

O TURISMO SOB O OLHAR DA CULTURA, DA GESTÃO CULTURAL, DA HOSPITALIDADE E DO TURISMO URBANO E SUA RELAÇÃO COM O LAZER

Cristina Nora CALCAGNOTTO¹
Caxias do Sul, RS, Brasil

Newton Fernandes de ÁVILA²
Caxias do Sul, RS, Brasil

Ramon OSMAINSCHI³
Caxias do Sul, RS, Brasil

RESUMO: O presente artigo permite olhar o turismo por meio da cultura, da gestão cultural e do turismo urbano entrelaçando as ações com a hospitalidade, fator de procura pelos indivíduos em diversos tipos de ambientes, e suas relações com as manifestações do lazer em espaços públicos. Busca por meio de pesquisa exploratória, através de uma revisão bibliográfica, uma reflexão no que tange a novas expectativas e novas vivências, sob uma perspectiva acolhedora e hospitaleira que envolve o cidadão local e o turista a partir da vida na cidade. Os resultados apontam alternativas de interação dos conceitos abordados que podem ser utilizadas nas políticas públicas dos centros urbanos.

Palavras-chave: Cultura. Gestão Cultural. Lazer. Hospitalidade. Turismo Urbano.

TOURISM UNDER THE LOOK OF CULTURE, CULTURAL MANAGEMENT, HOSPITALITY AND URBAN TOURISM AND ITS RELATIONSHIP TO LEISURE

ABSTRACT: This article allows us to look at tourism through culture, cultural management and urban tourism, intertwining actions with hospitality, a search factor for individuals in different types of environments, and their relationships with leisure manifestations in public spaces. It seeks, through an exploratory research, through a bibliographical review, a reflection on new expectations and new experiences, from a welcoming and hospitable perspective that involves the local citizen and the tourist from the life in the city. The results point to alternative interactions of the concepts that can be used in the public policies of urban centers.

Keywords: Culture. Cultural Management. Leisure. Hospitality. Urban Tourism.

¹ Universidade de Caxias do Sul - UCS, Caxias do Sul, RS

² Universidade de Caxias do Sul - UCS, Caxias do Sul, RS

³ Universidade de Caxias do Sul - UCS, Caxias do Sul, RS

TURISMO BAJO LA MIRADA DE LA CULTURA, DE LA GESTIÓN CULTURAL, DE LA HOSPITALIDAD Y TURISMO URBANO Y SU RELACIÓN CON EL OCIO

RESUMEN: El presente artículo permite mirar el turismo por medio de la cultura, la gestión cultural y el turismo urbano entrelazado como las acciones con la hospitalidad, el enfoque de los trabajadores en los diversos tipos de ambientes y sus relaciones con las manifestaciones del ocio en los espacios públicos. Busca por medio de la exploración exploratoria, a través de una revisión bibliográfica, una reflexión sobre las nuevas expectativas y las nuevas vivencias, bajo una perspectiva acogedora y hospitalaria que envuelve el ciudadano local y el turista a partir de la vida en la ciudad. Los resultados aponerán alternativas de interacción de los conceptos abordados que pueden ser utilizados en las políticas públicas de los centros urbanos.

Palabras-clave: Cultura. Gestión Cultural. Ocio. Hospitalidad. Turismo Urbano.

INTRODUÇÃO

O turismo sempre teve motivações culturais, começando com viagens limitadas aos aristocratas e a uma minoria elitizada, com o tempo ele foi massificado e, proporcionalmente, popularizado, privilegiando destinos de sol e mar, mas sem perder seu viés cultural.

Nos dias atuais, o turismo ampliou sua importância econômica e isso se deve muito a sua associação a processos culturais e uma maior procura pelo turismo cultural, além do crescimento do turismo urbano e da propagação da hospitalidade como um dos fatores principais para diferenciar uma experiência turística ou fortalecer vínculos entre os locais e os visitantes.

Desejando abarcar o olhar pelo viés do turismo cultural e urbano relacionando-os à hospitalidade, o estudo prevê uma breve análise do ser humano que passa grande parte de sua vida convivendo em grupos (família, amigos, trabalho), compartilhando momentos com outras pessoas, seja por trabalho ou por lazer, mas pelo turismo. Diante disso, sabe-se que o comportamento versa uma pluralidade de manifestações que se misturam no cenário atual e contemporâneo.

São formas diferentes que se igualam na redescoberta do ser em sua pluralidade de corpos e manifestações no ato de ser turista e sua relação com o ambiente. Ao pensar sobre a construção de uma relação entre cidade e cultura, é possível atentar para o cuidado que se deve ter com o público em questão, que pode estar à procura de um ambiente para passar as férias, um atrativo de final de semana, um descanso para a correria, ou ainda,

buscando uma associação entre o urbano e o cultural. Todos eles desencadearão sensações que levarão ao pertencimento pelo ambiente que farão o indivíduo estar situado e envolvido pela cidade.

Assim, a cidade propriamente dita, pode estar fora do contexto habitual de destino turístico, mas a proposta é que o visitante seja atraído pelo movimento, pelo entretenimento, pela diversidade cultural e pelas possibilidades de lazer e de atividades urbanas, que levem o turismo cultural e o turismo urbano a figurar entre as preferências das viagens.

Este artigo propõe, a partir de uma pesquisa exploratória, desenvolver uma reflexão que aponte alternativas de interação da cultura, do lazer e do turismo em todas as suas formas de manifestação voltadas ao convívio dos cidadãos e dos visitantes de centros urbanos. Foi realizada uma revisão bibliográfica de livros, dissertações e artigos de publicações voltadas para a Cultura, a Hospitalidade e o Turismo Urbano e, na sequência, será apresentada a fundamentação teórica dos conceitos com o objetivo de apresentar associações com o Lazer e suas manifestações em espaços urbanos.

CULTURA E GESTÃO CULTURAL

Desde os primórdios, pode-se dizer que a cultura esteve presente. Isso porque nas ações, na fala, nos costumes, nas crenças, nos ritos, nos saberes e nos fazeres estão aspectos e particularidades que pertencem àqueles que os produzem ou, um dia, os produziram.

Segundo White e Dillingham (2009, p. 23), “homem e cultura são inseparáveis. Por definição, não há cultura sem homem e nem homem sem cultura”. E assim ela passa de geração em geração, perpetuando-se no tempo.

A história se conta com o passar dos dias e com o marco dos acontecimentos, e carrega consigo a significância e a ressignificância de um lugar, de sua história e de sua memória. Para tanto, percebendo-se que a cultura está em toda a parte e que existem, diversas definições de cultura, dependendo do ponto de vista e dos diferentes âmbitos culturais, uma atenção deve ser dada para que haja responsabilidade na sua preservação.

Os bens (materiais e imateriais) culturais, ou seja, aqueles que foram ou são valorados positivamente continuam exigindo uma análise que contribua para o nosso conhecimento de campo. Os bens culturais devem receber um tratamento que dê conta de sua historicidade, da atuação das pessoas e grupos responsáveis pela criação de instituições e políticas públicas direcionadas ao seu desenvolvimento (OLIVEIRA, 2008, p. 189).

A cultura é uma constante experiência que deve ser percebida como um negócio

que atenda os desejos, anseios e necessidades de uma sociedade e garanta o cumprimento da sua demanda. Neste contexto, incentivar e fomentar a economia da cultura, criar políticas culturais decisivas, continuar ações de vanguarda, dialogar com o *outro* e com o resto do mundo, articular ações inovadoras e contemporâneas, atentar para o contexto pós-moderno em que se vive, e contribuir para o processo e o progresso cultural e artístico de um lugar, são importantes funções para uma gestão pública fadada a contribuir para o cenário das trocas simbólicas no país e no mundo.

White e Dillingham (2009) questionam, para analisar e ampliar a discussão:

Em que consiste a cultura? Genericamente, ela consiste em ideia, atitudes, atos e objetos. Qual o *locus* da cultura? Onde a cultura existe? Cultura, onde estarás? Esta tem sido uma pergunta difícil para muitos antropólogos. Alguns dizem que ela existe na mente, outros dizem que ela existe na cultura material exposta nas prateleiras de museus, outros dizem que ela é comportamento, outros dizem que ela é uma abstração do comportamento e há quem diga que ela não existe. Parece ser difícil dizer onde ela existe. Se, como afirmamos, cultura consiste em coisas e eventos reais e observáveis, precisamos ser capazes de localizá-la. Nossa resposta é que a cultura existe em organismos (como ideias, sentimentos, etc.), no comportamento interpessoal e em objetos. Esses são os três *loci* da cultura (2009, p. 61).

Portanto, ao que parece, o ser humano produz cultura e dele escreve uma história, cultiva suas raízes e preserva sua memória. A cultura dos povos, assim, evolui com o passar do tempo e mantém-se em constante processo cultural. Laraia (2009) dita que

[...] cada sistema cultural está sempre em mudança. Entender esta dinâmica é importante para atenuar o choque entre as gerações e evitar comportamentos preconceituosos. Da mesma forma que é fundamental para a humanidade a compreensão das diferenças entre os povos de culturas diferentes, é necessário saber entender as diferenças que ocorrem dentro do mesmo sistema. Este é o único procedimento que prepara o homem para enfrentar serenamente este constante e admirável mundo do porvir (LARAIA, 2009, p. 101).

Aceitar as transformações da sociedade faz parte do processo cultural e antropológico da evolução da humanidade e, conseqüentemente, aparecem uma série de novos desejos e necessidades que acompanham o ritmo temporal. Assim, uma forte e significativa expressão cultural é a arte, que, até os dias de hoje, exprime de uma maneira sensível e poética as vivências mundanas dos seres.

Neste contexto, Coelho (1997) ensina que,

Quando uma política cultural promove determinada forma de arte como valor cultural ou ideia civilizatória, diz-se que esse procedimento é mais propriamente intelectual (ou simbólico, sujeito às lógicas, à argumentação racional, na definição de Charles S. Peirce) do que estético (ou icônico, próprio da intuição, da emoção e da sensação, ainda nos termos da semiótica peirceana), o que daria motivos para denominá-lo de secundário em relação ao procedimento artístico propriamente dito. De todo modo, é pelo desenvolvimento da capacidade crítica, entendida como faculdade de distinguir entre uma coisa e outra, e da reflexão sobre a natureza e possibilidades da arte (estética) que se estimula a apreciação artística, a apreciação da arte entendida como arte e não apenas como valor cultural (1997, p. 47).

E são pelas mais variadas expressões artísticas, seja ela a dança, o teatro, a música, o artesanato, o folclore, a literatura e o cinema, que se dá maior sentido à vida, e à cultura propriamente dita.

As pessoas estão mudando o seu modo de pensar e agir. Estão atentando para um mundo globalizado, repleto de informação, tecnologias e novidades. Estão olhando para a sustentabilidade, para a ecologia e a reciclagem, estão desprendendo-se da pós-modernidade e atentando para a contemporaneidade. Estão olhando para a cidade e querem uma cidade mais humana. As pessoas estão preocupadas com o aquecimento global, com a política mundial, e com a humanização das ações. Estão empenhadas na máxima de que a arte pode mudar o mundo e de que se precisa dela para ser um cidadão completo.

E neste sentido, atenta ao processo cultural, a professora doutora Susana Gastal (2005, p. 67) afirma que

Se as necessidades, em tempos mais antigos estavam vinculadas à premência biológica de sobrevivência, agora envolvem também o social e o cultural, antes campo exclusivo de desejos, ou seja, em outros tempos, teríamos necessidades biológicas e desejos culturais. Hoje ninguém acharia descabido dizer que temos necessidades culturais para ser atendidas (*a gente não quer só comida, a gente quer comida, diversão e arte, como dizem os Titãs*).

Sob esta ótica, percebe-se uma mudança de comportamento na vida das pessoas e, assim, na procura por outras preferências. Na procura por cultura, por arte, por viagens culturais, por turismo cultural. Por novas sensações, novas experiências, novas vivências.

Para tanto é preciso que essa arte esteja acessível a todos, e assim, tenham-se políticas culturais de acesso, formação, fruição, promoção, produção e difusão. Marinho (2009, p.102) ensina que “difusão exige processos de reflexão”.

Dito isso, afirmamos que em todo e qualquer incentivo público – à criação, produção, circulação, reflexão “é imprescindível reforçar que nosso fazer está imerso na política do sensível, em sua partilha, na responsabilidade de compreender o conjunto de aspectos que deságuam na difusão” (SECRETARIA MUNICIPAL DA CULTURA DE SÃO PAULO, 2012, p. 102).

Traça-se assim, um diálogo entre o saber e o fazer como política pública descentralizada e de ações duradouras e consistentes que ora permeiam em ambientes desconhecidos na busca por ações que tragam crescimento, ora por ambientes conhecidos que buscam firmar a identidade cultural como bem imaterial de um lugar.

Não basta ter cultura apenas para alguns. Ela deve ser ampla, democrática e descentralizada para atingir a todos independentemente de classe social, preferências ou diferenças.

Desta forma, as políticas públicas voltadas à cultura devem ser pensadas para o amplo crescimento dos cidadãos, para a educação do povo e o desenvolvimento de um local. Uma cidade precisa disso, e a arte faz parte desse processo.

Ensina o produtor e gestor cultural Romulo Avelar que

[...] uma verdadeira política de democratização cultural, portanto, precisa investir na diversidade, estimular o fortalecimento da identidade de cada grupo social e ampliar as possibilidades de escolha. A abertura de oportunidades para que cada cidadão possa expressar sua visão de mundo é um bom caminho para o desenvolvimento de seu espírito crítico e, conseqüentemente, para a ampliação da base de público no Brasil (2013, p. 170).

O que torna a ação uma política pública, é quando ela ser pensada para todos, seja ela uma iniciativa pública ou privada. Ainda que ela deve ser custeada, é fundamental que se pense em políticas de acessibilidade.

A manifestação cultural torna-se um bem fundamental quando acessível a todos. Numa realidade social como a do Brasil é fundamental inserir ou identificar a produção cultural com ações comunitárias, não apenas como processo de construção da marca cultural e seus parceiros, mas também como parte do processo de sensibilização e formação de novos públicos consumidores de cultura. Essa responsabilidade deve tornar-se indispensável caso o patrocínio seja realizado com dinheiro público (BRANT, 2002, p. 33).

Isso porque o consumo só se dá a partir do acesso iniciado pela sensibilização e pela formação, sem os quais não se constrói o processo. E sim, a partir daí pode-se falar em

políticas culturais como uma rede que reproduz resíduos de natureza artístico-culturais e que, posteriormente, possibilita multiplicadores dessa mesma formação. Durand (2013), vibra em afirmar que “inclusão social, pluralidade e diversidade são hoje virtudes louvadas na política cultural brasileira” (p. 147).

Assim, a cultura traz valores de base para a educação e para a cidadania que se desdobram em finalidades para a gestão, para o bem-estar, para o lazer, para a humanização das ações e para o turismo, cultural e urbano.

TURISMO URBANO

Estudos recentes apontam que mais da metade da população mundial vive em cidades, e por estar ambientada em um contexto urbano, a convivência social e as expressões culturais formadas e difundidas por pessoas que vivem em metrópoles são fontes de atratividade e de inspiração. Sendo assim, o turismo urbano tem se destacado dentre os principais destinos turísticos contemporâneos.

Conforme Azevedo (2011), o turismo urbano compreende todas as atividades que os visitantes fazem na ocasião que se encontram na cidade, considerando, ao menos, três tipologias de turismo urbano:

- (1) que evidencia as atividades culturais, como visitas a exposições, museus e monumentos, com objetivo de enriquecimento cultural;
- (2) focada em eventos profissionais, congressos, feiras e
- (3) para atividades de lazer, incluindo os períodos de férias, e considerando que as três dimensões se complementam.

Ferraz (2013) argumenta que, com o aumento da densidade populacional nas grandes cidades, ampliaram também os problemas relacionados ao uso dos recursos naturais e os problemas vinculados ao ambiente construído e de dinâmica social, resultando em estudos na qualidade ambiental urbana. Segundo a autora, as cidades são:

Tidas como locais onde se podem encontrar ótimas oportunidades de trabalho e de negócios, excelentes universidades e centros médicos e uma programação cultural rica, as grandes cidades estão entre os destinos mais procurados por migrantes e turistas em todo o mundo. Isso porque, num mesmo espaço físico, as grandes cidades conseguem reunir diferentes atividades urbanas para variados grupos sociais com diversos propósitos (FERRAZ, 2013, p.68).

Ainda em seus estudos, complementa que a cidade é formada por várias camadas, com um aspecto tangível decorrente de intervenções feitas pela humanidade (as construções e o sistema viário, por exemplo) e também um aspecto intangível, formado por

uma dimensão natural (como o relevo, a vegetação, o clima, etc.) e uma dimensão social, que é essencial para a sensação de hospitalidade urbana (como as crenças, os costumes, a dança, o folclore, a comida,...), formando, assim, uma complexa trama urbana.

Os atributos tangíveis podem envolver ações do Poder Público como sombrear os espaços urbanos, ampliação de calçadas e limpeza das vias públicas; dentro dos atributos intangíveis de ordem natural, pode-se planejar urbanisticamente a cidade pensando no conforto dos usuários, com maior arborização das ruas e valorização da topografia existente, e os atributos de ordem social podem ser classificados em históricos (tradição, identidade, etc.) e subjetivos (fatores psicológicos, percepções dos indivíduos, etc.), fatores que se manifestam inerentes à gestão pública. Esta, por sua vez, no papel de anfitriã, deve garantir, ao menos, a consolidação das particularidades históricas.

E a autora traz ainda que, as metrópoles que proporcionam hospitalidade urbana “passam a oferecer um novo tipo de atratividade, como um novo produto. Isso faria com que a hospitalidade urbana passasse a fazer parte da categoria das atratividades, fechando o ciclo do atrair-permanecer-retornar” (FERRAZ, 2013, p. 84).

Sobre a atração das grandes cidades, sejam elas grandes metrópoles, cidades globais ou mesmo centros urbanos de menor influência econômica ou de troca de informações ou finanças, é importante frisar que, pelo viés do turismo, o acolhimento feito ao visitante pode ser essencial e determinante para a sua estada.

E acrescenta:

As grandes cidades têm por natureza um grande potencial de atratividade (...). O grande desafio é tornar essa cidade mais hospitaleira, de forma a propiciar condições para que o visitante se sinta “em casa”, acolhido, e tenha vontade de permanecer por mais tempo na cidade (...), aliás, quanto mais tempo ele ficar melhor. Isso contribui para o aumento da receita gerada pelo turismo urbano e pode estimular a criação do vínculo entre visitante e lugar. (FERRAZ, 2013, p.80).

Em suas considerações, acrescenta falando de hospitalidade urbana e a define “como o ato de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas, sejam elas turistas ou moradores, no meio urbano, de forma a garantir uma somatória de sensações de bem-estar e de acolhimento provenientes de qualidades urbanísticas e sociais” (p. 65).

E por fim, pontua que a condição de cidade hospitaleira depende da implantação ou consolidação dessas qualidades pelo Poder Público, com a função de estabelecer um vínculo entre o lugar e o indivíduo, capacitando o espaço público no sentido de aproximar as pessoas e, com esta acolhida, fazer com que elas tenham vontade de permanecer por mais tempo e de retornar no futuro à cidade.

Dando continuidade ao pensamento urbano, Azevedo (2011) afirma que, as cidades:

Pelo fato de se terem convertido em centros nevrálgicos que convidam à realização de uma diversidade de atividades turísticas que envolvem a satisfação do turista, passaram a ser valorizadas e consideradas lugares essenciais para a prática turística. Esta dimensão das cidades como destinos de viagens, associada à utilização das novas tecnologias e à criação e reconversão de infraestruturas e de recursos tornaram o turismo urbano sinónimo de qualidade e bem-estar para os visitantes (p.13).

A autora ainda afirma que “o perfil do turista de cidade tende a ser predominantemente do sexo feminino, com nível superior, com rendimento profissional elevado, confirmando a imagem dos turistas culturais como possuidores de elevado poder aquisitivo” (p. 19).

Sobre as viagens e destinações turísticas, “nos últimos anos, tem-se verificado um crescimento do interesse pelas viagens de motivação cultural, em resultado do aumento e renovação do interesse pelas várias formas de expressão cultural e pela melhoria do acesso à informação” (p. 20).

E complementa fazendo uma análise sobre os não-lugares denominados por Augé (1994), como os shoppings centers, e argumenta que “os novos espaços de consumo urbano, passam a ser lugares de produção de cultura, de lazer e de entretenimento, por vezes com elevado grau de sofisticação e uma certa complexidade na gestão” (AZEVEDO, 2011, p. 38).

No que tange aos estudos do turismo em grandes centros urbanos, Vargas (2001) reitera sobre o potencial de atrativo turístico das grandes cidades, citando a diversidade de eventos de lazer, profissionais, culturais, entretenimento e consumo, a paisagem urbana e seus marcos referenciais de arquitetura e engenharia, a possibilidade de leitura da história da sociedade em suas etapas de evolução social, a convivência com pessoas e locais díspares, e da possibilidade de entrar em contato com o desconhecido, com o estranhamento causado pela novidade e pela multiplicidade.

Vargas (2001) desenvolveu o conceito “atrair-permanecer-retornar” aplicado ao espaço público e à vida urbana e baseado nas estratégias de comércio varejista para manutenção do negócio e fidelização do cliente.

No que tange ao uso de espaços públicos, Pacheco e Raimundo (2014) apontam os parques urbanos como instrumentos urbanos de ação e de direito à cidadania e ao lazer e sua relação direta com a animação sociocultural e a interpretação ambiental, ou seja, explorando o seu potencial educativo e associando o lazer à cultura e ao turismo urbano.

No meio urbano, os atrativos são as oportunidades e atividades desenvolvidas nas

grandes cidades, a permanência é representada pela hospitalidade urbana e o retorno ocorre a partir do vínculo formado entre o indivíduo e o lugar, sendo uma boa experiência uma grande facilitadora de um potencial retorno no futuro.

Após a análise da cidade e da sua complexidade urbana, que leva os visitantes em busca de sua atratividade, volta-se o foco para o acolhimento que transcorre as relações, sendo essencial tanto para o dia a dia quanto para as trocas interpessoais no turismo.

A HOSPITALIDADE COMO VIÉS DE FRUIÇÃO DAS RELAÇÕES

A hospitalidade, desde a antiguidade, já era usada como forma de relacionamento pelos anfitriões no cotidiano e no turismo, estando muito próxima da cultura, do turismo urbano e do lazer. É percebida nas suas mais diversas concepções pelos autores, algumas delas apresentadas a seguir.

Mauss (2003) conceitua a hospitalidade pela concepção da dádiva que se baseia no tripé dar-receber-retribuir. Também coloca que a hospitalidade quando vista da ótica do estar disposto a conhecer o local onde se visita, diz-se que se aplica a tríade dar-receber-retribuir, tornando-se muito mais que somente estar e sim de conhecer e pertencer ao local onde se está, deixar-se inserir pela cultura e costumes locais.

Derrida (2003) manifesta que a hospitalidade é tida como reciprocidade que envolve responsabilidade entre o 'eu' e o 'outro' onde há o crescimento das relações estabelecidas pelo contato. O outro, o "diferente" visto por nós, por suas características, experiências, hábitos e costumes, passa a ter familiaridade. E com isso, o ambiente e suas construções simbólicas, vai abrindo espaço para as vivências e trocas. Assim, os contatos criam laços e alteram a identidade.

Grinover (2006) traz que a hospitalidade pressupõe acolhida, onde o acolher é tornar possível a inclusão do 'outro' no próprio espaço, assim, esse mesmo espaço poderá ser frequentado, cruzado e até mesmo admirado. Diante disso, pode-se compreender que as relações se constroem com a proximidade de duas ou mais pessoas, mas, o ser humano, precisa estar disposto a conhecer e trocar com o 'outro'.

Perazzolo, Pereira e Santos (2013) relatam em seus estudos que, "(...) Hospitalidade – ou acolhimento – é a resultante do encontro humano, construída a partir do desejo de ambos, gerada na pulsão de conhecer e/ou reconhecer o novo, o velho, o transformado, a si e ao outro (...)" (p. 4).

Camargo (2015) descreve que a hospitalidade imprescindivelmente passa pela intimidade do calor humano e pode ser compreendida como uma relação em que se estabelece uma troca - entre receber e ser recebido -, "cujo desenrolar pode redundar em apaziguamentos, sentimentos que vão desde a amizade, amor, calor humano (expressão de

virtude) até algum nível de conflito, de agressividade, de hostilidade” (p. 47).

Frente a esses conceitos e junto a isso, perceber a mudança de comportamentos na vida das pessoas, quando buscam novas vivências, experiências e sensações, é possível perceber que há na procura por cultura, arte e turismo urbano, uma busca pela hospitalidade, acolhimento, que necessita ser proporcionado pelo ambiente, para o indivíduo e para o lazer.

Assim, pode-se dizer que, se vista pelo Turismo, a hospitalidade há de estar presente em todas as partes que se compõem as atividades desde o deslocamento, a permanência, abarcando o desenvolvimento da infraestrutura que circula o lugar, sem deixar de pensar na educação, capacitação de recursos humanos, comunicações, transportes e, por fim, na prestação de serviços, até a saída dos visitantes, estando todos estes elementos imbricados para dar sustentabilidade às relações de hospitalidade.

Apontando para o início das civilizações, na Grécia e também em Roma, tem-se o surgimento da hospitalidade por meio do turismo, mas que se restringia apenas a dar abrigo e alimentação a quem estava longe de seu domicílio utilizando-se das estalagens e tavernas que recebiam os viajantes.

Um pouco mais adiante, no século XV, com o início da Renascença, nota-se a primeira expedição na Itália (do Rei Carlos VIII) que introduz mudanças nas viagens e no ato de hospedar (BOYER, 2003). No século XVII, Luís XV traz uma nova maneira de hospitalidade, culminando com o fato de apreciar os jardins, houve também a invenção do turismo gastronômico [Chapelle e Bachaumont], além da chegada de um tema destinado a se tornar uma verdade de massa: “as viagens formam a juventude” (BOYER, 2003, p. 22).

Já no século XVIII, as grandes descobertas. Começou-se a perceber uma troca de preferências, generalizando-se uma moda entre viajantes (PIRES, 2001). O desenvolvimento do turismo é altamente influenciado pela mudança nos transportes. A era das ferrovias representou alterações quando trens e navios transformaram as oportunidades de viagens (BOYER, 2003).

No século XIX, enorme expansão econômica, seguida por uma revolução industrial (surgimento do turismo moderno impulsionado pelo uso do vapor em locomotivas e barcos, bem como o crescimento da população urbana e aumento do número de viagens) e científica.

A democratização do turismo no decorrer do século XX se consolida com o turismo de massa, trazendo uma nova roupagem para a hospitalidade e, por conta do aumento do tempo livre se desenvolve o turismo social a partir de políticas públicas, permanecendo até os dias atuais (MANZANEC, 2001).

As mudanças de grande projeção no estilo de vida individual e na comunicação pessoal e em grupo provaram ser novos fatores na formação da sociedade. Nunca foi tão favorável gastar os determinantes da demanda com viagens e com lazer (LICKORISH; JENKINS, 2000).

No século XXI, atenta-se para o crescimento mundial do turismo, onde se prevê a

chegada de milhões de turistas, resultando assim, com a grande expansão turística, em fortes impactos ambientais, sociais, culturais e econômicos.

Esse movimento faz suscitar a hospitalidade como componente humanizador para estabelecer relações, já que ao longo dos anos, deixou de ser fator importante na trajetória turística, e mostra-se com lacunas por causa dos distanciamentos das pessoas em seus convívios sociais e nos passeios.

CONSIDERAÇÕES TEMPORÁRIAS

O estudo propôs uma reflexão do turismo sob o olhar da cultura, da gestão cultural, da hospitalidade e do turismo urbano, relacionando-o com o lazer, para que se possa perceber um novo lugar, sensível e com novas perspectivas e possibilidades de destinos.

Ainda que em construção, o estudo trouxe uma visão para um novo turista, cheio de desejos e em busca de lazer e de novidades que, muitas vezes, podem estar mais perto do que se imagina.

As políticas públicas têm uma relevante função e vem ao encontro de uma cidade que tem muito a oferecer. O turismo cultural e o turismo urbano se fortalecem e suscitam a curiosidade de visitantes que buscam a diversidade e que podem encontrar uma cidade que os abrace.

A cultura se manifesta em todo e qualquer lugar, por meio de seus bens materiais e imateriais e traz um senso mais humano para os equipamentos turísticos e urbanos, e para as ações. Promove, nas mais diversas formas artísticas, a ética e a estética de um conjunto de fazeres e saberes criativos que envolvem as pessoas, os lugares e as relações.

Os grupos se encontram e a cidade aparece atenta à preservação de sua memória e de sua identidade. E então, a cultura se materializa na cidade e assim, o turista do séc. XXI, pós-moderno e com sede de novas vivências, encontra uma cidade hospitaleira, cheia de atrativos e com uma cultura minada de valores simbólicos.

Nesse sentido, Gastal (2014) destaca a contribuição dos imaginários de praça e palco para o lazer e a animação turística em cidades, “entendendo-se aqui a presença de um tempo liberado e os modos de usufruto desse tempo quando associado ao uso e apropriação da Cidade por moradores e visitantes” (GASTAL, 2014, p. 42), e argumenta sobre a relevância do lazer no contexto de qualificar o ambiente urbano para o Turismo e da cidade em criar espaços públicos para as pessoas se encontrarem e possibilitar a convivência com o Outro, em que o turista também quer fazer parte dos locais de diversão e de entretenimento dos habitantes das cidades.

Gomes (2014) também contribui de maneira pertinente e apresenta uma abordagem que concebe o lazer como uma necessidade humana e de dimensão cultural, onde representa três elementos fundamentais: a ludicidade, as manifestações culturais e o

tempo/espaço social, integrando as práticas humanas nos contextos culturais, educativos e sociais.

Para a autora, “o lazer participa da complexa trama histórico-social própria de cada realidade e representa um dos fios tecidos, culturalmente, na rede humana de significados, símbolos e significações” (GOMES, 2014, p.12).

Eis o que se almeja, a partir um novo olhar, para que o turista e o próprio cidadão local percebam o que a cidade oferece e as relações que possam surgir.

REFERÊNCIAS

AUGÈ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Ed. Papyrus, 1994. 111 p.

AVELAR, Romulo. **O Averso da Cena**: notas sobre produção e gestão cultural. 3. ed. Belo Horizonte: Ed. do Autor, 2013.

AZEVEDO, Ana Maria Barbosa. **Cartões de cidade e a experiência turística nos destinos urbanos**. Dissertação – Mestrado em Turismo. Faculdade de Letras da Universidade do Porto: Porto, 2011, 237 p.

BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Bauru: EDUSC, 2003. 168 p.

BRANT, Leonardo. **Mercado Cultural. Panorama crítico com dados e pesquisas e guia prático para gestão e venda de projetos**. 3. ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 42-69, mai. 2015.

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural**: Cultura e Imaginário. São Paulo: Editora Iluminuras, 1997.

DERRIDA, Jacques. **Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar da hospitalidade**. Trad. de Antônio Romane. São Paulo: Escuta, 2003. 135 p.

DURAND, José Carlos. **Política Cultural e Economia da Cultura**. Cotia: Ateliê Editorial; São Paulo: Edições SESC SP, 2013.

FERRAZ, Valéria de Souza. **Hospitalidade urbana em grandes cidades**. Tese de doutorado da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade do Estado de São Paulo: São Paulo, 2013. 265p.

GASTAL, Susana. Lazer e a animação turística em cidades médias: a contribuição dos Imaginários Praça e Palco. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p.39-53, ago. 2014. Disponível em: < <https://seer.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/775/639> >. Acesso em: 19 dez. 2016.

_____. **Turismo, Imagens e Imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

GOMES, Christianne Luce. Lazer: Necessidade Humana e Dimensão da Cultura. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p.3-20, jan./ abr. 2014. Disponível em: < <https://seer.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/327/227> >. Acesso em: 21 dez. 2016.

GRINOVER, L. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, ano III, n. 2, p. 29-50, 2. sem. 2006.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 24. ed. [reimpr.], Rio de janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 317 p.

MANZANEC, J.A. et al. Análise do Comportamento do Turista com tipologias de estilos de vida e de férias. In: THEOBALD, W.F. **Turismo Global** (org.). São Paulo: SENAC, 2001. 510 p.

MARINHO, N. Binômio técnica-criação: uma acepção estética e também ética. In: WOSNIAK, C.; NUNES, S. M.; NORA, S. (Orgs.). **Seminários de dança: o que quer e o que pode (ess) a técnica?** Joinville: Letradágua, 2009.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia: o ensaio sobre a dádiva**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003. 535 p.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. **Cultura é patrimônio: um guia**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

PACHECO, Reinaldo Tadeu Boscolo; RAIMUNDO, Sidnei. Parques Urbanos e o Campo do Estudo do Lazer: Propostas para uma agenda de pesquisa. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 1, n. 3, p.43-66, set./ dez. 2014. Disponível em: < <https://seer.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/899/693> >. Acesso em: 21 dez. 2016.

PERAZZOLO; PEREIRA; SANTOS (2013). **Acolhimento e desenvolvimento socioturístico**: para uma psicopedagogia do laço social. SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 10. 9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul, 2013, Caxias do Sul.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil**: hóspedes, hospedeiros e viajantes no século XIX. São Paulo: Manole, 2001. XX, 236 p.

SECRETARIA MUNICIPAL DA CULTURA DE SÃO PAULO. **Fomento à Dança 5 anos**. São Paulo: Secretaria Municipal Cultura, 2012.

VARGAS, Heliana Comin de. **Espaço Terciário – O Lugar a Arquitetura e a Imagem do Comércio**. São Paulo: Ed. Senac, 2001.

_____. **Turismo nos grandes centros urbanos**. ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO, 4, Joinville, SC, 2000. **Anais...** 2000.

WHITE, Leslie A.; DILLINGHAM, Beth. Tradução: Teresa Dias Carneiro. **O conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

<https://seer.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/899/693>

Endereço para correspondência

Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Universidade de Caxias do Sul, UCS – Campus-Sede: Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 – Bloco 46 - sala 416 – CEP 95070-560 – Caxias do Sul-RS

Recebido em:

19/06/2016

Aprovado em:

04/08/2016

