

AValiação de áreas potenciais à prática do turismo na cidade de Goiás/GO

Lucinamar Costa Alves

Acadêmica do Curso Superior em Gestão de Turismo, UEG/Campus Goiás
lucinamarcosta@hotmail.com

Marco Aurélio Pedrosa de Melo

Professor Mestre em Sociologia, UEG/Campus Goiás
mapdemelo@yahoo.com.br

RESUMO: A Cidade de Goiás recebe, diariamente, turistas de diversas localidades, atraídos tanto pela sua história, sua arquitetura, quanto pelo seu meio natural. Desde que ganhou o título de Patrimônio Mundial da Humanidade, em 2001, houve uma crescente procura pela visita à cidade. Surge então a necessidade de estudar um pouco mais o fenômeno turístico na mesma. A pesquisa tem por finalidade fazer um diagnóstico dos locais turísticos na Cidade de Goiás, avaliando a receptividade e a hospitalidade do turista na comparação de dados da Goiás Turismo (antiga AGETUR) e outras instituições. O questionamento principal aos turistas será sobre os estímulos para visita, definindo modalidades de turismo e diagnosticando como a população e o produto turístico, dentro das áreas de potencial turístico, delimitadas num corredor turístico na área urbana. Assim, a área limitada vai da Praça do Chafariz até a casa da poetisa Cora Coralina. A metodologia contará com entrevistas orais com questionário, realizadas com turistas que possuam acima de 18 anos, além de pesquisas documentais que garantirão base para o desenvolvimento de uma pesquisa quantitativa e qualitativa, analisando o discurso do turista, do tipo de turismo no município e das características do suporte turístico. A necessidade de um diagnóstico que demonstre a realidade do município em infraestrutura, marketing e investimento, pode render propostas para a organização e planejamento da comunidade e do poder público para ações que garantam o desenvolvimento do turismo no município.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo. Patrimônio Cultural. Cidade de Goiás.

INTRODUÇÃO (JUSTIFICATIVA, PROBLEMÁTICA E OBJETIVOS)

O projeto tem por finalidade fazer um diagnóstico das áreas turísticas da Cidade de Goiás. Esse diagnóstico será feito perguntando-se tanto aos turistas, o que falta e o que o estimula para continuar a visitar a cidade, como aos comerciantes, que tem ligação direta com o turismo local, sobre a maneira como eles avaliam a hospitalidade e a receptividade.

Para isso, demarcamos inicialmente, criando um “corredor turístico”, todos os imóveis compreendidos entre a Casa de Cora Coralina e a Praça do Chafariz, onde se pode encontrar espaços para gastronomia, visita e contemplação.

Sendo assim, para definir a modalidade de turismo para a Cidade de Goiás, devemos entender o que é lazer, já que esta prática está inserida no turismo. Inácio (2003) é claro ao dizer que o lazer se concretiza no prazer de estar no local e no fato do visitante usufruir o tempo de ócio sem gastos, diferentemente da prática do turismo, que usa a venda e consumo como integrantes da satisfação do visitante.

DEFINIÇÃO DE TURISMO E PATRIMÔNIO

Sabemos que a definição do termo “turismo” não se encontra totalmente concluída. Há várias explicações e, mediante algumas, há ambiguidades. Citamos como exemplo o classificado *turismo de negócios*, cada vez mais notável nos dias de hoje, mas que autores não definem como prática do turismo. Para Bormann (*apud* IGNARRA, 1998), por exemplo, as viagens realizadas para ir a um local de trabalho não estão incluídas na realização do turismo.

Entender o turismo é uma tarefa muitas vezes bem complexa e requer atenção aos pequenos detalhes, pois sempre surgem novas segmentações. Trataremos de uma em especial: o turismo cultural.

O Ministério do Turismo delimita o turismo cultural como 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. Entendemos que todo conjunto de bens, independente da sua natureza (material ou imaterial), que apresenta um valor para o local, são utilizados para a prática do turismo cultural. Esse conjunto de bens é tido como patrimônio, que, conforme Barreto (2000) afirma, pode ser divididos em *cultural* e *natural*.

Assim, destacamos o foco da pesquisa, o patrimônio cultural, que se subdivide em duas categorias: material e imaterial. Barreto (2000) define patrimônio material como aqueles bens palpáveis, identificados nas categorias de *bens imóveis* e os *bens móveis*. A primeira categoria seriam aqueles bens de que não são possíveis a modificação de local, como, por exemplo, edificações, sítios arqueológicos, etc. A segunda categoria de bens seriam aqueles em que é

possível a movimentação, da qual temos como exemplo os acervos bibliográficos, documentais, as coleções arqueológicas.

Ainda de acordo com o Ministério do Turismo, o patrimônio imaterial é aquele que está intrinsecamente ligado aos saberes; ao modo de ser da população; às festas; às tradições, tanto religiosas quanto culturais; à música; à arte cênica; etc.

Os tipos de patrimônio servem de ligação entre o passado e o presente, e também para futuras gerações. Surge então a necessidade de preservação desses locais por meio do tombamento. Barreto (2000) defende que a preservação não favorece aos monumentos tombados, ficando como melhor opção a conservação, uma vez que esta dá ao bem a possibilidade de revitalização. Esta discussão é feita pois muitos setores podem divergir na finalidade de um patrimônio, porque, ao se tombar um imóvel ou local, a não-utilização deste para outras finalidades ou a impossibilidade de intervenções não o fazem ser atrativo economicamente. Assim, o que se propõe como uma conservação é uma utilização do espaço de maneira a mantê-lo útil para qualquer finalidade que possa ser feita naquele local (BARRETO, 2000).

Na Cidade de Goiás podemos contar alguns dos bens imóveis que foram tombados, como o Museu das Bandeiras, o Palácio Conde dos Arcos (ambos tombados em 1951), o Museu de Arte Sacra da Boa Morte, a Igreja Nossa Senhora da Abadia, a Igreja de Santa Bárbara, o Quartel do 20º Batalhão da Infantaria (todos tombados em 1950), o Chafariz de Cauda (tombado em 1980), entre outros. Todos servem de pontos turísticos.

Nesse contexto, desenvolvemos o projeto, com a criação desse “corredor turístico”, onde se encontra grande parte dos imóveis citados acima, pois pretendemos analisar qual o posicionamento do turista e até mesmo do comerciante, diante do valor da cidade para o setor turístico.

A RELAÇÃO ENTRE A CIDADE, O PATRIMÔNIO E O FLUXO TURÍSTICO

As produções de diversos campos, da Literatura à História, tais como as de Ana Maria Borges e Luís Palacín, *Patrimônio Histórico de Goiás*, de Deusa Maria Rodrigues Boaventura, *Arquitetura Religiosa em Goiás no século XVIII* e de NarsChaul, *Caminhos de Goiás*, mostram como

a cidade de Goiás se destacou no século XVIII, atraiu pessoas de diversas partes do Brasil, que se instalaram às margens do Rio Vermelho para a extração do ouro. Assim foi se dando início, no até então Arraial de Sant'Anna, ao que é hoje a cidade e o estado de Goiás.

Yázigi (2012) traz, de forma detalhada, em seu documento, que os que aqui chegavam, traziam junto sua forma de pensar, de construir, de se expressar e isso perdurou por alguns séculos. Diante disso, nota-se a importância de determinado monumento, indivíduo, ou até mesmo de uma história, que foi de grande importância para a cidade. Precisa-se então o resguardo para que, especialmente os monumentos e obras, chegassem tal como são às futuras gerações.

Em 2001 a cidade ganha então o título de Patrimônio Mundial da Humanidade. Inicia-se então um fluxo maior de turistas, agora também em nível internacional.

Entre os pontos turísticos que destacamos para os visitantes, temos a casa da poetisa Cora Coralina, apaixonada pela fabricação de doces e pelas palavras que lhe escorriam pelos dedos e iam à ponta do lápis e se firmavam no papel. Há também o artesanato local, com o qual o turista pode ter contato.

Praticar o turismo, até aí, parece não trazer problemas, mas surgem então algumas perguntas: qual a relação do morador com o turista? Como o turista se comporta em contato com uma cultura diferente da sua? O que o leva a querer visitar o local?

Os questionamentos levantados estão ligados ao nosso produto turístico, ou seja, a atração turística (CORREIA, 2002), sendo ela material ou imaterial, como na Cidade de Goiás, que tem o fator patrimônio, que provoca o deslocamento dos turistas, visando o consumo dos produtos disponíveis no mercado, sendo eles móveis ou imóveis, tendo seu consumo imediato, com a contemplação ou satisfação, como, por exemplo, ao andar entre as ruas de arquitetura centenárias ou degustar a gastronomia local, outros produtos podem ser lavados de *suvenires*, como o artesanato, ou serem uma recordação em momentos de apreciação em casa com doces.

De forma breve, Souza (1999), levanta algumas dessas questões direcionadas para o lado do desenvolvimento local com a prática do turismo. Ele alega que, se a cultura entre residente e turista for semelhante, não há tantos impactos negativos quanto no caso de uma diferente demasiadamente da outra. O que gera uma perda coletiva de autoestima. Devemos ainda levar em

consideração o desgaste que a massificação do turismo pode resultar na degradação dos pontos turísticos e naturais de uma cidade, comprometendo o desenvolvimento do turismo numa região e causando a desmotivação do turista (SALES; RIBEIRO, 2011). A perspectiva dos autores traz para discussão a necessidade de se entender como é possível a manutenção do fluxo turístico ao se ter um canal de comunicação entre o turista, os nativos e a própria cidade (como objeto de oferta e demanda).

Aqui fazemos a distinção entre o que a oferta e demanda influencia o turista para visitação, promovendo um atrativo que se consolidar  na memória do visitante com a experiência de conhecer os espaços, a história e a cultura dos diversos locais dentro de uma comunidade e o(s) lugar(es) de memória(s), conforme Gastal (2002) delimita como “manifesta es culturais, acrescentando às questões de tempo e espaço, o critério dos imaginários locais, que tanto quanto a sua constitui o física, constroem a singularidade das localidades”. Ou seja, a importância do lugar estará atrelado ao grau de subjetividade que atinge tanto o turista como o nativo da comunidade, nas trocas simbólicas proporcionadas pelo imaterial e material ao qual compartilham.

Um ponto de referência para entender o comportamento do turista, é ver qual a percep o que os nativos da comunidade tem em rela o ao visitante. Assim, ao levantar dentro do corredor turístico de Goiás o que os comerciantes percebem e confirmam em relatos nos questionários aplicados em estabelecimentos de diversas áreas, conforme tabela 1, sendo destaque os comércios de Alimenta o, Artesanato e Vestuário:

TABELA 1: ESTABELECIMENTOS DO CORREDOR TURÍSTICO

Estabelecimento	Porcentual (%)
Alimenta�o	29
Artesanato e Vestuário	24
Artesanato e Vestuário	18
Bebidas	12
Artesanato e Alimenta�o	12
Alimentos e Bebidas	6

Total	100
-------	-----

Fonte: Lucinamar Costa e Marco Aurélio Pedrosa de Melo (2014)

Nestes locais, os entrevistados (proprietários ou funcionários) que continuamente estão em contato com o turista, elencaram que os fatores culturais atraem mais o turista, entre eles: Patrimônio Histórico Material (arte e arquitetura); Museus; História; Gastronomia; Natureza; Tranquilidade; Patrimônio da humanidade (cultura e história). O que se apresentou está em coerência com aquilo que a cidade tem como próprio.

Os mesmos entrevistados também elencaram as falhas para a visita do turista, destacando-se o Gerenciamento Turístico; Investimento na Cidade; Limpeza da Cidade; Receptividade; Gastronomia; Outras Opções para o Turista e Marketing. Faremos aqui um resumo de cada categoria. O Gerenciamento Turístico e o Investimento na Cidade estão ligados à Gestão Pública e o empenho empreendedor ou financeiro do setor privado para melhoria na estrutura para atratividade do turismo, o que implicaria numa melhoria na Receptividade e Gastronomia, forçando um novo investimento, principalmente privado, na inovação e qualificação para estas áreas. Nesta discussão as Outras Opções para os Turistas ter o lazer ou entretenimento, está ligada ao Marketing que tanto o setor público, quanto o privado, devem se desdobrar para manter um fluxo turístico com demandas e ofertas equilibrados e sustentáveis.

Sobre estes pontos, temos o que Dias (2006) destaca para consolidação do turismo, onde diz que para o turismo sustentável, deve-se:

- a) Fortalecer as competências do lugar para abordar os problemas causados pelo turismo [...];
- b) Capacitar a população local em atividades relacionadas com o turismo de modo que possam participar e tirar proveito dele;
- c) Ajudar a promoção local, nacional e internacional de produtores locais característicos;
- d) Conscientizar o público e estimular o orgulho por seu patrimônio nas comunidades locais por meio de amplas campanhas de conservação;
- e) Cuidar para que os fundos gerados pelo turismo contribuam para custear os custos de conservação e proteção dos lugares;
- f) Compartilhar, com outros lugares e áreas protegidas, os conhecimentos e as competências adquiridos;

g) Levar a indústria turística a compreender melhor a necessidade de proteger o patrimônio mundial, bem como seus valores e políticas.

(DIAS, 2006)

A pretensão destes entrevistados coincide com os apontamentos de Dias (2006), assim os comerciantes acreditam que um melhor investimento turístico deveria haver nos Espaços para Convivência (praça de alimentação, espaço de lazer, clubes, bares e restaurantes); Investimento Econômico (público e privado); Atrativo para o Turista; Marketing e Políticas Públicas para o Turismo. Estes pontos se assemelham aquilo que os comerciantes pensam para o turista ser atraído na Cidade de Goiás.

Neste trabalho ao se tentar alcançar o turista, o próprio nativo, principalmente o comerciante tem uma visão do que é necessário para ampliar a oferta do turismo e aumentar a demanda turística que pode ser absorvida.

REFERÊNCIAS

- BARRETO, Margarita. *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. 13 ed. São Paulo: Papyrus, 2000.
- CORREIA, José de Alencar Santos. *Imersão no Turismo*. Porto Velho: SEBRAE, 2002.
- DIAS, Reinaldo. *Turismo e Patrimônio Cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades*. São Paulo: Saraiva, 2006.
- GASTAL, Susana. Lugar de Memória: por uma nova aproximação teórica ao patrimônio local. In: *Turismo Investigação e Crítica*. São Paulo: Contexto, 2002. p. 69-82.
- IGNARRA, Luis Renato. *Fundamento do Turismo*. 2 ed. Pioneira: São Paulo, 2003.
- IPHAN (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL). *Goiás (GO)*. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do;jsessionid=C8A07C68C0AB14EAB447EEA1E7BCAEF1?id=18088&retorno=paginalphan>. Acesso em: 19/09/2014.
- MENEZES, José Newton Coelho. *História & Turismo Local*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo Cultural*. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/estruturacao_segmentos/turismo_cultural.html. Acesso em: 19/09/2014.
- RODRIGUES, Adry Balastrieri. *Turismo e Desenvolvimento Local*. 2ed. São Paulo: Hucitec, 2000.
- SALLES, Natália e RIBEIRO, Paulo Rodrigues. Desenvolvimento Sustentável e o Turismo: uma reflexão sobre as práticas turísticas em Pirenópolis-GO. In: LUCENA, Andréa Freire *et al.* *Desenvolvimento Sustentável e Turismo: Análises e Perspectivas*. Goiânia: Ed. PUC Goiás, 2011. p. 115-150.



YÁZIGI, MARY. Cidade de Goiás. Disponível em: <http://www.secult.go.gov.br/post/ver/140321/cidade-de>. Acesso em: 19/09/2014.