

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
GIOVANA BAUER JOAQUIM
GUILHERME JOAQUIM DE SOUZA**

**REVITALIZAÇÃO DA RUA GENERAL CARNEIRO (PARANAGUÁ-
PR) POR MEIO DA ATIVIDADE TURÍSTICA: UM BREVE ESTUDO DE
VIABILIDADE**

**MATINHOS
2016**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
GIOVANA BAUER JOAQUIM
GUILHERME JOAQUIM SOUZA**

**REVITALIZAÇÃO DA RUA GENERAL CARNEIRO (PARANAGUÁ-
PR) POR MEIO DA ATIVIDADE TURÍSTICA: UM BREVE ESTUDO DE
VIABILIDADE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado para Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral como requisito parcial a obtenção do título Tecnólogo em Gestão de Turismo no curso de Graduação de Tecnologia em Gestão de Turismo.

Orientador: Prof. MSc. Augusto José W. A. das Neves

**MATINHOS
2016**

Aos nossos pais,
Jacira, Etelvino, Elizabete e José, dedicamos.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter nos dado saúde e força para superar as dificuldades.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbramos um horizonte superior, eivado pela acendrada confiança no mérito e ética aqui presentes.

Ao nosso orientador Augusto Neves, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

Aos nossos pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da nossa formação, o nosso muito obrigado.

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.”

Arthur Schopenhauer

RESUMO

Por meio de uma reflexão teórica voltada à concepção de paisagem urbana, foi desenvolvido um estudo focado na análise da paisagem edificada da Rua General Carneiro – Rua da Praia (ponto turístico e comercial local), em Paranaguá –PR. O trabalho visa contribuir para a melhoria da qualidade do turismo, com enfoque na revitalização e desenvolvimento da região central histórica da cidade. A recuperação de atratividade da região como local para viver e investir, valorizar e potencializar o patrimônio histórico, cultural e paisagístico da cidade; a implantação de novos equipamentos turísticos, culturais e de lazer com ganhos sociais e econômicos para a região. Com o intuito de retomar o desenvolvimento socioeconômico do centro histórico, e conseqüentemente, de toda a cidade. Para a execução da ação e início de mudanças, deve haver uma aliança entre o poder público, comerciantes locais, moradores e empresários da cidade visando colaboração e maior mobilização para realização do projeto. Logo, que, todos serão indiretamente e/ou diretamente beneficiados com a inserção do mesmo, tendo em vista que o projeto visa a melhoria da região.

Palavras-chave: Turismo. Revitalização Urbana. Centro histórico. Patrimônio Cultural. Paranaguá.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização de Paranaguá.....	35
Figura 2: Parte do Centro Histórico de Paranaguá.....	35
Figura 3: Perfil dos turistas em Paranaguá por proveniência – Segundo quadrimestre 2011.....	36
Figura 4: Comparativo mensal – 2011.....	36
Figura 5: Barcos de turismo atracados no trapiche.....	37
Figura 6: Trapiche recentemente reformado na Rua da Praia.....	38
Figura 7: Trapiche que dava acesso aos barcos.....	38
Figura 8: Má conservação de uma das calçadas da Rua da Praia.....	39
Figura 9: Calçada na extensão da Rua General Carneiro.....	39
Figura 10: Encanamento comercial despejado em via pública.....	40
Figura 11: Mau estado da Rua General Carneiro.....	40
Figura 12: Passarela que dá acesso a um dos trapiches.....	41
Figura 13: Material informativo sobre os pontos turísticos.....	42
Figura 14: Mapa turístico de Paranaguá.....	42
Figura 15: Posto de informações turísticas no Palácio Mathias Bohn.....	43
Figura 16: Placa informativa em frente ao longo ponto de embarque.....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Segmentos de turismo dentro do Turismo Cultural.....	22
Quadro 2: Instrumento de coleta de dados de informações básicas.....	30
Quadro 3: Instrumento de coleta de dados de meios de acesso.....	31
Quadro 4: Instrumento de coleta de dados equipamentos e serviços.....	32
Quadro 5: Instrumento de coleta de dados para a entrevista.....	33

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
1.1 PROBLEMA.....	12
1.1.1 OBJETIVOS.....	12
1.1.2 Objetivo geral.....	12
1.1.3 Objetivos específicos.....	12
1.2 JUSTIFICATIVA.....	12
2. REVITALIZAÇÃO EM ESPAÇOS HISTÓRICOS.....	14
2.1 TURISMO EM ESPAÇOS HISTÓRICOS.....	19
2.1.1 Segmentação da oferta.....	21
2.1.2 Turismo Cultural.....	21
2.1.3 Conservação do patrimônio histórico para desenvolvimento turístico....	25
3 METODOLOGIA.....	27
3.1 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	29
3.2 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE DADOS.....	34
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	35
4.1 FORMULÁRIO APLICADO A INFORMAÇÕES BÁSICAS.....	35
4.2 FORMULÁRIO APLICADO AOS MEIOS DE ACESSO A CIDADE/ÁREA..	37
4.3 FORMULÁRIO APLICADO A EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS.....	41
4.4 ENTREVISTA APLICADA AOS MORADORES E GESTORES DOS ESTABELECIMENTOS DA REGIÃO.....	44
4.4 ANÁLISE SWOT.....	45
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS.....	50
APÊNDICES.....	52

1 INTRODUÇÃO

Tendo como base os exemplos de boas ideias e práticas que transformam e transformarão lugares antes abandonados, geradores de problemas sociais e que afastam a população de seu entorno, busca-se recuperar a área central histórica da cidade de Paranaguá, para livrá-la da situação decadente e deteriorada em que se encontra.

O sub aproveitamento do local é notório: obras inacabadas, ausência de placas informativas turísticas, infraestrutura precária para a atividade turística, entre outras fraquezas, apesar do grande potencial. Com o investimento e execução de ideias corretas a região tende a prosperar e agregar valor ao conjunto local, não só no setor de turismo, pois o crescimento turístico consequentemente desenvolverá todo o setor econômico. A revitalização dará maior visão para a cidade como atrativo turístico, instigando os turistas para que conheçam e usufruam dessa oferta, aumentando o fluxo receptivo, o que motivará os empreendedores a melhorarem os serviços prestados.

Segundo Yázigi (2002, p. 135) “[...] a paisagem interessa antes a seus próprios habitantes e [...] só uma relação estima deles com ela é que despertará o interesse de transeuntes, visitantes e turistas”. Tendo como base esse pressuposto em relação da paisagem urbana, buscou-se fazer um projeto focado na revitalização da Rua. O local é uma zona comercial, residencial e turística, pouco estruturada até mesmo para os moradores.

De uma maneira geral, os lugares, objetos de procedimento de revitalização são os centros tradicionais, pois foram deixando o perfil de centralidade para outras áreas, o que resulta no desgaste desses espaços. O principal motivo para revitalização é o estado de imenso comprometimento não só físico, mas também social, lugares pouco povoados e/ou subutilizados e construções em condições de risco em que se encontra o local. A melhoria física ao lugar é um dos principais motivos da revitalização.

Os motivos que inibem um possível interesse dos visitantes na área são diversos, entre eles existe a não conservação do ambiente, a estrutura imprópria, a grande presença de moradores de rua e marginais (que se consiste num problema

social), tornando o local inseguro, e a falta de incentivo do lado público e privado, tem gerado a desvalorização da região para o uso turístico e municipal.

É necessário ter de volta importantes espaços que fazem parte da memória social e que poderão ser usufruídas por todos. Garantir o direito fundamental à memória, direito que é carregado de valores e construído socialmente. A ideia é promover o desenvolvimento de atividades econômicas ligadas ao turismo, contando com o apoio da prefeitura e de instituições privadas. Mostrando o potencial turístico da região e incentivando o uso dos casarios da Rua para empreendimentos, com abertura de comércios, onde também podem ser realizados eventos para dinamizar o local. Os empreendimentos podem ser diversos setores: alimentícios, culturais, entretenimentos e outros, tendo como exemplo de sucesso a cidade de Paraty que é nacionalmente conhecida pelo Turismo.

1.1 PROBLEMA

Quais práticas de revitalização para fins turísticos podem ser utilizados no caso da Rua General Carneiro em Paranaguá – Paraná (Brasil)?

1.1.1 OBJETIVOS

1.1.2 **Objetivo geral**

Propor ações de revitalização na Rua General Carneiro (Paranaguá - PR) por meio da atividade turística.

1.1.3 **Objetivos específicos**

- Caracterizar revitalização em espaços históricos;
- Apresentar o turismo cultural cívico
- Realizar o diagnóstico espacial e turístico da Rua General Carneiro (Paranaguá-PR)
- Apresentar ações de intervenção espacial e turística para a Rua General Carneiro (Paranaguá-PR)

1.2 JUSTIFICATIVA

Percebemos que a realidade atual vem afastando os visitantes da área em que se

baseia o trabalho. Dentre os fatores responsáveis pelo afastamento, nota-se a inexistência de manutenção, infraestrutura imprópria e insegurança no local. O que conseqüentemente tem gerado pouco interesse da população e por conseqüência a desvalorização da região para o uso turístico e municipal.

Em uma visita técnica a Paraty, realizada no ano de 2014, observamos a semelhança com a cidade de Paranaguá, e constatamos o quão é importante o planejamento e investimento para que o turismo seja desenvolvido. Paraty se tornou referência em Turismo Cultural e cada vez mais vem crescendo como destino turístico. Então surgiu a pergunta: Por que não Paranaguá?

Ao compararmos Paranaguá com Paraty, chega-se que ao fato de que a diferença com que o turismo e a preservação do patrimônio é tratado é gritante, pois, para a primeira nunca se teve o foco na atividade turística, muito provavelmente por essa ter como principal atividade econômica histórica o Porto de Paranaguá, já a segunda, tem a preservação como fator primordial para garantir a sua economia baseada no turismo.

Por isso, a proposta não baseia-se apenas na prospecção da atividade econômica, mas, antes disso, devolver a sociedade aquilo que sempre lhe foi de direito e através disso permitir melhores condições para a exploração turística.

2. REVITALIZAÇÃO EM ESPAÇOS HISTÓRICOS

A cidade de Paranaguá, localizada no estado do Paraná, conta com a Rua General Carneiro, popularmente conhecida como Rua da Praia, rua onde há a maior concentração de sobrados coloniais, casarões coloridos que abrigam museus, espaços culturais e mercados, como o de Artesanato e o do Café, em estilo neoclássico, um importante ponto turístico e de grande potencial que vem sofrendo com o descuido e o constante declínio devido a carência de planejamento e investimento.

Para a execução de uma ação e início de mudanças na Rua, uma aliança entre o poder público, moradores, empresários e comerciantes locais deve ser concretizada para facilitar esse processo, pois quanto maior a colaboração e mobilização social melhor. Logo, que, todos serão diretamente e/ou indiretamente beneficiados com o sucesso de sua execução, considerando que o projeto objetiva a melhoria da região para um todo. Dada iniciativa, a probabilidade de investimentos dos setores turísticos pode ser influente.

O espaço da Rua da Praia, que abrange grande parte do centro histórico, é preservada por tombamento como patrimônio nacional, pelo Iphan.

O centro histórico de Paranaguá é o mais novo patrimônio histórico do Paraná reconhecido nacionalmente. A área, que foi tombada em nível estadual na década de 1990, teve a proposta de tombamento pelo governo federal [...], em uma reunião do conselho consultivo do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) [...]. (YANO, 2009)

Por muitas vezes isso é motivo de impasse para que uma medida seja tomada, dificultando práticas. Todavia, existem viés para incentivar quem investir em bens tombados, como a isenção de IPTU e de ISS da obra, seguindo o exemplo do município de Santos, que utiliza desse meio para atrair os empreendedores e comerciantes.

“As isenções variam conforme o caso e decorrem desde a isenção total de impostos até a possibilidade de patrocínio por empresas locais. No caso do patrocínio, a empresa patrocinadora pode obter até 50% de isenção do IPTU ou ISS.” (PROGRAMA CIDADES SUSTENTÁVEIS, 2015)

O réuso enriquecerá a identidade da Rua perante moradores e turistas, de modo que servirá como apoio no resgate a memória local e permitirá uma melhor

interação entre a sociedade e o patrimônio, além de permitir uma fonte econômica sustentável.

[...] a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si. (POLACK, 1992, p. 5)

A promoção de identidades locais e reavivamento da memória enaltece o patrimônio não só material mas também o imaterial, fruto do decorrer da vida humana.

Geralmente quando pensamos em patrimônio, temos a tendência de associá-lo somente ao patrimônio material, ligado a riqueza, que são herdados ou que possuem algum valor afetivo. Porém, patrimônio não se limita apenas sentido de herança. Refere-se também, aos produzidos por nossos antepassados, que resultam em experiências e memórias, coletivas ou individuais. (ROCHA, 2012, p.1)

A revitalização tem sido importante para as áreas turísticas pelo motivo de recuperar seu uso como espaços públicos, permitir uma nova vitalidade a pontos em decadência e assegurar boas condições a quem deseja usufruir do espaço urbano.

Tendo em vista os inúmeros casos de imobiliários urbanos abandonados, a cidade de Santos deu início ao Programa Alegria Centro, de Revitalização e Desenvolvimento da região central da cidade, em 2003. A intenção do projeto é revitalizar a área, preservar o patrimônio histórico, fomentar o comércio e o turismo local.

Segundo o site Cidade Sustentáveis, os resultados desse projeto são de grande impacto positivo: “Até 2012, foram concedidas 299 isenções fiscais. Os investimentos com o programa somaram R\$ 173,29 milhões. Ao todo, 490 obras de restauração foram realizadas e o escritório técnico do Alegria Centro fez 2.916 atendimentos.” (PROGRAMA CIDADES SUSTENTÁVEIS, 2015)

Pode-se notar outro exemplo de revitalização de sucesso, a intervenção no bairro Puerto Madero, em Buenos Aires, espaço que permaneceu inutilizado por cinquenta anos e que após a execução da revitalização, que reintegrou 170 hectares de área a cidade e se tornou um bairro de alto valor agregado e de grande interesse turístico.

O setor leste foi renovado, compreendido entre as antigas docas, preservando o prédio de estoque e oferecendo uma importante oferta de serviços e espaços públicos de qualidade. No setor oeste foi gerado um tipo de intervenção a partir das vigas das torres. Como resultado, a capacidade de atração de novas atividades surgiu na área de influência na forma de uma infinidade de grandes projetos urbanos, como resposta à demanda da localização. (BRITTO, 2013)

Em Curitiba, a Rua São Francisco também seguiu a linha de recuperação, segundo a UOL (2016), após ser revitalizada em 2012, ganhou uma nova capacidade: atrair pessoas para as suas calçadas. Bares e restaurantes passaram a se instalar pela região e hoje a rua se consolidou como um polo gastronômico e cultural de Curitiba. Local que até então servia como ponto de drogas e de prostituição.

Para Rocha (2012), a preservação é interessante para o desenvolvimento cultural de um povo, visto que reflete em sua formação sociocultural, assim garantindo para as pessoas a oportunidade de conhecer diversas culturas. Esse ato de resguardo faz com que novos laços a memória afetiva sejam criados e resgatados.

Em cidades históricas, assim como Paranaguá, a educação patrimonial é necessária para que o segmento do Turismo Cultural cresça, desenvolva e consolide-se. Conceitos de Interpretação do Patrimônio também podem ser aplicados com eficiência em locais onde são possíveis realizar a prática do Turismo Cultural, assegurando haja preservação do patrimônio por meio de turistas e moradores.

Todo homem tem direito ao respeito aos testemunhos autênticos que expressam sua identidade cultural no conjunto da grande família humana; tem direito a conhecer seu patrimônio e o dos outros; tem direito a uma boa utilização do patrimônio; tem direito de participar das decisões que afetam o patrimônio e os valores culturais nele representados; e tem direito de se associar para a defesa e pela valorização do patrimônio. (PERINOTTO; SANTOS, 2011, p.205)

Portanto, a utilização da educação patrimonial se mostra como um instrumento eficiente de desenvolvimento do Turismo Cultural nas áreas das cidades. Essa atenção e agrupamento de ideias junto ao planejamento, poderia vir a desenvolver um olhar de preservação ainda maior, como Mira (2009) declara:

A atividade turística tem sido responsável, especialmente através do turismo cultural e do ecoturismo pela criação de uma mentalidade preservacionista do patrimônio. Esse papel, no entanto, tem sido bem recente, já que o turismo foi também o responsável pela degradação de muitos destinos. (MIRA, 2009, p.15)

A consciência de preservação garante que hoje a educação patrimonial ganhe cada vez mais visibilidade em demais setores, mostrando a importância e fazendo com que a atividade turística obtenha o amparo fundamental de órgãos responsáveis por cultura, patrimônio e turismo.

A atividade turística assume um papel muito importante dentro da sociedade. Além de proporcionar desenvolvimento através da geração de emprego e renda pode se tornar um grande incentivador da cultura e, por conseguinte, a valorização do patrimônio histórico-cultural de um povo. (PERINOTTO; SANTOS, 2011, p.201)

A possibilidade de mudança de roteiros de visitação se dá devido a união de turismo e cultura, por meio a busca de novas motivações. Inclusive, a Embratur (2010), aponta a atividade cultural como “da motivação do turista em deslocar-se, especialmente com a finalidade de vivenciar aspectos e situações, que podem ser particularidades da cultura.” Ora, o Ministério do Turismo (2010), afirma que o 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.

A população receptora pode ser uma das maiores beneficiadas entre a relação turismo e cultura, uma vez que região se torne turística através da valorização da identidade local. A troca, a população pode perceber importância da sustentabilidade por meio da prática do turismo, que pode resultar em crescimento de renda e emprego.

Quanto aos aspectos positivos tem-se: a valorização do artesanato local, da herança cultural, orgulho étnico, valorização e preservação do patrimônio histórico-cultural, intercâmbio cultural, troca de valores, vivência emocional e espacial, melhoria em infraestrutura pública e geração de empregos e renda. (PERINOTTO; SANTOS, 2011, p.211)

Um excelente modelo sobre esse contexto é a cidade de Paraty, que se tornou destino referência em Turismo Cultural após aproveitar o seu potencial histórico e cultural criando um calendário de eventos diversificados, que hoje faz parte de um grupo de destinos capazes de realizar eventos de qualidade e indutores de fluxo turístico. A cidade valoriza e promove bens materiais e imateriais culturais e recebe apoio da gestão pública e da iniciativa privada, feito facilitou muito para o sucesso no desenvolvimento, pois infelizmente é comum ver a não concretização de projetos devido a atitudes políticas logo que os representantes eleitos não dão continuidade a trabalhos iniciados por gestões anteriores.

O aumento do tempo ocioso das pessoas é outro fator que torna a preservação e revitalização necessária para a sociedade, isso pede cada vez mais opções de atividades e lugares de lazer nas cidades. Por isso, a necessidade da atividade turística ser encaixada em uma prática de planejamento. Assim, o planejamento torna-se chave para a realização e obtenção de bons resultados no desenvolvimento turístico através da revitalização.

A forma de alcançar o objetivo, propor a revitalização por meio da atividade turística, se dá analisando a realidade e demonstrando os meios que transformem essa realidade, atendendo às suas preferências e necessidades.

Beni (2000), diz que:

[...] é o planejamento em que todos os seus componentes devem estar sincronizados e sequencialmente ajustados a fim de produzir o alcance das metas e diretrizes da área de atuação de cada um dos componentes a um só tempo, para que o sistema global possa ser implantado imediatamente e passar a ofertar oportunidades de pronto acompanhamento, avaliação e revisão.

Neste processo de planejamento é importante envolver a comunidade receptora para organização turística, de maneira que reflita as necessidades da comunidade, sua ligação e atuação nas decisões da atividade do turismo. Entender a comunidade para permanecer construindo sua história e valorizando suas memórias.

O turismo deve ser visto como representação de valores sociais, de maneira que traz o desenvolvimento e fortificação das tradições locais. O mesmo depende fortemente da caracterização da paisagem, a imagem fala por si só, contrastes, luzes e cores, interpretações daquilo que se vê.

Espaços turísticos nascem, difundem-se e se reafirmam continuamente na percepção social através da circulação e reprodução de imagens, bem como de representações de paisagens. Uma rápida consulta em revistas, sítios eletrônicos e anúncios do mercado de viagens é suficiente para demonstrar a infatigável relação entre paisagem e as práticas sociais que fundam e consolidam espaços turísticos. (CHEMIN, 2013, p.45)

Partindo do ponto de vista do planejamento turístico, uma intervenção permite um novo olhar sobre o local, mostrando um potencial que não era notado devido ao não comprometimento com o local. Essa ação dará uma imagem turística devidamente adequada para o ambiente enquanto destino turístico. E naturalmente, com o passar do tempo, a região tende a ser compreendida e respeitada como um espaço de valor histórico-social que pertence a sociedade, independentemente de quem a mantém.

Conforme o turismo e a cultura se desenvolvem, o turismo cria força de mudança no desenvolvimento equilibrado do espaço e do aproveitamento turístico, resultando no crescimento econômico.

Atualmente, muitos dos centros históricos encontram-se em situação degradante, indo ao declínio e é de grande importância a ação do setor público nesses casos, para que haja inversão dessas situações. O primeiro impulso, por parte do setor público pode se tornar a “abertura de portas” para o local, devido a viabilidade que esse impulso pode gerar, possibilitando possíveis futuros investimentos.

O desenvolvimento do turismo é uma das motivações dos projetos de restauração, e nesses projetos, possivelmente um dos maiores desafios das conservações seja manter a essência das áreas e ao mesmo tempo inova-las. A riqueza dos recursos históricos e culturais de uma cidade pode mostrar a forte identidade que foi construída ao longo dos anos de sua história.

Compreendendo que o turismo faz parte do lazer e do tempo livre, deve-se propor e fornecer um ambiente que satisfaça as necessidades dos visitantes, fazendo com que os mesmos sintam-se atraídos pelos recursos ali existentes, transformando o espaço superficial em um de acolhimento.

Sempre lembrando do suporte da área, observando e determinando critérios que auxiliem no turismo do local. Com o crescimento das práticas turísticas, há também um desenvolvimento de infraestrutura e diversos de equipamentos que complementam as atrações históricas.

2.1 TURISMO EM ESPAÇOS HISTÓRICOS

O turismo tem crescido de forma sustentável no Brasil e demonstrando uma importância econômica relevante, usando como medidores dados do Ministério do Turismo(2016), como por exemplo, o de desembarques internacionais que passaram de 4,1 milhões para 6,3 milhões no período citado, assim como a receita cambial avançou de US\$ 2,5 bilhões para US\$ 5,8 bilhões, o desembarque em voos internacionais saltou de 5,37 milhões para 10,53 milhões, os desembarque em voos nacionais foram de 30.74 milhões para 94,45 milhões e financiamento concedido Turismo consolidados entre 2003 e 2015, nota-se um crescimento relevante em por instituições financeiras públicas passaram de 1,094 bilhões para 10,912 bilhões.

Tudo isso demonstra que o turismo já é uma considerável fonte de progresso para o país, mas, além disso, é necessário salientar que o setor tem como premissas a preservação dos destinos, a redução da pobreza, a melhoria das condições de vida da localidade e a aproximação de culturas distintas, que o torna além de agente econômico, um agente de evolução social.

No plano cultural, o turismo contribui para preservação do patrimônio histórico, artístico e cultural; Gera uma atividade socioeconômica sobre o mercado receptor e cria-se empregos; Facilita os laços de comunicação e entendimento entre os povos e sociedades que produzem problemas raciais ou de xenofobia; No âmbito trabalhista produz aumento social de emprego e

criação de novos postos de trabalho; Pode permitir a comunicação e a paz com os mercados emissores.(DALL AGNOL, 2012, p.4)

A respeito das mudanças que ocorrem no país, sejam elas econômicas, naturais ou sociais, foi estabelecida outra perspectiva diante de alguns aspectos que refletem principalmente sobre o turismo.

Lima (2010), sustenta que seja por qualquer motivo, de crises econômicas a catástrofes naturais, houve uma mudança no comportamento do turista, dado que a incerteza é um fator de grande influência. Mas essa barreira, não deixou que mais de 190 milhões de empregos fossem gerados em todo o mundo no ano de 2003 e que em 2010 chegassem a 250 milhões, de acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (CMVT), “ao analisar o contexto turístico se vê que a atividade é capaz de adaptar-se a mudanças, passando por um período de recessão, mas reinventando a forma de renascer das adversidades.” (LIMA, 2010)

Com base nas informações acima, fica clara a seriedade dessa atividade e a importância de que o turismo seja realizado com responsabilidade, optando em privilegiar a comunidade receptora e a área natural onde pode-se desenvolver um projeto.

Diversos componentes inter-relacionados, dentre eles a oferta e demanda turística, núcleo receptor e operadores de mercado, que cresce de forma ativa, dão origem a atividade turística. Além da atividade turística ter relação com o lazer, ela também ativa destinos e revela seus valores culturais e sociais. Ressaltando a importância do valor da consciencialização aos moradores e visitantes de que os patrimônios são de todos e a todos pertencem a sua proteção.

O objetivo da atividade turística e de seus receptores é promover a satisfação do visitante. Sob outra perspectiva, movimentando as atividades locais, registra momentos e histórias, acarreta renda e divulga cultura. Importante para o desenvolvimento local, não abrange apenas fatores econômicos mas também a melhoria na qualidade de vida dos envolvidos.

É significativa a compreensão da sociedade sobre a dimensão da atividade e de seus impactos na resolução dos impasses relacionados a igualdade social e da divulgação dos valores da localidade. Uma região que tem interesse em provocar o desenvolvimento do turismo, deve investir em qualificação profissional para a comunidade local, essa ação faz com que as comunidades participem do método de crescimento.

O Turismo vem sendo tratado pelo Ministério do Turismo com uma outra interpretação, de maneira em que a prática da atividade seja imparcial nas oportunidades, acessível. Proporcionando inclusão social por intermédio da atividade turística, estimulando a iniciativa ao prestador de serviços turísticos.

A atividade turística tem objetivo em obter benefícios sociais, em trabalhar o turismo com uma perspectiva de completar à vida. Promoção de igualdade, facilitação de acesso aos beneficiários da atividade e do potencial consumidor, ofertante e da comunidade receptora.

2.1.1 Segmentação da oferta

A segmentação através da oferta tem como base o perfil de turismo que será proporcionado ao visitante. O perfil é definido por propriedades comuns, como:

- Aspectos e características comuns (geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas, sociais);
- Atividades, práticas e tradições comuns (esportivas, agropecuárias, de pesca, manifestações culturais, manifestações de fé);
- Serviços e infraestrutura comuns (serviços públicos, meios de hospedagem e de lazer). (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006)

Desse modo, os segmentos são determinados através das características da oferta e variáveis da demanda de cada localidade. Por meio da oferta, os tipos de turismo são definidos. A segmentação se define pela identificação de alguns grupos de clientes evidenciado pelos elementos que determinam as decisões.

Quase sempre a demanda é quem define os produtos e roteiros turísticos, maneira de designar o modelo de turismo. Logo, a imagem do roteiro é estabelecida pelo caráter dos segmentos da oferta.

De primeiro olhar, quando pratica-se como estratégia a segmentação, há interesse em organizar os segmentos da oferta.

2.1.2 Turismo Cultural

De acordo com o Ministério do Turismo (2005) afirma que novas maneiras de ocupação do tempo ócio, em especial o relacionamento com a cultura dos visitados, levou a definição do Turismo Cultural.

O segmento é visto como:

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. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005, p. 13)

As atividades turísticas, vivência, patrimônio histórico e cultural e eventos culturais, valorização e promoção dos bens materiais e imateriais da cultura, são medidas importantes para esse tipo de turismo.

O impulso do turista é o essencial para a decisão desse tipo de turismo, o anseio em viver o patrimônio histórico e cultural, de maneira a conservar a plenitude desses bens.

Qualquer bem de natureza material e imaterial que manifesta ou representa a memória e identidade do povo é classificado como patrimônio histórico e cultural. São considerados como patrimônios culturais áreas reservadas à apresentação de bens.

O desempenho turístico das riquezas culturais implica em seu reconhecimento e fomento. Transmitir a outros informações sobre os bens e torna mais fácil o acesso a todos. E por meio equilibrado identificar a dimensão da cultura na inter-relação turista e comunidade receptora.

Frisando como maiores ganhos desse segmento a valorização, recuperação e dinamização da cultura, conservação do patrimônio histórico e cultural, e princípios de desenvolvimento da harmonia entre indivíduos através do conhecimento das particularidades de cada povo.

No Turismo Cultural são explorados o Turismo Religioso, Étnico, Cívico e Turismo Místico e Esotérico, conforme quadro a seguir:

QUADRO 1: Segmentos de turismo dentro do Turismo Cultural

TIPO	DESCRIÇÃO
Turismo Religioso	Esse segmento caracteriza-se devido ao deslocamento a espaços e eventos para fins de participação, visitas a locais de caráter histórico/religioso peregrinações, romarias, contemplações e demais ações religiosas, tudo em busca da realização espiritual por meio de práticas religiosas.

	<p>É um segmento que pode contribuir para a valorização e a preservação das práticas espirituais, enquanto manifestações culturais e de fé que identificam determinados grupos humanos. (MAIO, 2004, p.1)</p>
Turismo Étnico	<p>Baseado na prática de atividades turísticas estabelecidas pela proximidade entre turista e a comunidade receptora, esse tipo de turismo evidencia o interesse do visitante em aprender e vivenciar os costumes de grupos étnicos.</p> <p>Povos indígenas, quilombolas e outros que conservam os costumes de seus antepassados são os representantes do Turismo Étnico.</p>
Turismo Cívico	<p>Esse tipo de turismo acontece quando há interesse do visitante em ir a um lugar para conhecer situações atuais, ou que já ocorreram em virtude da memória política e histórica local. O caráter cívico é o maior diferencial do segmento. No turismo, esses fatos podem atrair os turistas para que eles conheçam, apreciem e entendam a verdadeira história do local em miúdos.</p>
Turismo Místico e Esotérico	<p>Esse turismo ocorre quando se busca práticas turísticas através da espiritualidade e do autoconhecimento em outras crenças alternativas. Acontece quando o turista se desloca para ter contato com outros estilos de vida, de outro aspecto cultural do destino turístico. Algumas atividades desse tipo de turismo: práticas de meditação e de energização.</p>

Fonte: Os autores

Destacando-se o turismo cívico, que é o deslocamento com intuito de conhecer monumentos, reviver ou presenciar momentos históricos, presenciar e participar de eventos cívicos, que mostrem situações atuais ou históricas de determinado local.

Por monumentos, entendem-se as obras ou construções que remetam à memória de determinado fato relevante ou personagem. Os fatos são ações, acontecimentos e feitos realizados, ou que estejam ocorrendo na contemporaneidade. Turisticamente, podem atrair pessoas para conhecerem os locais onde se passaram, de forma a compreender o seu contexto e suas particularidades. Neste caso, tais monumentos e fatos diferenciam-se dos demais, por seu caráter cívico, ou seja, relativos à pátria. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015,p.16)

Abrangendo a comemoração de feriados nacionais coligados a acontecimentos e personalidades da pátria, posse de presidentes e de outros cargos públicos relevantes, troca de bandeiras, entre outros. Deste modo, esse classe turística compreende fatos do passado e do presente pertinentes a pátria.

Cabe salientar que o fluxo turísticos característicos dessa operação turística ocorre tanto no país de quem visita quanto no exterior. E os temas compreendidos podem estar relacionados a política internacional, nacional, estadual e municipal.

O turismo em locais históricos é caracterizado pelo desejo das pessoas em conhecer ou reviver locais e fatos ocorridos que marcaram a história da sociedade e que de alguma estimula o seu olhar para ambientes e fatos muitas vezes distintos aos que lhe são comuns em seu cotidiano.

Muitas vezes, esses locais que servem como forma de entretenimento e lazer, são responsáveis por um fluxo tão grande de turistas que são necessários investimento para que se possa atender a demanda existente e em muitos casos é necessário até limitar o acesso pelo fato de se tratar de áreas frágeis e sensíveis ao excesso de carga.

Como os fatos não escolhem ambientes para marcar a história, existe uma possibilidade muito grande de locais de interesse para os que desejam conhecer um pouco de tudo aquilo que já passou a nossa sociedade, por exemplo, igrejas, palácios, museus, sítios arqueológicos, campos de concentração, mausoléus, memoriais, entre outras infindáveis possibilidades.

2.1.3 Conservação do patrimônio histórico para desenvolvimento turístico

Na atualidade, o modo de se olhar para o patrimônio como um bem está sendo alterado, vem se aprendendo a olhar como a representação de uma identidade, que enaltece o valor de uma cultura e de um retrato histórico de manifestações culturais.

Relacionado ao aumento do interesse das pessoas em conhecer novos locais e culturas, aproveitando também a facilidade em deslocar-se, os destinos históricos estão sendo obrigados a melhorar a infraestrutura local com obras para preservar e/ou aumentar a atratividade. Tais melhorias estão sendo voltadas para o mercado do turismo, com características de embelezamento. Ambientes que fujam do contexto diário dos turistas, para serem áreas somente voltadas ao entretenimento, a partir do planejamento espacial para atender a demanda da expansão turística.

A cenarização dos lugares é criada para vender o local como produto turístico, serve para influenciar na escolha do turista “os cenários do lazer surgem a partir da apropriação de imagens com o objetivo de compor repertórios de lugares turísticos que possam ser facilmente identificáveis ou categorizados pelo turista”. (SILVA, 2004, p.22). Destacando que para a construção de um cenário turístico deve-se também realçar a paisagem ambiental. “Cidades turísticas são mais valorizadas quando associadas a paisagens e situações geográficas naturais específicas, como praia e montanha, constituindo aspectos pitorescos e mais facilmente identificáveis pelo mercado”. (SILVA, 2004, p.22).

O uso dos centros históricos vem sendo especificamente direcionado ao comércio, espaços produzidos por esferas econômicas, como o turismo. Isso induz a criação do não-lugar, de forma que não há elos com as pessoas. Áreas que não geram sentimento por quem ali vive, pois são focadas para atender a lógica do mercado.

O lugar é, em sua essência, produção humana, visto que se produz na relação entre espaço e sociedade, o que significa criação, estabelecimento de uma identidade entre comunidade e lugar, identidade essa que se dá por meio de formas e apropriação para vida. (CARLOS, 1996, p. 28).

Da mesma maneira que se utiliza da cultura como estratégia, pode servir como aliada no procedimento da preservação de patrimônios históricos. Mas além do aspecto da beleza, deve-se tomar um cuidado com a comunidade local. É de grande importância que eles sejam envolvidos no projeto, tendo em vista a melhor qualidade

de vida urbana. Saliendo a importância da preservação do patrimônio de andar junto com o planejamento urbano.

A verdade é que o Estado dá importância à conservação do patrimônio muito mais por interesse capitalista, em fortalecer sua sustentação social, do que pela simples intenção em valorizar a cultura local. Desde o começo, os relatos de acontecimentos da proteção do patrimônio histórico se atribuí de benefícios governamentais de uma camada superior influente.

3 METODOLOGIA

A Metodologia tem como função lhe mostrar como andar no “caminho das pedras” da pesquisa, ajudá-lo a refletir e instigar um novo olhar sobre o mundo: um olhar curioso, indagador e criativo. (Silva e Menezes, 2005)

O atual estudo, que objetiva através da coleta de informações propor a revitalização da Rua General Carneiro (Paranaguá - PR) por meio da atividade turística, apresenta caráter qualitativo.

Segundo Minayo (2010, p. 57), o procedimento qualitativo pode ser definido como:

[...] é o que se aplica ao estudo da história, das relações, das representações, das crenças, das percepções e das opiniões, produtos das interpretações que os humanos fazem a respeito de como vivem, constroem seus artefatos e a si mesmos, sentem e pensam.

Isto é, o método qualitativo é uma pesquisa que possui características como o contato direto com o ambiente natural, dados coletados descritivos da realidade, preocupação com o processo e como o problema se manifesta nas atividades, interações cotidianas e nos procedimentos e análise de dados. (*Bogdan & Biklen, 2003 apud Oliveira, 2011*)

Nesse tipo de pesquisa, há diferenças referente a forma, método e objetivos. O autor Godoy (1995, p. 62), simplifica respeito dessas diferenças existentes entre as pesquisas qualitativas, exibindo o caráter crucial que deve constar no estudo qualitativo:

- O ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como instrumento fundamental;
- O caráter descritivo;
- O significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida como preocupação do investigador;
- Enfoque indutivo.

Para Flick (2009), a pesquisa qualitativa busca analisar, entender, descrever e explicar fenômenos da sociedade por meio de análises em documentos e de experiências.

Visando o cumprimento dos objetivos específicos, a presente pesquisa ass uma caráter descritivo e explicativo.

Perovano (2014) complementa afirmando que o método descritivo viabiliza identificar, registrar e analisar as características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo. A pesquisa pode ser interpretada como um

estudo de caso onde, após a coleta de dados, é realizada uma análise das relações entre as variáveis.

Por sua vez, a pesquisa explicativa registra fatos, analisa-os, interpreta-os e identifica suas causas. Essa prática visa ampliar generalizações, definir leis mais amplas, estruturar e definir modelos teóricos, relacionar hipóteses em uma visão mais unitária do universo ou âmbito produtivo em geral e gerar hipóteses ou ideias por força de dedução lógica (Lakatos e Marconi, 2011).

Sendo assim, para descrever a revitalização de espaços históricos e apresentar o turismo cultural cívico realizou-se uma pesquisa bibliográfica, que segundo Gil(2008) é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

No presente trabalho, a pesquisa bibliográfica, Lakatos (1992) afirma que a pesquisa bibliográfica permite compreender que, se de um lado a resolução de um problema pode ser obtida através dela, por outro, a pesquisa de laboratório e de campo exigem, o levantamento do estudo da questão que se propõe analisar e solucionar, foi baseada em livros, artigos científicos e documental, e teses. Para caracterizar a revitalização de espaços histórico e apresentar o turismo cultural cívico foram utilizados principalmente materiais dos seguintes autores: Mira (2009); Perniotto (2011); Ministério do Turismo (2007); Santos (2011); Embratur(2010); Beni(2000); Chemin (2013); Dall Agnol (2012); Silva (2004) e Carlos (1996).

Durante o estudo, notou-se a necessidade em aplicar formulário estruturado para atingir o objetivo da pesquisa. Formulário segundo Oliveira (2005), é um documento que permite a formalização das comunicações, o registro e o controle das atividades das organizações. De acordo com Curry (2006), formulário é definido como “documento padronizado, estruturado segundo sua finalidade específica, possuindo características e campos apropriados, destinados a receber, preservar e transmitir informações, cujos lançamentos são necessários para definir a natureza ou cobrir um fluxo qualquer de trabalho, desde seu início até sua conclusão.” Para Gil (2006) o formulário serve como instrumento de pesquisa, encontra-se entre o questionário e a entrevista, aconselhado para pesquisas de opinião pública e de mercado. O uso dos formulários estruturados teve como objetivo analisar as características do espaço e a viabilidade da área como destino turístico, já a entrevista teve como finalidade tomar conhecimento sobre a posição da população perante a situação do local e chegar ao

principal alvo do trabalho: propor a revitalização da Rua General Carneiro (Paranaguá - PR) por meio da atividade turística.

Para obter dados que não puderam ser encontrados em registros, como a opinião dos moradores e comerciantes da região para saber o que pensam sobre o reuso da área, foi realizada uma entrevista.

Ribeiro (2008 p.141) trata a entrevista como:

A técnica mais pertinente quando o pesquisador quer obter informações a respeito do seu objeto, que permitam conhecer sobre atitudes, sentimentos e valores subjacentes ao comportamento, o que significa que se pode ir além das descrições das ações, incorporando novas fontes para a interpretação dos resultados pelos próprios entrevistadores.

Rosa; Arnoldi (2006) trata entrevista como uma das técnicas de coleta de dados considerada como sendo uma forma racional de conduta do pesquisador, previamente estabelecida, para dirigir com eficácia um conteúdo sistemático de conhecimentos, de maneira mais completa possível (...).

Para identificar a viabilidade da intervenção espacial da Rua General Carneiro, usou-se a Análise SWOT.

Segundo Venki (2014), a Análise SWOT é um sistema simples de análise que visa posicionar ou verificar a posição estratégica de uma determinada empresa em seu ramo de atuação, e pode ser utilizada para fazer qualquer tipo de análise de cenário ou ambiente, desde a criação de um site à gestão de uma multinacional.

A realização da análise SWOT possibilita obter o conhecimento detalhado do objeto estudado, expondo tanto suas qualidades, quanto os seus defeitos. Assim, após o seu término fica exposto de modo claro e objetivo quais devem ser as modificações necessárias para o aprimoramento do objeto de estudo em questão. (SILVA; SONAGLIO, 2013, p.64)

3.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Formulários foram usados como guia na coleta de dados, esses baseados no inventário da Oferta Turística do Ministério do Turismo (2011), como intuito é de gestão e planejamento turístico, para identificação da viabilidade em propor a revitalização da área através do turismo, entrevista com alguns dos moradores e comerciantes da região, com intuito de tomar conhecimento e registrar a percepção que a população possui sobre o espaço, sendo eles os principais afetados caso haja transformações na área.

Na metodologia foi aplicado o formulário de atrativos culturais, com objetivo de caracterizar a cidade, a Rua General Carneiro e as vias de acesso e avaliar o funcionamento e a acessibilidade dos estabelecimentos e da Rua em si. O formulário foi dividido em três partes: Informações básicas, meios de acesso e equipamentos e serviços. Conforme as necessidades dos autores, o formulário foi modificado.

Esse formulário pertence a categoria C: Atrativos culturais do Ministério do Turismo (2011), com algumas alterações cabíveis, que se encaixaram melhor na realidade do foco da pesquisa. O objetivo desse formulário é levantar informações gerais sobre a área, infraestrutura básica e serviços turísticos ofertados na Rua General Carneiro, localizada na cidade de Paranaguá, Paraná.

QUADRO 2: Instrumento de coleta de dados de informações básicas

HIPÓTESE	CARACTERÍSTICAS	QUESTÕES
Existe suporte para um “boom” turístico no local.	Propicia as condições mínimas que viabilizam a realização do produto: sinalização turística, guias turísticos, pontos ou centros de informações turísticas. (FERREIRA; COUTINHO, 2002)	<p>Existe interesse dos comerciantes em operar no setor turístico?</p> <p>Existem pessoas qualificadas para lidar com os turistas? Falam outros idiomas?</p> <p>Possui folhetos informativos impressos? Em quais idiomas? A proposta é bem recebida pelos moradores?</p>
Há potencial da Rua General Carneiro para exploração turística sustentável.	As potencialidades de desenvolvimento turístico de uma localidade são função dos recursos mas o seu crescimento depende da capacidade de os valorizar e da criação de novos factores de atracção. (CUNHA, 2008, p. 21)	<p>Pode haver um desgaste em relação ao patrimônio histórico?</p> <p>Quais as medidas a serem tomadas para que se tenha uma conservação periódica?</p>

		Qual seria a estratégia para aflorar o interesse pela região?
Há um controle de turistas que visitam a área.	Conhecer a demanda é algo imprescindível para adotar políticas que incrementem a oferta turística. E como essa demanda varia de acordo com o tipo de turismo adotado, saber a qual grupo ela pertence facilitará o trabalho de divulgação e planejamento da atividade turística [...] (CAMPOS [s.d.], p.191).	Qual fluxo turístico semestral? Qual a origem dos visitantes? Em qual período ocorre maior número de visitação?

Fonte: Os autores

Sendo a infraestrutura um fator primordial para o desenvolvimento de um produto turístico e sendo muitas delas comuns com as necessidades de sociedade organizada, na proposição, tem-se o intuito de melhorias que gerem benefícios para os munícipes e, conseqüentemente, para as atividades turísticas. Deste modo, o levantamento de dados referente ao Apêndice X, refere-se a equipamentos e serviços existentes em Paranaguá, como: dados demográficos; abastecimento de água; serviços de esgoto; serviços de energia; serviço de coleta de lixo; serviços de comunicação e os serviços turísticos, que apresentam o atendimento ao turista; as informações disponíveis impressas; informações disponíveis na Internet, o atendimento em língua estrangeira; as características do fluxo dos turistas.

QUADRO 3: Instrumentos de coleta de dados dos meios de acesso

HIPÓTESE	CARACTERÍSTICAS	QUESTÕES
Os meios de acesso para chegar até o destino têm boas condições.	Vale ressaltar que a competitividade de um destino turístico dependerá do aproveitamento do sistema de transporte e locomoção oferecidos para os turistas e da possibilidade de acesso aos atrativos e às formas de transporte que por si só já desenvolvem a intenção de visita do turista. (Ministério do Turismo, 2010, p. 131)	Quais os meios de acesso para chegar ao atrativo? Existem empresas de transportes responsáveis pelo trajeto? É seguro? Por parte do acesso rodoviário, as rodovias são pavimentadas? Possuem acostamentos e ciclovias?

		As condições da Rua General Carneiro e suas calçadas estão em boas condições?
--	--	---

Fonte: Os autores

QUADRO 4: Instrumento de coleta de dados de equipamentos e serviços

HIPÓTESE	CARACTERÍSTICAS	QUESTÕES
Na Rua, o turista encontra os serviços de um atrativo turístico com potencial.	A prestação de serviços turísticos de qualidade é essencial para assegurar a satisfação do turista e garantir que as empresas possam se destacar no mercado. Os serviços turísticos envolvem vários ramos, são eles: hospedagem, alimentação, transporte, agenciamento turístico, informações turísticas, passeios, atividades de lazer e entretenimento, etc. (REDAÇÃO PORTAL EDUCAÇÃO, 2008)	Os estabelecimentos oferecerem acessibilidade aos turistas que possuem alguma deficiência ou mobilidade reduzida? Existe sinalização turística? Há proximidade de restaurantes, meios de hospedagem, posto de gasolina, banco e demais serviços? Há uma manutenção frequente no local minimizando os problemas? São realizados treinamentos para aperfeiçoar a capacitação dos funcionários?

Fonte: Os autores

A coleta de informações sobre a Rua General Carneiro tem como principal função detectar a possibilidade de fomento na Rua da Praia através da atividade turística e analisar o suporte local para receber e atender as necessidades dos turistas e da população.

Pesquisa com moradores e comerciantes da região com a finalidade de saber a opinião deles sobre a possível revitalização através da atividade do turismo.

QUADRO 5: Entrevista aplicada aos moradores e comerciantes da região

HIPÓTESE	CARACTERÍSTICAS	QUESTÕES
As propostas dos usufrutuários locais podem ser interessantes para valorização da Rua.	À medida que a comunidade vai se sentindo envolvida, torna-se mais motivada em relação a sua participação e inserção no processo. Além disso, pode ocorrer o desenvolvimento do senso de responsabilidade necessário ao cumprimento da tarefa de ser guardião dos patrimônios natural, histórico e cultural, encontrados no município (MAGALHÃES, 2002, p. 90 - 91).	Tem a consciência de que o local pode melhorar? Que seu potencial não está sendo explorado? O que acha da área se tornar turística? Vê a possibilidade de um crescimento econômico baseado na atividade turística? Concorda que há deficiência nos serviços ofertados?

Fonte: Os autores

A opinião da população é de extrema importância para a eficácia da ação, pois antes de querer atrair turistas é necessário cativar, incentivar e mostrar aos moradores a importância em valorizar sua identidade e o quanto isso pode gerar excelentes oportunidades, em diversos setores, tanto socialmente quanto economicamente.

3.2 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Como recurso para esclarecer informações básicas da Rua e analisá-los com o objetivo de avaliar os serviços turísticos oferecidos na região, foi necessário a busca em dados junto ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social) e ao Portal da Prefeitura de Paranaguá.

Para completar a coleta de dados foram realizadas saídas de campo, com propósito de observar as condições e estruturas da localidade, tais como as vias de acesso, equipamentos e serviços, o estado de conservação, sinalização e demais quesitos. Registros fotográficos foram feitos para constatar a situação atual do espaço.

Foram realizados encontros com alguns moradores e gestores de instalações de diversos setores da região com intuito de coletar informações referente ao formulário de atrativos culturais. Foi aplicada diretamente uma entrevista com os mesmos objetivando identificar a viabilidade e interesse da comunidade receptora em fomentar a Rua General Carneiro.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 FORMULÁRIO APLICADO A INFORMAÇÕES BÁSICAS

A coleta de dados através desse formulário tem como finalidade obter conhecimento sobre a área de estudo. A seguir, poderão ser vistas as informações do formulário de informações básicas da região, elaborado entre 28 de outubro a 4 de novembro.

A Rua General Carneiro, popularmente conhecida como Rua da Praia, fica no centro histórico de Paranaguá, cidade localizada no estado do Paraná, há 90 km de Curitiba, capital do Estado.

Figura 1: Localização de Paranaguá



FONTE: Prefeitura Municipal de Paranaguá

Figura 2: Parte do Centro Histórico de Paranaguá

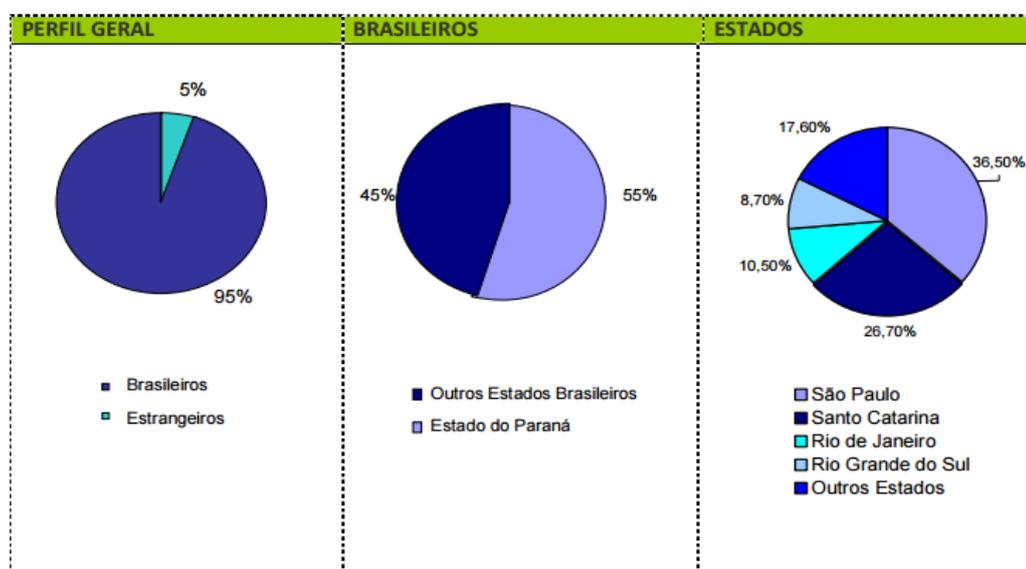


FONTE: Google Earth

A cidade paranaense possui cerca de 140.469 habitantes, com participação de 1,85% no PIB do estado e renda domiciliar per capita de R\$ 749, 42 (IBGE, IPARDES 2010)

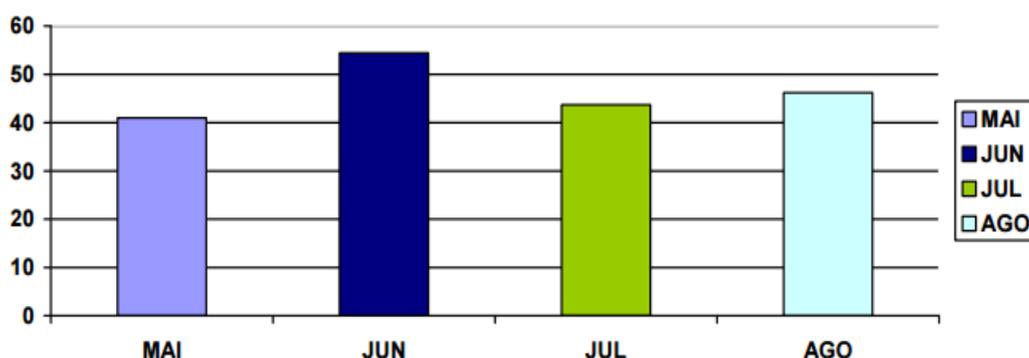
Segundo Observatório do Turismo da Cidade de Paranaguá de 2011 (FIGURA 3), o fluxo semestral turístico é de 23.935, sendo 95% do total dos visitantes de origem nacional, principalmente do próprio Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Os países que mais enviam turistas são da Alemanha e Argentina. É no período de junho e agosto que há maior fluxo turístico.

Figura 3: Perfil dos turistas em Paranaguá por proveniência – Segundo quadrimestre 2011



FONTE: Observatório do Turismo da Cidade de Paranaguá

Figura 4: Comparativo Mensal - 2011



FONTE: Observatório do Turismo da Cidade de Paranaguá

Como observado (FIGURA 4), a taxa média de ocupação no período é de aproximadamente 46%, tendo seu pico em junho e a mínima em maio, não apresentando uma queda acentuada característica da sazonalidade e motivo de grande preocupação para destinos turísticos.

4.2 FORMULÁRIO APLICADO AOS MEIOS DE ACESSO A CIDADE/ÁREA

Na aplicação do formulário (QUADRO 2), foi avaliado os meios de acesso da cidade de Paranaguá, por meio da saída de campo realizada no dia 09 de novembro de 2016.

Existem variados meios de se chegar a Paranaguá, sendo eles: rodoviário (BR-277, PR-407 e PR-5008), ferroviário (aeroportos de São José dos Pinhais, Londrina, Foz do Iguaçu e Paranaguá), fluvial (Canal da Galheta que liga Paranaguá ao Oceano Atlântico e também a ilhas e outros municípios do Litoral do Paraná, e diversos rios que cortam a região e suportam navegação) e ferroviário (Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba).

O embarque e desembarque dos barcos que operam na região ocorrem nos trapiches localizados na própria Rua da Praia (FIGURA 5) (FIGURA 6) (FIGURA 7). Há empresas de transportes responsáveis que atuam e garantem a chegada dos turistas em segurança no local.

Figura 5: Barcos de turismo atracados no trapiche



FONTE: Os autores

Figura 6: Trapiche recentemente reformado na Rua da Praia



FONTE: Os autores

O trapiche serve tanto para embarque e desembarque, quanto para os moradores e comerciantes da cidade, que dependem da produção pesqueira.

Figura 7: Trapiche que dava acesso aos barcos



FONTE: Os autores

Essa é a situação atual (FIGURA 7) de um dos trapiches da área, o mesmo teve uma parte que desabou há cerca de meses e até agora nenhuma medida foi

tomada. Não só esse como outros trapiches encontram-se com sinais de precariedade, colocando em risco a vida dos usuários, logo que não oferecem segurança. Serviço que era pra facilitar, torna-se uma marca negativa para o turismo da cidade.

As rodovias de acesso são pavimentadas e estas por maior parte dos trajetos possuem acostamentos e ciclovias, porém há trechos em que ciclistas e veículos dividem o mesmo espaço. As condições da Rua da General Carneiro em diversos pontos em situações precárias (FIGURA 8) (FIGURA 10) (FIGURA 11)

Figura 8: Má conservação de uma das calçadas da Rua da Praia



FONTE: Os autores

Figura 9: Calçada na extensão da Rua General Carneiro



FONTE: Os autores

Quem percorre pela Rua e calçadas da região (FIGURA 8) (FIGURA 9) sabem dos obstáculos quem são encontrados pelo perímetro, buracos e muita sujeira são comuns. Em determinados pontos há enormes buracos e muitos resíduos. O corretor

é não haver buracos e estar em perfeitas condições para a população e visitantes circularem. A manutenção deve ser realizada com o propósito de reduzir os riscos e minimizar as chances de acidentes envolvendo pedestres em função da falta de infraestrutura destes espaços.

Figura 10: Encanamento comercial despejado em via pública



FONTE: Os autores

Proprietário de comércio deixa esgoto escorrer para calçada. Vazamentos como esse trazem prejuízos para toda a população, danificam as calçadas, sem falar no mau cheiro e riscos que oferecem a saúde. Todo cidadão deve respeitar os princípios da higiene e da conservação de vias públicas.

Figura 11: Mau estado da Rua General Carneiro



FONTE: Os autores

Figura 12: Passarela que leva a um dos trapiches



FONTE: Os autores

Passarela (FIGURA 12) que possibilita o acesso ao trapiche, elaborado sem preocupação com a acessibilidade e agora em mau estado, oferecendo risco a qualquer outra pessoa, principalmente idosos, grávidas e crianças. Rampas de acesso, vagas reservadas, sinalização adaptada e outros exemplos são de direito fundamental das pessoas com deficiência, é essencial para que o viajante sinta-se bem.

4.3 FORMULÁRIO APLICADO A EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

Em informações coletadas com o formulário (APÊNDICE A), na saída de campo realizada no dia 04 e 09 de novembro de 2016, pode-se notar a possibilidade acesso a pessoas com mobilidade reduzida apenas no Mercado Municipal, local que dispõe de rampas e elevador que dá acesso ao piso superior do prédio, no restante dos estabelecimentos não há qualquer tipo preocupação em relação a isso.

Há sinalização turística na área é inexistente, têm apenas placas com o guia turístico da cidade. Um dos pontos positivo é a concentração de serviços turístico ali ofertados. Apesar dos visíveis problemas, não é realizada uma manutenção frequente no local. Nenhum treinamento é realizado para aperfeiçoar a capacitação dos funcionários.

Com exceção dessas placas (FIGURA 14) (FIGURA 16), não existe sinalização turística pela passagem. A sinalização turística é um meio de comunicação fundamental entre a cidade e o visitante, beneficiando da mesma forma a população.

Figura 15: Posto de informações turísticas no Palácio Mathias Bohn



FONTE: Os autores

Segundo Filho (2003) a informação possui extrema importância para o setor turístico. Mesmo quando já chegaram a seu destino, os turistas precisam de informação. Esse posto de informações (FIGURA 15) sempre se encontra com as luzes apagadas e por diversas vezes está com materiais informativos em falta, como a maioria dos postos, esse não possui funcionários ao menos bilíngues para facilitar a comunicação com estrangeiros. Hoje em dia, no mercado de trabalho o aprendizado de uma língua estrangeira é imprescindível, necessário para a conquista da maioria das vagas. Obviamente quem falar outro idioma terá destaque pelo diferencial.

Figura 16: Placa informativa em frente ao longo ponto de embarque



FONTE: Os autores

A placa (FIGURA 16) se encontra no início do ponto de embarque, em más condições, mal dando para entender o que está escrito e em apenas dois idiomas, dificultando a leitura para demais visitantes, a mesma está toda condenada pelo ferrugem. Atrás da placa pode-se observar o guarda corpo, que não está em bom estado de conservação, oferecendo riscos à todos.

4.4 ENTREVISTA APLICADA AOS MORADORES E GESTORES DOS ESTABELECIMENTOS DA REGIÃO

A entrevista que foi aplicada aos moradores e gestores do estabelecimentos da região, foi feita em três dias, entre os dia 5 a 7 de outubro, totalizando 112 indivíduos entrevistados. A mesma foi realizada na Rua General Carneiro e em seu entorno, com pedestres aleatórios da região.

A resposta da primeira questão foi positiva para maioria, porém vale ressaltar que a minoria das pessoas não tinham consciência alguma sobre o potencial da região. A resposta foi positiva para a questão seguinte, os relatos foram de que a ação de revitalização da Rua trará impactos positivos para eles, e já emendando na terceira resposta, citaram o quanto seria importante para o setor econômico, pois aumentará o fluxo de pessoas que iram circular na região e utilizaram dos serviços oferecidos, resultando no aumento da renda e na geração de empregos, comentaram boa parte dos entrevistados.

O sim foi absoluto para a última questão, “as falhas são gritantes” comentou uma moradora, foi mencionada a falta de auxílio por parte da prefeitura da cidade, “muitos dos serviços públicos como a questão de iluminação e segurança são ruins, talvez se houvesse mobilização por parte dos governantes nós nos sentíssemos mais incentivados”, disse o morador João. Donos de comércios relataram que não vem necessidade de investir em acessibilidade, visto que nem as calçadas da Rua possuem rampas ou qualquer outro tipo de meios de acessibilidade.

O desgaste do patrimônio histórico, com o crescimento de visitas proporcionado pelo reuso do local, pode acontecer. Para evitar e/ou minimizar os impactos negativos ao patrimônio, além da conscientização das pessoas, para que elas cuidem e eduquem uns aos outros, mostrando seu estimado valor, a manutenção e monitoramento são cruciais para manter a conservação, sempre realizando os reparos necessários.

Nas visitas e conversas com os comerciantes, foi constatado o interesse dos comerciantes em atuar no setor turístico, eles acreditam no potencial da região e que podem colher bons frutos por meio do turismo. Existem sim pessoas qualificadas para agir e trabalhar com o turismo, porém a muitos itens a serem melhorados, como por exemplo a questão da língua estrangeira, é raro encontrar alguém com essa capacitação. Os postos de informações são presentes na Rua, estes possuem folders e demais informativos em três idiomas: português, inglês e espanhol, porém contém uns erros na escrita, estavam em falta no dia da saída de campo.

Apesar de alguns moradores terem receios em relação a ideia de intervenção, houve sim uma boa aceitação pelos moradores e foi perceptível a curiosidade por parte deles em saber como seria se essa ação ocorresse. Talvez a revitalização pode ser um meio de aflorar esse interesse pela área.

4.5 ANÁLISE SWOT

Para completar a análise, fez-se o uso da análise SWOT, ferramenta que serve para facilitar a visualização das características do cenário, objetivando identificá-las e descrevê-las.

	Aspectos favoráveis ao destino (+)	Aspectos desfavoráveis ao destino (-)
--	---------------------------------------	---------------------------------------

<p>Análise interna (variáveis controláveis do destino)</p>	<p>Pontos fortes</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Gastronomia; ● Espaço para eventos; ● Artesanato; 	<p>Pontos fracos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Qualificação profissional deficiente; ● Deficiência na limpeza e segurança pública; ● Falha no planejamento e marketing da área; ● Falta de apoio político para o setor; ● Falta de conscientização sobre o turismo pela população em geral; ● Sintonia falha entre áreas pública e privada; ● Infraestrutura deficiente; ● Questões sociais não tratadas com o cuidado necessário;
<p>Análise externa (variáveis incontroláveis do meio envolvente)</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Localização (fácil acesso, próximo a rodoviária e ao ponto de embarque e desembarque das ilhas próximas); ● Paisagem natural; ● Possui espaço para realizar atividades esportivas (gera oportunidades para o entorno da região); ● Desenvolvimento do turismo cultural; ● Preservação da cultura 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Insuficiência na preparação e na qualidade dos serviços; ● Inércia e falta de espírito inovador; ● Segurança pública na área; ● Uso de drogas; ● Acessibilidade; ● Imagem negativa

Em seguida da aplicação do formulário e da análise SWOT, em 9 de novembro de 2016, afirma-se que há necessidade de melhorias a serem executadas em relação

a infraestrutura local, existem deficiências em vários dos serviços ofertados, deficiências essas que dificultam a experiência do turista na cidade.

Ao longo da entrevista, foi possível identificar o interesse dos moradores e comerciantes em atuar e contribuir para a área desenvolver turisticamente, o que é de extrema importância para alcançar o objetivo do estudo.

No quesito acessibilidade, um único estabelecimento possui essa estrutura, sendo esse o Mercado Municipal, os demais não possuem ao menos rampa de acesso, a mesma situação se dá na em toda extensão da Rua.

Com base nos resultados, para a Rua General Carneiro tornar-se um real atrativo, com pelo menos o mínimo de recursos a oferecer, investimentos e planejamento de todos os setores que abrangem o produto turístico devem ser efetuados. Dada a realidade do espaço, seguem as propostas: melhorar a qualificação dos serviços públicos e turísticos de Paranaguá, diminuindo a ameaça da qualidade de serviços e potencializando o desenvolvimento do Turismo Cultural; Investir na segurança e na limpeza do local afim de melhorar o acesso da população e permitir práticas esportivas, e suprimindo o uso e comércio de drogas na região; Implantar acessibilidade, reparar os estragos das ruas e trapiches, oferecendo melhores condições ao local, enaltecendo a localização; Promover um trabalho conjunto entre o setor público e privado, com objetivo de desenvolver o turismo e preservar a cultura, assim nutrindo o espírito empreendedor; Passar a tratar o local como um produto turístico para que uma estratégia de marketing seja criada com base no que se tem a oferecer, diminuindo a imagem negativa atual.

Seguindo essas propostas, os aspectos positivos para o turismo através da intervenção, serão econômicos, sociais e ambientais, resultando na geração de empregos, atração de investimentos para a Rua, diminuição da pobreza, criação de empregos para os jovens, preservação e valorização dos patrimônios históricos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi realizar um estudo específico sobre a viabilidade de se revitalizar uma área de interesse público e turístico demonstrando que medidas de correção podem ser tomadas afim de que se obtenha uma relação ampla de beneficiados e não apenas um determinado setor da sociedade.

O primeiro passo do trabalho foi apontar, através de publicações existentes, casos em que processos de revitalização serviram para dar nova vida a áreas em decadência e que vinham sendo alvo constante de críticas por seus frequentadores e também aqueles em que se deu novo uso, como exemplificado nesse texto pelo que ocorreu no bairro de Puerto Madero, Argentina.

Também apresentou-se nesse primeiro momento medidas de incentivo utilizadas para gerar interesse privado na viabilização dos projetos, como a flexibilização de impostos e a agregação de valor a marca.

Então, caracterizou-se o turismo de forma ampla, demonstrando sua importância para a economia brasileira e a sociedade, as diretrizes estabelecidas pelo Ministério do Turismo para seu aprimoramento, a segmentação da oferta, explicou-se o Turismo Cultural e destacou-se o turismo cívico afim de demonstrar a sua relação com o presente trabalho.

Após, advertiu-se a importância da conservação do patrimônio para o desenvolvimento do turismo e a cenarização como facilitador do interesse de um turista por um destino.

Com os resultados obtidos no trabalho, pode-se afirmar que é viável fomentar a área central histórica da cidade através do turismo, contudo, para que isso aconteça, é necessário dar maior importância à infraestrutura, para que a Rua General Carneiro se consolide como uma zona turística de qualidade, oferecendo o melhor para os turistas e moradores.

A acessibilidade e sinalização turística também devem ser ressaltados, é inexistente a sinalização e apenas um estabelecimento possui acessibilidade, esses são fatores importantes para desenvolvimento e crescimento da atividade turística. Quanto mais fácil o acesso do turista, maior a chance dele ficar satisfeito, divulgar o local e retornar a ele.

Em relação aos moradores e comerciantes, todos foram bem receptivos. Os estabelecimentos apesar de precisarem de melhorias, têm condições para receber e atuar com qualidade no setor. As margens do Rio Itiberê, a Rua tem a beleza cênica a seu favor, como um diferencial, casarios e o mar oferecem uma linda paisagem em meio a cidade.

As dificuldades encontradas se deram principalmente pelo fato de existirem poucas referências teóricas diretamente atreladas entre restauração e turismo, sendo mais comum o restauro associado ao interesse arquitetônico e não como promotor de ascensão turística.

Por isso, sugere-se para próximos trabalho um conjunto de profissionais ou estudantes a elas ligadas, pois um projeto conjunto entre arquitetos e turismólogos seria o ideal para se ter um plano de ação amplo e muito mais técnico para o restauro e para a prospecção turística.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, Margarita. **Revitalização Urbana, Lazer e Turismo**. Revista Rosa dos Ventos, Caxias do Sul, p.592-601, 2013.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2000.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Marcos conceituais**. 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 13 out. 2016.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006:2.

BRITTO, Fernanda. **Operação Puerto Madero: Estratégias de gentrificação em Buenos Aires**. 2013. Disponível em: <<http://www.archdaily.com.br/br/01-105278/operacao-puerto-madero-estrategias-de-gentrificacao-em-buenos-aires>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

CAMPOS, S. S. **Formas de turismo e segmentação do mercado turístico**. e-Tec Brasil - Segmentos do Turismo, [s.d.].

CHEMIN, Marcelo. **Espaços de paisagens em cidades turísticas: centros históricos e orlas do Litoral do Paraná**. Terraplural,[s.l.], v. 7, n. 1, p.43-60, 2013. Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). <http://dx.doi.org/10.5212/terraplural.v.7i1.0003>.

DALL AGNOL, Sandra. Impactos do Turismo X Comunidade Local. Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul (UCS) (Cessou em 2007), 2012.

LIMA, Otavio. **Atividade Turística**. 2010. Disponível em: <<https://turisticos.wordpress.com/atitur/>>. Acesso em: 20 ago. 2016.

MAGALHÃES, C. F. **Diretrizes para o Turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO(Brasil) . **Estatísticas básicas de turismo Brasil - Ano base 2015**. Brasília, 2016. 41 p.

MINISTÉRIO DO TURISMO (Brasil). **Marcos Conceituais**. Brasília, 2005. 56 p. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2016.BRASIL.

PERINOTTO, Andre Riani Costa; SANTOS, Anna Karolina Pereira dos. **PATRIMÔNIO CULTURAL E TURISMO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE A POPULAÇÃO PARNAIBANA E O COMPLEXO PORTO DAS BARCAS**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, [s.l.], v. 5, n. 2, p.201-225, 6 set. 2011. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v5i2.413>.

POLACK, M. **Memória e Identidade Social**. In: Revista dos Estudos Históricos. Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, v. 5, n. 10, 1992.

PROGRAMA CIDADES SUSTENTÁVEIS (Brasil). **Programa Alegria Centro**. 2015. Disponível em: <<http://www.cidadessustentaveis.org.br/boas-praticas/programa-alegra-centro>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

REDAÇÃO PORTAL EDUCAÇÃO (Campo Grande - MS). **Serviços Turísticos**. 2008. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/turismo-e-hotelaria/artigos/6038/servicos-turisticos>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

ROCHA, Thaíse Sá Freire. **Refletindo sobre memória, identidade e patrimônio: as contribuições do programa de Educação Patrimonial do MAEA-UFJF**. In: XVIII ENCONTRO REGIONAL (ANPUH-MG), 2012, Mariana, Minas Gerais. Mariana: Anpuh Mg, 2012. p. 1 - 12. Disponível em: <http://www.encontro2012.mg.anpuh.org/resources/anais/24/1340766055_ARQUIVO_Artigo-Anpuh.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2016.

SILVA, Jaqueline dos Santos; SONAGLIO, Kerlei Enele. **ANÁLISE DAS METODOLOGIAS DE PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO TURISMO SEGUNDO OS PRINCIPAIS AUTORES BRASILEIROS**. Revista Iberoamericana de Turismo, Penedo, v. 3, n. 2, p.62-83, 2013. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/1058/822>>. Acesso em: 01 nov. 2016.

UOL, Guia. **Rua São Francisco vira palco de projeto cultural e gastronômico as quintas**. 2016. Disponível em: <<http://guia.uol.com.br/curitiba/noticias/2016/02/09/rua-sao-francisco-vira-palco-de-projeto-cultural-e-gastronomico-as-quintas.htm>>. Acesso em: 28 ago. 2016.

YANO, Célio. **Centro histórico de Paranaguá é tombado como patrimônio nacional**. Gazeta do Povo. Curitiba. 03 dez. 2009. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/centro-historico-de-paranagua-e-tombado-como-patrimonio-nacional-76loi4laqtoc5kawvravkxw1q>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

YÁZIGI, E. **Vandalismo, paisagem e turismo no Brasil**. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. de C. da. (orgs.) Turismo: espaço, paisagem e cultura. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

APÊNDICES

Apêndice A: Formulário de atrativos culturais

	<p>Ministério do Turismo</p> <p>Secretaria Nacional de Políticas de Turismo Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico Coordenação Geral de Regionalização</p> <p>Inventário da oferta turística</p>	
CATEGORIA C2 – ATRATIVOS CULTURAIS		
Uf:	Região turística:	Município:
IDENTIFICAÇÃO		
<p style="text-align: center;">Tipos:</p> <p style="text-align: center;">(10) C.2.10. Arquitetura civil</p>	<p style="text-align: center;">Subtipos:</p> <p style="text-align: center;">(1) C.2.10.1. Casa/casarão/sobrado/solar (2) C.2.10.2. Casa de comércio (3) C.2.10.3. Educandário/colégio/escola (4) C.2.10.4. Liceu (5) C.2.10.5. Universidade (6) C.2.10.6. Coreto (7) C.2.10.7. Palácio/palacete (8) C.2.10.8. Chalé (9) C.2.10.9. Chafariz/fonte/bica (10) C.2.10.10. Hospital (11) C.2.10.11. Orfanato/creche (12) C.2.10.12. Asilo (13) C.2.10.13. Quinta (14) C.2.10.14. Outras</p>	
1. INFORMAÇÕES GERAIS		
1.1. Nome oficial		
1.2. Nome popular		
1.3. Natureza		
(1) Pública (2) Privada (3) Outra _____		
1.4. Localização		
(1) Urbana (2) Rural		
1.5. Endereço		
1.5.1. Avenida/rua/travessa/caminho/outro		
1.5.2. Bairro/localidade		
1.6. Sinalização		

1.6.1. De acesso (1) Sim (2) Não

1.6.2. Turística (1) Sim (2) Não

Inventário da oferta turística**CATEGORIA C2 – ATRATIVOS CULTURAIS****1.7. Proximidades**

(1) Restaurante (2) Bar/lanchonete (3) Meio de hospedagem (4)
Shopping
 (5) Galeria/rua comercial (6) Centro de convenções/exposições (7) Posto de combustível (8) Outras

1.8. Distâncias (km)

1.8.1. Aeroporto _____ 1.8.2. Estação rodoviária _____ 1.8.3. Estação ferroviária

 1.8.4. Estação marítima/fluvial _____ 1.8.5. Estação metroviária _____ 1.8.6. Ponto de
 ônibus _____
 1.8.7. Ponto de táxi _____ 1.8.8. Sede do município _____ 1.8.9. Localidade mais próxima
 _____ 1.8.10. Outras _____

2. FUNCIONAMENTO**2.1. Estrutura de funcionamento**

2.1.1. Visitação (1) Sim (2) Não

2.1.1.1. Finalidade da visitação (1) Passeio (2) Aventura (3) Religiosidade (4)
 Pesquisa (5) Outras _____

2.1.1.1.1. Agendada (1) Não (2) Opcional (3) Obrigatória

2.1.1.1.2. Autoguiada (1) Não (2) Opcional (3) Obrigatória

2.1.1.1.3. Guiada (1) Não (2) Opcional (3) Obrigatória

2.1.2. Entrada

2.1.2.1. Gratuita (1) Sim (2) Não

Inventário da oferta turística**CATEGORIA C2 – ATRATIVOS CULTURAIS**

2.1.3. Atendimento ao público

2.1.4.1. Atendimento em língua estrangeira (1) Não (2) Inglês (3) Espanhol (4) Outras

2.1.4.2. Informativos impressos (1) Não (2) Português (3) Inglês (4) Espanhol
(5) Outras _____

2.1.4. Estacionamento (1) Pago (2) Gratuito (3) Coberto (4) Descoberto

2.1.4.1. Veículos (1) automóveis (2) Ônibus

2.1.4 Regras de funcionamento

Período(meses):

2.1.5. Horário

	Feira	2º feira	3º feira	4º feira	Feira	Sábado	Domingo
Abertura							
Fechamento							

2.1.6. Funcionamento 24h (1) Sim (2) Não

2.1.7. Restrições (1) Crianças (2) Fumantes (3) Animais

3. CARACTERÍSTICAS

3.1. Instalações e equipamentos

- (1) Área de exposição coberta (2) Área de exposição não coberta (3) Área vip
 (4) Sinalização interna (5) Espaço para festas e eventos (6) Caixa eletrônico
 (7) Guarda-volumes (8) Loja de *souvenir* (9) Museu
 (10) Sala de descanso (11) Anfiteatro (12) Feiras
 (13) Instalações sanitárias (14) Ponto de táxi (15) Fraldário
 (16) Detector de metais (17) Piso antiderrapante (18) Telefone público
 (19) Bebedouros (20) Outros

3.2. Outros equipamentos e serviços

- (1) Bar/lanchonete (2) Restaurante (3) Manobrista

(4) Serviço de informações	(5) Serviço de segurança monitoramento de segurança	(6) Circuito de
(7) Disponibilidade de cadeira de rodas	(8) Disponibilidade de carrinho de bebê	
(9) Outros _____		
3.3. Atividades		
(1) Cultural	(2) Esportiva	(3) Educativa
	(4) Religiosa	(5) Comercial
	(6) Promocional	(7) De aventura
	(8) Outras	

3.4. Acesso ao atrativo		
3.4.1. A pé		
3.4.1.1. Trilha de acesso		
(1) Pavimentada (2) Não pavimentada		
3.4.1.1.1. Extensão (m) _____		
3.4.1.1.2. Grau de dificuldade		
(1) Leve (2) Semipesada (3) Pesada		
4. ESTADO GERAL DE CONSERVAÇÃO		
(1) Muito bom (2) Bom (3) Ruim		
5. ACESSIBILIDADE		
5.1. Possui alguma facilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida?		
(1) Não (2) Sim		

Apêndice B: Entrevista aplicada aos moradores e comerciantes da região

PERGUNTA	RESPOSTA
Tem noção do potencial da Rua e do quanto ela pode ser importante para o crescimento local?	
Acredita ser viável torna-la turisticamente ativa? Concorda que isso traria desenvolvimento à região?	
Têm sugestões para um novo uso da Rua General Carneiro? Se sim, quais?	