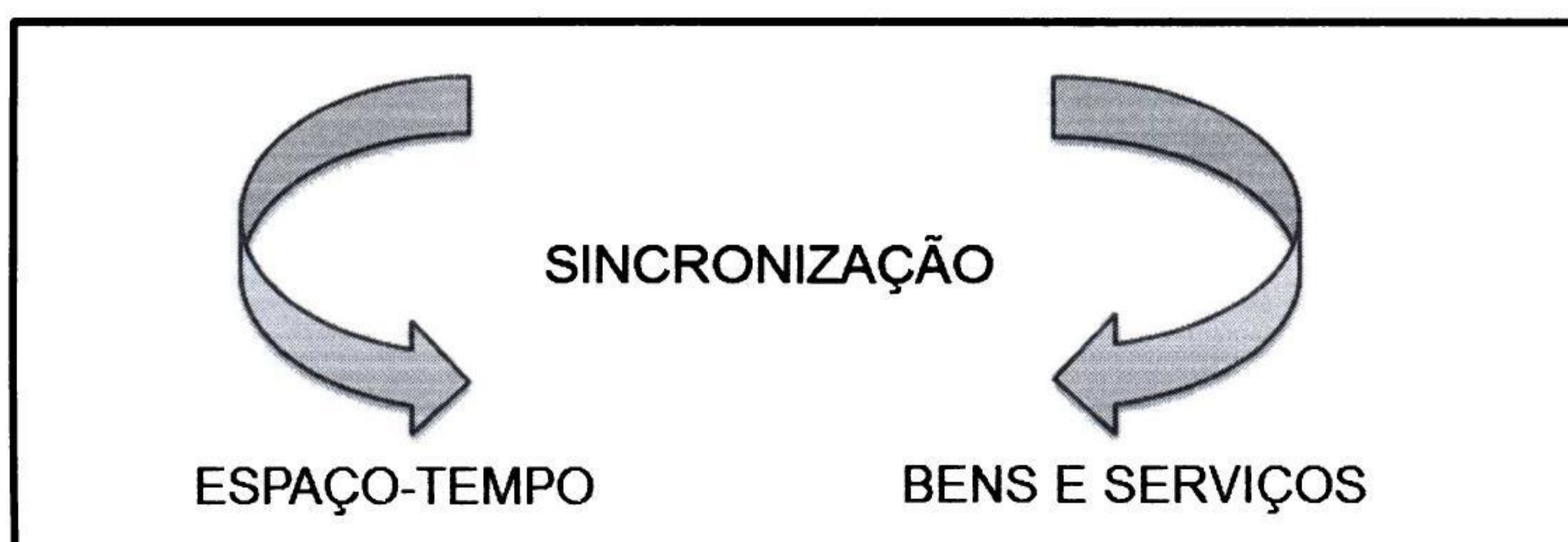


FIGURA 1 – ELEMENTOS INERENTES AOS ROTEIROS TURÍSTICOS

FONTE: Bahl (2004, p. 32).

A partir dos conceitos expostos, optou-se por utilizar no presente trabalho os três conceitos principais relacionados à Roteirização e aos Roteiros Turísticos em si: o primeiro, proposto pelo Ministério do Turismo e citado anteriormente, o segundo, utilizado por Boullón (2002) e o terceiro, por Bahl (2004), respectivamente.

Mesmo assim, com o intuito de facilitar o entendimento sobre o assunto em questão, vale citar aqui mais um conceito encontrado na literatura em relação aos roteiros, colocado por Brambatti (2002, p. 15), para quem “roteiros são percursos, caminhos, rotas percorridas por turistas, com o objetivo de usufruir de um contexto, visto no seu conjunto, de forma organizada e atrativa”. Para o autor, em concordância com os demais autores já citados, é necessário realizar um bom planejamento da área espacial na qual se pretende introduzir um roteiro turístico, visto que ele por si só não estabelece relação de produto turístico, mas sim em conjunto com outros fatores diretamente relacionados. Sobre isso, o autor coloca que:

o encadeamento necessário ao roteiro é a sua estrutura fundante. A paisagem se funde com a arquitetura. Esta por sua vez abriga as atividades produtivas, dando lugar ao movimento e à dinâmica econômica. Tudo adquire cor e vida pela cultura, pelas marcas características das identidades locais, expressas na língua, na gastronomia, nos costumes, na forma de viver, de interagir, de estar no mundo e de se comunicar com os outros. O roteiro surge então como algo próprio do lugar. Algo que só acontece ali e que faz a vantagem comparativa frente aos outros produtos e atrações. (BRAMBATTI, 2002, p. 16).

Sendo assim, corroborando com o que foi acrescentado e adentrando nos aspectos do roteiro em si, relacionando-os com a atividade turística, Bahl (2004, p. 73-74) indica que:

nos objetivos do roteiro devem ser trabalhados temas associados à cultura, história, geografia, urbanismo, religião e folclore, entre outros, para que seja feita a apresentação aos turistas baseada em fatos fidedignos e para que o produto seja atraente aos olhos da demanda. Analisar o itinerário, realizar o levantamento de pontos de interesse, distâncias a serem percorridas, enfim, prever possíveis imprevistos é de fundamental importância para o bom desenvolvimento da atividade.

Além disso, Murta e Albano (2002, p. 146) confirmam o fato de que os roteiros são fundamentais na estruturação de determinado(s) programa(s) de visitaçã

uma cidade e, justamente por isso, merecem uma formatação atenta e cuidadosa, antes de sua formatação e do início de sua divulgação, como forma de evitar a decepção dos visitantes e uma possível (a partir do momento em que o visitante se sente prejudicado) “queima” do destino ou da atração. Da mesma forma, Bahl (2004) corrobora analisando o fato de que é preciso conhecer bem a localidade na qual se deseja elaborar e desenvolver um roteiro, verificando sua oferta, seus atrativos turísticos, equipamentos e serviços existentes, infraestrutura, entre outros, a fim de auxiliar a montagem do mesmo e poder proporcionar uma experiência qualitativa ao turista.

### 2.3.1 Roteiros Autoguiados

Aqui se optou por continuar utilizando a obra de Bahl (2004), visto que suas colocações corroboram com o que foi exposto nos capítulos anteriores e, também, a fim de melhor definir o “tipo” de roteiro com o qual se pretende trabalhar no projeto. Além disso, é preciso explicitar alguns aspectos como sua conceituação e classificação, sendo que, para isso, faz-se necessário desenvolver alguns conceitos importantes em relação aos roteiros que podem ser realizados sem a presença de um guia ou acompanhante, nesse caso compreendidos pelos roteiros autoguiados ou simplesmente pelos passeios realizados a pé, que, de acordo com o autor, “trata-se de um trecho percorrido a pé, em determinadas localidades, podendo envolver compras e visitas”. (BAHL, 2004, p. 41).

Além disso, de acordo com o mesmo autor, para Bahl (2004, p. 40-42), os roteiros podem ser classificados em três tipos: 1) de traslado; 2) de passeio em veículo; e 3) de passeio a pé, sendo que este último será o mais utilizado durante o desenvolvimento do projeto. Vale lembrar que os passeios a pé acabam por conectar os atrativos turísticos próximos e são responsáveis por definir os circuitos que serão realizados dentro dos bairros de uma determinada cidade.

Por outro lado, Boullón (2002) versa sobre os roteiros que possuem valor próprio, sendo que destes é possível visualizar paisagens urbanas (através de pontos focais) interessantes que contêm elementos formais ou tipos de vida de interesse turístico que se percebem ao percorrê-los (e acabam tendo maior interesse

turístico devido ao seu “valor estético, baseado na qualidade dos edifícios, dos tipos de árvores, dos calçamentos, das cores das fachadas, das texturas, das sinuosidades dos traçados e dos estreitamentos de sua largura”).

Sendo assim, para melhor apresentar o tipo de roteiro que será utilizado ao longo do projeto, no caso o roteiro a pé autoguiado, faz-se necessário observar algumas vantagens e desvantagens desse roteiro (visita autoguiada) em relação à visita guiada, conforme descrito na tabela abaixo:

GUIADA	- Possibilita um contato pessoal com o intérprete;	- A qualidade dependerá da habilidade e do conhecimento do guia;
	- Possibilita responder, pessoalmente, a quaisquer dúvidas;	- O visitante é obrigado a acompanhar o ritmo do guia;
	- Permite um controle mais eficaz da integridade do patrimônio;	- Com muitos visitantes, o resultado da interpretação pode ser comprometido;
	- Pelo fato do público ser guiado, o risco de degradar o ambiente é menor;	- Por trabalhar com poucos visitantes, a atividade pode não ser recomendada para locais onde a demanda é grande.
	- Adapta-se a condições diversas como eventos imprevistos e tamanho do grupo;	
	- Os conteúdos e trajetos da atividade podem ser mudados, de uma temporada para outra, sem custos extras;	
	- O nível de interpretação é adaptável ao grupo;	
	- A qualidade da mensagem é considerada alta, em função dos dois últimos itens.	
AUTO-GUIADA	- Permite ao visitante seguir em seu próprio ritmo;	- Não responde dúvidas;
	- Serve de orientação para pessoas que estão perdidas;	- É suscetível de vandalismo;
	- Permite o acesso, independentemente da existência de um guia;	- O custo de manutenção pode ser alto;
	- Pode ser uma alternativa para quem não gosta de participar de grupos organizados;	- O local pode ficar congestionado, se utilizado para outros fins não interpretativos;
	- Permite receber um número maior de visitantes;	- Não é suscetível de adaptações;
	- Indicado para aqueles pais que querem explicar a seus filhos aspectos de seu interesse e de seu nível de compreensão;	- Restringe-se ao estabelecido nos roteiros;
	- Pode direcionar o público para uma área que aceita uso mais intensivo, poupando outras áreas mais frágeis.	- Não pode satisfazer às demandas de pessoas com diferentes níveis de conhecimento, dentro de um mesmo grupo.

QUADRO 2 – AS MODALIDADES DA VISITA E SUAS ESPECIFICIDADES

FONTE: PIRES e FERREIRA (2007, p. 9) – Livre adaptação de IEF (2002, p. 52).

### 2.3.2 Roteiros Sensoriais

A partir do momento em que, a partir de pesquisas relacionadas ao tema, não foram encontradas referências suficientes para se abordar “roteiros sensoriais” em si, serão tratados aqui outros termos correlatos, que vão ao encontro do turismo de experiência e suas derivações.

Portanto, aqui serão abordados conceitos inerentes às possibilidades de o turismo “provocar” o turista, despertar sensações e emoções variadas, bem como à capacidade do homem em sentir algo e se emocionar com determinadas experiências e lembranças trazidas por algum determinado odor, alguma imagem, um objeto, um som, enfim, sensações em geral acarretadas por um segmento de turismo diferenciado, de experiência, preocupado com o lado subjetivo das coisas e dos lugares e que procura gerar uma experiência totalmente nova àqueles que desejam experimentá-la. Ou seja:

Para o turismo, a parte vale pelo todo e é suficiente para despertar sonhos, lembranças, nostalgias e, sobretudo, o grande fator do mercado, a necessidade de repetir a experiência. Este é o círculo do deslocamento espacial promovido, simbolicamente, pelo turismo. [...] Superam-se as barreiras do tempo misturando, imaginariamente, o passado ao presente que já incorpora um futuro previsível. Acumulam-se os detalhes, concentram-se, em um espaço edificado para esta ficção, paisagens, temperaturas, sabores, odores, cores, culturas e valores. (YÁZIGI, 2002, p. 21-22).

Da mesma maneira, porém em relação ao protagonista da atividade turística, de acordo com Panosso Netto e Gaeta (2010, p. 7),

o turista de hoje quer mais do que apenas alguns dias para descansar. Ele deseja que sua vontade e expectativa sejam atendidas, ele busca viagens que o faça passar por sensações ímpares, ele quer produtos e serviços diferenciados que lhe proporcionem uma experiência marcante, seja se hospedando em um hotel de gelo, seja provando uma comida que o leve a uma nova experiência sensorial.

A partir dessa colocação, é possível perceber que as pessoas estão começando a viajar mais motivadas por conhecer algo novo, descobrir novas

culturas, novos valores e experimentar tudo que têm direito ou tudo aquilo que a atividade turística proporciona.

Hora e Cavalcanti (2003), em concordância ao exposto anteriormente, também discutem a questão de que turista e turismo (com suas paisagens, monumentos, imagens) são dependentes e necessários para que determinada experiência seja válida, visto que os “sentimentos e as impressões do turista dependem das expectativas formuladas pela produção de imagens que circulam sob diferentes versões nas interações sociais” (HORA e CAVALCANTI, 2003, p. 213).

Além disso, ainda segundo os autores, os mecanismos de associação, a capacidade de imaginação, a forma e o jeito de ser, entre outros, em conjunto com outros fatores de cunho educativo e cultural, acabam por condicionar o pensamento, as atitudes, a percepção e a sensibilidade do observador em questão, em relação à paisagem e à sua relação com o ambiente que o cerca, levando-se também em consideração os fatores “emotivos, afetivos e sensitivos”. Portanto, “o cerne da viagem não é o deslocamento geográfico, mas a experiência sensorial da percepção da paisagem, chamada de ‘olhar de turista’” (HORTA E CAVALCANTI, 2003, p. 224).

Com relação a esse “olhar do turista”, cabe citar aqui as palavras de Urry (2001, p. 69-70), quando expõe que:

existem dois tipos de olhar do turista: um 'romântico' e outro 'coletivo'. O olhar 'romântico' enfatiza a natureza, a paisagem, o campo, o bucólico, a privacidade, o intocado e a introspecção - é notadamente individual. Neste olhar, 'a ênfase é colocada na solidão, na privacidade e em um relacionamento pessoal e semi-espiritual com o objeto do olhar. Já o olhar 'coletivo', por sua vez, precisa de um grande número de pessoas para se desenvolver, pois as pessoas que estão vendo e sendo vistas é que dão sentido a esse tipo de olhar. Se existem muitas pessoas num lugar, é como se esse fato dissesse: é aqui que devo ficar, aqui é legal.

A partir dessas exposições, ainda se deve levar em conta o fato de que o turismo cultural está intimamente relacionado aos aspectos do turismo de experiência (representando uma das vertentes da chamada Economia da Experiência<sup>7</sup>), complementando-o substancialmente e aumentando as possibilidades

---

<sup>7</sup> Essa denominação foi bastante utilizada e defendida pelos seus precursores Pine e Gilmore (1999), em conjunto com Jensen (1999), o qual a chamava de A sociedade dos sonhos, buscando um entendimento maior e melhor entre a experiência e seu “consumo” pelo turismo.

de planejamento de atividades experienciais. De acordo com Urry (2001, p.16), “o Turismo Cultural implica em experiências positivas do visitante com o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo a favorecer a percepção de seus sentidos e contribuir para sua preservação”.

Do mesmo modo, segundo o autor, através da criação de produtos “tematizados”, que possuam um atrativo ou característica específica e marcante, e que esses elementos possam ressaltar “a história do lugar e de seus personagens”, apresentando, assim, seus patrimônios materiais e imateriais, será possível “ampliar o conhecimento, possibilitar a fruição e emocionar o visitante”. (URRY, 2001, p. 16).

Igualmente, a paisagem cultural de uma cidade deve ser interessante aos olhos de quem vê, a partir de sua interação com o homem e com o ambiente, tornando-se um importante diferencial que deve ser aproveitado na melhoria e estruturação dos empreendimentos e serviços turísticos e de apoio ao visitante, integrando aí a interpretação do patrimônio, bem como seus valores e significados. (URRY, 2001, p. 17).

Por fim, com o estudo do turismo de experiência, a partir do desenvolvimento de um roteiro sensorial, objetivo proposto no presente trabalho e discutido neste tópico, pode-se esclarecer melhor a relação entre turista e cultura:

Vivenciar significa sentir, captar a essência, e isso se concretiza em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se às formas de interação para conhecer, interpretar, compreender e valorizar aquilo que é o objeto da visita; a segunda corresponde às atividades que propiciam experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do atrativo motivador da visita. (URRY, 2001, p. 16).

Cabe ao turista e seu comportamento (em termos intelectuais, históricos, culturais, psicológicos, entre outros), treinar seu olhar e suas percepções, de acordo com suas experiências de vida, visto que os valores se alteram no decorrer do tempo e a depender de cada pessoa.

Porém, como despertar tudo isso nas pessoas? De forma a adquirirem uma nova perspectiva e lançarem novos olhares sob lugares, espaços, becos, imagens, coisas que geralmente passam despercebidas aos olhos dos turistas e visitantes?

É preciso instigar novas percepções, detalhes, singularidades e curiosidades, a fim de montar um projeto que possa mostrar a realidade desses lugares e

apresentar suas belezas, encantos e mistérios, além de sua importância histórica e cultural para a cidade e seus moradores. Valorizar o patrimônio através da sua apresentação e apreciação.

A seguir, serão abordados alguns aspectos e características relacionados às duas regiões de Curitiba - PR, objetos de estudo desta pesquisa, a fim de melhor situar o leitor em relação aos locais visitados e o contexto em que se encontram.

Mais adiante, serão apresentados os processos metodológicos utilizados na realização da pesquisa em questão e seus respectivos instrumentos de coleta de dados.

## 2.4 CURITIBA – REGIÕES CENTRAIS

Aqui se pretende descrever as duas regiões que representam os objetos de estudo do presente trabalho, a fim de apresentar ao leitor os principais atrativos e características das mesmas, além de facilitar a compreensão e visualização das áreas abordadas, que, conseqüentemente, farão parte do Projeto de Roteiro Sensorial a ser proposto.

### 2.4.1 CENTRO HISTÓRICO

Para fins de delimitação da área do objeto de estudo deste trabalho, no caso o espaço classificado como Setor Histórico de Curitiba – PR, foi escolhida a região compreendida pelo Largo da Ordem (ou Largo Coronel Enéas), as Ruínas de São Francisco e a Rua paralela ao Largo, na qual se encontram alguns painéis em azulejo, de Poty Lazzarotto. Optou-se por delimitar essa área a fim de facilitar a pesquisa dos objetos de estudo e proporcionar um trabalho de qualidade, visto que, se fosse pego a área total do Setor Histórico mais as duas regiões estudadas, a pesquisa ficaria infiel e superficial, pois não haveria tempo suficiente para analisar todas as regiões por completo.

De acordo com o Instituto Municipal de Turismo, o Setor Histórico de Curitiba representa um conjunto representativo das mais antigas edificações construídas na cidade, sendo delimitado pelo Decreto Municipal de 1971. Cabe citar aqui algumas das construções existentes e preservadas, como a Casa Romário Martins (datada do século XVIII) e a Igreja da Ordem Terceira de São Francisco, além das demais ali presentes, representante da década de 1737. São também atrativos turísticos a serem visitados a Praça Garibaldi, Igreja do Rosário, Relógio das Flores, Fonte da Memória (que homenageia os imigrantes e tropeiros que ali chegavam para matar a sede de seus animais de carga), entre outros que merecem destaque. Outro fator que movimenta o fluxo turístico nessa região é a realização da tradicional Feira do Largo da Ordem, aos domingos, proporcionando lazer e diversão aos seus visitantes.

Além disso, também se pode citar aqui as Ruínas de São Francisco, localizadas na Praça João Cândido, caracterizadas pelas ruínas de pedra do que deveria ser a Igreja de São Francisco de Paula, a qual, por motivos desconhecidos, nunca foi concluída. Seu espaço é utilizado, então, para fins de lazer e apresentações artísticas, visto que possui um palco e uma arquibancada, formando as "Arcadas das Ruínas".

Durante os dias da semana, são oferecidas, através do Instituto Municipal de Turismo e Fundação Cultural de Curitiba, visitas guiadas pelo Setor Histórico, a partir de um pré-agendamento.

Outro ponto interessante a ser destacado aqui é a proposta de revitalização da área urbana central de Curitiba, através de projetos desenvolvidos pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba – IPPUC em parceria com a Prefeitura Municipal de Curitiba, a fim de juntar esforços das iniciativas privadas e públicas para revitalizar o centro da cidade.

Entre esses projetos, cabe citar aqui o Projeto Centro Vivo (iniciativa da Associação Comercial do Paraná) e o Projeto Marco Zero (responsabilidade do governo local), os quais são melhor descritos a seguir.

De acordo com o IPPUC (2011), o Projeto de Renovação Urbana do Centro de Curitiba tem como objetivos:

- Convergir e ampliar os esforços já em curso, trazendo novos agentes, atores e recursos para os mesmos, de forma a efetivar uma positiva transformação funcional e espacial nesse território da cidade;

- Sistematizar a integração entre ações públicas e iniciativas privadas ou particulares, de forma compatível aos marcos legais da Política Urbana Nacional e instrumentos legais de ordem operacional; e
- Implementar um modelo de gestão que mantenha os agentes institucionais e socioeconômicos em permanente sintonia com as tendências regionais e mundiais que incidem nos desígnios de regiões centrais em metrópoles.

Uma das consequências dessa ação é o Projeto “Bonde Turístico”, já comentado anteriormente, tendo como objetivo “colocar novamente em circulação antigos bondes que serviram como transporte coletivo no início do século XX, agora com o cunho de atrativo turístico, cultural e de resgate da memória da cidade, na qual o bonde, será elemento dinâmico na paisagem histórica da cidade, tornando-se, por si só, uma atração turística”. (IPPUC, 2011).

Assim, são objetivos do projeto:

- Utilizar o atrativo cultural e turístico;
- Resgatar a memória (cultural e histórica);
- Incrementar atividades comerciais e de serviços;
- Induzir a requalificação dos espaços de interesse histórico e cultural (públicos e privados), lindeiros aos itinerários estabelecidos; e
- Estabelecer a articulação com a infraestrutura urbana existente.

Em relação ao outro projeto, o Marco Zero, cabe destacar que o mesmo possui a missão de a revitalização do centro tradicional. Assim, através

da promoção de uso e ocupação democrática dos espaços urbanos pretende incentivar a permanência da população residente e atrair a população não residente por meio de ações integradas, que promovam a reabilitação urbana e funcional, a diversidade social, a identidade cultural e a vitalidade econômica da área central. (IPPUC, 2011).

Esse projeto, por sua vez, possui como objetivos estratégicos:

- Ampliar e diversificar o movimento de usuários e melhorar a capacidade de atração da região central;
- Consolidar a área central como um Centro Turístico e de Lazer;

- Assegurar a preferência para os deslocamentos de pedestres e veículos não poluentes;
- Melhorar a qualidade do patrimônio paisagístico, histórico e cultural;
- Garantir acessibilidade aos usuários da área central; e
- Recompôr a estrutura urbana de forma sustentável.

Sendo assim, pode-se observar que o Centro Histórico apresenta características e ações consideráveis no tocante à sua preservação e valorização de seu espaço.

#### 2.4.2 PRAÇA SANTOS ANDRADE

Localizada no centro de Curitiba, entre o Prédio Histórico da Universidade Federal do Paraná (fundada em 1912) e o Teatro Guaíra (antigo Teatro Deodoro, fundado em 1890), duas obras com expressiva e singular arquitetura, a Praça Santos Andrade recebeu esta denominação no ano de 1901, a fim de homenagear o ex-presidente estadual José Pereira dos Santos Andrade, sendo considerada um marco cultural da cidade.

No ano de 2012, em que a Universidade Federal do Paraná (tendo seu prédio histórico como um dos símbolos de Curitiba, localizados em frente à Praça Santos Andrade) completou 100 anos de história, foram realizadas algumas obras de restauro e lavagem do prédio, a fim de melhorar aspectos internos e externos, como sua fachada composta pelas colunas verticais desde o século XIX.

Outro atrativo e ponto igualmente interessante para o desenvolvimento do roteiro é o Centro Cultural Teatro Guaíra, prédio que ocupa todo o quarteirão posterior à Praça Santos Andrade e que possui anos de história, dos quais muitas pessoas desconhecem. De acordo com o sítio eletrônico do Centro, a primeira construção de um teatro na cidade começou na metade do século XIX, no local onde hoje se encontra o prédio da Biblioteca Pública do Estado, sendo chamado na época de Theatro São Theodoro, inaugurado efetivamente no ano de 1884, com um público bastante assíduo, representando “o centro da vida cultural de Curitiba”. Assim, após um período de decadência e Revoluções, que proibiam a atividade cultural nas cidades, o Theatro é reinaugurado com o nome de Guayrá, em 1900.

Porém, 39 anos depois o mesmo é demolido, dando início a uma campanha para a construção de um teatro oficial na cidade; até que em 1952 o Teatro Guaíra começa a ser construído e seu primeiro auditório (Salvador de Ferrante – Guairinha) é inaugurado em 1954, iniciando as apresentações no ano seguinte. O segundo e maior auditório (Bento Munhoz da Rocha Netto – Guairão), foi inaugurado em 1974 e, quase um ano depois, é construído o último auditório (Glauco Flores de Sá Brito – Miniauditório), completando o que hoje é conhecido por Complexo Cultural Teatro Guaíra.

Assim, a partir das apresentações dos objetos de estudo aqui abordados, percebe-se que os mesmos possuem inúmeros fatores históricos e culturais que os tornam únicos para quem tem a oportunidade de conhecê-los.

Portanto, no capítulo 05 será apresentado e detalhado o projeto de turismo elaborado a fim de que essas áreas possam ser mais reconhecidas e valorizadas não só por visitantes e turistas, mas também, e principalmente, pelos próprios moradores locais.

Por enquanto serão descritas as análises dos dados obtidos através de pesquisas realizadas diretamente com os turistas e as instituições relacionadas às regiões acima citadas e descritas.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com Minayo (1994, p. 16), pode-se entender por metodologia, “o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade”, [...] “ocupando um lugar central no interior das teorias”.

Segundo Goldenberg (2005), a metodologia científica não se restringe somente a algumas regras em relação à pesquisa; além disso, ela “auxilia a refletir e propicia um ‘novo’ olhar sobre o mundo: um olhar científico, curioso, indagador e criativo”, além de ser imprevisível quanto às suas etapas e buscar respostas ao problema inicial.

A partir disso, pretende-se apresentar aqui os tipos de pesquisa utilizados neste trabalho, o tamanho da amostra para aplicação do instrumento de coleta de dados, bem como a elaboração do mesmo.

#### 3.1 TIPOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

A pesquisa em questão tem um caráter totalmente qualitativo e exploratório, num primeiro momento, a fim de obter maior conhecimento sobre o tema central, identificar melhor as variáveis que foram trabalhadas e obter uma maior aproximação com o tema através de levantamentos bibliográficos em livros, teses, dissertações, artigos, periódicos, entre outros, além de entrevistas com os atores envolvidos; posteriormente a pesquisa assume um caráter descritivo, visto que foi analisado todo o contexto em que se encontrava o objeto desse estudo e possibilitada a construção de relações entre os conceitos estudados.

Segundo Gil (2009, pág. 27), “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”. Enquanto que as pesquisas descritivas “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

### 3.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Quanto aos instrumentos de coleta de dados escolhidos para a presente pesquisa, optou-se por utilizar a técnica de entrevista semiestruturada, que, segundo Dencker (2007), possibilita uma maior liberdade do pesquisador em relação ao andamento da entrevista. Esse instrumento será utilizado para entrevistar os representantes das instituições diretamente envolvidas com as três regiões de estudo, mais especificamente a Fundação Cultural de Curitiba – FCC, Secretaria de Estado da Cultura – SEEC, Serviço Social do Comércio – SESC, Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal do Paraná – PROEC/UFPR e Teatro Guaíra. Essas cinco instituições foram escolhidas por serem as responsáveis pela administração de alguns pontos de interesse do projeto de roteiro em questão, visando à busca de informações sobre o planejamento e a gestão desses locais, bem como saber as respectivas atividades que são disponibilizadas ao público externo.

Primeiramente, a Fundação Cultural de Curitiba possui uma Diretoria voltada especialmente para cuidar de assuntos inerentes à área de Patrimônio Cultural, além de ser responsável pela proteção e conservação de alguns bens imóveis e Museus, localizados no Largo da Ordem, em Curitiba – PR, sendo este, parte do Setor Histórico e, conseqüentemente, de uma das regiões aqui estudadas. Outra escolha, referente à Secretaria de Estado da Cultura, explica-se por representar o órgão mais representativo (a nível estadual) da área cultural evidenciada neste trabalho, além de possuir uma Coordenadoria específica para tratar desses assuntos, sendo esta a Coordenadoria do Patrimônio Cultural – CPC, responsável pelo tombamento de bens materiais e imateriais em todo o Paraná, e pela realização de estudos e pesquisas relacionadas. A escolha do Serviço Social do Comércio se deve, principalmente, pela realização do projeto de restauração e revitalização do antigo Paço Municipal, agora Paço da Liberdade, e seu entorno, possibilitando seu uso através de uma programação semanal aberta ao público; além, claro, de ser o responsável pela administração do local atualmente.

Optou-se também por entrevistar um representante da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, pelo fato de que a UFPR é responsável pela manutenção e conservação do Prédio Histórico, localizado na Praça Santos Andrade, e também

por estarem realizando várias ações de revitalização e reforma do prédio e seu entorno, devido às comemorações dos 100 anos de criação da Universidade; fato este que pode auxiliar no desenvolvimento do roteiro sensorial aqui proposto. Cabe ressaltar também que a UFPR possui um projeto de criação de um “Corredor Cultural” nessa região, que iria desde a Rua XV de Novembro até o entorno do Complexo da Reitoria, com diversas atividades e programações culturais.

Por último, foi escolhido o Teatro Guaíra pelo fato deste também fazer parte da região da Praça Santos Andrade, representando um importante espaço de manifestações culturais e artísticas desde 1954<sup>8</sup>. Além disso, possui, na parte de cima da sua entrada principal (Rua Conselheiro Laurindo), um dos famosos painéis de Poty Lazzarotto sobre a cidade de Curitiba e seu povo, objeto de interesse turístico e cultural para quem o visita. Finalmente, outro motivo para a escolha do Teatro Guaíra (que muitos desconhecem) foi a questão de que são oferecidas, ao público em geral, visitas guiadas pelo interior do teatro, passando inclusive pelo Setor de Preservação e Memória, possibilitando aos visitantes conhecer toda a estrutura interna do mesmo.

Finalmente, com o objetivo de analisar de que maneira os visitantes e turistas procuram ou se interessam por conhecer as três regiões centrais aqui trabalhadas, bem como suas percepções em cada local, será aplicado um questionário com os turistas que aguardam a Linha Turismo na Praça Tiradentes. Optou-se por este único lugar a fim de delimitar a pesquisa e selecionar o grupo pesquisado de maneira mais fácil.

Para fins de conhecimento, pretende-se aplicar o questionário aos turistas pelo período de um mês (ou menos, se todos os dados forem coletados satisfatoriamente em menos tempo), sendo este compreendido entre final de Outubro e meados de Novembro. Foram escolhidos, para aplicação desse instrumento, apenas os finais de semana (no período da manhã e a tarde), haja vista a indisponibilidade do pesquisador para aplicá-lo durante a semana e, também, por inferir que nesses dias a procura pelo passeio da Linha Turismo acaba sendo maior, possibilitando um grande número de respondentes.

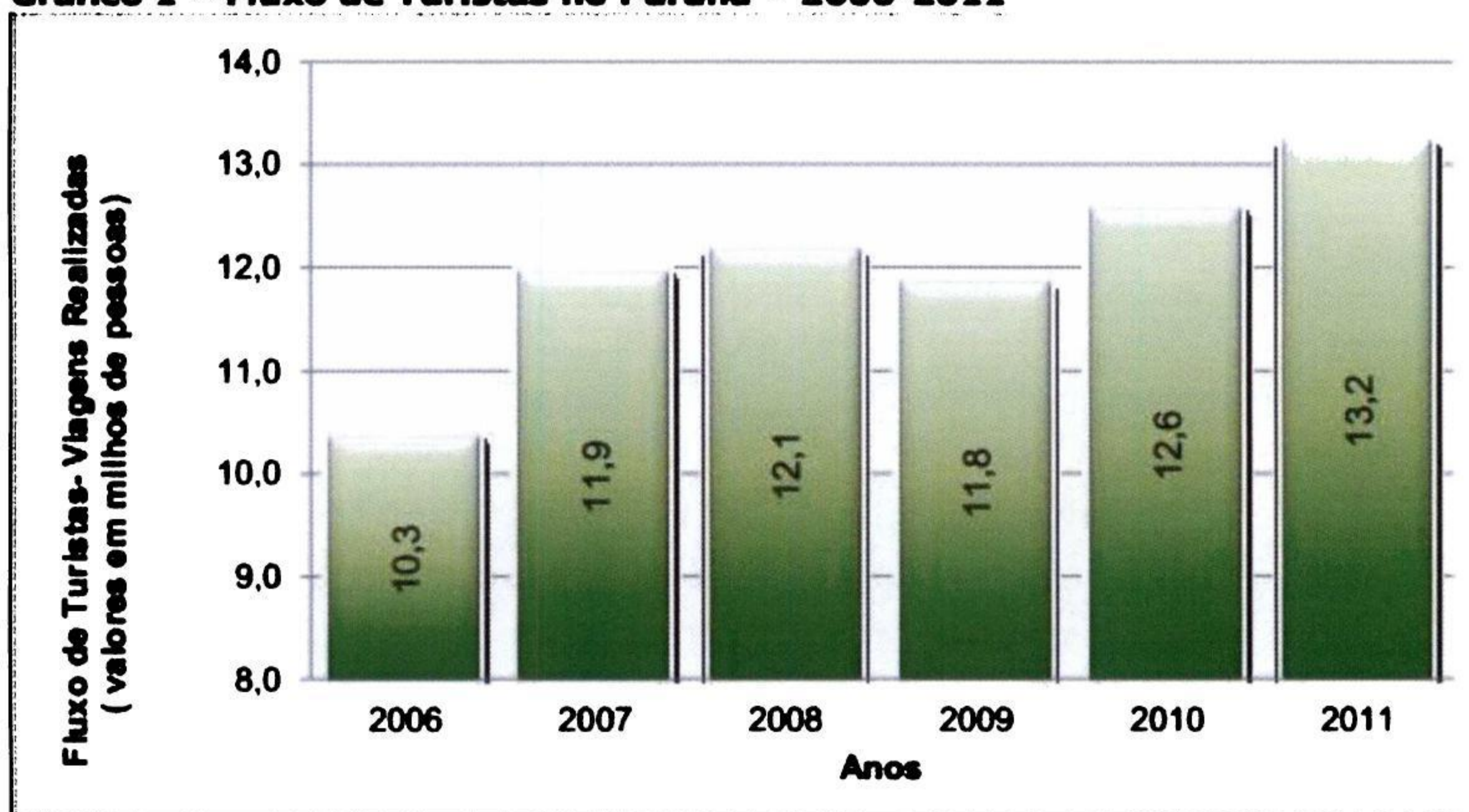
---

<sup>8</sup> Quando foi efetivamente inaugurado no espaço em que se encontra até hoje. Disponível em: <<http://www.teatroguaira.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=849>> Acesso em 22/08/2012.

### 3.3 POPULAÇÃO E TAMANHO DA AMOSTRA

Com relação à população que será pesquisada, optou-se por delimitar uma parcela menor de turistas, visto que seria difícil aplicar o referido questionário em cada uma das regiões, pois não há um estudo de demanda específico para cada uma delas e seria inviável separar turistas de autóctones. Os únicos estudos que podem ser citados aqui são os Estudos de Demanda realizados periodicamente pela Secretaria de Turismo do Estado do Paraná – SETU, visto que, no último estudo, realizado neste ano, o fluxo de turistas no Paraná, em relação ao ano passado, chegou a 13,2 milhões de pessoas, conforme a figura abaixo:

**Gráfico 1 – Fluxo de Turistas no Paraná - 2006-2011**



Fonte: Divisão de Estatística-SETU/PRTUR.

FIGURA 2 – FLUXO DE TURISTAS NO PARANÁ. Fonte: SETU (2012).

Portanto, decidiu-se por entrevistar os turistas que estiverem aguardando o ônibus da Linha Turismo, no ponto inicial do roteiro, compreendido pela Praça Tiradentes. Foi feita essa escolha por representar, justamente, o ponto inicial do passeio e também pelo fato de a Praça Tiradentes estar localizada em uma área relativamente próxima às duas regiões pesquisadas, permitindo inferir que: ou os

turistas que estiverem ali já conhecem os atrativos próximos, ou ainda têm interesse em conhecer.

Além disso, serão realizadas entrevistas semiestruturadas com um representante das instituições de cada área pesquisada, totalizando uma amostra de quatro pessoas, a fim de conseguir informações mais específicas sobre cada região e de que forma as mesmas são administradas.

Com relação à amostragem, optou-se neste trabalho por utilizar a amostragem por acessibilidade ou por conveniência, apresentada por Gil (2009, pág. 94). Esse método foi escolhido pelo fato da escassez de dados relacionados à visitação de turistas nas duas regiões que serão trabalhadas. Sendo assim, convencionou-se aplicar um mínimo de 30 questionários aos turistas, na Praça Tiradentes, visto que esse número já permite realizar uma análise satisfatória dos dados relacionados à pesquisa e obter conclusões consideráveis.

### 3.4 ANÁLISE, TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A partir da coleta dos dados referentes à pesquisa, torna-se necessário realizar a análise dos mesmos a fim de que se encontre respostas ao problema de pesquisa e se possa cruzar os dados da melhor maneira. Isso proporcionará a construção de relações e conceitos sobre o tema estudado, o desenvolvimento de conclusões acerca do mesmo e a construção do projeto de roteiro sensorial aqui pretendido.

Para realizar a análise dos dados referentes aos questionários, foi utilizada a ferramenta *Google Driver* – o *Google Forms*, para fins de tabulação das questões, com o objetivo de facilitar e agilizar o processo de análise.

Já com relação às entrevistas, deverá se utilizar o processo de análise manual mesmo, pelo fato de que as mesmas demandam tempo para que se possa realizar uma análise minuciosa de todos os tópicos abordados. Se os representantes das instituições permitirem a gravação das respectivas entrevistas, o processo de análise e tabulação dos dados se dará através da escuta do áudio gravado e posterior repasse das informações para o computador, realizando a interpretação das respostas obtidas.

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, torna-se difícil elencar todos os métodos que serão utilizados para cada instrumento de coleta de dados, porém procurou-se apresentar aqui de que maneira o estudo será realizado.

## **4. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Neste capítulo serão analisadas as respostas obtidas através da aplicação dos questionários e entrevistas, já apresentados na metodologia, a fim de avaliar de que forma o patrimônio cultural presente nas duas regiões pesquisadas é visto e observado pelos turistas, bem como de que modo o mesmo é valorizado pelas instituições relacionadas e quais subsídios seriam oferecidos para a elaboração do projeto em questão.

Como descrito no capítulo anterior, foi escolhido um período determinado para a realização da pesquisa de campo, aplicada somente nos finais de semana e feriados, buscando sempre obter respostas de grupos diferenciados. O período de aplicação teve início no dia 15/11/2012 e término no dia 02/12/2012. Vale lembrar que os questionários foram aplicados a partir do ponto inicial da Linha Turismo (na Praça Tiradentes).

Cabe ressaltar que foram encontradas algumas dificuldades, por parte do pesquisador, em conseguir um maior número de respondentes, visto que muitos turistas não estavam interessados em responder ou não conheciam as regiões pesquisadas; outros porque o ônibus chegava enquanto respondiam as perguntas; e outros porque já estavam cansados (quando eram abordados no retorno do ônibus, no final do passeio). Além disso, houve dificuldade também em se entrevistar algumas instituições, no tocante à impossibilidade de contato com as mesmas e agenda concorrida e/ou falta de tempo para realizá-las.

Sendo assim, ao longo deste capítulo, serão apresentados os resultados da pesquisa através de gráficos criados automaticamente pela ferramenta do Microsoft Excel®, que auxilia na visualização dos dados e porcentagens relacionadas. Além disso, será realizada uma discussão a partir do cruzamento dos dados obtidos.

### **4.1. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS - TURISTAS**

No total foram aplicados e respondidos 33 questionários, alternando-se os grupos de turistas tanto de manhã (das 10h00 às 12h30), quanto no período da tarde (das 13h30 às 19h00). Nos dias supracitados, procurou-se alternar o máximo

possível dos respondentes a fim de que não houvessem respostas tendenciosas, similares ou equivalentes.

Portanto, a partir da análise dos questionários e dos gráficos correspondentes a cada pergunta realizada, foi possível perceber, primeiramente, em relação aos dados pessoais dos respondentes, que a maioria dos turistas é proveniente da Região Sudeste do país (principalmente dos estados de SP e RJ) e corresponde ao sexo feminino (representando 58% do total), como pode ser melhor visualizado no gráfico abaixo:

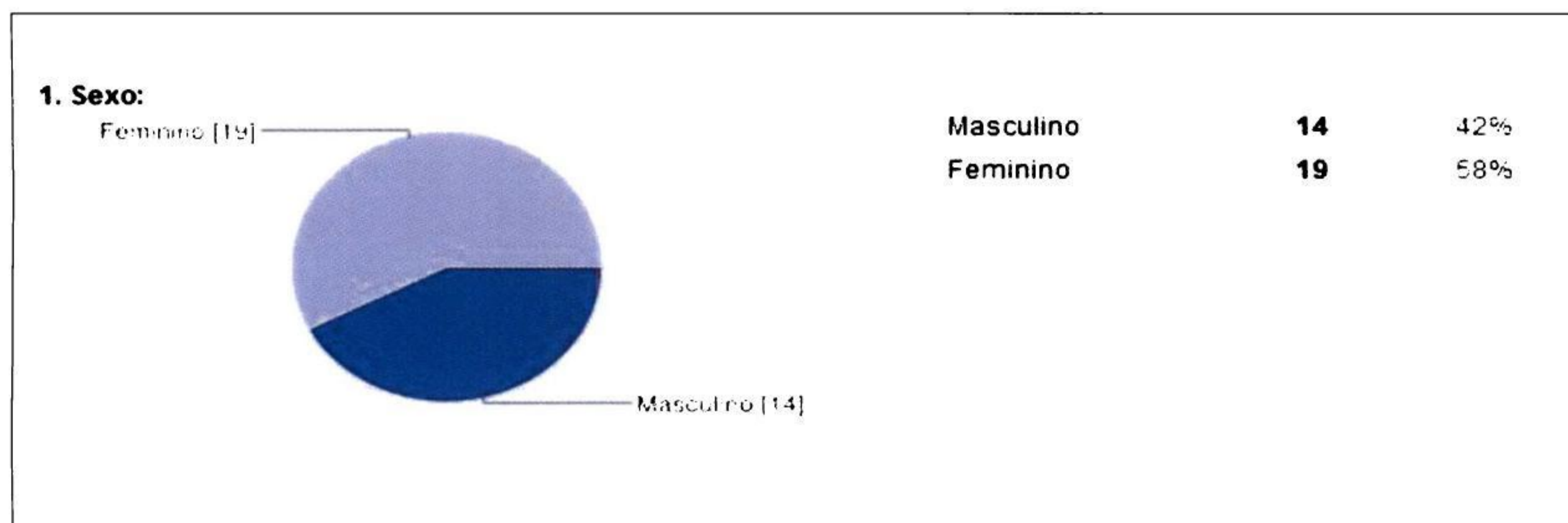


FIGURA 3 - RESULTADOS RELATIVOS AO SEXO DO RESPONDENTE  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Em relação à idade dos entrevistados, as respostas foram bem variadas, tendo respondentes de 21 a 62 anos de idade, porém observou-se uma concentração na faixa entre 53 e 61 anos, que representa a maioria dos turistas entrevistados.

Em relação à origem (cidade e estado), as respostas foram variadas, porém foi possível observar que os estados mais próximos do Paraná (além das cidades localizadas no próprio estado) foram os mais citados durante a pesquisa. No geral, foram entrevistados turistas de Brasília (DF), Uberlândia e Belo Horizonte (MG), Foz do Iguaçu, Maringá, Ponta Grossa, Campo Mourão, Mamburi e Ampére (PR), Belém (PA), Jaraguá do Sul e Joinville (SC), São Paulo (SP), Pelotas e Porto Alegre (RG), Rio de Janeiro e Niterói (RJ), Campo Grande (MS) e Porto Velho (ES).

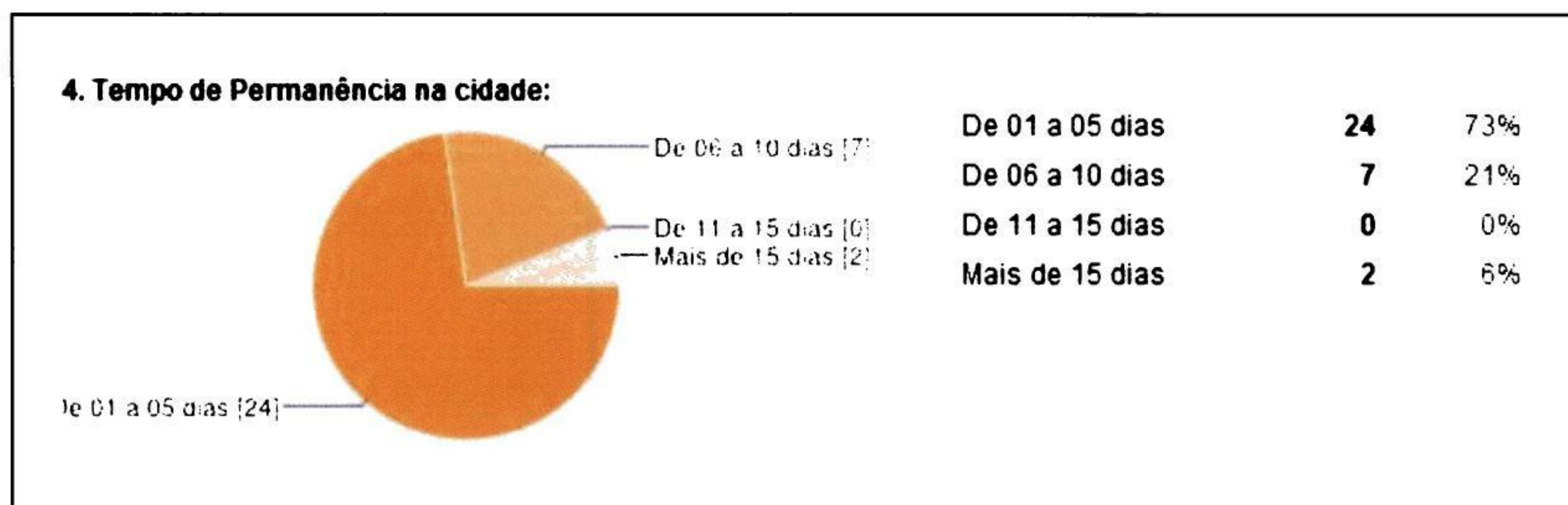


FIGURA 4 - RESULTADOS RELATIVOS AO TEMPO DE PERMANÊNCIA DO TURISTA E/OU VISITANTE NA CIDADE DE CURITIBA - PR  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Além disso, observando-se as respostas, é possível perceber que a maioria dos turistas (73%) permanece na cidade de 01 a 05 dias e, segundo os respondentes, eles procuram aproveitar para conhecer os principais atrativos da cidade.

Quando questionados se conheciam as duas (ou pelo menos uma das) regiões pesquisadas (Centro Histórico e Praça Santos Andrade), bem como se tinham conhecimento de todos os atrativos nelas existentes, a maioria dos turistas (58%) disse não conhecer todos os atrativos das regiões supracitadas, sendo que o Centro Histórico foi considerada a região mais conhecida entre os visitantes, com 97% e a Praça Santos Andrade, com 73%; lembrando que nessa pergunta, os respondentes podiam assinalar mais de uma resposta (se conheciam uma ou as duas regiões). Entre os turistas que responderam “sim” à pergunta: “Conhece todos os atrativos existentes nesse(s) local(is)?”, seguido de “O que mais lhe chamou atenção?”, muitas pessoas citaram o Largo da Ordem, o prédio histórico da Universidade Federal do Paraná, as barracas de alimentação quando são realizadas feirinhas temáticas, as igrejas antigas e casarios históricos do século XVIII, a Catedral, a feirinha de domingo no Largo da Ordem e pode-se citar uma resposta interessante que disse ter chamado atenção “a possibilidade de desfrutar o lazer oferecido por bares e restaurantes e, ao mesmo tempo, contemplar os prédios históricos”.

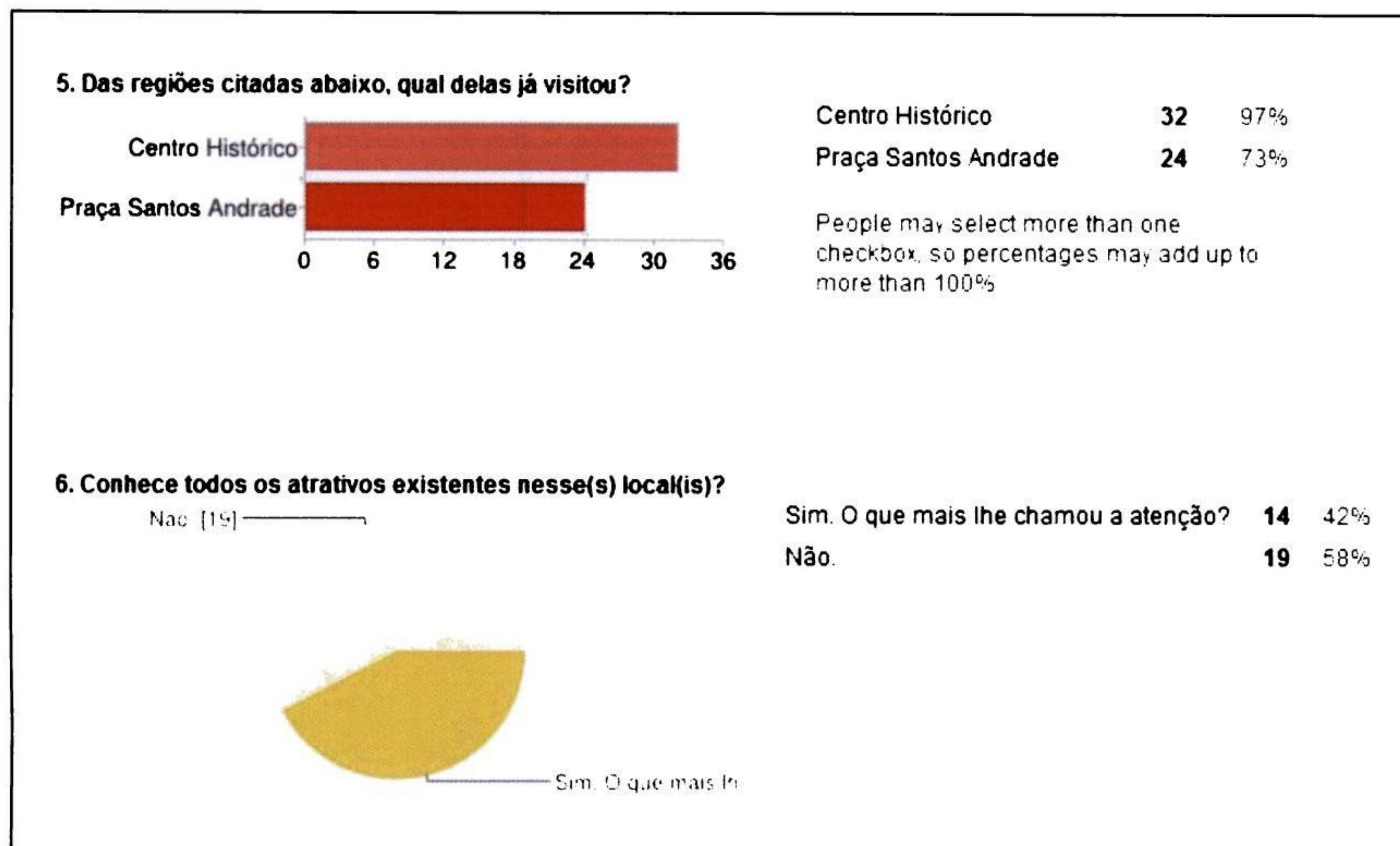


FIGURA 5 - RESULTADOS RELATIVOS ÀS PERGUNTAS SOBRE CONHECIMENTO DAS DUAS REGIÕES PESQUISADAS E SEUS RESPECTIVOS ATRATIVOS TURÍSTICOS  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Quando indagados sobre a primeira palavra ou imagem que vinha à mente quando se falava em Centro Histórico, muitas respostas foram semelhantes e podem ser analisadas em conjunto. Basicamente foram mencionadas as palavras prédios históricos, casas antigas, igrejas e casarios históricos, feira de artesanato, bares e restaurantes na calçada, Largo da Ordem, Relógio das Flores e Bar do Alemão, como representativas e constituídas de significados, através das lembranças que as pessoas guardaram na memória, em relação aos locais visitados. É interessante verificar que uma pessoa acrescentou a insegurança (principalmente durante a noite), pela própria região em que o Centro Histórico está inserido e seus arredores; além de citarem a Jardineira e o Centro Histórico de Santos, visto que o Centro Histórico de Curitiba, para um dos respondentes, é parecido com o da outra cidade. Da mesma maneira, com relação à Praça Santos Andrade, a primeira imagem mais mencionada e lembrada pelos turistas foi o prédio histórico da Universidade Federal do Paraná (UFPR), mencionada por quase 100% dos respondentes. As únicas respostas diferentes levaram em conta a limpeza da Praça, as obras de restauração (também relacionadas ao prédio da UFPR) e apenas uma pessoa mencionou a Praça Santos Andrade como um “lugar sem graça”.

Quanto ao interesse dos turistas em observar os detalhes e características antigas de prédios e outras construções, a maioria (85%) respondeu que se interessa sim e, dentre as explicações do por que se interessa, estão o fato de que são atrativos que chamam a atenção pela grandiosidade, beleza e arquitetura antiga, além dos detalhes em geral; que através deles é possível imaginar como era a cidade ou determinado local antigamente e, portanto, conhecer sua história e ver o quanto evoluíram; outros se interessam pelo processo de engenharia aplicado no local, a fim de saber como determinado prédio foi construído há séculos atrás; pela questão estética dos prédios, igrejas e monumentos; pela presença de algumas placas indicativas nos locais selecionados, com informações sobre sua história e o período ao qual pertence ou foi construído o prédio. Por outro lado, em relação às pessoas que responderam “Não” à pergunta relacionada (15% do total), ou seja, que não têm o costume ou o interesse em conhecer detalhes das construções, as mesmas, quando indagadas se ainda assim teriam interesse em conhecê-los a partir de um roteiro específico, disseram que sim, teriam interesse em observar melhor os detalhes históricos e arquitetônicos presentes nos atrativos. Segue gráfico abaixo para ilustrar melhor os resultados obtidos:

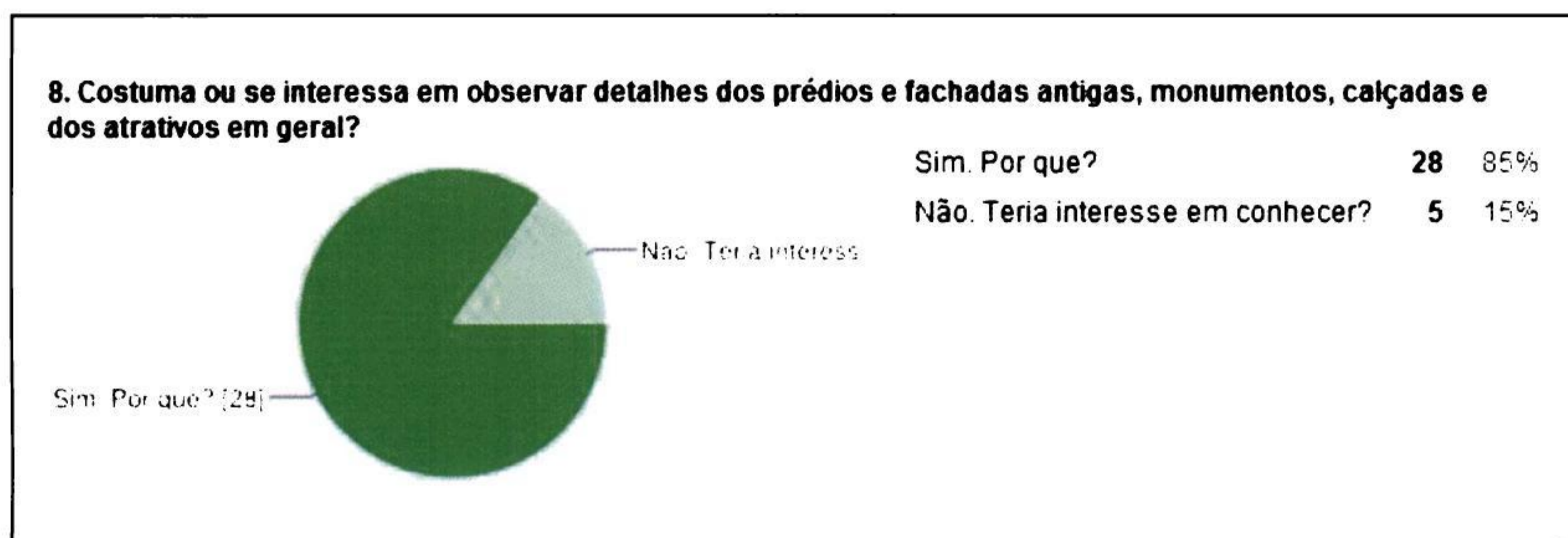


FIGURA 6 - RESULTADOS RELATIVOS À PERGUNTA: “COSTUMA OU SE INTERESSA EM OBSERVAR DETALHES DOS PRÉDIOS E FACHADAS ANTIGAS, MONUMENTOS, CALÇADAS E DOS ATRATIVOS EM GERAL”?

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Quando questionados sobre as visitas realizadas em uma ou nas duas regiões em questão, 61% dos turistas afirmam que suas expectativas foram superadas, a partir de diversos fatores, tais como a organização da cidade (mencionada por mais de um respondente), a beleza das Praças e Parques, a

limpeza das ruas e da cidade em si (mencionada mais de uma vez), a eficiência do transporte público, as múltiplas possibilidades de entretenimento oferecidas pela cidade, e também por ser a primeira visita (representando algo novo e impressionante para o turista). Além disso, também foram citados aqui, novamente, a existência e a beleza das casas históricas, bem como respectiva arquitetura dos prédios e construções antigas. Já para outras pessoas, que costumam vir para Curitiba periodicamente, a visita a esses lugares é algo comum que não supera mais as expectativas.

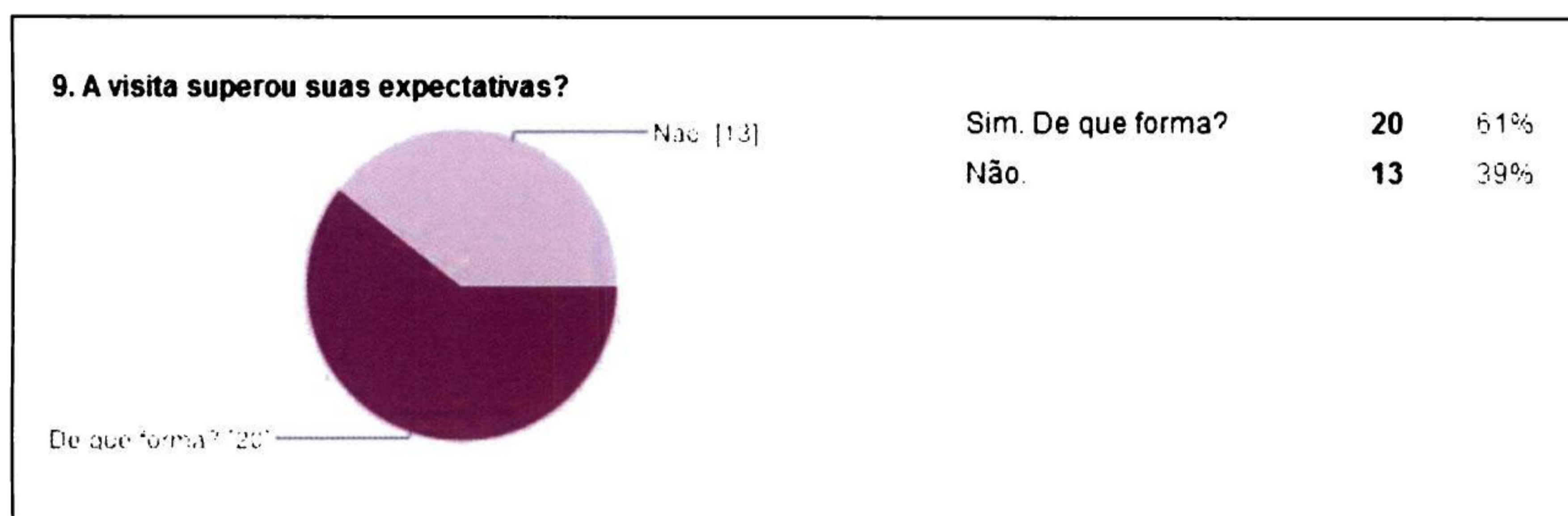


FIGURA 7 - RESULTADOS RELATIVOS À PERGUNTA: "A VISITA SUPEROU SUAS EXPECTATIVAS"?

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Outra pergunta realizada durante a pesquisa, diz respeito aos principais meios de comunicação utilizados pelos turistas para buscar informações sobre as regiões, sendo que os respondentes poderiam assinalar aqui mais de uma opção. Realizando a análise do gráfico, pode-se perceber que o meio de comunicação que mais se destacou (com 79%) foram as informações prestadas por amigos e parentes, seguidos da *Internet* e dos materiais promocionais distribuídos nos próprios atrativos e nos Postos de Informações Turísticas. Esse resultado permite inferir também que a comunicação entre pessoas "confiáveis" (levando-se em conta parentes e amigos) ainda é a mais utilizada pelos turistas para conhecer uma determinada região ou localidade, visto que receber dicas úteis e falar com outras pessoas que já conhecem o lugar, torna a experiência de visita mais agradável, uma vez que não há muita insegurança e apreensão por parte dos turistas.

Em seguida, continuando a linha de pensamento, foram questionadas se essas informações fornecidas pelos diversos meios de comunicação foram

suficientes, relevantes e interessantes, bem como quais informações faltaram e se as mesmas auxiliaram ou prejudicaram a experiência da visita. Quanto ao fato de as informações serem suficientes, a maioria (85%) dos turistas se disse satisfeito com as informações recebidas e, para os que ficaram insatisfeitos, foram relatados a falta de placas turísticas e informativas na cidade (com mais informações sobre os atrativos turísticos, roteiros, e sobre os pontos de parada da Linha Turismo); a falta de detalhamento nos atrativos (como por exemplo um respondente que falou sobre a Praça Tiradentes, onde há vários pontos para se olhar, mas um turista não consegue achá-los ou desvendá-los sozinho); e a falta de guias de turismo disponíveis para prestar informações sobre os lugares.

A partir desses dados, é possível perceber que ainda faltam informações sobre alguns pontos turísticos da cidade e de como se deslocar até os mesmos, ou seja, determinados atrativos ainda não recebem investimentos suficientes que possam auxiliar na minimização dessas lacunas.

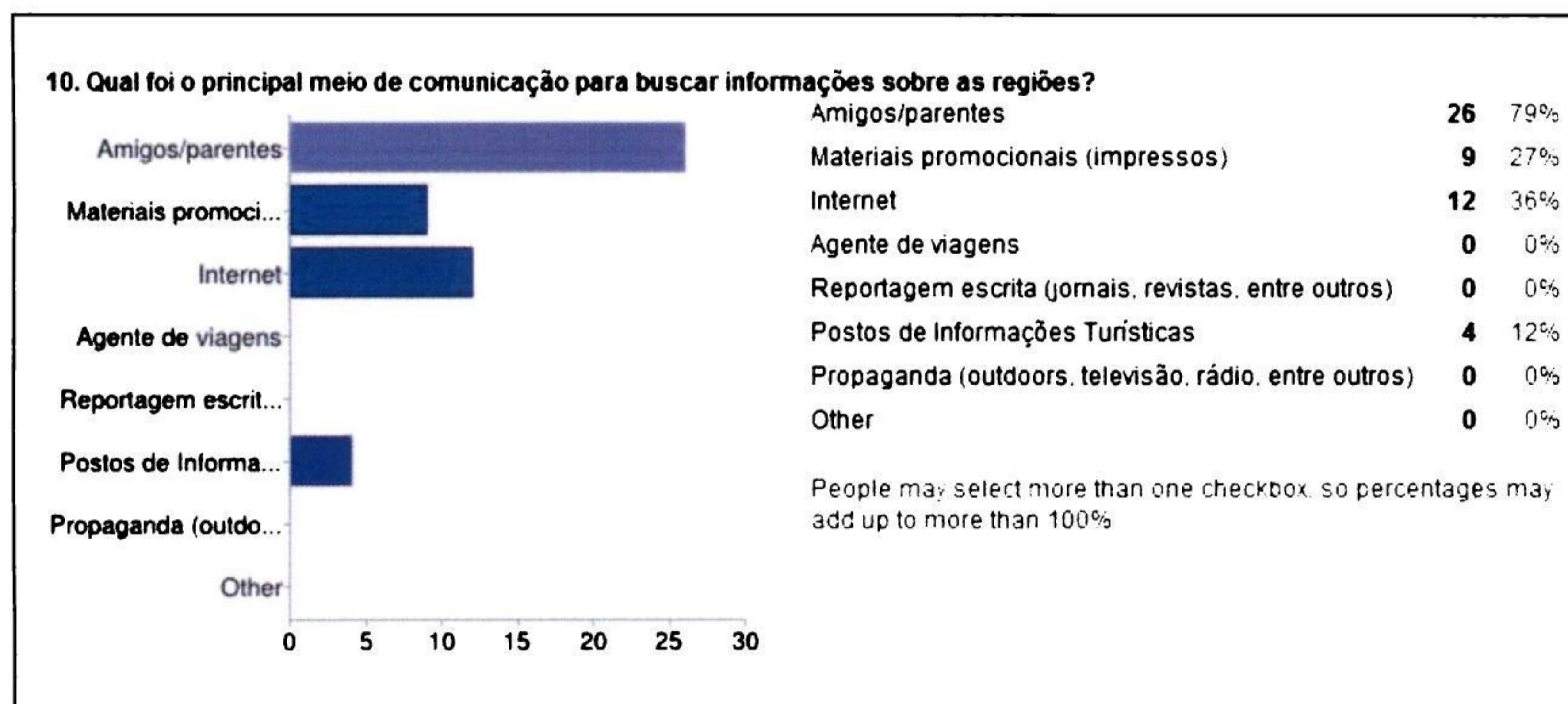


FIGURA 8 - RESULTADOS RELATIVOS AO MEIO DE COMUNICAÇÃO UTILIZADO PELOS TURISTAS E/OU VISITANTES PARA OBTER INFORMAÇÕES SOBRE AS REGIÕES PESQUISADAS  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

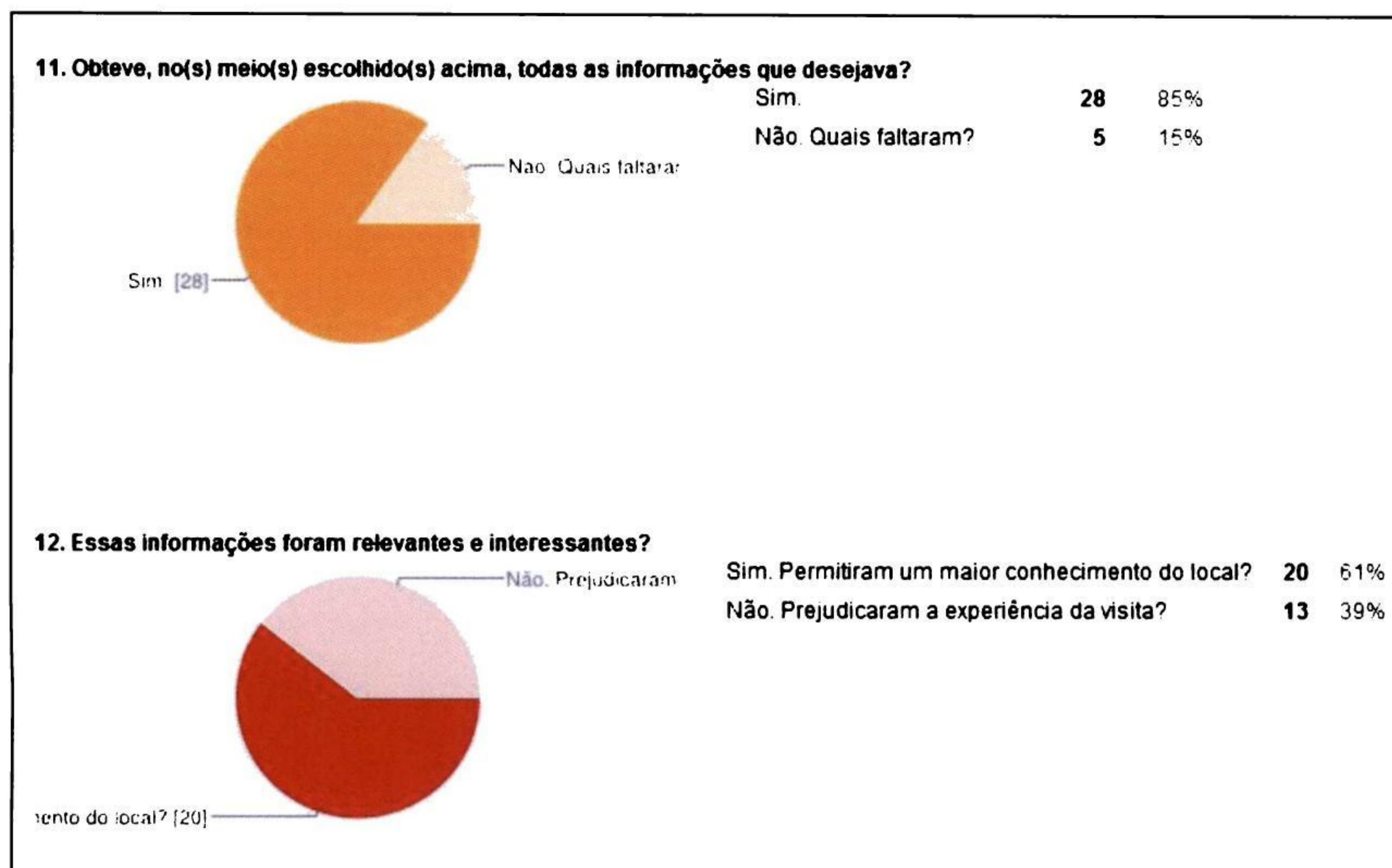


FIGURA 9 - RESULTADOS RELATIVOS À QUALIDADE E RELEVÂNCIA DAS INFORMAÇÕES PRESTADAS A PARTIR DO MEIO DE COMUNICAÇÃO ANTERIORMENTE CITADO  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Em relação à existência de um roteiro sensorial para interpretar o Centro Histórico e a Praça Santos Andrade de forma diferente, através do estímulo às sensações, percepções e emoções, todos os respondentes (100%) disseram que participariam sim desse roteiro, por representar algo novo e uma experiência diferenciada, corroborando também com a pergunta nº 08, na qual a maioria dos turistas costuma ou se interessa em observar os detalhes e a arquitetura dos prédios históricos e dos monumentos antigos, fato este que facilitaria o planejamento do roteiro sensorial, voltado para uma demanda específica, que realmente se interessaria em fazê-lo e experimentá-lo.

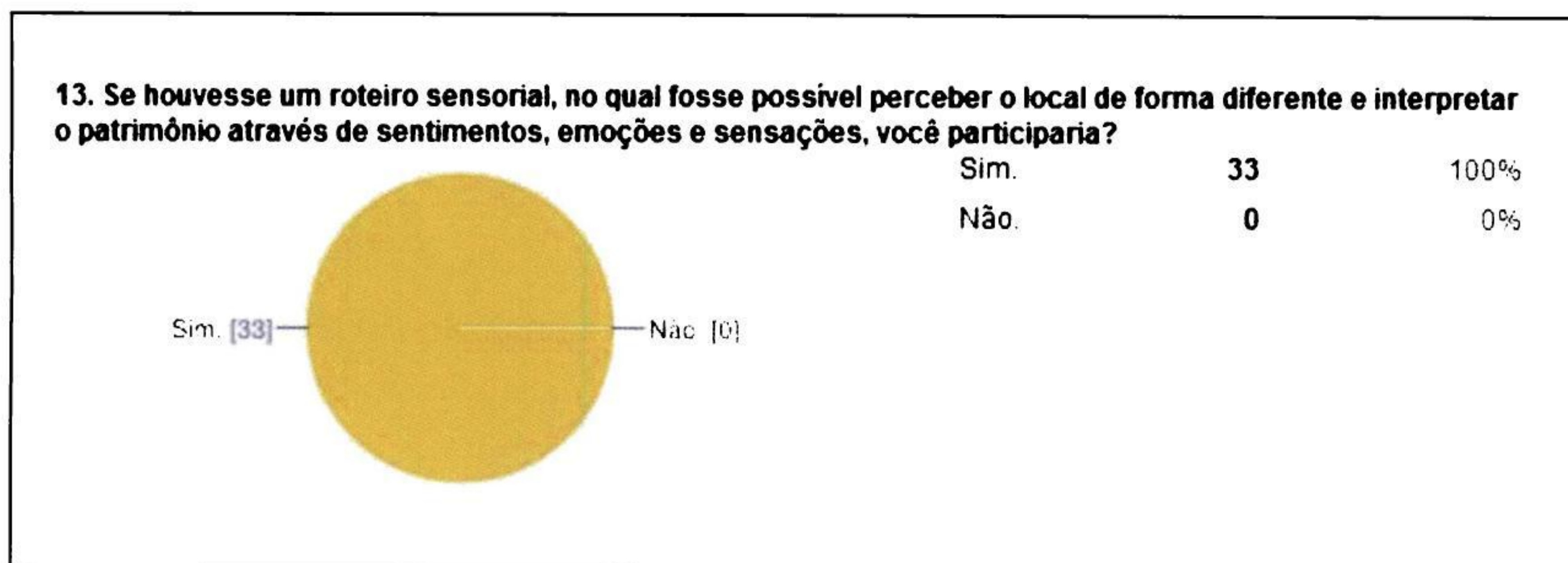


FIGURA 10 - RESULTADOS RELATIVOS À PERGUNTA: "SE HOUVESSE UM ROTEIRO SENSORIAL NO QUAL FOSSE POSSÍVEL PERCEBER O LOCAL DE FORMA DIFERENTE E INTERPRETAR O PATRIMÔNIO ATRAVÉS DE SENTIMENTOS, EMOÇÕES E SENSAÇÕES, VOCÊ PARTICIPARIA"?

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Outro fato interessante confirmado pela pesquisa é o de que a maioria dos respondentes (88%), realmente prefere fazer seu próprio roteiro, ou seja, realiza um roteiro autoguiado, podendo este ser tanto estabelecido pelo atrativo visitado (alguma trilha ou caminho indicado por placas informativas) quanto criado pelo próprio turista, que tem a oportunidade de traçar suas rotas e horários individuais, visando uma maior otimização do tempo e melhor aproveitamento dos atrativos visitados, sendo que somente 12% dos entrevistados dependem de um guia local para realizar passeios e visitar atrativos, ficando subordinados aos horários fixados pelo guia.

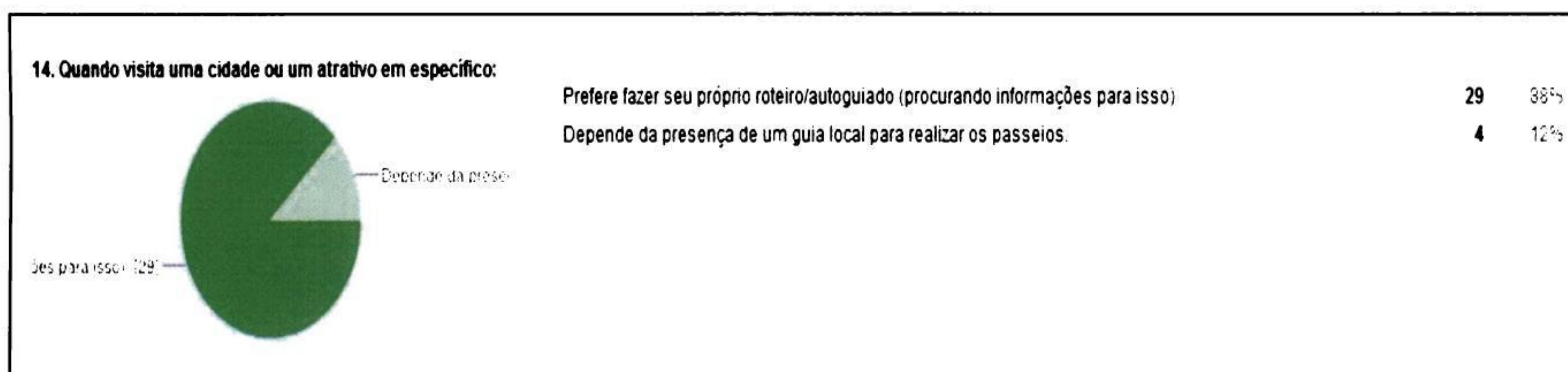


FIGURA 11 - RESULTADOS RELATIVOS À PREFERÊNCIA DOS TURISTAS E/OU VISITANTES EM RELAÇÃO A FAZER SEU PRÓPRIO ROTEIRO OU SE DEPENDEM DA PRESENÇA DE UM GUIA DE TURISMO

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Finalmente, entre as opções de resposta exibidas no gráfico abaixo, a maioria dos turistas, quando viaja a outro local, tem como três principais motivações o fato de conhecer a história do lugar, observar sua arquitetura e visitar museus e exposições, podendo considerar os respondentes como possíveis “turistas culturais”, que valorizam e praticam o turismo cultural quando viajam.

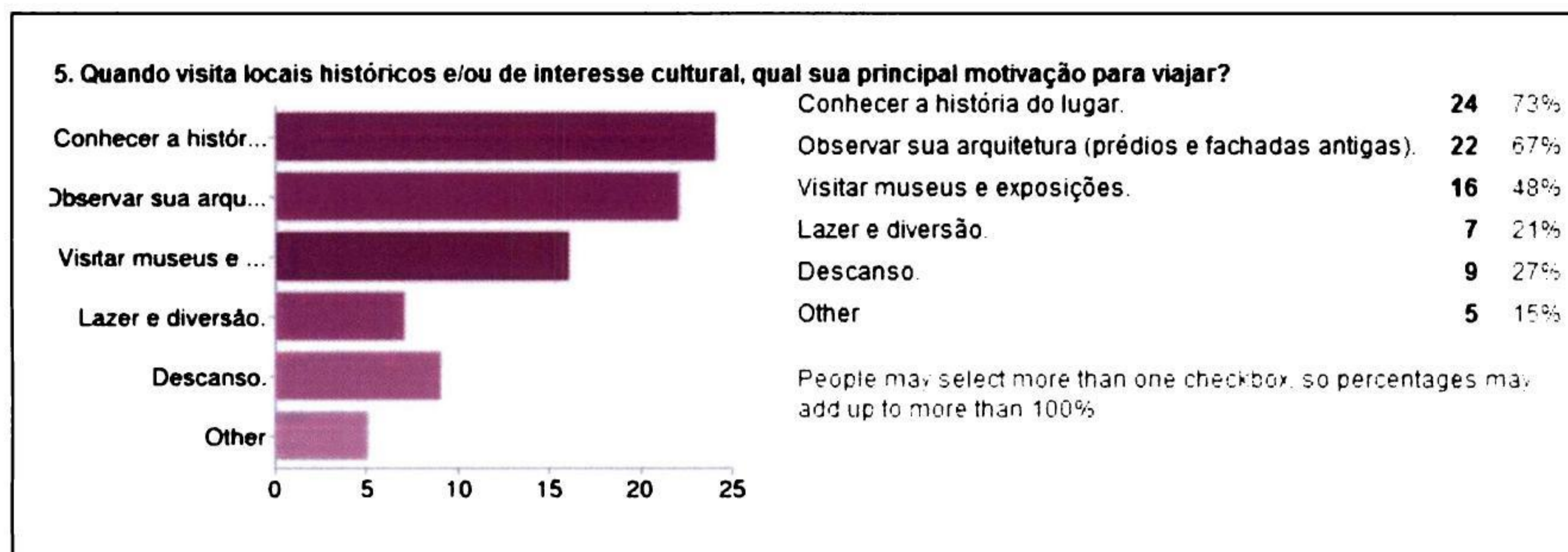


FIGURA 12 - RESULTADOS RELATIVOS À MOTIVAÇÃO DE VIAGEM A LUGARES HISTÓRICOS E/OU DE INTERESSE CULTURAL  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

Sendo assim, a partir da análise dos gráficos e das respostas obtidas através dos questionários, é possível concluir que os turistas se interessam em conhecer melhor a história dos locais e atrativos que visitam, além de valorizarem o passado e a arquitetura dos prédios históricos presentes na cidade de Curitiba, principalmente nas regiões aqui estudadas.

Portanto, a partir do observado na análise dos questionários e entrevistas, o próximo capítulo diz respeito ao Projeto de Turismo que será elaborado como forma de diversificar a oferta turística nessas regiões e permitir a interpretação de seus atrativos de forma a despertar emoções, sentimentos e percepções diferenciadas nos turistas que puderem realizar o Roteiro Sensorial que será melhor detalhado no capítulo 5.

#### 4.2. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS – INSTITUIÇÕES

Em relação às entrevistas realizadas com instituições e órgãos públicos responsáveis pela manutenção e conservação de bens materiais e patrimoniais

existentes nas duas regiões, foram entrevistadas duas instituições, uma Estadual (SEEC) e outra Municipal (FCC), sendo aqui identificadas, respectivamente, pelo Sujeito 1 (representante da Coordenadoria de Patrimônio Cultural da SEEC) e Sujeito 2 (representante da Diretoria de Patrimônio Cultural da FCC).

Cabe citar aqui que seriam realizadas mais duas entrevistas com responsáveis pela PROEC – UFPR e CCTG, totalizando quatro entrevistas, estando todas relacionadas às duas regiões pesquisadas, porém estas não foram possíveis pela dificuldade em conseguir contato, no caso da PROEC e pela inflexibilidade de datas e horários para realizá-las, tanto por parte do pesquisador quanto das instituições, levando-se em conta os prazos para concretização das mesmas.

No que diz respeito às duas instituições entrevistadas, ambas possuem poder de administração, preservação e conservação de bens patrimoniais (tombados ou não pelo município ou estado) na região do Centro Histórico de Curitiba – PR. Entre esses bens, de acordo com o Sujeito 2, estão o Edifício Central DPC (Casa da Memória), sendo um dos seus prédios componentes considerado uma Unidade de Interesse de Preservação (UIP); a Casa Hoffmann, também uma UIP; a Casa Romário Martins, Bem Tombado pelo Estado e UIP; a Cinemateca de Curitiba, o Conservatório de Música Popular Brasileira e a casa Solar dos Guimarães, todos UIP's; o Memorial de Curitiba; o Museu de Arte Sacra da Arquidiocese de Curitiba, construção anexa à Igreja da Ordem, sendo um Bem Tombado pelo Estado; o Solar do Barão, também Tombado pelo Estado e UIP; o Teatro Novelas Curitibanas, também UIP; e o Bondinho da Rua XV de Novembro (Bem Tombado pelo Estado como paisagem urbana).

Quando perguntados se todos esses bens possuem alguma identificação externa com informações básicas sobre ano de construção, estilo arquitetônico, entre outras informações relevantes, o Sujeito 2 explicou que todos possuem alguma forma de identificação sim, embora na maioria das vezes esta seja discreta pelas próprias restrições de intervenção em prédios históricos e pelas questões relacionadas à preservação do Patrimônio Cultural. Já o sujeito 1 mencionou que nem todos os bens possuem uma placa externa de identificação, porque alguns locais são propriedades particulares e não podem ser obrigados a colocar placas externas, apenas se o local for público.

Quanto a existência de materiais informativos sobre os locais de interesse histórico-cultural espalhados pela cidade, ambos os entrevistados disseram não

haver uma regularidade tanto na elaboração quanto na impressão de materiais informativos, sendo estes somente impressos de acordo com a necessidade de distribuição em locais apropriados. O que foi mencionado pelo Sujeito 2, está relacionado à existência de totens informativos na maioria dos bens materiais, os quais informam o histórico das edificações e outras curiosidades afins.

Em relação aos programas e projetos de revitalização e conservação permanentes, tanto o Sujeito 1 quanto o Sujeito 2 falaram que depende muito do interesse das pessoas envolvidas; há anos em que as instituições recebem verbas para revitalizar um determinado bem patrimonial e outros em que essa verba não vem e eles precisam esperar o investimento de outros órgãos relacionados para poderem realizar as obras de manutenção dos locais.

Além disso, ainda de acordo com o Sujeito 2, tem algumas administrações que dão maior importância para o que tem retorno imediato, e o patrimônio representa um retorno a longo prazo (e por muito tempo), fato este que acaba dificultando o processo de preservação e revitalização dos locais históricos. O Sujeito 2 explicou, confirmando o que foi dito anteriormente, que todas as edificações são submetidas à manutenção periódica de acordo com as necessidades e disponibilidade orçamentária.

Porém, de acordo com o Sujeito 1, como a maioria dos prédios históricos são atualmente ocupados por órgãos públicos, sua conservação e preservação se tornam mais fáceis, pois não há muita intervenção interna e o cuidado com a descaracterização é maior.

Quando questionados sobre a existência de projetos relacionados à atividade turística e voltados para a preservação dos bens materiais, o Sujeito 1 informou que a instituição não realiza seus projetos voltados para o turismo, sendo este apenas e sempre uma consequência do trabalho realizado. Não se deve dar prevalência ao turismo em detrimento dos interesses e necessidades da população, visto que todo o trabalho é feito para a preservação da memória, do passado, fazendo com que os autóctones se identifiquem com e se sintam parte de determinado local ou da própria cidade onde vivem, podendo usufruir de seu patrimônio. Assim, o Sujeito 1 acredita que o suporte para o turismo seja realmente a preservação do patrimônio cultural, das áreas naturais, entre outros, analisando que os projetos neste sentido são voltados àquilo que possui um valor cultural para a cidade e/ou para a comunidade local, visando a sustentabilidade dos mesmos.

Já o Sujeito 2 cita o fato de que já estão sendo iniciados alguns estudos relacionados à elaboração de propostas para a preservação do patrimônio através da atividade turística e de parcerias com Órgãos Oficiais de Turismo (SETU – PR e IMT), podendo citar como exemplo a elaboração e distribuição de material informativo e mapa sobre o roteiro “Curta Curitiba a Pé”<sup>9</sup>, elaborado e lançado em março de 2012 pelo Instituto Municipal de Turismo e Fundação Cultural de Curitiba, oferecendo três tipos de roteiros aos moradores e turistas.

Em relação à pergunta se esses espaços administrados pelas duas instituições entrevistadas participam de algum tipo de roteiro específico ou realizam visitas guiadas para moradores e visitantes interessados, o Sujeito 1 disse que alguns locais oferecem visitas guiadas como parte de suas atividades, como por exemplo o Museu Paranaense e a Casa Romário Martins, por se tratar de algo necessário e que já faz parte do trabalho da instituição, mas não pelo fato de ser um bem tombado. Por outro lado, o Sujeito 2 afirmou que há uma equipe especializada, relacionada à Ação Educativa e Educação Patrimonial da Diretoria do Patrimônio Cultural, que é responsável por oferecer e promover visitas guiadas (mediadas) ao Memorial de Curitiba e Setor Histórico, envolvendo locais como a Casa Romário Martins, o Museu de Arte Sacra e o Solar do Barão. Essas visitas são atualmente divulgadas no sítio eletrônico da instituição (FCC) e no Guia “Curitiba Apresenta”, um livreto de distribuição mensal com toda a programação cultural da cidade que é encontrado em atrativos turísticos, espaços culturais, hotéis e outros pontos de interesse, tanto para moradores quanto para visitantes.

Durante as entrevistas foi levantada a questão referente a outro roteiro/trilha que existia na região do Centro Histórico da cidade (e que se estendia por suas imediações) e era denominada Linha Pinhão – Pegadas da Memória. O mesmo era representado por uma linha vermelha pintada no chão, por onde os interessados deveriam seguir para conhecer os atrativos turísticos da região e outros pontos culturais, porém desse roteiro só ficaram, em alguns trechos, as marcas da tinta vermelha no chão, visto que, segundo o Sujeito 1, houve falta de interesse e

---

<sup>9</sup> Prefeitura e Instituto Municipal de Turismo querem estimular a circulação de visitantes na área central da cidade. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/turismo/conteudo.phtml?id=1238407&tit=Roteiro-a-pe-leva-turistas-a-viagem-historica-e-gastronomica-pelo-Centro-de-Curitiba>> e <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/curta-curitiba-a-pe-e-o-novo-roteiro-turistico/26207>> Acesso em 20/12/2012.

incentivos por parte do governo local a fim de levar o projeto adiante e continuar seu desenvolvimento, não havendo verba suficiente para isto. O Sujeito 2 disse não ter conhecimento sobre o assunto.

Em relação à outra pergunta, referente à implantação de um roteiro turístico sensorial autoguiado, explicando-se a intenção de despertar sensações, emoções e sentimentos nas pessoas que o realizarem, os entrevistados foram indagados se concordavam ou não com a implantação do mesmo e o motivo da resposta. Tanto o Sujeito 1 quanto o Sujeito 2 pediram maiores explicações sobre o roteiro citado, suas características, métodos de elaboração e realização, entre outros aspectos inerentes à sua implantação. Como, no período em que a entrevista com o Sujeito 2 foi realizada, o projeto ainda não estava totalmente descrito e elaborado, o entrevistado disse que precisava de maiores informações sobre o roteiro em si (métodos, materiais de apoio) a fim de poder emitir uma opinião mais concreta sobre o assunto; mesmo assim, com a explicação dada por parte do pesquisador, o Sujeito 2 mostrou interesse em conhecer melhor o projeto e sua continuidade.

Para o Sujeito 1, a ideia é boa mas deve-se tomar cuidado com a instalação de totens e outros materiais que possam prejudicar a visão ou representar objetos que interfiram na paisagem local e provoquem uma poluição visual, a fim de que não haja uma descaracterização da paisagem e que a manutenção e conservação dessas placas (se as mesmas forem implantadas) sejam facilitadas. O entrevistado ainda apresentou alguns exemplos de roteiros com a mesma temática que funcionam em outros países e que são capazes de despertar o interesse e a curiosidade de quem os experimenta, estando sua interpretação sempre relacionada a uma ou mais linguagens artísticas, seja através da dança, música, artes visuais ou artes cênicas.

Quando perguntados se as instituições relacionadas auxiliariam na divulgação do roteiro; na distribuição de materiais informativos e na prestação de informações aos turistas, visitantes e moradores; bem como se teriam interesse em aproveitar a demanda (a fim de beneficiar e divulgar as instituições e seus respectivos espaços) advinda da implantação desse roteiro (caso o mesmo fosse realizado sem a presença de um guia), os entrevistados explanaram que a princípio auxiliariam sim, visto que as instituições são públicas e abertas à comunidade. O Sujeito 1 citou que a instituição por si só não tem como realizar o trabalho sozinha, mas que, a partir do momento em que alguém se disponha a elaborar o roteiro e montar o material

informativo, os arquivos da SEEC são públicos, então depende apenas de uma pessoa responsável por promover e divulgar esses arquivos ao público interessado. Da mesma forma, o Sujeito 2 ressaltou o fato de que a FCC “é aberta às boas iniciativas que qualifiquem o acesso à informação e facilitem a divulgação do patrimônio cultural da cidade” (AZIM, 2012).

Além disso, outro aspecto interessante e positivo é o de que as duas instituições podem “aproveitar” ou se beneficiar da demanda de visitantes que irá surgir a partir da implantação do roteiro turístico sensorial, divulgando os projetos desenvolvidos em cada atrativo aberto à visitação e possibilitando o reconhecimento e a valorização do patrimônio histórico-cultural presente tanto no Centro Histórico quanto na Praça Santos Andrade.

Por fim, em relação às restrições existentes nos bens patrimoniais para sua preservação, valorização e conservação, o Sujeito 1 afirmou que a principal restrição relacionada à bens tombados é a sua não descaracterização; deve ser apenas restaurado e conservado, mas não alterado: “se determinado bem possui apenas um pavimento, não pode ser feito dois, se outro local possui várias salas, as mesmas não podem ser alteradas para virar um salão, e assim por diante, a lei obriga a ser dessa forma e não há como mudar” (PARCHEN, 2013). Já o Sujeito 2 disse que não existem restrições e que “há alguns anos a Prefeitura, com suas diversas Secretarias, vem buscando promover obras e eventos com a finalidade de que cada vez mais o curitibano frua e se aproprie da sua história e dos espaços onde ela foi construída”.

Sendo assim, a partir da análise das entrevistas apresentada acima, conclui-se que as duas instituições possuem projetos e ações voltadas à preservação e conservação do patrimônio cultural de Curitiba, o que reflete a preocupação das mesmas em resguardá-lo para as gerações futuras, criando um ciclo sustentável e harmonioso. Muitas ações de restauração, no entanto, ainda dependem do interesse de terceiros para liberar a verba necessária, a fim de que sejam feitos os reparos indispensáveis para que determinado bem volte a ser reutilizado pela comunidade, como acontece agora com o Museu da Imagem e do Som, que retornará a funcionar, depois das obras de restauração, com exposições, oficinas e cursos abertos à população.

Com relação aos subsídios necessários para a implantação do roteiro turístico sensorial, foi possível observar que os dois sujeitos entrevistados mostraram

interesse em conhecer e apoiar a ideia, desde que respeitados os limites de cada região e que se tenha cuidado para não descaracterizar a paisagem das mesmas, caso sejam colocados totens ou outras placas informativas no local.

Por fim, será necessário realizar reuniões periódicas com todas as instituições e empresas relacionadas, a fim de que os roteiros propostos sigam o modelo apresentado e sejam constantemente monitorados para cumprir suas funções entre moradores, turistas e visitantes, trazendo bons resultados a todos os envolvidos.

## 5 PROJETO DE TURISMO

Neste capítulo serão apresentadas e descritas todas as etapas inerentes ao projeto de turismo proposto no presente trabalho, a fim de ilustrar ao leitor quais são os lugares presentes em cada roteiro pré-estabelecido, bem como de que forma os roteiros serão formatados e divulgados, além de como seus materiais informativos serão distribuídos, entre outras informações relevantes na criação e elaboração dos roteiros.

Desde sua concepção, com informações relevantes sobre suas características, conceito, público-alvo, recursos (humanos e econômicos) necessários para sua realização, importância e relevância em relação a todos os envolvidos, além de demais informações e características necessárias para seu entendimento, o projeto é aqui apresentado em detalhes e por etapas, buscando explicar melhor seu funcionamento e ser mais compreendido pelos investidores interessados.

Vale ressaltar que os roteiros aqui elaborados<sup>10</sup> buscam instigar o visitante de Curitiba a explorar as regiões centrais da cidade, a conhecer sua história e seus personagens, a se encantar por suas cores, cheiros e sabores, a viajar no tempo passado a partir do presente.

Sendo assim, a seguir são apresentadas detalhadamente as etapas e informações gerais sobre o projeto em questão.

### 5.1. DESCRIÇÃO DA PROPOSTA DO PROJETO

O projeto aqui proposto diz respeito à elaboração de dois roteiros turísticos sensoriais autoguiados que permitirão às pessoas que os utilizarem, entre turistas, visitantes e moradores locais, vivenciarem duas regiões centrais de Curitiba de forma diferenciada. Fugindo um pouco dos padrões de roteiros tradicionais realizados em diversas cidades, esses roteiros sensoriais proporcionarão um passeio a pé pelos principais atrativos culturais e pontos de interesse tanto da Praça Santos Andrade, quanto do Centro Histórico da cidade, despertando as mais

---

<sup>10</sup> Ver APÊNDICES C e D.

variadas sensações, emoções e sentimentos em quem os realizarão, através da utilização de um audioguia.

A ideia principal é desenvolver dois audioguias que auxiliem turistas e visitantes a caminhar pelo centro da cidade e desenvolver um olhar crítico na interpretação do patrimônio histórico-cultural de atrativos turísticos presentes nas duas regiões supracitadas. Esses audioguias serão elaborados de forma que, quando escutados, tenham a capacidade de “conversar” com o turista através de informações relevantes e curiosidades sobre os locais visitados, fazendo-o seguir um caminho pré-estabelecido e repleto de sensações instigantes, levando-o a viajar pelo passado da cidade através das lembranças que restaram no tempo presente.

O público alvo que se pretende atingir pelo projeto em questão não possui muitas restrições ou limites de idade, e será composto por adolescentes, jovens, adultos e idosos, estabelecendo-se, para fins de controle e qualidade da visita, uma idade mínima fixada em 18 anos, não tendo, porém, um limite máximo determinado.

Dentre os locais escolhidos para a elaboração dos roteiros, como já citados em outros momentos durante o desenvolvimento deste trabalho, estão a Praça Santos Andrade e entorno (incluindo-se o Prédio Histórico da UFPR e o Centro Cultural Teatro Guaíra), e uma parte do Centro Histórico (compreendido e delimitado pela área correspondente ao Largo da Ordem até às Ruínas de São Francisco, ressaltando-se algumas ruas paralelas e transversais que merecem conhecimento e destaque por possuírem características culturais relevantes), levando-se em conta as mais diversas construções arquitetônicas e manifestações culturais que ocorrem anualmente nas duas regiões.

O projeto será elaborado pelo pesquisador e por consultores profissionais nas áreas de Arquitetura e Urbanismo e/ou a área de Patrimônio Cultural, enfatizando a multidisciplinaridade do projeto e buscando ressaltar os detalhes históricos dos atrativos relacionados de maneira correta, fazendo com que o participante realmente se sinta parte daquele local ou da história ali apresentada. Além disso, serão realizadas parcerias com a Rede Empresarial de Desenvolvimento Local do Centro Histórico<sup>11</sup> (entidade composta por 26 empresários e comerciantes da região, que pretendem trazer à população de Curitiba novas opções de lazer e entretenimento,

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://bandnewsfmcuritiba.com/2012/10/02/mais-cultura-e-turismo-no-centro-historico/>> e <<http://panoramadoturismo.com.br/centro-historico-de-curitiba-quer-ser-mais-conhecido/>> Acesso em 22/12/2012.

tornando-o mais ativo culturalmente), com as instituições FCC, SEEC, CCTG e UFPR (poder público), além de outras parcerias e apoio de iniciativas e empresas privadas, relacionadas aos comerciantes envolvidos tanto em uma quanto na outra região aqui trabalhada.

Em relação ao tempo para elaboração do projeto e ao período em que o mesmo será lançado, mais a frente será apresentado o cronograma referente às etapas do projeto em si, porém cabe citar que o mesmo precisará de oito meses para estar pronto e apto à divulgação e promoção junto aos órgãos e instituições participantes, podendo levar mais ou menos tempo a depender do andamento e desenvolvimento de suas etapas ao longo do período anunciado. Vale lembrar também que, após sua divulgação, serão realizadas avaliações e monitoramentos periódicos, a fim de encontrar e solucionar possíveis falhas em sua realização.

Primeiramente, o projeto será realizado através da divulgação dos roteiros nos *sites* das instituições parceiras, nos quais também serão disponibilizados, para baixar em aparelhos celulares com função MP3® (ou outra específica que permita baixar este tipo de arquivo), os aplicativos referentes aos audioguias culturais, que auxiliarão e agregarão valor na visita e na experiência de turistas e moradores que visitam as regiões centrais de Curitiba – PR, ou que, a partir deste projeto, poderão ter interesse em visitá-las e conhecê-las melhor. A partir dos audioguias, as pessoas terão oportunidade de “experimentar” o local visitado e ir embora com a sensação de terem feito parte da história daquela região, além de passar a respeitá-la mais e a conservá-la melhor.

Além disso, serão distribuídos materiais informativos (*folders*) sobre os dois roteiros, a fim de divulgá-los em outros pontos turísticos e nos Postos de Informação Turística espalhados pela cidade. Com o intuito de informar o visitante interessado e localizá-lo nos atrativos, esses materiais serão compostos por informações úteis sobre as regiões e seus respectivos pontos de interesse, bem como apresentarão um mapa de localização para facilitar o acesso aos locais e a realização dos roteiros em si. Cabe citar que esses materiais serão elaborados por um profissional de *Design Gráfico*, a fim de atingir o objetivo proposto inicialmente: de chamar a atenção das pessoas e instigá-las a participar do projeto.

Os *folders* de orientação aos turistas serão divididos em frente e verso, sendo que, na capa, será apresentado o nome do roteiro (que será decidido em reunião juntamente com os setores envolvidos) e a região em que o mesmo está implantado;

no seu interior, estarão elencados todos os atrativos pertencentes a essa área e que possuem aspectos histórico-culturais interessantes e capazes de despertar sensações e emoções nos visitantes, a partir de sua história. Junto com os atrativos, haverá uma breve descrição dos mesmos a fim de que o leitor tenha um conhecimento prévio e possa desfrutar melhor a visita.

Já na parte externa do material informativo, será acrescentado um mapa de localização da região central ali apresentada, com uma linha traçando o caminho correspondente ao roteiro que a pessoa deverá seguir, além de indicar seus pontos de partida e chegada.

Com relação aos custos necessários para que o projeto seja desenvolvido e efetivamente colocado em prática, estima-se um gasto inferior a R\$ 35.000,00 (trinta e cinco mil reais).

Em suma, a realização deste projeto permitirá o conhecimento e a divulgação de áreas centrais de Curitiba – PR em relação à importância e ao patrimônio cultural que possuem e mantêm preservados até hoje. É necessário criar e instigar um novo olhar, uma nova visão e um entendimento diferenciado daquilo que se apresenta diante de nossos olhos. Simplesmente passar pelo local e conhecer seus principais atrativos não basta; é preciso mostrar aos moradores, turistas e visitantes aquilo que está por trás do que se vê, os detalhes quase imperceptíveis dos prédios, calçadas e casas históricas, as características que foram herdadas do passado, os aspectos da cultura que se renovam constantemente, enfim, é preciso valorizar e entender, compreender os significados através da interpretação do patrimônio, a fim de que se possa conservá-lo e preservá-lo, sem destruí-lo ou descaracterizá-lo.

## 5.2. ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

O presente projeto terá como parte do processo de desenvolvimento, seis etapas principais, que correspondem à (1) Levantamento dos atrativos e aspectos histórico-culturais nas duas regiões; (2) Montagem dos roteiros turísticos sensoriais autoguiados e criação do *design* e *layout* do material informativo para cada roteiro; (3) Apresentação do projeto às partes envolvidas e interessadas, e Fase teste dos roteiros e áudioguias, nas regiões relacionadas; (4) Início da divulgação dos roteiros

através de material informativo distribuído ao público em geral e colocação de áudioguia (para baixar) em *sites* específicos; (5 e 6) Início da fase de avaliação e monitoramento dos roteiros turísticos e realização de *feedback* com turistas e visitantes.

#### 5.2.1. Descrição das Etapas para a Execução do Projeto

Aqui serão descritas as quatro etapas do projeto em questão, levando-se em conta a definição dos recursos necessários para que as mesmas sejam concretizadas, tanto humanos quanto financeiros. Serão também apresentados os materiais que serão utilizados e o cronograma para realização de todas as etapas descritas, o qual é apresentado no Quadro 3 abaixo, que permite a visualização das etapas e seus respectivos meses de realização.

<b>Etapas/Mês</b>	<b>Mês 1</b>	<b>Meses 2 e 3</b>	<b>Mês 4 e 5</b>	<b>Meses 6 e 7</b>	<b>Mês 8</b>	<b>Fase Contínua</b>
	Levantamento dos atrativos e aspectos histórico-culturais nas duas regiões.	Montagem dos roteiros turísticos sensoriais autoguiados e Criação do <i>design</i> e <i>layout</i> do material informativo.	Apresentação do projeto às partes envolvidas e interessadas e Fase teste dos roteiros e áudioguias, nas regiões relacionadas.	Início da divulgação dos roteiros, em material informativo, ao público em geral e colocação de áudioguia (para baixar) em <i>sites</i> específicos	Início da fase de avaliação e monitoramento dos roteiros turísticos.	Continuação da fase de monitoramento. <i>Feedback</i> de turistas e visitantes.

QUADRO 3 – CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES RELACIONADAS AO PROJETO DE TURISMO.

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

A primeira etapa corresponde à inventariação e análise de todos os atrativos, monumentos, prédios e casas históricas, e pontos de interesse que possuam algum diferencial histórico-cultural ou detenham características importantes e relevantes, fazendo com que o turista ou visitante se interesse em apreciar determinada paisagem urbana. Essa fase será realizada pelo pesquisador, responsável por criar uma planilha para facilitar a identificação dos atrativos e a inventariação dos mesmos, a fim de que sejam identificados aqueles que possam ser trabalhados de forma a instigar a curiosidade das pessoas em interpretar o patrimônio e fazer surgir um sentimento de pertencimento ao lugar visitado.

Nessa etapa os recursos financeiros necessários se resumem aos gastos com transporte (através de ônibus coletivo) e alimentação do pesquisador, além de materiais como prancheta, papel sulfite em tamanho A4 e caneta (materiais obtidos pelo próprio pesquisador e que serão utilizados para as anotações que se fizerem necessárias). Também serão necessários equipamentos de informática (01 computador com acesso à internet e 01 impressora), a fim de que sejam transcritos, para meio digital, os dados e as informações obtidas a partir da pesquisa de campo; esses equipamentos são propriedade do pesquisador e apenas os custos com impressão serão adicionados ao valor total gasto, desde o momento em que a utilização da impressora seja necessária nessa etapa do projeto.

Portanto, levando-se em conta a quantidade de dias necessários para essa identificação dos atrativos nas duas regiões, conforme apresentado no cronograma, calcula-se um total de 20 dias (excluindo-se os finais de semana), que custariam R\$ 304,00 (trezentos e quatro reais), visto que o pesquisador utilizaria duas passagens de ônibus por dia e teria um vale alimentação no valor de R\$ 10,00 (dez reais) para gastar com as refeições diárias. Além disso, devem ser contabilizadas aqui as horas técnicas do pesquisador, que terão um custo equivalente ao valor de R\$ 1.000,00, referente ao total dos vinte dias.

A segunda etapa, depois de inventariados os atrativos, diz respeito à elaboração dos dois roteiros turísticos sensoriais autoguiados, a partir do desenvolvimento de caminhos específicos que englobem os atrativos histórico-culturais e possam ser realizados através do auxílio de um áudioguia, no qual serão gravadas histórias, informações e curiosidades sobre os locais visitados, dos quais moradores, turistas e visitantes serão convidados a ouvir durante a realização do percurso. Ainda nessa etapa, serão elaborados os materiais informativos sobre os

dois roteiros em questão, os quais possuirão *design* diferenciado, com cores chamativas (a fim de prender a atenção do visitante) e informações sobre os roteiros em si e seus principais pontos de interesse, tornando-se um material de apoio e de fácil visualização aos turistas.

Nessa segunda etapa, em relação à elaboração dos roteiros e áudioguias, além do pesquisador, serão contratados consultores das áreas de Arquitetura e Urbanismo e/ou Patrimônio Cultural para auxiliarem na construção dos áudioguias juntamente com os percursos que serão realizados nas duas regiões. A partir dessa multidisciplinaridade, será possível elaborar roteiros compostos pela visão de outros profissionais capazes de agregar ainda mais valor à experiência do turista, proporcionando também a divisão de tarefas e atividades entre os envolvidos. Nessa fase, após a identificação dos atrativos, serão traçados os caminhos pelos quais os visitantes deverão seguir e as “falas” do áudioguia (ver apêndices C e D) em relação ao roteiro proposto e para cada ponto de interesse encontrado, fazendo com que as pessoas se deparem com detalhes que passavam antes despercebidos.

Além disso, haverá a contratação de um profissional de *design* para criar o *layout* do material informativo, que, como já citado, deverá ser também um atrativo aos interessados. Portanto, em relação aos gastos com essa etapa, haverá três contratações de profissionais especializados, que cobrarão por hora de trabalho realizado. Verificando junto a profissionais formados nas áreas citadas, obteve-se uma média de valor cobrado por cada profissional, sendo que, na área de Turismo (pesquisador) esse valor fica em torno de R\$ 50,00 (cinquenta reais); nas áreas de Arquitetura e Urbanismo e Patrimônio Cultural essa média fica em torno de R\$ 65,00 (sessenta e cinco reais) a hora e, quanto ao profissional de *Design* Gráfico, a hora custa em média R\$ 75,00 (setenta e cinco reais), devido aos programas de desenho utilizados e pela mão-de-obra gasta para criar este tipo de material.

Sendo assim, o custo total dessa etapa, analisando que cada profissional trabalhará em média seis horas por dia, estimando-se um período de um mês de trabalho, além dos gastos com a gravação do áudioguia através de equipamento próprio tipo gravador, sendo que os roteiros elaborados serão gravados por uma pessoa especializada ou mesmo um ator/atriz profissional, a fim de que a própria voz do interlocutor desperte diferentes sensações, emoções e sentimentos em quem o escuta; somando-se a isso a sua inserção em *sites* específicos, o custo total ficará em torno de R\$ 23.920,00 (vinte e três mil, novecentos e vinte reais).

Na terceira etapa, referente à apresentação do projeto às instituições, associações e empresas interessadas, como possíveis parceiras, e em relação aos testes dos roteiros e áudioguias nas regiões trabalhadas, serão realizadas reuniões e conversas com os envolvidos, a fim de expor as principais vantagens e os empecilhos para sua realização. Quanto aos testes, estes serão realizados nas duas regiões com um pequeno grupo de pessoas indicadas e/ou convidadas, a fim de avaliar sua composição e verificar possíveis falhas no seu desenvolvimento.

Porém, quanto aos gastos, será necessário apenas o deslocamento do pesquisador aos locais de reunião e às regiões nas quais os roteiros serão desenvolvidos e testados, determinando, nesta etapa, somente os gastos com transporte de ida e volta, por dia, durante dois meses (sem contabilizar finais de semana), o que representa um gasto total de R\$ 208,00 (duzentos e oito reais), considerando-se o preço da passagem em R\$ 2,60 (dois reais e sessenta centavos) por trecho. Vale ressaltar que durante a terceira etapa não será necessário contratar serviços terceirizados.

A quarta etapa diz respeito à fase de início da divulgação dos roteiros turísticos ao público em geral (através dos áudioguias) e disponibilização de material informativo nos principais Postos de Informações Turísticas da cidade e outros pontos de interesse e atrativos turísticos. Após as reuniões com entidades envolvidas ou interessadas no projeto, as mesmas serão convidadas a divulgar em seus sítios eletrônicos os roteiros centrais, bem como a disponibilizar os arquivos de áudio guia em formato apropriado para baixar em aparelhos celulares com função MP3®, possibilitando a todos os públicos uma experiência diferenciada pelo Centro Histórico de Curitiba – PR ou então por um de seus atrativos históricos mais conhecidos, o Prédio Histórico da UFPR, localizado na Praça Santos Andrade, uma das regiões participantes dos roteiros em questão.

Já com relação aos materiais informativos, pretende-se, através das parcerias que serão firmadas, distribuí-los gratuitamente nos PIT's da cidade e em outros locais frequentados tanto por turistas e visitantes, quanto pela população local, como hotéis, bares, restaurantes e afins, da mesma maneira que é feito hoje com o Guia "Curitiba Apresenta". Em relação aos gastos dessa etapa, tem-se a impressão dos materiais informativos, que seriam tirados no começo, em quantidade maior, para conhecimento de todos. Calculando-se um gasto médio de R\$ 3,50 (três reais e cinquenta centavos) por folder impresso, num total de quinhentos, seriam gastos R\$

1.750,00 (um mil, setecentos e cinquenta reais), necessários para realizar a próxima etapa e verificar a aceitação do público, suas críticas e sugestões.

A quinta e sexta etapas estão diretamente relacionadas às fases de avaliação, monitoramento e realização de *feedbacks* com autóctones, visitantes e turistas, a fim de avaliar os roteiros e verificar se os mesmos estão cumprindo e atingindo seus objetivos iniciais, relacionados à agregação de valor na experiência turística e qual está sendo o retorno dos participantes após a realização dos roteiros audioguiados aqui propostos. Assim, a depender das respostas e avaliações, fica mais fácil controlar seu desenvolvimento e analisar suas falhas, bem como o que falta ou o que não precisa alterar, renovando seus aspectos e inovando suas características de apresentação. Nessa etapa serão, a princípio, contratados novamente os mesmos profissionais descritos na segunda etapa deste projeto, excetuando-se o *Designer* Gráfico, a fim de manter um padrão nos métodos avaliativos, tanto para a fase de avaliação quanto para a de monitoramento contínuo. Serão elaborados *feedbacks* com perguntas inerentes aos roteiros e às regiões, buscando obter maiores informações e com o intuito de que essa herança cultural não continue perdida ou esquecida.

Em relação aos gastos, tanto a quinta como a sexta etapa deverão gastar com os honorários dos profissionais contratados, porém, desta vez, por um período de horas um pouco menor (calculou-se aqui uma base de 6 horas por dia, mas realizando-se as avaliações em períodos espaçados, de mês em mês, contando-se a partir do oitavo, e apenas indo a campo uma vez por semana, totalizando quatro dias em um mês), por se tratar de fases avaliativas, nas quais é necessário realizar a avaliação, analisar os dados e informações coletadas e, após, finalizar com a fase de acompanhamento. Sendo assim, essa etapa apresenta um total de R\$ 2.760,00 (dois mil, setecentos e sessenta reais) em gastos.

A partir da descrição das etapas, é possível concluir que o projeto em questão possuirá mais gasto com as contratações de profissionais para desenvolvê-lo de maneira correta. Para melhor especificar o pessoal envolvido e os gastos totais, são relacionados abaixo os recursos humanos necessários por etapa e a descrição orçamentária através da tabela de gastos.

### 5.2.2. Descrição dos Recursos Humanos Envolvidos em cada Etapa

Como já descrito acima, cada etapa necessitará de pessoas qualificadas para desenvolver o projeto de forma ideal.

Na primeira etapa, o pesquisador será o responsável pela realização das pesquisas e inventários para identificação dos atrativos presentes em cada uma das regiões trabalhadas, transcrevendo todas as informações obtidas para o computador, a fim de, posteriormente, analisar as relevâncias e detalhes intrínsecos.

Já na segunda etapa, os profissionais de Turismo, Arquitetura e Urbanismo e Patrimônio Cultural deverão realizar reuniões periódicas para discutir as melhores condições de se elaborar os roteiros turísticos sensoriais, analisando pontos de interesse, curiosidades, detalhes históricos, entre outros fatores que despertarão sentimentos e emoções variados em turistas e visitantes. Portanto, nesta etapa, todos ficam responsáveis por elaborar os roteiros a partir da análise dos atrativos de cada região. Já o profissional de *design* ficará responsável por criar os *layouts* dos *folders* correspondentes a cada um dos roteiros desenvolvidos, escolhendo as melhores cores e desenhos para representá-los de forma que chame a atenção das pessoas.

Na terceira etapa, o pesquisador terá a função de marcar as reuniões de apresentação do projeto com empresas e instituições interessadas em apoiá-lo, incentivá-lo ou financiá-lo através de parcerias, buscando comprometimento com as mesmas e efetivando negócios. Além disso, o pesquisador será responsável também por realizar as etapas de teste dos roteiros, verificando suas características e se os mesmos conseguiram atingir os objetivos propostos inicialmente.

Na quarta etapa, de divulgação e promoção dos roteiros, as instituições parceiras terão papel fundamental no tocante à disponibilização de um espaço gratuito nos sítios eletrônicos para a divulgação dos roteiros e para que os interessados possam baixar o arquivo correspondente ao áudio guia das regiões.

Finalmente, nas últimas etapas (5 e 6), os profissionais citados anteriormente, através de consultoria e serviço terceirizado, além do pesquisador, terão a responsabilidade de verificar se os roteiros continuam seguindo as características originais ou não, realizando os reparos necessários. Além disso, terão a função de elaborar um questionário de *feedback* a ser aplicado com os turistas, objetivando

analisar qual está sendo o retorno das atividades realizadas e, dependendo das respostas obtidas, realizar reparos e alterar os circuitos percorridos.

### 5.2.3. Descrição do Orçamento e dos Desembolsos por Etapa

ETAPA	RECURSOS NECESSÁRIOS	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1. Levantamento de Atrativos Turísticos	Computador, impressora, prancheta, papel sulfite tamanho A4 e caneta (20 dias).	01 de cada	R\$ 1,00 por dia (de cada elemento)	R\$ 100,00
	Transporte público (20 dias)	02 por dia	R\$ 5,20	R\$ 104,00
	Alimentação (20 dias)	01 por dia	R\$ 10,00	R\$ 200,00
	Hora Técnica do Pesquisador (20 dias)	06 horas por dia	R\$ 50,00 (por dia)	R\$ 1.000,00
2. Montagem dos Roteiros e Criação do Material Informativo	Computador e impressora	--	--	R\$ 0,00
	Mão de obra Pesquisador (20 dias)	06 horas por dia	R\$ 300,00	R\$ 6.000,00
	Consultoria: Arquitetura e Urbanismo (20 dias) ou Patrimônio Cultural (20 dias)	06 horas por dia	R\$ 390,00	R\$ 7.800,00
	Consultoria: <i>Designer</i> Gráfico (20 dias)	06 horas por dia	R\$ 450,00	R\$ 9.000,00
	Gravador, CD's para teste e outros materiais.	--	R\$ 120,00	R\$ 120,00
3. Apresentação do Projeto e Fase Teste	Computador, <i>pen-drive</i> e material para apresentação.	01 pen drive	R\$ 35,00	R\$ 35,00
	Transporte público (40 dias)	02 por dia	R\$ 5,20	R\$ 208,00
4. Divulgação dos Roteiros (material informativo e áudioguia)	Computador, impressora.	--	R\$ 5,00 (de cada elemento)	R\$ 10,00
	Impressão de folders informativos	500	R\$ 3,50	R\$ 1.750,00
	Inserção de áudioguia nos <i>sites</i> parceiros	--	--	R\$ 0,00
	Gravação do áudioguia para os dois roteiros previamente elaborados	01 profissional para as duas gravações	R\$ 500,00 (por gravação)	R\$ 1.000,00
5. Monitoramento e Avaliação	Computador, impressora.	--	R\$ 5,00 (de cada elemento)	R\$ 10,00
	Impressão de <i>feedbacks</i>	30	R\$ 0,10	R\$ 3,00
	Mão de obra Pesquisador (04 dias)	06 horas por dia	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
	Consultoria: Arquitetura e Urbanismo (04 dias) ou Patrimônio Cultural (04 dias)	06 horas por dia	R\$ 390,00	R\$ 1.560,00
<b>VALOR TOTAL DO PROJETO</b>				<b>R\$ 30.100,00</b>

### 5.2.4. Avaliação de Retorno do Investimento

No tocante à avaliação do retorno de investimento realizado neste projeto, não é possível quantificar, em termos de valores, em quanto tempo o investimento

seria compensado, visto que os roteiros aqui propostos não cobrarão uma taxa fixa dos participantes para sua realização, ou seja, não terão custos a fim de que se possa calcular seu retorno. Além disso, sugere-se que o custo total do projeto seja financiado pelas empresas e instituições parceiras, a fim de que turistas, moradores e visitantes tenham acesso gratuito aos roteiros aqui propostos.

Porém, o que se pode afirmar é que o retorno do investimento inicial, realizado para colocar o projeto em prática, será representado por um retorno basicamente qualitativo em relação às áreas pesquisadas, as quais se beneficiarão recebendo um maior fluxo de turistas, visitantes e autóctones, maior reconhecimento local (em relação ao patrimônio histórico-cultural presente nesses locais), aumento da qualidade de vida nessas regiões (a partir de projetos de revitalização e conservação do patrimônio), bem como o sentimento de identidade da população local com determinado lugar ou bem histórico.

Assim, a partir do momento em que esses roteiros sejam implantados, a região central da cidade passará a receber maior movimento de pessoas, que conseqüentemente gastarão mais no comércio local e trarão mais benefícios, lucro e geração de emprego para essas áreas, antes menos frequentadas devido a questões como segurança e poucas atividades culturais realizadas ao dia. A Rede Empresarial de Desenvolvimento do Centro Histórico, por exemplo, terá a oportunidade de aproveitar a demanda que realizará o roteiro sensorial na região, agregando ainda mais valor à experiência do turista e fazendo-o permanecer mais tempo no local. Na Praça Santos Andrade, o roteiro também poderá auxiliar na complementação do Projeto “Corredor Cultural”, expandindo a visita dos turistas por outros espaços e atrativos da região central como um todo.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de todo material apresentado e das análises expostas neste trabalho, foi possível concluir que tanto a área do Centro Histórico quanto da Praça Santos Andrade possuem sim características viáveis e aspectos histórico-culturais relevantes para se desenvolver roteiros turísticos sensoriais autoguiados, como afirmado em uma das hipóteses apresentadas no início do trabalho.

É possível fazer com que a região central de Curitiba volte a ser mais frequentada e a ganhar o reconhecimento necessário de sua população, principalmente, a qual deve se identificar com seus prédios históricos, praças, parques, bairros antigos ou qualquer outra paisagem que faça parte dos tempos remotos da cidade e que represente sua origem e seu desenvolvimento. Assim, a partir do momento em que os moradores locais passam a reconhecer essas construções e características como suas, como parte de suas vidas, melhor será a apresentação desses lugares a quem os visita, que poderá reconhecer a importância que determinado local tem para a população curitibana, passando, então, a respeitar o ambiente em que se encontra e a ajudar e contribuir para sua preservação e conservação, seguindo os preceitos da sustentabilidade.

Em relação aos conceitos aqui abordados, foi possível conhecer melhor sobre alguns fatores relacionados ao Turismo Cultural, como conceitos base e outras características inerentes, ressaltando alguns pontos de vista dos autores que trabalham e escrevem sobre o tema. Foi possível também, através da pesquisa bibliográfica, perceber que, a cada ano e a cada viagem, os turistas adquirem novos conhecimentos, novas experiências, novas motivações de viagem e, conseqüentemente, passam a ser mais exigentes com relação ao produto turístico e às atividades e vivências proporcionadas em determinada viagem.

Por isso, cada vez mais é necessário estar em constante mudança, buscando criar alternativas eficientes que representem, ao mesmo tempo, inovação e desenvolvimento da atividade turística nos seus mais variados aspectos, a fim de que novos segmentos surjam (como o turismo de experiência) e permitam ao turista ir mais além, descobrir paisagens, valorizar monumentos, manifestações culturais, entrar em contato e realmente ter interesse em conhecer as comunidades locais,

entender o ambiente ao redor, suscitar novos olhares, admirar-se com o novo, com o belo, com o “nunca visto antes”, com o que está em volta e quase nunca é reparado.

A partir disso, através da criação dessas novas alternativas, será possível também educar os turistas e visitantes a fim de que se possa garantir a preservação e conservação do lugar visitado por mais tempo, através do desenvolvimento de ferramentas que possibilitem às pessoas se sentirem parte daquele lugar, além de adquirirem um conhecimento melhor e entenderem as características locais, respeitando seu ritmo, suas crenças, valores e atitudes.

Através das pesquisas realizadas, foi possível confirmar a hipótese de que os turistas têm sim conhecimento sobre as áreas aqui trabalhadas, porém na maioria das vezes acaba não se interessando em visitar e conhecer melhor seus atrativos, sua história, seus detalhes e suas curiosidades, visto que preferem visitar outros atrativos já consolidados e famosos existentes na cidade ou porque simplesmente não se interessam por história ou cultura.

Além disso, com a realização de entrevistas com os representantes de instituições ligadas diretamente às duas regiões ou pelo menos uma delas, observou-se que há uma preocupação efetiva por parte dos órgãos públicos relacionados a área de patrimônio cultural em restaurar e promover os espaços abandonados em locais de lazer à comunidade, porém há muitos interesses de terceiros envolvidos na liberação de verbas para esse fim, deixando muitos prédios abandonados por falta de manutenção.

Da mesma forma, essas instituições não disponibilizam materiais específicos que contem a história e as curiosidades dos atrativos de cunho cultural existentes na região central de Curitiba, sendo algumas informações disponibilizadas através do guia cultural da cidade, impresso este que é distribuído mensalmente em vários locais. Essa constatação, portanto, derruba uma das hipóteses anteriores que afirmava que eram sim disponibilizados materiais informativos e relevantes aos turistas, em relação aos lugares visitados. Apenas os atrativos e os Postos de Informação Turística da cidade possuem alguns materiais e/ou folhetos específicos sobre atrações culturais e curiosidades sobre determinados locais, além da indicação de roteiros alternativos para quem quiser conhecer a região central de Curitiba caminhando pelos seus calçadões e setores históricos.

Foi possível, também, perceber a existência de projetos criados recentemente que auxiliam na utilização desses espaços de forma consciente, mostrando a todos que é possível misturar turismo com patrimônio, sem que haja descaracterização ou destruição do mesmo pelos seus consumidores, visto que estes já possuem um perfil pré-estabelecido, confirmado através de pesquisas relacionadas ao assunto. Consumidor este que é contra o uso abusivo ou a exploração de bens materiais ou imateriais apresentados pelas diversas regiões do país de forma irregular ou completamente descaracterizada, levando-se em conta que hoje se fala muito mais em preservação que destruição.

A última hipótese apresentada diz respeito ao fato de turistas e visitantes se interessarem em participar de roteiros que provocam sensações inusitadas ou permitem a realização de uma experiência inesquecível, afirmação esta que, a partir do observado nas análises dos questionários aplicados aos turistas e visitantes, e das pesquisas bibliográficas sobre autores que discutem o tema, pode ser visivelmente confirmada, visto que os turistas procuram satisfazer seus desejos e necessidades através de coisas novas, de sentimentos inovadores e sensações agradáveis, que permitem voltar mais de uma vez ao local que lhe proporcionou este tipo de vivência.

Espera-se, enfim, que a partir deste trabalho seja possível contribuir para o desenvolvimento sustentável e, ao mesmo tempo inovador, do turismo, através do oferecimento de opções diferenciadas e surpreendentes aos turistas, auxiliando nas ações de preservação, conservação e valorização de lugares histórica e culturalmente importantes para a cidade, que fazem parte do passado e merecem ser devidamente reconhecidos no presente.

Além disso, vale lembrar que o conhecimento nunca termina, há sempre mais assuntos para se abordar, estudar ou aprender, sendo que este projeto poderá servir de base para estudos mais aprofundados sobre os temas aqui apresentados e/ou poderá inspirar estudantes a ir mais além e desenvolver projetos ainda mais interessantes.

## REFERÊNCIAS

- AZIM, M. Entrevista concedida no dia 12/12/2012, às 15h33, na sede da Fundação Cultural de Curitiba – PR (FCC).
- BAHL, Miguel. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Protexoto, 2004.
- BATISTA, C. M., ÁVILA, M. A. Patrimônio histórico cultural e turismo no carnaval de Caravelas: Axé *versus* Samba. **Caderno Virtual de Turismo**: 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115416203001>> Acesso em: 24/07/2012.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. 3ª ed. São Paulo: Edusc, 2002.
- BRAGA, D. C. **Agências de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- BRAMBATTI, L. E. (org.). **Roteiros de Turismo e Patrimônio Histórico**. Porto Alegre: EST Edições, 2002.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Cultural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em: 21/05/2012.
- CENTRO CULTURAL TEATRO GUAÍRA. Disponível em: <<http://www.teatroguaira.pr.gov.br/>> Acesso em 20/08/2012.
- CHEMIN, Marcelo. **Cidade e turismo: os recursos histórico-culturais da paisagem na composição do espaço turístico da cidade de Ponta Grossa - PR**. Tese de mestrado. Balneário Camboriú: UNIVALI, 2004.
- FREIRE, D., PEREIRA, L. L. História Oral, Memória e Turismo Cultural. In: MURTA, S. M.; ALBANO, C. (orgs.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.
- GOMES, M. P. **Antropologia: ciência do homem, filosofia da cultura**. São Paulo: Contexto, 2009.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 9 ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- GOODEY, B. Turismo cultural: novos viajantes, novas descobertas. In: MURTA, S. M.; ALBANO, C. (orgs.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.
- \_\_\_\_\_. Olhar múltiplo na interpretação de lugares. In: MURTA, S. M.; ALBANO, C. (orgs.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

HORA, A. S. S. da; CAVALCANTI, K. B. Turismo pedagógico: conversão e reconversão do olhar. *In*: REJOWSKI, M.; COSTA, B. K. (orgs.). **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO. **Setor Histórico**. Disponível em: <<http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br/>> Acesso em 27/08/2012.

INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. Disponível em: <<http://www.ippuc.org.br/default.php>> Acesso em 29/08/2012.

MENESES, J. N. C. **História e turismo cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 9 ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1994.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

MURTA, S. M.; ALBANO, C. (orgs.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

MURTA, S. M. Turismo histórico-cultural: parques temáticos, roteiros e atrações âncora. *In*: MURTA, S. M.; ALBANO, C. (orgs.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

PAÇO DA LIBERDADE. Disponível em: <<http://www.sescpr.com.br/eventos/pacodaliberdade/historico.html>> Acesso em 20/08/2012.

PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. (org.). **Turismo de experiência**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

PANOSSO NETTO, A.; LOHMANN, G. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

PARCHEN, R. Entrevista concedida no dia 20/01/2013, às 10h42, na sede da Secretaria de Estado da Cultura – SEEC – PR.

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. 3ª ed. São Paulo: Papyrus, 1993.

PIRES, F. M.; FERREIRA, M. A. T. Percepções sobre a interpretação do patrimônio edificado em Tiradentes. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**. 2007. Disponível em: <[www.eca.usp.br/turismocultural](http://www.eca.usp.br/turismocultural)> Acesso em 22/06/2012.

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO PARANÁ. Disponível em: <[http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/estatisticas\\_2012/DadosParana2006\\_2011.pdf](http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/estatisticas_2012/DadosParana2006_2011.pdf)> Acesso em 15/09/2012.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos. **Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares**: Brasília, 2005. Disponível em: <[http://moodle.ufpr.br/file.php/640/Textos/A\\_espetacularizacao\\_das\\_culturas\\_populares.pdf](http://moodle.ufpr.br/file.php/640/Textos/A_espetacularizacao_das_culturas_populares.pdf)> Acesso em 15/04/2012.

URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.

VANNUCCHI, Aldo. **Cultura Brasileira**. O Que é, Como se Faz. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

YÁZIGI, Eduardo (org.). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

**LISTA DE APÊNDICES**

Apêndice A: Roteiro de Questionário Aplicado aos Turistas .....	83
Apêndice B: Roteiro de Entrevista Aplicada aos Representantes das Instituições.....	85
Apêndice C: Audioguia do Roteiro Turístico Sensorial do Centro Histórico de Curitiba-PR.....	87
Apêndice D: Audioguia do Roteiro Turístico Sensorial da Praça Santos Andrade.....	94

**APÊNDICE A: ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO APLICADO AOS TURISTAS**

1. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino
2. Ano de nascimento \_\_\_\_\_
3. Cidade onde mora: \_\_\_\_\_
4. Das áreas descritas abaixo, qual delas já visitou?  
( ) Centro Histórico (Largo da Ordem e entorno)  
( ) Praça Santos Andrade (Incluindo Teatro Guaíra e entorno)
5. Conhece todos os atrativos existentes nesse(s) local(is)?  
( ) Não ( ) Sim. O que mais te chamou a atenção? \_\_\_\_\_
6. Qual é a primeira coisa ou sentimento que lhe vem à mente quando se fala em:  
( ) Centro Histórico  
( ) Praça Santos Andrade
7. Costuma ou se interessa em observar detalhes dos prédios e fachadas antigas, monumentos, calçadas, atrativos?  
( ) Não. Teria interesse em conhecer? \_\_\_\_\_ ( ) Sim.
8. A visita à essas áreas superou suas expectativas?  
( ) Sim. De que forma? \_\_\_\_\_  
( ) Não.
9. Qual foi o principal meio para buscar informações sobre essas áreas?  
( ) Amigos/ parentes  
( ) Materiais promocionais impressos  
( ) Internet  
( ) Agente de viagens  
( ) Reportagem escrita (jornais, revistas)  
( ) Postos de Informações Turísticas  
( ) Propaganda (revistas, jornais, outdoors, televisão, rádio, internet)  
( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_
10. Obteve no(s) meio(s) escolhido(s) acima, todas as informações que desejava?  
( ) Sim ( ) Não. Quais faltaram? \_\_\_\_\_
11. Essas informações foram relevantes e interessantes?  
( ) Não. Prejudicaram a experiência da visita? \_\_\_\_\_  
( ) Sim. Permitiram um maior conhecimento do local? \_\_\_\_\_

12. Se houvesse um roteiro sensorial, no qual fosse possível perceber o local de forma diferente e, assim, conhecê-lo e interpretá-lo melhor, você participaria?

Sim.  Não.

13. Quando visita uma cidade ou um atrativo em específico:

Prefere fazer seu próprio roteiro (procura informações para isso)

Depende da presença de um guia local

14. Quando visita locais históricos e de interesse cultural, qual sua principal motivação?

Conhecer a história do lugar

Observar sua arquitetura

Visitar museus e exposições

Outra. Qual? \_\_\_\_\_

## APÊNDICE B: ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADA AOS REPRESENTANTES DAS INSTITUIÇÕES

Entrevista realizada com: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Instituição: \_\_\_\_\_

Representante de qual área: \_\_\_\_\_

Data: / /

1. A instituição possui quantos bens materiais nas áreas centrais de Curitiba, sendo estas compreendidas pelo Centro Histórico e pela Praça Santos Andrade? Esses bens são tombados?
2. Todos eles possuem algum tipo de identificação externa?
3. São disponibilizados materiais informativos sobre as características e aspectos das edificações e do ambiente em que se encontram? Que tipo de material?
4. É realizado algum trabalho de revitalização e conservação permanentes nesses locais?
5. Há algum projeto voltado à preservação desses locais através da atividade turística?
6. Possui algum tipo de visita guiada ou roteiro específico, aberto e divulgado à população local e aos visitantes?
7. Quais foram os motivos que fizeram com que outros roteiros não fossem desenvolvidos ou devidamente mantidos e divulgados para conhecimento de turistas e visitantes (Ex.: Linha Pinhão – Pegadas da Memória)?
8. O que acha da implantação de um roteiro turístico sensorial (no sentido de despertar sensações e emoções) autoguiado nessa região? Concorda ou discorda? Por quê?
9. Se esse roteiro fosse implantado sem a presença de um guia, a instituição auxiliaria na divulgação do mesmo, na prestação de informações aos visitantes e na distribuição de materiais informativos aos turistas e à comunidade local?

10. As instituições teriam interesse em “aproveitar” essa demanda a fim de beneficiar e divulgar seus espaços, presentes em cada uma dessas áreas?
11. Quais são as restrições existentes em relação às duas áreas aqui abordadas? O que pode e não ser feito para sua valorização e conservação?
12. Espaço para sugestões, críticas ou observações.

## **APÊNDICE C: AUDIOGUIA DO ROTEIRO TURÍSTICO SENSORIAL DO CENTRO HISTÓRICO DE CURITIBA-PR**

Olá, boa tarde!

Seja bem-vindo ao Centro Histórico de Curitiba e ao roteiro sensorial autoguiado que propomos à você, a fim de conhecer um pouco mais do patrimônio histórico-cultural presente ao longo do calçadão do Largo da Ordem.

Desejamos um ótimo passeio e que esta seja, realmente, uma experiência inesquecível.

Iniciando nosso roteiro, você deverá estar na Rua Barão do Cerro Azul, antes de atravessar a rua para se chegar no início do calçadão do Centro Histórico. É importante lembrar e destacar que, entre a Rua Barão do Cerro Azul e São Francisco, há um monumento dedicado a Nossa Senhora da Luz dos Pinhais, antes de atravessar a rua em direção ao Centro Histórico de Curitiba.

Ao atravessar a Rua Barão do Cerro Azul, já é possível avistar o longo calçadão de pedras e, dos dois lados, as casas, prédios e monumentos antigos que realçam a história do local e fazem todos os seus visitantes viajarem no tempo.

Logo após atravessar a rua, mantenha-se parado no início do calçadão, observe tudo ao seu redor, o movimento das pessoas indo e vindo (um pouco mais apressadas com a correria durante a semana e mais calmas e observadoras nos finais de semana), o barulho dos carros contornando a parte histórica da cidade, os varredores de rua limpando e tirando o lixo do chão e das calçadas, entre outras situações que já podem ser visualizadas no início do roteiro.

De frente para o início do calçadão, pare um pouco sua caminhada e olhe para o lado esquerdo, no alto, em direção à localização da Praça Tiradentes e à Catedral. Deste ponto, é possível observar com clareza as torres e a cúpula da Catedral Basílica de Curitiba, após a reforma e restauração realizada durante o ano de 2012.

Entre a antiguidade das construções, representadas por seus detalhes e características peculiares, e as ruínas da antiga Catedral Basílica de Curitiba, como uma forma de contradição e paradoxo temporal, encontra-se também a arte

contemporânea: a Catedral reformada e os indícios de uma nova fase, na qual o novo e o antigo caminham juntos, buscando reconhecimento e valorização.

Ainda desse lado (esquerdo), saindo do calçadão e caminhando pela rua lateral, na Travessa Nestor de Castro, tem-se a oportunidade de visualizar, tanto do lado esquerdo quanto direito, alguns dos interessantes e coloridos painéis de Poty Lazzarotto, com figuras e personagens referentes à época dos Tropeiros e da colonização do estado. Vale a pena ficar alguns minutos admirando seus traços e identificando a visão do pintor sob a representação do passado.

Ao continuar a caminhada, voltando ao início do calçadão, olhe para frente e atente-se ao desenho, estilo e arquitetura dos prédios e construções históricas, à torre da Igreja da Ordem, ao fundo (lado direito), e aos diferentes modelos e cores que enfeitam o famoso Largo da Ordem, no Bairro São Francisco. Alguns passos depois, seguindo pela Rua São Francisco (que se torna posteriormente Rua Doutor Claudino dos Santos), ainda no início do calçadão, você poderá visualizar do seu lado esquerdo um prédio laranja e vermelho, um pouco mais moderno, como primeiro ponto de interesse deste roteiro sensorial autoguiado: a Casa da Memória<sup>12</sup>, que abriga exposições fotográficas e um rico acervo histórico sobre Curitiba, através de documentos, cartas, filmes e afins. Note que no alto do prédio, há um detalhe diferente: 05 figuras iguais representam o fruto da árvore nativa do Paraná, o pinhão, realçando as características históricas e culturais presentes na cidade.

Seguindo pelo calçadão, após visitar a Casa da Memória, há um outro casarão histórico pintado com um azul claro, contrastando com as cores fortes da casa anterior. Olhe para o lado esquerdo e “se veja” nos vidros espelhados presentes nas portas da casa, o que propicia uma visão diferenciada do espaço. Note também os detalhes na madeira dessas portas. Do lado direito, há prédios abandonados e grafitados, mas ainda assim é interessante reparar nas luminárias regulares em todas as casas, nos detalhes dos desenhos e em alguma pomba que insiste em se acomodar em cima dos muros.

Chegando ao “centro” do Largo da Ordem, onde está o Bebedouro solitário no meio da calçada, observe e visite, se puder, a Casa Romário Martins<sup>13</sup>, no lado

---

<sup>12</sup> Casa da Memória. Disponível em: <<http://www.casadamemoria.org.br/>> Acesso em 10/01/2013.

<sup>13</sup> Inaugurada em 14 de dezembro de 1973, a Casa Romário Martins passou a sediar o primeiro núcleo voltado à preservação dos suportes da memória de Curitiba, base inicial da Casa da Memória e da Diretoria de Patrimônio Cultural do município [...] foi utilizada como moradia até o início do século passado, quando passou a abrigar o armazém de secos e molhados [...] e, a partir de 1930, o

esquerdo, toda pintada de branco com detalhes em verde nas janelas e portas (é a 2ª edificação mais antiga da cidade e o último exemplar da arquitetura colonial portuguesa localizada no centro da cidade); do outro lado, mais a frente, acompanhando a curva do calçadão, há o TUC – Teatro Universitário e sua galeria subterrânea, proporcionando a passagem ao outro lado da rua, de onde se pode observar uma parte do painel de Poty, já comentado anteriormente.

Vire-se de costas para a galeria e lá, do outro lado, está a Igreja da Ordem Terceira de São Francisco das Chagas, o mais antigo templo da cidade (construído no ano de 1.727), e, em anexo, encontra-se o Museu de Arte Sacra - MASAC<sup>14</sup>, com exposições permanentes e outras temporárias, todas ligadas ao tema da religião e crenças afins. Também vale a pena entrar e conhecer um pouco mais das manifestações religiosas e populares da época.

Observe também que passam todos os dias por ali pessoas de todas as tribos, gêneros, culturas e raças, enfatizando o Centro Histórico como um lugar de e para todos, sem qualquer distinção, representando um ponto de encontro social tanto durante a semana (em *happy-hours*) quanto nos fins das tardes de sábado e nas manhãs de domingo (quando acontece a tradicional Feirinha de Artesanato do Largo da Ordem, com várias barracas de artesanato e alimentação espalhadas ao longo do Centro Histórico, satisfazendo os mais diversos gostos e paladares).

Com relação aos bares e restaurantes, o Centro Histórico de Curitiba concentra o maior número de estabelecimentos de alimentos e bebidas que têm em seu cardápio comidas típicas e internacionais<sup>15</sup>. Portanto, vale a pena conhecer alguns locais ao longo da caminhada e provar seus quitutes e especiarias: ao lado da Casa Romário Martins, por exemplo, fica o Restaurante Saccy; um pouco mais a

---

armazém do Roque. Manteve atividades comerciais até sua desapropriação, em 1970, pela Prefeitura Municipal de Curitiba. Restaurada conforme projeto do arquiteto Cyro Ilídio Corrêa D'Oliveira Lyra, recebeu na inauguração o nome de Casa Romário Martins, em homenagem ao historiador e pesquisador Alfredo Romário Martins, autor de inúmeras obras referenciais sobre Curitiba. Como legislador, criou a Lei que define o dia 29 de março como a data oficial de comemoração do aniversário da cidade. Disponível em: <<http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/patrimonio-cultural/espacos-culturais/casa-romario-martins>> Acesso em 20/01/2013.

<sup>14</sup> Inaugurado em 12 de maio de 1981, o Museu de Arte Sacra da Arquidiocese de Curitiba – MASAC possui em seu acervo mais de 800 peças classificadas como objetos de culto, paramentos litúrgicos, obras raras, mobiliário, fotografias, pinturas, imagens e objetos de uso pessoal. Entre as peças, destaca-se a imagem do Bom Jesus dos Pinhais, em terracota, de fins do século XVII. Além da exposição permanente do acervo, são organizadas exposições temporárias com temas pertinentes à arte religiosa. Disponível em: <<http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/patrimonio-cultural/espacos-culturais/museu-de-arte-sacra-r-masac>> Acesso em 22/01/2013.

<sup>15</sup> Centro histórico de Curitiba quer ser mais conhecido. Disponível em: <<http://panoramadoturismo.com.br/centro-historico-de-curitiba-quer-ser-mais-conhecido/>> Acesso em 05/02/2013.

frente, passando o bebedouro central, está o famoso Bar do Alemão (ou Schwarzwald), instalado em um prédio histórico datado de 1.930, reunindo várias pessoas em suas mesas ao ar livre, espalhadas pela calçada. Na parte de cima do prédio, fica o Curitiba Hostel, que atende os turistas e visitantes, proporcionando, de suas sacadas, uma visão privilegiada de todo o Largo da Ordem. Da lateral do Bar do Alemão, olhando para o alto, em direção ao teto da Casa da Memória, é interessante observar alguns pedaços do que parecem ser canos apontados para fora, podendo ser vistos a olho nu, de longe. Eles dão um toque diferente à paisagem!

Em frente ao Bar do Alemão, a Casa Hoffmann oferece cursos nas mais diversas linguagens artísticas, além de exposições e apresentações culturais; quanto à sua edificação, pare um pouco e observe seus detalhes, os leões esculpidos em material especial, abaixo da sacada, olhando para quem passa pela calçada todos os dias.

Seguindo em frente, olhe para o chão e repare na linha vermelha que corta o calçadão do Largo da Ordem até um determinado trecho, antes de chegar à Praça Garibaldi. Esta linha era denominada de Linha Pinhão – Pegadas da Memória<sup>16</sup> e não há muitos estudos ou informações sobre o que realmente representava ou porque ficou esquecida com o tempo. Mas ela seria utilizada para contar a história de Curitiba a partir de placas interpretativas localizadas na passagem pelos seus principais atrativos histórico-culturais.

Alguns passos após passar o Bar do Alemão é possível observar outro prédio, este um pouco mais recente (inaugurado em 1996 em comemoração aos 300 Anos de Curitiba) e moderno, com vidros transparentes e chamativos, em uma obra tridimensional: seja bem-vindo ao Memorial de Curitiba<sup>17</sup>, um espaço cultural

---

<sup>16</sup> Obra editada em 1995, representa um roteiro cultural e histórico para conhecer Curitiba a pé [...] impressa no chão da cidade, mapeando 51 marcos da área central. Convida a fazer um passeio a pé, sem pressa, nas pegadas sobre terra, grama, pedra, asfalto, petit-pavé. Apresenta Curitiba pelos caminhos da história, capturando o olhar e a atenção do transeunte para edificações, ruas, praças e monumentos. São marcos da paisagem urbana que se destacam pelo papel de mudo testemunho da história comum, seja pela arquitetura, seja pelo uso. Disponível em: <<http://www.rafaelgreca.org.br/blog1/?cat=29&paged=2>> Acesso em 25/01/2013.

<sup>17</sup> Espaço moderno concebido para abrigar atividades culturais múltiplas, incluindo exposições e apresentações cênicas e musicais, e preservar e expor a história da cidade [...] também é utilizado para seminários, palestras, oficinas, congressos, lançamentos de livros, entre outras atividades. Suas instalações compreendem salas de exposições [...], um auditório [...], o Mirante do Marumbi e uma praça interna para grandes eventos. O Memorial foi projetado em linhas modernas, vigas metálicas, cobertura e laterais de vidro transparente, em contraste com as centenárias construções do setor

composto por três andares que contam, através de exposições, o passado e o cotidiano da cidade, além de proporcionar uma vista diferenciada do Centro Histórico através de sua fachada transparente.

Saindo do Memorial, logo em frente há dois outros espaços culturais interessantes: o Espaço Cult, que recebe festas alternativas e exposições culturais periodicamente, e a Galeria de Arte Mold'are. Nesse ponto, olhe para cima da Galeria e observe outro painel de Poty Lazzarotto, formando um mosaico de azulejos coloridos, que representam a época do Tropeirismo na região, demonstrada através dos tropeiros que traziam seus cavalos para descansarem e beberem água direto da fonte.

Ao lado, mais um estabelecimento de alimentação, a Casa Lilás, oferece almoço e chá da tarde aos turistas e visitantes que por ali passeiam.

Caminhando um pouco mais, do lado esquerdo, começa a aparecer a lateral da Igreja Presbiteriana Independente de Curitiba, com sua torre diferenciada e seu interior todo decorado com imagens religiosas e diferentes estilos arquitetônicos. Quase em frente à Igreja, há uma placa interpretativa sobre o Setor Histórico em que você se encontra. Vale a pena conferir!

Do lado direito, fica localizado o Solar do Rosário, instituição que oferece, anualmente, cursos e oficinas culturais abertas à comunidade.

Atravessando a Rua Duque de Caxias, permita-se conhecer a simpática Igreja do Rosário dos Pretos de São Benedito ou somente Igreja do Rosário<sup>18</sup>, construída no mesmo local da Igreja anterior (construída em 1.737 e demolida em 1.931). Restaurada recentemente, possui detalhes arquitetônicos singulares e azulejos

---

histórico. O edifício, que tem projeto arquitetônico inspirado no pinheiro paranaense, transformou-se num destacado centro cultural da cidade.

O Piso da Praça é revestido em paralelepípedos reciclados das ruas Vicente Machado e Saldanha Marinho. [...] o escultor catarinense Elvo Benito Damo, residente em Curitiba, é o criador do "Rio dos Pinhões", com 15 metros de comprimento, composto de 4.500 unidades (entre pinhões e pinhas) moldadas em argila. Disponível em: <<http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/patrimonio-cultural/espacos-culturais/memorial-de-curitiba>> Acesso em 25/01/2013.

<sup>18</sup> A atual Igreja de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos de São Benedito é uma construção de 1946, em estilo barroco. A primeira igreja do Rosário foi construída por e para os escravos, em estilo colonial. Era a terceira igreja de Curitiba, depois da Matriz e da Igreja da Ordem. O nome original era Igreja de Nossa Senhora dos Pretos de São Benedito. Com a abolição da escravatura, a igreja perdeu sua razão original de ser. Serviu de matriz de 1875 a 1893, durante a construção da Catedral, na Praça Tiradentes. Disponível em: <<http://www.curitiba-parana.net/patrimonio/igreja-rosario.htm>> Acesso em 20/01/2013.

originais tanto em sua parte externa quanto interna (composta por azulejos portugueses).

Saindo da Igreja do Rosário, no meio da Praça Garibaldi, onde você se encontra, há um monumento de homenagem aos tropeiros e imigrantes que comercializavam seus produtos e mercadorias no centro da cidade. Estes produtos eram trazidos e carregados por carroças e, enquanto os comerciantes vendiam os mesmos, seus cavalos bebiam água direto da fonte que ali existia. Esta fonte ficou então conhecida como Fonte da Memória<sup>19</sup>, popularmente chamada de “Cavalo Babão”, pois é representada por uma cabeça de cavalo com a boca aberta, de onde sai água da fonte. Há também uma placa, localizada atrás da fonte, que simboliza sua criação e importância para os curitibanos.

Do lado esquerdo da Praça, vale observar o colorido das casas históricas, uma ao lado da outra, cada uma com sua arquitetura e peculiaridades. Subindo a Praça, mais para o final da rua e quase em frente ao Palácio Garibaldi, há o famoso Relógio das Flores<sup>20</sup>, que marca a hora real e é decorado pelas flores de cada estação do ano. Atravessando a rua seguinte, você estará em frente a outro prédio histórico de destaque: o Palácio Garibaldi<sup>21</sup>, que é sede da Sociedade Giuseppe Garibaldi e realiza eventos particulares; seu acesso é realizado apenas por sócios e pessoas afins. Porém, na frente do Palácio, é possível visualizar algumas placas com informações históricas sobre o mesmo.

Chegando ao final do nosso roteiro, continue subindo a Avenida Jaime Reis, até chegar às Ruínas de São Francisco, na Praça João Cândido, aproximadamente no meio da quadra. Primeiramente, você avistará o Palco das Ruínas, local com arquibancadas, onde geralmente se realizam eventos e shows de música e apresentações artísticas e culturais, reunindo pessoas de todas as idades e tribos

---

<sup>19</sup> A Fonte da Memória, em forma de uma cabeça de cavalo, é um tributo aos imigrantes e tropeiros que vinham a Curitiba para comercializar seus produtos. [...] O monumento, que marca um ciclo da história da cidade, foi instalado na Praça Garibaldi em 1995. É um trabalho, em granito e bronze, do escultor curitibano Ricardo Tod (1963-2005). Disponível em: <<http://www.curitiba-parana.net/patrimonio/fonte-memoria.htm>> Acesso em 20/01/2013.

<sup>20</sup> O Relógio das Flores é um presente dado por joalheiros à cidade de Curitiba, em 1972. As flores são mudadas a cada estação do ano. O relógio tem 8 metros de diâmetro e funciona à base de quartzo.

<sup>21</sup> O Palácio, iniciado em 1887, foi concluído em 1904. A fachada, em estilo neoclássico, só ficou pronta em 1932, uma obra do arquiteto João de Mío. Importante na história do movimento operário paranaense sediou, em 1906, o I Congresso Estadual, que gerou a Federação Operária no Paraná. Em 1943, durante a Segunda Guerra Mundial, o Palácio foi desapropriado pelo governo, teve uso como Palácio da Justiça e sede do Tribunal Regional Eleitoral. E somente devolvido à Sociedade em 1962. Em 1988, o Palácio Giuseppe Garibaldi foi tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Paraná, mas continua como sede da Sociedade Garibaldi.

sociais. Após passar esse espaço, ainda subindo a rua, logo em seguida você poderá observar mais detalhadamente as Ruínas e Arcadas da antiga Igreja de São Francisco de Paula<sup>22</sup>, protegidas por algumas grades metálicas, a fim de preservar esse patrimônio histórico.

Assim, aqui termina nosso roteiro sensorial pelo Centro Histórico de Curitiba, que procura ressaltar os aspectos históricos e arquitetônicos dos monumentos, casarões e patrimônios de nossa cidade, através da interpretação do patrimônio. Buscamos aqui, apenas valorizar aquilo que um dia já representou todo o cotidiano de Curitiba e que necessita de um “novo olhar” por parte dos turistas e visitantes que visitam essa região. Espero que tenha sido uma ótima experiência para você. Muito obrigada por fazer parte da nossa história!

---

<sup>22</sup> As Ruínas de São Francisco, na Praça João Cândido, são os remanescentes de uma construção inacabada, iniciada pelos portugueses, que viria a ser a Igreja de São Francisco de Paula. Em 1811, a capela-mor e a sacristia ficaram prontas, contudo, em 1860, as pedras que finalizariam as obras da igreja teriam sido usadas para erguer a torre da antiga Matriz. Existem relatos, não confirmados, de que foram construídos túneis ligando as ruínas a outros pontos da cidade. Disponível em: <<http://www.curitiba-parana.net/patrimonio/ruinas.htm>> Acesso em 21/01/2013.

## **APÊNDICE D: AUDIOGUIA DO ROTEIRO TURÍSTICO SENSORIAL DA PRAÇA SANTOS ANDRADE**

Olá, boa tarde!

Seja bem-vindo à Praça Santos Andrade e ao roteiro sensorial autoguiado que propomos à você, a fim de explorar a região na qual se localizam dois dos mais antigos e principais prédios da história de nossa cidade: o Prédio Histórico da Universidade Federal do Paraná e o Centro Cultural Teatro Guaíra. Preparado? Então vamos lá!

Ali, entre o barulho dos carros, o movimento da cidade e das pessoas ao redor da Praça, o som do sinaleiro para pedestres (procure escutar), o canto dos pássaros e rugido das pombas que sobrevoam a região, se ajeitando e habitando o alto das colunas históricas do Prédio da Universidade do Paraná, entre os vendedores que demonstram nas suas calçadas seus produtos artesanais, está a Praça Santos Andrade, representada pela imponência do Prédio Histórico da UFPR, ocupando todo o quarteirão e convidando moradores e turistas a desfrutarem momentos de lazer e a desvendarem suas curiosidades.

Sente-se num dos bancos localizados em frente ao Prédio Histórico e observe a beleza da arquitetura e os detalhes do Prédio, suas colunas, escadarias, janelas. Se estiver aberto, sinta-se à vontade para entrar e conhecê-lo, observando as escadarias centrais e laterais (na Rua XV de Novembro) presentes ao redor do Prédio. Na Praça, atente-se às estátuas e monumentos dedicados aos fundadores e docentes da UFPR e observe que todos estão com sua frente voltada para a frente do Prédio. O que cada personagem representa? Seus significados, suas histórias, mistérios, indicando a ligação entre passado e presente.

Se tiver tempo, vá até a frente do Prédio Histórico, suba suas escadarias frontais (na entrada principal) e vire-se para a Praça: entre as colunas da UFPR, observe a “composição” da Praça, os bancos para descansar ou “prosear”, os canteiros de flores coloridas que enfeitam e dão cor ao local, o chafariz localizado no meio da Praça (procure fechar os olhos e escutar o barulho da água, silenciosa, em meio ao movimento apressado da cidade ao redor; observe ainda as árvores que

dão “cor e vida” ao centro da cidade, a Araucária, símbolo do estado do Paraná, com seus galhos que caem ao chão através do vento que anuncia a chuva.

E se chover? Não tem o menor problema! Aproveite para tomar um banho de chuva, se necessário, mas não deixe de conhecer os detalhes (seja em qualquer estação do ano) dos lugares que Curitiba lhe apresenta.

Quando estiver anoitecendo, a paisagem ganha um sentido especial: as luzes da Praça se acenderão, dando um outro aspecto à paisagem (que se intensifica à medida que a escuridão da noite se aproxima). Ainda mais quando a iluminação especial da UFPR é acesa, deixando o Prédio ainda mais imponente e bonito...vale a pena realizar uma visita à Praça durante a noite!

Na Rua ao lado (Amintas de Barros), há pontos de ônibus que facilitam a locomoção de turistas, moradores e visitantes, levando os transeuntes a diversos pontos da cidade, além do tubo da Estação Central, por onde passam os biarticulados, localizada atrás do Prédio, antes da Rua XV de Novembro.

Seguindo pela Praça, passando o chafariz, há um monumento inaugurado recentemente (2010) que homenageia uma das artistas mais respeitadas de Curitiba: Lala Schneider.

Logo em seguida, vire-se de costas para o monumento e, na sua frente, está o maior e mais antigo Teatro de nossa cidade: o famoso Teatro Guaíra. Porém, antes de atravessar a rua, observe o mural acima da entrada do Teatro, feito por Poty Lazzarotto, apresentando a história e cultura do estado.