



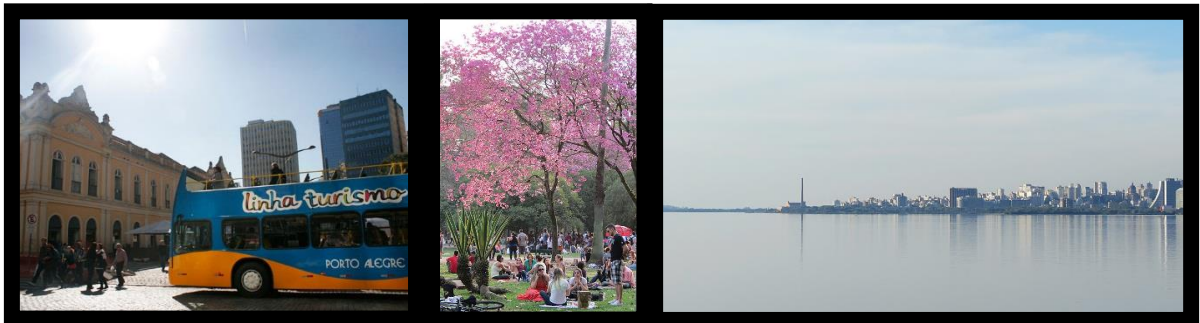
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**  
**INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

**TESE DE DOUTORADO**

**MAURÍCIO RAGAGNIN PIMENTEL**

**ORIENTADOR: PROF.º DR. ANTONIO CARLOS CASTROGIOVANNI**

**UMA ABORDAGEM GEOGRÁFICA DO TURISMO: VISITANDO PORTO ALEGRE.**



Porto Alegre

Agosto de 2017

MAURÍCIO RAGAGNIN PIMENTEL

**UMA ABORDAGEM GEOGRÁFICA DO TURISMO: VISITANDO PORTO  
ALEGRE.**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Geografia, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção de título de Doutor em Geografia.

Prof.º Dr. Antonio Carlos Castrogiovanni

Orientador

Porto Alegre

2017

### CIP - Catalogação na Publicação

Pimentel, Maurício Ragagnin

Uma abordagem geográfica do turismo: visitando  
Porto Alegre / Maurício Ragagnin Pimentel. -- 2017.  
367 f.

Orientador: Antonio Carlos Castrogiovanni.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio  
Grande do Sul, Instituto de Geociências, Programa de  
Pós-Graduação em Geografia, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Geografia e Turismo. 2. Turismo em cidades. 3.  
Turismo Urbano. 4. Porto Alegre. 5. Guias de viagem.  
I. Castrogiovanni, Antonio Carlos, orient. II.  
Título.

*À Helena, e sua vontade  
em descobrir o mundo.*



## AGRADECIMENTOS

A escrita de uma tese é um trabalho solitário, mas que requer um suporte coletivo imprescindível. Nas instituições e pessoas aqui nomeadas expresse meu profundo agradecimento a todos que tornaram este trabalho possível. Se cada momento de solidariedade fosse mencionado, certamente a lista ultrapassaria o conjunto deste volume.

À Universidade Federal do Rio Grande, pela apoio e concessão do afastamento para qualificação.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul e ao Programa de Pós-Graduação em Geografia pelo ensino e estrutura de pesquisa.

À CAPES pela bolsa de doutorado no início desta jornada.

À Prefeitura Municipal de Porto Alegre, em especial à Secretária de Turismo pela licença interesse, e por disponibilizar abertamente seu acervo e bases de dados. Em especial a Juliane Noschang e Ivone Maio.

À EIREST, Équipe Interdisciplinaire de Recherches sur le Tourisme, pela acolhida e interesse. Em especial a Dra. Maria Gravari-Barbas e a Dra. Cécile Renard.

Ao amigo Dr. Antonio Carlos Castrogiovanni. À banca de qualificação, às doutoras Adriana Dorfman, Susana Gastal e Tânia Strohaecker.

À família. Minha mãe Marilene Machado Ragagnin. Meu pai Jorge Altair Pimentel. A mulher amada Simone da Silva França. O amigo-irmão Estevan de Negreiros Ketzler. A irmã-amiga Thaís Feijó Pimentel. Renan França Canto. Helena França Pimentel. Iolanda da Silva França.

Aos colegas dos diferentes núcleos da novela da vida: FURG, SMTur; Pagus; orientandos do Castrogiovanni, aos colegas da França. A Fernando Albersheim Dias.

A Caa Yari por acalmar na angústia, estimular no cansaço, levar à reflexão frente às incertezas.

A todos aqueles cuja obra serviu de inspiração para este trabalho.

A Porto Alegre e seu "suave mistério amoroso."

*À beira daquilo que sabemos, em contato com o Oceano do desconhecido, reluzem o mistério e a beleza do mundo.*

Carlo Rovelli

## RESUMO

Esta é uma tese sobre Geografia e Turismo. O problema investigado: como Porto Alegre (RS), metrópole regional de 1,4 milhão de habitantes, constitui-se em destino turístico? O relato desse trajeto investigativo foi estruturado em quatro momentos. Em um primeiro movimento se buscou visitar as controvérsias sobre a episteme do Turismo e o modo em que a Geografia tem se dedicado a esse campo de estudos. Posteriormente se procurou interpretar a relação entre Turismo e urbano. Apresentou-se uma tipologia de locais urbanos investidos pelo Turismo, sublinhando a variedade de modos que os espaços podem ser turísticos. Neste conjunto está a cidade com função turística e a cidade de trânsito, que parecem corresponder à realidade de Porto Alegre. Investigou-se a maneira como o Turismo passa a ser um signo de urbanidade que atua no coração das metrópoles e na arquitetura produtiva do capitalismo contemporâneo. Considerando esse percurso teórico, buscou-se então uma melhor compreensão da situação de Porto Alegre. Assim, foi feita uma breve revisão da evolução urbana da cidade e sua vinculação com o Turismo. Avaliou-se a situação e a inserção de Porto Alegre na dinâmica global do Sistema Turismo a partir de uma análise com indicadores em três escalas: global, nacional e local. Tendo em vista esse contexto, se propôs então o exame da produção do discurso turístico sobre Porto Alegre. Para isso foi analisado um *corpus* de 135 documentos produzidos entre 1915 e 2015, incluindo guias de viagem, folhetos, catálogos, reportagens de revistas e jornais, além de um recorte da base de dados de comentários da plataforma *Trip Advisor*. Esse *corpus* serviu de subsídio para quatro roteiros investigativos. No roteiro A examinou-se o caráter pragmático dessa literatura e tem como resultado um quadro das cenografias (MAINGUENEAU, 2011) dos enunciados turísticos sobre Porto Alegre. No roteiro B, em analogia as 'cidades invisíveis' de Calvino, descreveu-se as balizas e os marcadores a partir dos quais constituiu-se uma intencionalidade turística sobre Porto Alegre. No roteiro C tomou-se os documentos do *corpus* como testemunhos dos arranjos institucionais e espaciais que permitiram a emergência das iniciativas e políticas de turistificação de Porto Alegre. No roteiro D analisou-se quais são as práticas turísticas existentes em Porto Alegre, onde se localizam, e aponta um quadro com as trajetórias possíveis das dinâmicas dos lugares turísticos da cidade. Em geral, constata-se que Porto Alegre apresenta as características dos tipos espaciais cidade com função turística e cidade de trânsito. O Turismo na cidade sofre tanto uma concorrência interna, de outras mobilidades e atividades, quanto externa, em competição com outros destinos em um sistema mais amplo. Essa concorrência e a pluralidade característica de atividades em uma metrópole contribuem para certa invisibilidade do Turismo na dinâmica da cidade. O sistema turístico de Porto Alegre é intermitente e vulnerável, fortalecendo-se ou debilitando-se ao sabor da conjuntura local e extra-local. Entretanto, não se podem desprezar as variadas iniciativas e políticas de ativação turística do território porto-alegrense, que recebe 3,5 milhões de visitantes anuais, muitos em projeto de descoberta turística da cidade.

Palavras-chave: Geografia e Turismo; Turismo em cidades; Turismo Urbano; Turismo em Porto Alegre; Sistema Turismo; Guias de viagem.

## ABSTRACT

This thesis is about Geography and Tourism. Its research problem is how Porto Alegre, the southernmost Brazilian metropolis with 1,4 million inhabitants, becomes a tourist destination? The text is structured in four chapters. Firstly there is a review on the controversies of tourism definitions and on the way that the geographical science has dedicated itself to this field of inquiry. The following goal was to interpret the relation between tourism and urban. A typology of urban sites invested by tourism is presented, in which is stressed the variety of ways that spaces might be touristic. Among those there are the city with a tourist function and transportation hub, which seems to fit Porto Alegre's reality. Another concerning topic is the way by which tourism becomes a sign of urbanity that is active in the heart of today's metropolises and capitalism productive architecture. Considering this theoretical path, a better understanding about the situation of Porto Alegre is sought. Therefore, it is presented a brief description of the city's urban evolution and its ties to tourism. To assess the situation and insertion of Porto Alegre in the global dynamics of the Tourism System, an analysis with indicators operating in three scales: global, national and local is displayed. Minding this context, it is proposed an analysis upon the production of tourism discourse about Porto Alegre. In order to do so it was collected a *corpus* of 135 documents, issued between 1915 and 2015, including tourist guidebooks, leaflets, catalogs, magazine and newspaper's coverage, and also the *Trip Advisor* database. From these documents' analysis, four research paths are followed. Route A examines the pragmatic feature of this literature and as a result it presents a table of Porto Alegre's tourist statements scenography (MAINGUENEAU, 2011). Route B, in analogy to Calvino's 'invisible cities', describes the markers from which the tourist intention upon Porto Alegre was constructed. Route C considers this documents *corpus* as witnesses of the institutional and spatial settings that allowed Porto Alegre's touristification initiatives and policies to emerge. Route D analyses which are the tourist performances existing in Porto Alegre, where they are located, and points to a set of possible tourist city places' dynamics. Broadly, it appears that Porto Alegre displays the characteristics of the space type city with tourist function and transportation hub. Tourism in the city suffers both from an internal concurrency, with other mobilities and activities, and an external one, competing with other tourist destinations in a broader system. This competition and the typical plurality of the activities in a metropolis contributes to a certain invisibility of tourism in the city's dynamics. The tourist system in Porto Alegre is unsteady and vulnerable, strengthening or weakening, according to external or internal conjunctures. Nonetheless, the multiple attempts and policies of touristifying Porto Alegre's territory cannot be dismissed, as well as its 3,5 annual million visitors, many of those planning to discover the city as tourists.

Key-words: Geography and Tourism; City Tourism; Urban Tourism; Porto Alegre; Tourism system; Tourist guidebooks

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1— Mapa com a localização de Porto Alegre (RS).....	18
Figura 2– Desenho dos objetivos de pesquisa .....	27
Figura 3 – Pólos e tensões do processo científico .....	30
Figura 4 – Modelos de processo e teoria, pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa.....	33
Figura 5 – Turismo: poliedro complexo.....	39
Figura 7 – Relações em um espaço complexo tridimensional .....	68
Figura 8 – Composição de cartazes de publicitários atestando o Turismo como vetor urbanizador.....	94
Figura 9 – Tipos de locais turísticos na relação entre turisticidade e urbanidade. .	103
Figura 10 – Esquema do itinerário dos locais turísticos .....	106
Figura 11 – Curva de crescimento demográfico do município de Porto Alegre.....	125
Figura 12 – Porto Alegre vista do Guaíba. Herrmann Wendroth, 1852.....	127
Figura 13 – Porto Alegre vista do sul. Herrmann Wendroth, 1852 .....	127
Figura 14 – Banhistas no Guaíba, José Lutzemberger (1882-1951).....	132
Figura 15 – Vista aérea de Porto Alegre na década de 1960.....	134
Figura 16 – Densidade de chefes de família com rendimento superior a 10 salários mínimos .....	136
Figura 17 – Flor (1997) de Xico Stockinger e SuperCuia (2003) de Saint Clair Cemin, obras da Bienal de Artes do Mercosul .....	139
Figura 18 – Bustos de Alberto Bins e Luiz Englert depredados após restauro em 2015.....	140
Figura 19 – Mercado Público pichado .....	141
Figura 20 – Mapa da oferta hoteleira de Porto Alegre segundo categoria do estabelecimento.....	145
Figura 21— Mapa da oferta hoteleira de Porto Alegre segundo capacidade dos estabelecimentos.....	146

Figura 21 – Mapa com distribuição das chegadas internacionais, ano base 2014.	150
Figura 23 – Mapa com a distribuição de despesas turísticas em bilhões de dólares, ano base 2014.	157
Figura 24 – Distribuição dos destinos apresentados na capa do Caderno Turismo do Jornal Folha de São Paulo em 2013 classificados de acordo com tipo de prática <i>recreativa</i> sugerida	161
Figura 25 – Mapa representando as páginas destinadas a cada destino em guias internacionais sobre o Brasil.	166
Figura 26 – Mapa da distribuição dos vínculos em ACTs no Brasil	169
Figura 27 – Mapa distribuição espacial do produto entre variáveis padronizadas QLs e vínculos em ACTs.	174
Figura 28 – Mapa distribuição espacial do produto entre as variáveis padronizadas QLs e vínculos de alojamento.	176
Figura 29 – Mapa dos locais identificados como procedência dos visitantes internacionais que utilizaram CITs da SMTUR entre 2010 e 2015.	179
Figura 30 – Reprodução do Percurso A proposto pelo Touring Club (1955).	217
Figura 31 – Reprodução do percurso B proposto pelo Touring Club (1955).	218
Figura 32 – Reprodução do Guia Embratur (1978)	220
Figura 33 – Reprodução do folheto Mapa Turístico de Porto Alegre (entre 1997 e 2000?)	222
Figura 34 – Reprodução parcial do folheto 16 dicas para curtir Porto Alegre (2004?)	226
Figura 35 – Reprodução parcial do folheto Dicas para Curtir Porto Alegre (gestão 2005-2009)	227
Figura 36 – Balizas desde as quais Porto Alegre é apresentada na literatura turística	240
Figura 37 – Itinerário de viagem apresentado no guia "Lands of the Southern Cross"	273

Figura 38 – Mapa dos pontos mencionados na literatura turística sobre Porto Alegre. .....	289
Figura 39 – Mapa da frequência de menção dos pontos na literatura turística sobre Porto Alegre, recorte área central.....	290
Figura 40 – Trajetórias dos lugares turísticos de Porto Alegre.....	317

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Turisticidade e Urbanidade de destinos brasileiros .....	104
Gráfico 2 – Receita e despesa cambial turística em bilhões de dólares. ....	158
Gráfico 3 – Chegadas internacionais ao Brasil, entre 1970 e 2015 .....	162
Gráfico 4 – Número de embarques em vôos domésticos no Brasil, de 2000 a 2015. .....	163
Gráfico 5 – Oferta hoteleira e taxa de ocupação em Porto Alegre, 1998 a 2014. ..	186
Gráfico 6 – Sazonalidade do Turismo Porto Alegre .....	192
Gráfico 7 – Distribuição do movimento em hotéis e CITs de acordo com os dias da semana. ....	193
Gráfico 8 – Distribuição temporal da literatura turística sobre Porto Alegre .....	270
Gráfico 9 – Distribuição das notas atribuídas aos locais turísticos de Porto Alegre pelos comentadores da plataforma <i>Trip Advisor</i> .....	300



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Roteiro de questões auxiliares à investigação da literatura turística sobre Porto Alegre.....	36
Quadro 2 – As práticas e os lugares no cotidiano e não cotidiano.....	53
Quadro 3 – Mobilidade turística: uma mobilidade fora do cotidiano específica.....	53
Quadro 4 – Distinção dos diferentes tipos de locais turísticos .....	98
Quadro 5 – Configurações dos locais turísticos .....	108
Quadro 6 – Periodizações da evolução urbana de Porto Alegre.....	124
Quadro 7 – Cenografias do discurso turístico sobre Porto Alegre .....	234
Quadro 8 – Comentários selecionados sobre o Mercado Público.....	301
Quadro 9 – Comentários selecionados sobre a Casa de Cultura Mario Quintana .	304
Quadro 10 – Comentário selecionados sobre o Parque Farroupilha .....	305
Quadro 11 – Comentários selecionados sobre o Brique da Redenção.....	306
Quadro 12 – Comentários selecionados sobre o Museu de Ciências e Tecnologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.....	309
Quadro 13 - Exemplos das trajetórias dos lugares turísticos de Porto Alegre .....	320

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –Turisticidade e Urbanidade de destinos brasileiros .....	105
Tabela 2 – Chegadas internacionais, média entre 1995 e 2014 .....	151
Tabela 3 – Receitas turísticas em bilhões de dólares, média do período entre 1995 e 2014.....	152
Tabela 4 – Índices alternativos: quociente chegadas internacionais por população residente; participação percentual do Turismo nas exportações .....	153
Tabela 5 – Despesas turísticas em bilhões de dólares, média do período entre 1995 e 2014.....	155
Tabela 6 – Principais destinos de brasileiros no exterior e origem dos estrangeiros em visita ao Brasil, média de 2008 a 2014. ....	159
Tabela 7 – Distribuição da população e dos vínculos em ACTs entre 2002 e 2013 no Brasil segundo classe de municípios .....	170
Tabela 8 – Número de vínculos e de estabelecimentos por macrorregião.....	170
Tabela 9 – Estatísticas dos QLs das ACTs por classe de municípios.....	172
Tabela 10 – Distribuição por classes dos produtos entre QLs e Vínculos (valores padronizados) .....	173
Tabela 11 – Produto entre QL e Vínculos em ACTs das principais cidades com função turística brasileiras .....	175
Tabela 12 –Procedência dos visitantes atendidos nos CITs da SMTur entre 2010 e 2015.....	180
Tabela 13 – Municípios de procedência dos visitantes atendidos pelos CITs, entre 2010 e 2015.....	182
Tabela 14 – Distribuição dos visitantes de Porto Alegre em tipos de mobilidade ..	184
Tabela 15 – Turismo em cidades no mundo , ano-base 2010 .....	188
Tabela 16 – Motivo da visita a Porto Alegre em pesquisas da SMTur .....	189
Tabela 17 – Organização da viagem segundo pesquisa de perfil do turista doméstico de 2010.....	191

Tabela 18 – Fonte de informação para organizar atividades em Porto Alegre.....	191
Tabela 19 – Pontos mencionados na literatura turística sobre Porto Alegre.....	293
Tabela 20 – Distribuição dos comentários do Trip Advisor por procedência do comentador e categoria de local comentado .....	299
Tabela 21 – Notas atribuídas a lugares turísticos de Porto Alegre na plataforma TripAdvisor.....	300

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO – PREPARANDO A MALA: NOTAS SOBRE UM PERCURSO INVESTIGATIVO .....</b>	<b>17</b>
<b>1. TURISMO E GEOGRAFIA: DEFININDO A TRAMA DE RELAÇÕES .....</b>	<b>38</b>
1.1 POR UMA DEFINIÇÃO DE TURISMO DA PERSPECTIVA ESPAÇO-TEMPORAL .....	38
1.2 GEOGRAFIA, COMPLEXIDADE E TURISMO .....	64
<b>2. TURISMO, URBANO E CIDADE.....</b>	<b>86</b>
2.1 O URBANO E O TURISMO: MÃO DUPLA NA CONSTRUÇÃO DA DIVERSIDADE DE LOCAIS .	86
2.2 VISITAR O NÓ: A CIDADE COMO PALCO DE DISCURSO E PRÁTICAS TURÍSTICAS.....	110
<b>3. O CAMPO DE INVESTIGAÇÃO: PORTO ALEGRE NO SISTEMA TURISMO .</b>	<b>123</b>
3.1 CITY TOUR PANORÂMICO: PORTO ALEGRE E SUA FORMAÇÃO SOCIOESPACIAL. ....	123
3.2 ANÁLISE DA DINÂMICA ESPACIAL DO TURISMO: ONDE ESTÁ PORTO ALEGRE? TRADUZINDO OS NÚMEROS. ....	147
<b>4. TORNANDO TURÍSTICO UM ESPAÇO: ANÁLISE SOBRE O DISCURSO PARA VISITANTES DE PORTO ALEGRE (1915-2015).....</b>	<b>196</b>
4.1 LITERATURA PARA VISITANTES COMO FONTE DE PESQUISA: POSSIBILIDADES E LIMITAÇÕES .....	196
4.2 ROTEIRO A. ARRANJOS DO TURISMO EM PORTO ALEGRE: EXPLORANDO SUA DIVERSIDADE ATRAVÉS DOS CENÁRIOS DE ENUNCIÇÃO DA LITERATURA PARA VISITANTES .....	201
4.3 ROTEIRO B. CIDADES INVISÍVEIS: SIGNIFICANDO PORTO ALEGRE COMO TURÍSTICA .	237
4.4 ROTEIRO C. RASTROS DAS INICIATIVAS DE TURÍSTIFICAÇÃO EM PORTO ALEGRE .....	269
4.5 ROTEIRO D. PRÁTICA DOS LUGARES, LUGARES DAS PRÁTICAS. ....	286
<b>5. CONSIDERAÇÕES (NÃO TÃO) FINAIS. É HORA DE VOLTAR PARA CASA</b>	<b>323</b>
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>331</b>
<b>7. APÊNDICE. TABELA DE REFERÊNCIAS DO CORPUS INVESTIGADO. ....</b>	<b>347</b>
<b>8. APÊNDICE. NOTAS DE TRADUÇÃO. ....</b>	<b>359</b>

## **INTRODUÇÃO – PREPARANDO A MALA: NOTAS SOBRE UM PERCURSO INVESTIGATIVO**

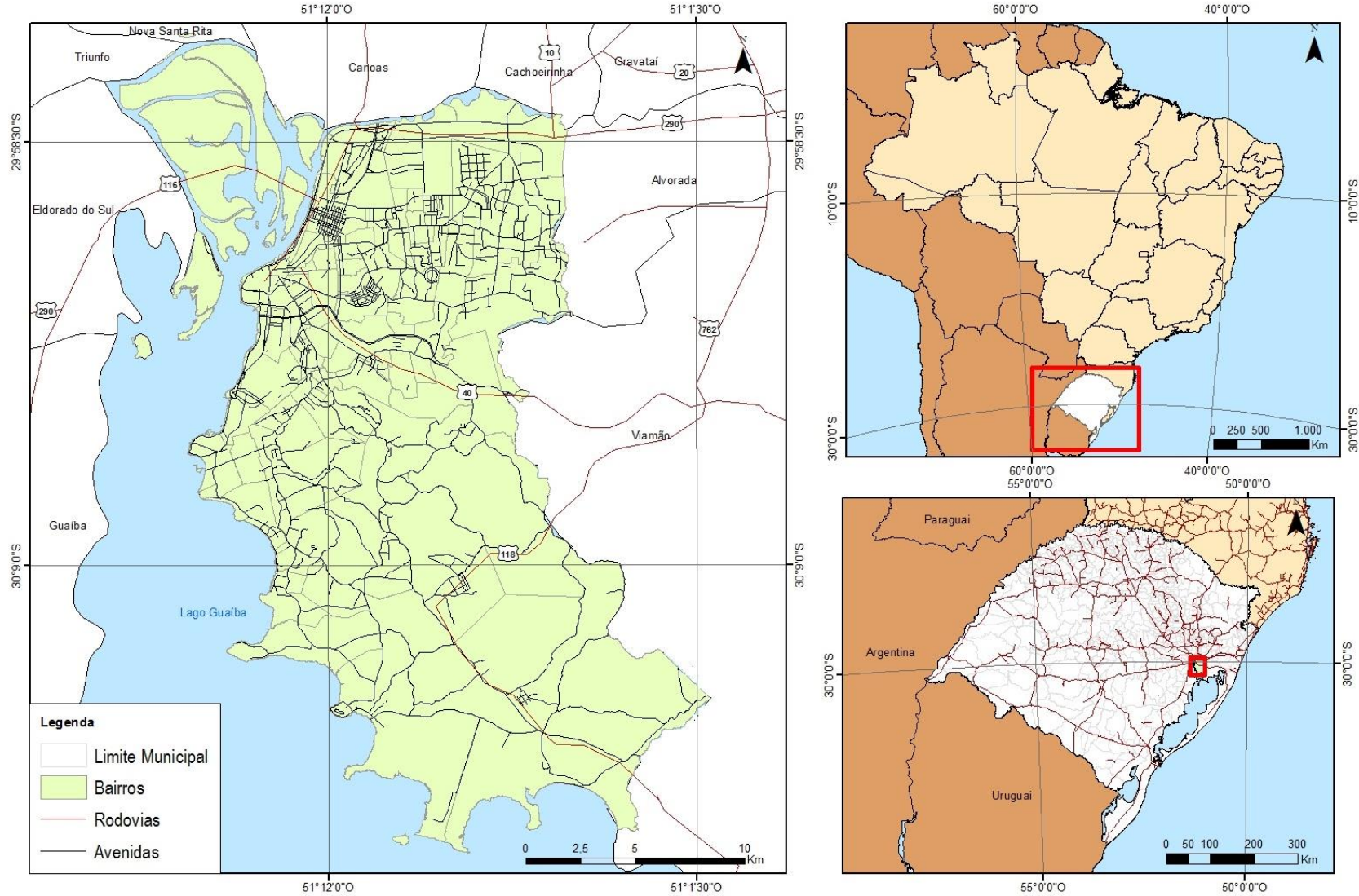
Esta é uma tese sobre Geografia e Turismo. Talvez a melhor metáfora para defini-la seja compará-la a uma viagem rumo ao desconhecido. Como em qualquer viagem turística, uma hora é preciso retornar. A seguir está o relato do que foi visto e aprendido nessa jornada. Tal qual a diferença entre narrativa e experiência, talvez essa seja uma descrição opaca, mas cuja tradução merece o esforço de ser realizada. Para essa viagem estão na bagagem os referenciais teóricos e metodológicos julgados como pertinentes frente ao que se imagina encontrar e por à prova frente ao desconhecido. De tal modo, essa introdução busca indicar a motivação para partir em viagem, qual é o destino escolhido (objetivos) e o que se leva inicialmente na bagagem (metodologia).

Este trabalho surge de um desconforto. Uma dissonância entre a teoria conhecida e a realidade observada, condição que impulsiona o fazer do pesquisador. Essa realidade está situada em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, o estado mais ao sul do Brasil, fronteira à Argentina e ao Uruguai.

A economia de Porto Alegre está baseada em atividades do setor terciário, que representam 85,3% dos 57,37 bilhões de reais de seu PIB (FEE, 2014). É o décimo maior município brasileiro em população, com 1,472 milhão de habitantes (FEE, 2014), e pólo da quinta maior região metropolitana do Brasil, com uma população aproximada de 4 milhões de habitantes.

O problema investigado é: como Porto Alegre constitui-se em destino turístico? Na aparente simplicidade dessa formulação escondem-se muitas inquietudes: o que se entende por turístico? O que faz de um local um destino? Porto Alegre passou por esse processo, ou não? A sua condição turística é compartilhada com outros locais, ou não? Difere de outros, ou não? Como o estudo do Turismo desde a Geografia pode contribuir para a reflexão epistêmica da última?

Figura 1— Mapa com a localização de Porto Alegre (RS)



Fonte: elaboração do autor

Ao compreender o espaço como uma teia relacional, percebe-se que os lugares<sup>I</sup>, onde se vive e circula constituem os sujeitos<sup>II</sup>, tanto quanto os sujeitos constituem os lugares ao dar-lhes vida e sentido. Seguindo o princípio de que a busca pelo conhecimento parte do sujeito (MORIN, 2003b), talvez se deva apresentar quem empreendeu a aventura desta pesquisa, que se propõe exploratório-descritiva. Este sujeito, no caso, é alguém que nasceu e cresceu em Porto Alegre, fez ali sua formação em Turismo e mestrado em Geografia e naquele momento trabalhava na Prefeitura Municipal da cidade como turismólogo, com a missão de reunir e analisar dados, produzir estudos e pesquisas para melhor compreensão da dinâmica turística da cidade, e de certa forma, legitimar o Turismo como um campo que merece atenção midiática, política e econômica. Em muitos momentos também trabalhava nos postos de informações turísticas da cidade, em contato direto com os visitantes e suas demandas. Desse contexto surgiram alguns diálogos internos despertados por falas corriqueiras:

— Você trabalha com Turismo em Porto Alegre? Isso existe? Afinal, Porto Alegre não é turística. Não tem nada para fazer. Não tem praia. Turística é Gramado, Porto Alegre é só o aeroporto. Mas Gramado também não tem praia, e existem turistas em Porto Alegre<sup>III</sup>. No município está instalada a maior oferta hoteleira do Estado, ali tem órgãos e técnicos voltados especificamente para o Turismo - algo não tão comum entre os municípios brasileiros -, está citada em guias de viagem internacionais. Mas é certo que muitos grupos que visitam a Serra Gaúcha<sup>IV</sup> não se propõem a descobrir Porto Alegre. A influência do Turismo sobre o

---

<sup>I</sup> Sobre a categoria geográfica lugar no contexto do Turismo, Castrogiovanni (2009, p. 4) aponta que: “Cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de outra local, convivendo dialeticamente (SANTOS, 1996). O lugar entendido como a porção do espaço que tem sentido para a vida, que é vivido, reconhecido e constituído por identidade. Cada Lugar, mesmo globalizado, deve ser único para dar sentido à existência do Sujeito e, portanto, do turista. O lugar que é a parte, pela sua complexidade representa o todo e difere-se do todo enquanto parte, existe pela comunicabilidade das suas particularidades.”

<sup>II</sup> Para Morin (2008, p. 96): “[...] é preciso compreender que há algo mais do que a singularidade ou diferença de indivíduo para indivíduo, o facto de cada indivíduo ser um sujeito. [...] O facto de poder dizer ‘eu’, de ser sujeito, é ocupar um lugar, uma posição onde se coloca no centro do seu mundo para poder tratá-lo e tratar-se a si mesmo. [...] Ser sujeito, é ser autônomo, sendo ao mesmo tempo dependente. É ser provisório, vacilante, inseguro, é ser quase tudo por si e quase nada pelo universo.”

<sup>III</sup> Nas referências à Porto Alegre os termos município e cidade serão usados como sinônimos a fim de tornar o texto mais fluído, embora se reconheça que não seus significados são distintos.

<sup>IV</sup> Guerra (2009, p. 570) define Serra como um “termo usado na descrição da paisagem física de terrenos acidentados com fortes desníveis. [...] O conceito de Serra é do ponto de vista geográfico,

espaço de Gramado também é muito maior, para não dizer determinante de sua dinâmica, ao passo que na capital se vê os visitantes de modo esparso e disperso. De acordo com dados da FEE (2014), Gramado tem uma população de 34 mil habitantes, um PIB de 1,5 bilhão, que corresponde a 0,93% do conjunto estadual. Já Porto Alegre é morada de 1,472 milhão de pessoas (FEE, 2014) e produz 63,99 bilhões, 32% da riqueza gaúcha. Será que é possível uma definição binária, ou a cidade é turística, ou não o é? Será que não existem diferentes modos de um espaço ser turístico, resultando em distintos tipos de espaços turísticos? Aliás, o que implica esse adjetivo?

O Turismo é importante porque contribui para a economia, gera empregos, receitas, impostos. Um critério determinante para a definição de Turismo em pesquisas oficiais é a origem do dinheiro dos gastos, se é externa ao local visitado, ou não. Uma pessoa em viagem de negócios, mesmo alheia ao diálogo com o lugar para o qual se deslocou, afinal não escolheu ir para lá, porém hospedada em um hotel, está contribuindo para economia e, portanto, é turista. Já alguém em deslocamento voluntário, cujo propósito principal é desvendar a riqueza das peculiaridades de um espaço desconhecido, mas cuja estada é patrocinada por um amigo que mora no local, não é turista, pois não movimentou a cadeia produtiva. Como definir então os múltiplos casos de visitantes pioneiros, que partiam em busca de praias, montanhas e outros locais onde inicialmente não havia infraestrutura disponível? Será então que os deslocamentos em que os gastos são menores são menos importantes? Como esse critério econômico, que denota como turístico qualquer motivo de deslocamento, desde que o dinheiro provenha de fora do local, auxilia a entender o Turismo enquanto modo de se relacionar com o espaço, modo que difere de outros tal como a indústria ou a agricultura? Por que esse conceito oficial é tão contra-intuitivo ao uso que se faz da palavra Turismo e turista no senso comum? Não seriam as práticas turísticas um critério mais apropriado que os efeitos dos deslocamentos? Por outro lado, será possível, inconsequentemente, abandonar as definições oficiais de Turismo? Não seria "jogar fora a água do banho com o bebê"?

---

pois, muito impreciso [...] tendo em vista as próprias variações de sentido de uma região para outra." No caso da Serra Gaúcha trata-se das escarpas do Planalto Meridional, no entanto, mais do que a geomorfologia essa toponímia se afirma mais pela territorialidade que seus habitantes ali estabeleceram.



Certos geógrafos, com uma formação que se convencionou a denominar crítica, poderiam perguntar: por que a Geografia deveria se interessar em estudar o Turismo? Ele consome o espaço, descaracteriza os lugares, os transforma em mercadoria fetiche. Mas a Ciência Geográfica se interessa por processos de urbanização, em que acontece o mesmo. A indústria e a agricultura também transformam, 'descaracterizam' lugares, os vinculam em uma ordem global verticalizada. A Geografia procura explicar tais dinâmicas a partir de seu instrumental teórico-metodológico. Por que com o Turismo seria diferente? Existe uma Geografia preocupada com os efeitos do Turismo, processos de gentrificação, impactos ambientais, mas e o próprio Turismo? Será que essas ferramentas da Geografia dão conta desse objeto e suas dinâmicas? Quais reflexões o seu estudo traria para essa ciência?

Na literatura sobre Geografia Urbana discute-se o processo contemporâneo da crescente predominância do setor de serviços na economia das cidades. O setor de serviços, a exemplo do Turismo e da cultura, assumem um protagonismo (GRAVARI-BARBAS, 2013). Os autores Lipovestky & Serroy (2013) denominam esta fase de "capitalismo artista", na qual a dimensão simbólica e estética adquirem um protagonismo na produção e geração de mais-valia, como também aponta Harvey (2005). Existe um contexto de competição urbana pela atração de investimentos, em que a imagem de uma cidade - inclusive turística - passa a atuar no modo como ela se articula com a economia globalizada. Vide os exemplos de revitalização de centros históricos, portos e *waterfronts*, investimentos em equipamentos culturais e de entretenimento, como megamuseus e estádios.

Voltando, então, ao primeiro conjunto de questões sobre a condição turística de Porto Alegre. Será que a cidade está inserida neste movimento que a literatura descreve? A transformação do Cais do Porto Mauá é anunciada há mais de vinte anos, mas o espaço continua praticamente fechado ao público. A cidade recebeu equipamentos como a Fundação Iberê Camargo, um museu de arte assinado por arquiteto de renome mundial, e teve diferentes prédios de seu núcleo histórico restaurados através do programa Monumenta com o financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento, organismo internacional. Acolheu um megaevento como a Copa do Mundo de futebol (2014). Mas, o que isso implica para a compreensão da dinâmica do Turismo na cidade? Será que as conclusões das

análises realizadas sobre movimentos semelhantes em cidades da Europa e América do Norte são suficientes para explicar a atual dinâmica urbana de Porto Alegre, ou não? A própria situação geográfica não colocaria a cidade em outra posição? Aplicam-se aqui os discursos sobre competição urbana, ou não?

São as inquietudes, mais que as respostas, que mobilizam a busca pelo saber. Assim, essas perguntas são a bússola deste trabalho e indicam o caminho a ser percorrido, mesmo sabendo-se que não há garantia de respostas, e que verdades encontradas são relativas e biodegradáveis (MORIN, 2008). A apresentação do contexto de dúvidas e incertezas expresso por essas questões tem, portanto, a finalidade de situar a problemática deste trabalho, originalmente formalizada em três objetivos de pesquisa:

- Conhecer os processos pelos quais os sujeitos dialogam com a alteridade do espaço urbano visitado;
- Conhecer o modo como o território de Porto Alegre apresenta-se como turístico
- Avaliar a relação entre Turismo e urbanização na análise das informações reunidas.

Como todo trabalho de pesquisa, ao perseguir esses itinerários, surgiram novos diálogos, novas descobertas, novas reflexões, e esse escopo genérico foi se tornando mais específico, afinando, permitindo estabelecer alvos mais precisos. Embora, é verdade, em um processo que exigiu escolhas e abdicção de possibilidades investigativas que, no momento, pareciam promissoras. Em uma situação talvez semelhante a de Ulisses, personagem de Homero, que teve de se amarrar ao mastro da embarcação e tapar os ouvidos para não se afogar seduzido pela curiosidade em aportar à ilha das sereias. É possível indicar uma lista de temas que esse trabalho não pretende debater, apesar de tangenciá-los, como revitalização de centros históricos, políticas de patrimonialização, história do Turismo, dinâmica dos atores e organizações locais frente ao Turismo, organização territorial em *clusters* turísticos, competição urbana e redes de cidades, entre outros.

O que se pretende então? A apresentação dos resultados deste trabalho está estruturada em um percurso contínuo entre dois pólos. O primeiro, de cunho mais teórico, pautado pela busca de elementos para melhor compreender a relação entre Turismo e urbano. O segundo, de caráter mais aplicado, ou empírico, em que se almejou a compreensão dessa relação em diálogo com a realidade de Porto Alegre.

Na prática, no entanto, essa divisão entre teórico e empírico inexistente, pois, *teoria* em sua etimologia é a contemplação do real, e, por outro lado, a percepção e descrição do que existe é impossível sem um ponto de vista e de enunciação.

O resultado foi quatro capítulos, cada um comportando seus próprios objetivos, que entrelaçados em conjunto formam o escopo da tese. A Figura 2– Desenho dos objetivos de pesquisa, busca apresentar este conjunto. O objetivo do primeiro capítulo é: analisar e avaliar a epistemologia do Turismo, em particular as propostas da Ciência Geográfica. Esse texto é então dedicado à revisão das definições do que é compreendido por Turismo, e de como a Ciência Geográfica tem considerado esse campo de estudos. Ali destaca-se a necessidade de uma abordagem interdisciplinar e busca-se questionar as definições oficiais como epistemes mais adequadas à compreensão do Turismo. Isso porque acabam por misturar as mobilidades turísticas com outros tipos de deslocamentos, além de atribuírem um caráter periférico ao turista em suas conceituações, e, centrarem-se ao que é o resultado de suas práticas, o mercado turístico. Procurou-se apresentar uma definição centrada na figura do turista, como sujeito que realiza práticas em locais que lhe apresentem uma alteridade espacial, permitindo, assim a emergência do Turismo enquanto sistema e enquanto mercado. A atenção com a emergência deste sistema faz com que haja também uma mudança de preocupação. Ao invés de buscar saber ‘o que é’ o Turismo, procurou-se conhecer ‘como’ o Turismo se constitui. Essa questão, aplicada ao caso de Porto Alegre, é o problema que essa tese busca responder. Este capítulo ainda é dedicado a apresentação das distintas proposições teóricas e metodológicas a partir das quais a Geografia tem buscado compreender o Turismo, e que reflete à diversidade da própria episteme geográfica. São propostas complementares e não excludentes, embora exijam a vigilância em identificar-se os pressupostos e os objetivos do que cada enunciado tem em vista. Se a Geografia auxilia a compreender as práticas turísticas, em contrapartida o Turismo é um operador da construção e funcionamento do mundo contemporâneo e permite uma série de questionamentos sobre como os sujeitos se relacionam com a dimensão espacial. Busca-se, assim, estabelecer o que é entendido por uma abordagem geográfica do Turismo, que dá título à tese.

O segundo capítulo é dedicado à relação entre Turismo, urbano e cidade. Seus objetivos são:

- Interpretar a relação entre Turismo e urbano;
- Identificar a emergência de práticas turísticas no cenário das cidades e sua contribuição na produção de urbanidade;
- Distinguir a diversidade de tipos de espaços investidos pelo Turismo e debater a necessidade de uma agenda de pesquisas que considere as particularidades de cada tipo.

Assim, no segundo capítulo, procura-se inicialmente apontar a relação intrínseca entre a sociedade urbana que gerou o Turismo, e o Turismo que passa a ser um vetor de expansão da urbanidade, em um anel recursivo. Aqui, ainda, é descrita uma tipologia de locais urbanos investidos pelo Turismo, entre os quais a cidade com função turística e a cidade de trânsito, tipos que parecem corresponder à realidade de Porto Alegre, diferenciando-a de outros modos que os espaços têm de se apresentar enquanto turísticos. Investiga-se, ainda, como as cidades tornam-se palco de práticas e discursos turísticos. As cidades foram os primeiros objetos de interesse da intencionalidade turística, declinaram quando houve a emergência de um discurso antiurbano, cujo corolário foi a expansão da urbanização turística para outros tipos de espaço, como o litoral e a montanha. Nos últimos quarenta anos, entretanto, nota-se um reavivamento do interesse turístico pelos cenários metropolitanos, tendo em vista sobretudo seu patrimônio, oferta cultural, recreativa, gastronômica e de compras. No entanto, no Brasil, esse discurso parece concorrer com outro, aquele das cidades do medo, das 'fobópoles' (SOUZA, 2008). Resta a questão: é possível uma cidade do medo ser uma cidade turística, ou não? Como convivem essas dinâmicas?

O terceiro capítulo pode ser entendido como a transição, entre os dois anteriores, dedicados a ilustrar o contexto teórico do problema de investigação e aportar subsídios à sua compreensão, e aquele que o segue, dedicado à análise do discurso e das práticas turísticas em Porto Alegre. Os objetivos do terceiro capítulo são:

- Avaliar a situação e a inserção de Porto Alegre na dinâmica global do sistema Turismo;
- Descrever o processo de urbanização de Porto Alegre, considerando a correlação entre sua evolução urbana e às práticas turísticas que ali têm lugar;

- Caracterizar os fluxos de visitantes e especificar a dinâmica de visitação de Porto Alegre.

Para cumprir com esse roteiro investiga-se o processo de evolução urbana de Porto Alegre e sua relação com o Turismo. Busca-se avaliar a situação e a inserção de Porto Alegre em um sistema global de destinos, bem como no conjunto turístico nacional. Isso foi realizado a partir da experimentação do uso de diferentes indicadores de cunho quantitativo. Procura-se também a caracterizar a dinâmica do Turismo na cidade. Para o que se aproveita de enquetes já existentes, produzidas e publicadas pelo poder público municipal, além do Boletim Estatístico Municipal do Turismo, trabalhos em que esse autor teve a oportunidade de participar, da concepção à análise de resultados.

O quarto capítulo tem como objetivos:

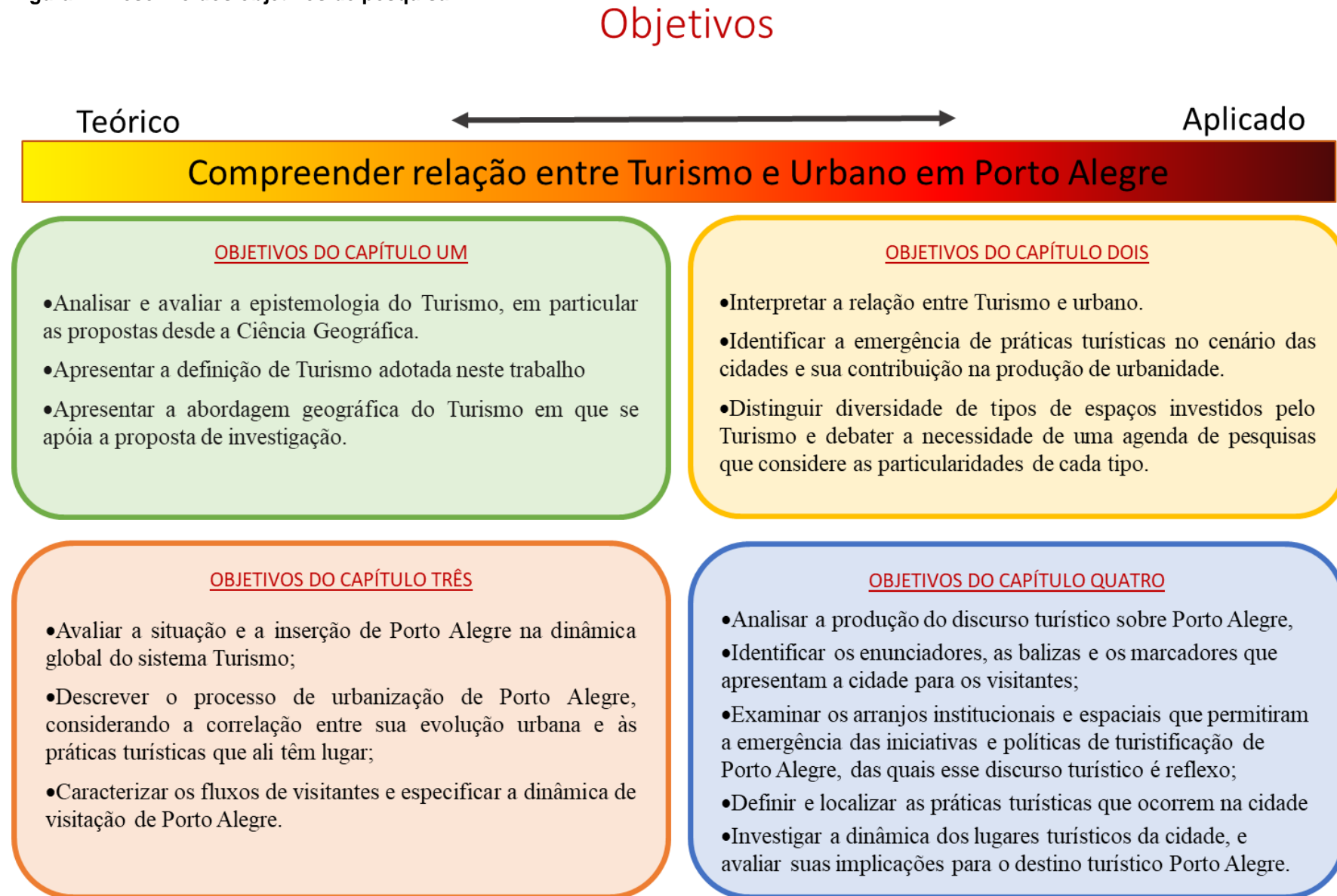
- Analisar a produção do discurso turístico sobre Porto Alegre, identificar os enunciadores, as balizas e os marcadores que apresentam a cidade para os visitantes;
- Identificar os arranjos institucionais e espaciais que permitiram a emergência das iniciativas e políticas de turistificação de Porto Alegre, das quais esse discurso turístico é reflexo;
- Identificar as práticas turísticas que ocorrem na cidade, bem como sua localização;
- Investigar a dinâmica dos lugares turísticos da cidade, e avaliar as suas implicações para o destino turístico Porto Alegre

O capítulo quatro é resultado de um trabalho aplicado de investigação sobre o discurso produzido para os visitantes de Porto Alegre, tomando como base o conjunto de 135 documentos - como guias de viagem, reportagens, folhetos de roteiros turísticos, relatos de viagem e uma base de dados *online* de comentários de visitantes - produzidos entre 1915 e 2015. Cumpre apontar o ineditismo no uso desse material como fonte para investigação acadêmica, o que exigiu um esforço de reflexão em relação ao método empregado. Inicia-se com a análise das potencialidades e limitações desse conjunto de documentos para a pesquisa em Geografia e Turismo. A partir disso, realiza-se o exercício de recriar as situações para as quais essa literatura foi concebida, e analisar seu caráter pragmático, com

especial atenção aos enunciadores dos discursos. Como resultado, propõe-se um quadro das cenografias dos discursos turísticos sobre Porto Alegre. Posteriormente, descrevem-se as 'cidades invisíveis', isto é, a Porto Alegre criada a partir do discurso para visitantes. Busca-se responder à seguinte questão: quais são as balizas e os marcadores a partir dos quais é constituída a intencionalidade turística sobre o espaço e é produzido um discurso a ser consumido por seus visitantes? Outro intuito foi o identificar os arranjos institucionais e espaciais que permitiram a emergência das iniciativas e políticas de turistificação de Porto Alegre, das quais esse discurso turístico é reflexo. Finalmente, se toma como objeto de análise as práticas turísticas existentes em Porto Alegre, onde se localizam, e quais são as dinâmicas desses lugares.

Estabelecido esse roteiro, antes de partir rumo a viagem, talvez seja necessário conferir as ferramentas que estão na bagagem. Isso é, o instrumental metodológico. O processo de pesquisa que lhe deu origem dialoga com as *epistemes* construtivistas e sistêmicas (LE MOIGNE, 2012), como o Paradigma da Complexidade (MORIN, 2008; 2003a) e no que se convencionou denominar Teoria-Ator-Rede (ANT – Actor-Network-Theory), ou sociologia das associações (CALLON, 1998; LATOUR, 2007; LATOUR, 2011). Em comum, elas se propõem como alternativa ao consenso realista positivista, sublinham a necessidade de 'pensar o pensamento', de explicitar o posicionamento e as implicações do pesquisador, de revisitar as controvérsias e revisar como se estabelecem as conexões, ligações e redes que estabilizam o saber.

Figura 2– Desenho dos objetivos de pesquisa



Fonte: elaborado pelo autor.

O Paradigma da Complexidade surge como tentativa de ultrapassar o que é denominado por Morin (2008, 2003) de Paradigma da Simplificação. Esse último teria sido uma das fundações da Ciência Moderna, tendo como baliza o propósito cartesiano de apenas aceitar idéias ‘claras e distintas’, na separação estanque entre sujeito (*ego cogitans*) e objeto (*res extensa*), o que vem a implicar na cegueira para aspectos do real, invisíveis sob essa proposta. Sua operação se dá pela redução – do complexo ao simples, da molécula ao elemento mínimo –, pela disjunção – entre objetos e seu ambiente, entre sujeito e objeto, entre razão e emoção –, pela rejeição – da eventualidade, da desordem, do emocional na produção do conhecimento – por uma lógica linear, pela busca do princípio causal, por uma ontologia baseada em unidades fechadas e pela divisão da ciência em disciplinas com fronteiras demarcadas (MORIN, 2008). Sob o Paradigma da Simplificação, grandes avanços foram realizados por pesquisadores crentes no dogma progressista de desvendar os mecanismos do universo, e imbuídos do desejo humano de compreender e domesticar a natureza. Le Moigne (2012) questiona, porém, alguns de seus silêncios, pois esse método disjuntivo não estabelece como operar a divisão das partes, nem o que é a parte em relação ao todo, ou quando considerar uma ideia clara e distinta.

A Complexidade não nega que a simplificação seja necessária, mas aponta que é imprescindível ir além, ultrapassá-la. Morin (Introdução ao pensamento complexo, 2008) faz uma analogia da busca pelo conhecimento como uma viagem em um tapete voador, que navega em incertezas e contradições, flutuando entre ordem e desordem, em um ‘fluído’ mutável, cuja ancoragem em uma suposta verdade última não passa de ilusão, pois as verdades são sempre temporárias, biodegradáveis. O Paradigma da Complexidade, assim, almeja romper com o raciocínio linear e reducionista; admite a contradição, o acaso e a contingência como definidores da dinâmica do mundo real, busca uma compreensão dialógica da relação entre todo e parte, fugindo do parcelamento, mas também de um holismo vulgar e vazio; lança sobre a realidade um olhar visando captar sua multidimensionalidade; e aventurar-se, enfim, pelas incertezas do mundo do conhecimento, enfatizando que:

Não se trata, de forma alguma, de um pensamento que expulsa a certeza com a incerteza, a separação com a inseparabilidade, a lógica para autorizarem-se todas as transgressões. A *démarche* consiste, ao contrário,



num ir e vir constantes entre certezas e incertezas, entre o elementar e o global, entre o separável e o inseparável. Ela utiliza a lógica clássica e os princípios de identidade, de não-contradição, de dedução, de indução, mas conhece-lhes os limites e sabe que, em certos casos, deve-se transgredi-los. Não se trata, portanto de abandonar os princípios de ordem, de separabilidade e de lógica – mas de integrá-los em uma concepção mais rica. (MORIN, 2003a, p. 35)

Morin (2008) aponta que o pensamento complexo não pode ser entendido a partir da ótica do pensamento simples. Não se trata de retomar a ambição de controlar e dominar o real, e sim de exercer um pensamento capaz de dialogar e de negociar com ele. O autor ainda assinala que é preciso dissipar duas ilusões: a primeira é crer que a complexidade conduz à eliminação da simplicidade; a segunda é confundir complexidade com completude, pois “o pensamento complexo aspira ao conhecimento multidimensional. Mas sabe, à partida, que o conhecimento completo é impossível” (MORIN, 2008, p. 9). Quanto à pesquisa social, o autor sublinha a necessidade de se ter meta-pontos de vista sobre a sociedade, mas os membros de tal sociedade não podem nunca atingir o meta-sistema, o sistema superior, meta-humana e metassocial e, mesmo que o fosse possível, nenhum sistema possibilita uma explicação ou expressão total e absoluta. O conhecimento deve conter um princípio autocrítico e autorreflexivo.

Para Van der Duim et al (2013), o que caracterizam os trabalhos sobre Turismo com inspiração na ANT são suas preocupações sobre “como” os arranjos sociais são obtidos e estabilizados, mais do que estabelecer os “porquês” de mundo social, recorrendo da atuação de categorias e entidades um tanto abstratas. Atuação de substantivos que Latour (2007) denomina uma sociologia do social. Um pressuposto que norteou este trabalho foi a proposta de partir de um “ponto plano” - *“keeping the social flat”* (LATOURE, 2007), a partir do qual o pesquisador deve demonstrar como se constituem associações que formam o social e como são feitas as traduções que permitem a esse conjunto de elementos responder aos problemas de pesquisa. Isso reverte-se em cuidado e preocupação com o trabalho de manipulação dos dados e suas implicações, bem como não estabelecer associações que não estejam ali fundamentadas.

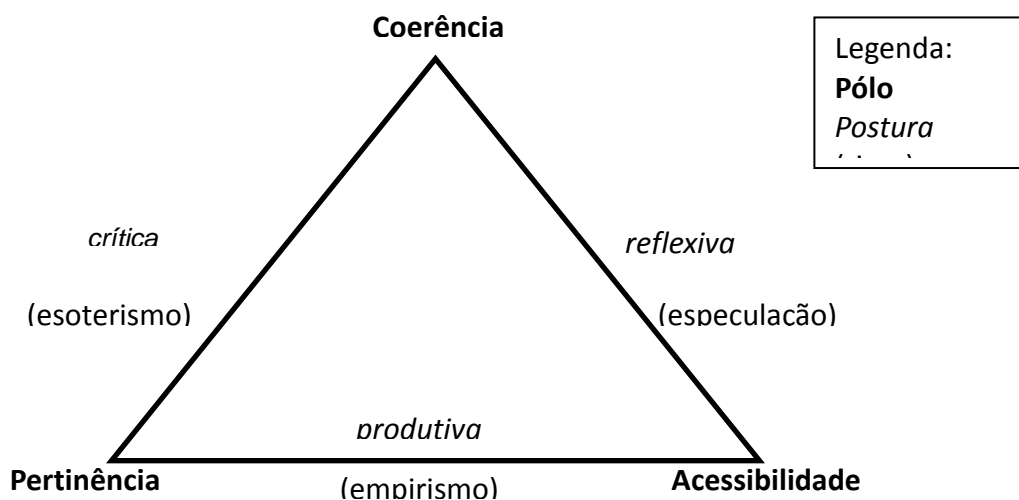
Isso remete ao caráter construído e pragmático do conhecimento, que é possível a partir do trabalho de desenho e de engenho do pesquisador em seu diálogo com o mundo e com as respostas que obtém de seus experimentos (LE MOIGNE, 2012). Difere, portanto, do consenso realista positivista, que parte da

premissa da existência de uma realidade una e externa, a qual cabe ao pesquisador analisar através da disjunção em busca de causas imanentes. A epistemologia construtivista não parte da causa, mas de uma finalidade e a partir disso busca desenhar as operações que podem auxiliar a descobrir o comportamento do mundo. Daí a importância da noção de engenho, que corresponde a essa capacidade de relacionar, religar, conjugar, associar de maneira apropriada e fazer coisas separadas (LE MOIGNE, 2012). A interdisciplinaridade também é imanente a esse modo de conceber o pensamento, o que parece apropriado ao estudo de um objeto como o Turismo, que incita mais a um diálogo possível e temporariamente viável com a sua complexidade do que a pretensão de integrar sua totalidade, em formulações que tendem a ser, ou muito amplas, não o distinguindo de outros fenômenos sociais, ou muito restritas, privilegiando apenas um de seus aspectos, em geral a ontologia de mercado.

Reafirmando não se buscou as causas do Turismo em Porto Alegre ou em descobrir a sua ontologia turística, ou não turística. O que se procurou foi identificar as associações que permitem a inserção da cidade nesse sistema e de que maneira esse modo de relacionar-se com o mundo existe em seu espaço. Tratar o Turismo como sistema não é novidade, no entanto, boa parte dos autores o fazem desde na perspectiva da 'análise de sistemas', ou seja, de maneira dedutiva partem de um conceito ou modelo e procuram enquadrar o real em seus componentes. Este trabalho procura partir de uma perspectiva indutiva em que o sistema é 'modelado' (LE MOIGNE, 2012) a partir do resultado das operações encontradas no diálogo com a realidade, inclusive com os trabalhos de outros pesquisadores, em destaque as obras da Equipe MIT (2008; 2005; 2011). Sublinha-se que sistema é uma auto-organização, capaz de adaptar-se e evoluir para garantir seu equilíbrio e sobrevivência, capacidade que implica em comportamento espacialmente variado, que comporta diferenças para cada situação espacial.

O processo de investigação, apesar de divertido e instigante devido às novas descobertas, também apresenta momentos de tensão, angústia e dúvidas sobre como proceder. A figura a seguir, proposta pelo geógrafo Jacques Lévy (1999) aponta alguns pólos de validação do trabalho científico, suas tensões e riscos:

**Figura 3 – Pólos e tensões do processo científico**



Fonte: Lévy, J. (1999, p. 32). Traduzido pelo autor.

Equilibrar-se diante da tensão entre esses três pólos é uma constante do trabalho científico. A ênfase excessiva a um deles ocorre sob o risco de se 'cair da bicicleta', ou de se 'abandonar a estrada'. A coerência diz respeito à necessidade de se apresentar constructos teóricos consistentes e rigorosos, contudo, ocorre em tensão com à empiria e à necessidade de ser acessível. A pertinência compreende essa aproximação com a realidade pesquisada; já a acessibilidade corresponde não apenas à clareza da linguagem das formulações mas também ao contato e diálogo com a produção do conhecimento existente em outros campos. Assim:

A postura criativa associa mais estreitamente a coerência à pertinência, a postura reflexiva, a coerência à acessibilidade, a postura produtiva, a acessibilidade à pertinência. Todas as três são úteis caso compensadas pelas outras. A criação torna-se vazia se vira uma máquina que ninguém compreende como se usa; a produção perde muito de sua eficácia se ela renuncia à reflexão, e portanto ao espírito crítico; a reflexão perde seu propósito se ela esquece que deve servir a facilitar novas produções. (LÉVY, 1999, p. 34).<sup>1v</sup>

O panorama de dúvidas e incertezas apresentado no início deste texto, e que originaram essa investigação, reflete a busca, talvez pretensiosa, em gerenciar esses pólos de tensão de maneira diferente ao encontrado de modo dominante na literatura sobre a relação entre Turismo e Geografia no Brasil. Procurou-se, por um lado, questionar a postura produtiva com base na replicação de conceitos e tendências pautados na realidade de lugares centrais no sistema Turismo, e que

<sup>v</sup> As notas em números arábicos correspondem às versões em idioma original dos trechos traduzidos que estão reproduzidos ao fim do trabalho. As notas de rodapé estão em números romanos.

parecem fazer pouco eco, ou pertinência, à compreensão da situação brasileira - Turismo criativo, Turismo inteligente, Turismo responsável, e outras linhas de planejamento turístico. Por outro lado, também buscou-se evitar a postura excessivamente reflexiva que, ao não dialogar com a perspectiva de outros atores e com a produção escrita em diferentes linhas teóricas, acaba reforçando a clivagem entre as agendas divergentes de academia, mercado e estado, restando uma criticidade que se esvazia em especulação sobre o que 'deveria ser', em um conhecimento quase que autoreferente.

Mas, afinal, qual é então o desenho dessa pesquisa? Quais são as operações propostas para cumprir com os objetivos deste trabalho? Em relação a uma tipologia propõe-se a ser uma pesquisa exploratória, porque trata-se de um estudo idiográfico sobre Porto Alegre. Também parece ser possível caracterizar este estudo como descritivo, uma vez que percebe a descrição e a narrativa como recursos importantes para a compreensão do objeto pesquisado. Tendo em vista que não existe neutralidade em uma descrição, pois cada ponto no texto é um evento, uma bifurcação, em que estão presentes escolhas, ausências, presenças, que dão movimento ao mundo descrito, e que permite ao leitor conhecer seus encadeamentos.

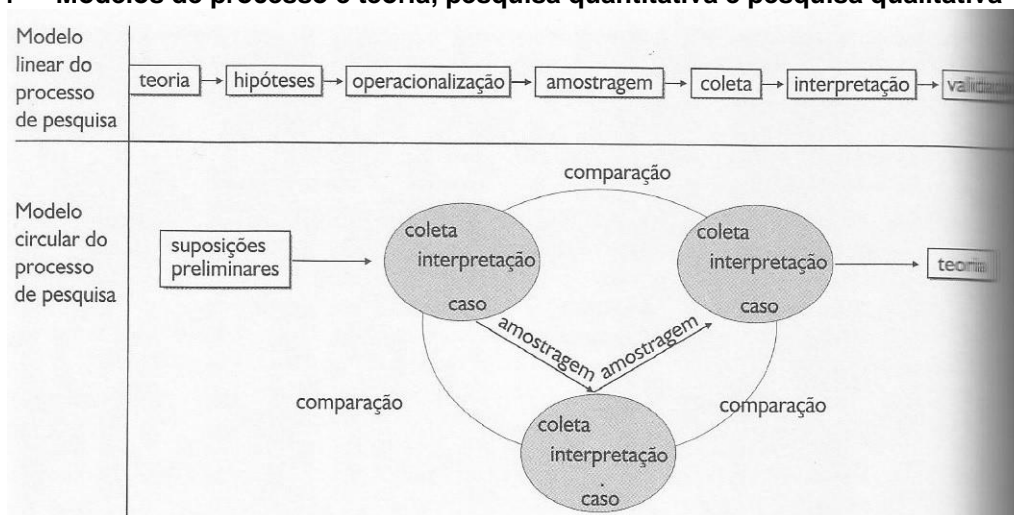
Um bom texto nunca é um retrato não mediado daquilo que descreve – tampouco é um retrato neste sentido. O texto é sempre parte de um experimento artificial para replicar e enfatizar os rastros gerados por julgamentos nos quais os atores tornam-se mediadores ou mediadores são tornados em fiéis intermediários. Não há nada menos natural que fazer um trabalho de campo, fazer as vezes de ouvido da parede, distribuir questionários, desenhar mapas, revirar arquivos, gravar entrevistas, fazer o papel de observador participante, compilar estatísticas e rastrear os caminhos de alguém pela internet. Transcrever, escrever, narrar e redigir relatórios finais é tão não natural, complexo, e meticuloso como dissecar moscas ou enviar um telescópio para o espaço. (LATOURET, 2007, p. 136)<sup>2</sup>

Essa caracterização do estudo, exploratório descritivo, no entanto, talvez se faça mais por seu contraste em relação ao que vem a ser o entendimento de tais categorizações. Ou seja, afasta-se do que é entendido por estudos experimentais, ou por estudos preditivos. Não por não fazer experimentos ou por não buscar a compreensão da regularidade de certos fenômenos, mas porque não é o propósito definir sua etiologia e elaborar hipóteses sobre suas causas. Contenta-se com a descrição. No entanto, a realização de observações, manipulação de bases de dados e análise de documentos comportam uma dimensão de engenho, ou seja, de experimentação em como operar com as fontes de modo que se tornem um

instrumento para construção de algo que até então era desconhecido para o pesquisador.

Ao longo do texto busca-se evidenciar qual foi o caminho percorrido e a estratégia concebida para cada problema colocado e o resultado, sempre provisório e instável, obtido. Não obstante, pontua-se aqui algumas linhas gerais desse processo. À parte a revisão bibliográfica e discussão teórica que perpassou todo o período dessa investigação, pode-se considerar as operações sobre o material empírico a partir da triangulação entre: objetivos, fontes utilizadas e procedimentos metodológicos adotados. Esta investigação conjuga objetivos que demandaram o recurso a um instrumental de pesquisa quantitativo, e outros cujo estudo foi possível por meio do instrumental qualitativo. Neste sentido, é uma pesquisa mista. Flick (2009) indica a diferença existente no processo investigativo quantitativo, em que há uma sucessão linear das etapas - teoria, desenho, coleta, interpretação -; e no processo qualitativo, que é circular, ou seja, há um constante vai-e-vem entre a coleta, interpretação dos dados, comparação e revisão da teoria. O que implica em critérios de validação e de qualidade distintos para esses dois caminhos.

**Figura 4 – Modelos de processo e teoria, pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa**



Fonte: FLICK (Introdução à pesquisa qualitativa, 2009, p. 100).

Os procedimentos adaptados ao desenho linear, concentram-se no capítulo três, embora apareçam em alguns momentos do capítulo quatro. Todos partiram da coleta de dados secundários e bases de dados já existentes; assim são mais simples que os apresentados na figura de Flick (Introdução à pesquisa qualitativa,

2009). Partindo do interesse em conhecer a posição de Porto Alegre em um sistema de destinos, utilizou-se os indicadores produzidos ou compilados por órgãos oficiais, tais como a Organização Mundial do Turismo, o Ministério do Turismo e a Secretaria Municipal de Turismo. Entende-se que os indicadores são 'índices', ou seja, a medida de alguma coisa vinculada à realidade que se busca conhecer. Mas não se confundem com a própria coisa, pois são-lhe uma tradução, um reflexo dela. Metodologicamente investigou-se esses dados a partir de estatística descritiva simples, como o recurso a porcentagens e medidas de tendência central. Outro expediente utilizado foi tratar e apresentar esses dados em uma linguagem gráfica, em mapas temáticos. Como apontam Zonin & Trémélo (2002), a realização de um mapa implica em escolhas de prioridades, visto que "tratar a informação, é simplificá-la, resumi-la e, assim, aceitar uma certa perda. A perda relativa de informação é compensada pela emergência de conceitos mais fortemente memorizáveis" (ZONIN e TRÉMÉLO, 2002, p. 8)<sup>3</sup>. Mais adiante as autoras argumentam:

A multiplicidade de informações, suas imbricações podem dar uma imagem de conjunto difícil de memorizar se a mensagem é densa demais ou não organizada. Se o mapa retém todos detalhes, sua leitura será obrigatoriamente parcial<sup>4</sup>. (ZONIN e TRÉMÉLO, 2002, p. 9)

Em outras palavras, comunicar um tema através de mapas parece ser uma das situações em que menos é mais. A elaboração de mapas temáticos exige a classificação e agrupamento dos dados. Nestes casos as escolhas foram realizadas tendo por base os testes de análise de *clusters* (HAIR JR, BLACK, *et al.*, 2010).

Neste conjunto de processos, aquele que apresentou o maior desafio foi a tentativa de estudar a distribuição espacial do Turismo no Brasil e a sua relação com a urbanidade. O propósito desta etapa é identificar a ocorrência de diferentes tipos espaciais produzidos pelo Turismo no país, para então situar Porto Alegre, como uma cidade com função turística e de trânsito, e que, portanto, diferencia-se de outros tipos tais como as estações balneárias, climáticas ou enclaves de *resorts*. A fonte utilizada para foi a base de dados da Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho. Com o mesmo objetivo, em uma proposta alternativa, utilizou-se as informações de guias de Turismo internacionais, cujo espaço referente era o Brasil, montando uma base de dados a partir da quantidade de páginas que os guias destinavam a cada destino. Provisoriamente, constata-se a distribuição desigual do Turismo no espaço nacional, e a necessidade de uma agenda de

pesquisas que investigue essa diferenciação. Ao tratar da escala local, o mesmo recurso à estatística descritiva, ao teste qui-quadrado e aos mapas foi utilizado para avaliar a frequência de citações dos lugares de Porto Alegre na literatura turística.

Já no campo dos processos de pesquisa qualitativa, em que predomina o caráter circular e iterativo, foi empregado o estudo do *corpus* da literatura para viajantes produzida sobre Porto Alegre, e que, grosso modo, corresponde ao apresentado no capítulo quatro. O processo de constituição desse conjunto de documentos e suas particularidades como fonte de pesquisa são debatidos no início daquele capítulo. Pode-se elencar quatro fases desse processo, embora não cronologicamente sucessivas. A primeira fase foi a familiarização com o conjunto de documentos e sua leitura, tendo em vista um roteiro de questões, no que Gibbs (2009) denomina análise por modelo, ou *template analysis*. O Quadro 1 – Roteiro de questões auxiliares à investigação da literatura turística sobre Porto Alegre, é um exemplo desse *template* que se utilizou.

Além desse roteiro com o qual foi possível adquirir uma melhor compreensão do conjunto de textos analisados, outro processo realizado foi o de codificação temática (GIBBS, 2009). Examinou-se o conjunto de textos, procurando rotular quais os locais e práticas turísticas eram citados e quais os marcadores, significados, descrições lhes eram atribuídos. Procurou-se identificar quais eram os repertórios e códigos mobilizados para apresentar Porto Alegre aos visitantes. Também buscaram-se elementos que permitissem compreender o que os textos entendiam por turístico, ou como caracterizavam os turistas da cidade. Nesse processo, um elemento importante para compreender o sentido dos textos era quem os enunciava.

Outra fase de análise do *corpus* investigado foi o de experimentar os textos no contexto de uso para os quais foram concebidos, ou seja, de sua pragmática. Imaginou-se situações em que os visitantes recorreriam a esse tipo de texto turístico e procurou-se examinar como as publicações responderiam a essas situações. A partir disso foi possível conceber a literatura turística como uma tecnologia espacial para lidar com a alteridade (LUSSAULT, 2007), uma central de cálculo (LATOURETTE, 2011), que apresenta um saber a partir do qual é possível operar a relação com o espaço, e cuja ausência, ou insuficiência, podem trazer implicações no modo como ocorre essa interação turista / espaço visitado.

**Quadro 1 – Roteiro de questões auxiliares à investigação da literatura turística sobre Porto Alegre.**

ROTEIRO DE QUESTÕES: INVESTIGAÇÃO DA LITERATURA TURÍSTICA
METADADOS: nome da publicação, data, local de publicação, autor.
<i>CATÁLOGO GERAL E GUIA DO TOURISTE DA EXPOSIÇÃO DO CENTENARIO FARROUPILHA. 1935.</i>
Quem é o produtor do discurso turístico? Para quais usos a publicação foi idealizada?
<i>Não existe autoria declarada. Apresentar a exposição do centenário. Indicar aos turistas, ou aos seus cicrones, como se movimentar na cidade e o que ver. Servir como catálogo, testemunho da exposição. Nesse sentido, testemunho também do progresso da cidade que a recebeu.</i>
Quem é o público-alvo imaginado como consumidor desse discurso turístico?
<i>Forasteiros e ‘cidadinos, que por dever de hospitalidade tenham de proporcionar excursões aos visitantes ou lhes servir de ‘ciceroni’.</i>
Quais lugares da cidade são representados? <i>(ver base de dados)</i>
Quais práticas turísticas são sugeridas?
<i>Vista de panorama, passeios de automóvel, assistir esportes, teatro cinema, feira, sightseeing, jardim de recreio, balneários (recreio sadio).</i>
Quais são os eventos e os personagens dignos de nota nesta representação da cidade?
<i>Otávio Rocha; obras de modernização – transformação urbana.</i>
Quais são as metáforas e as representações mobilizadas para caracterizar a cidade? Quais são os repertórios e os códigos visuais são indicados para significar a cidade?
<i>“Porto Alegre, a cidade que se renova”; “exposta aos olhares e à crítica do Brasil ... já não tem do que envergonhar-se no cotejo com outras capitais de igual porte na America do Sul” Uso de fotografias do antes e depois. Fotos panorâmicas. Mapa. Listagens.</i>
Como o repertório mobilizado vincula-se às intenções do emissor (produtor) do discurso turístico?
<i>Através das fotos de antes e depois, da apresentação de estatísticas sobre o progresso da cidade, como sua conectividade.</i>
O que o turista ganha com a visita a tais lugares, ou engajamento em tais práticas? Por que mobilizar-se até a presença desses atrativos?
<i>O testemunho da modernidade e progresso da capital aos estrangeiros, um dever patriótico aos rio-grandenses.</i>
Como são feitas as indicações para o visitante operacionalizar a sua visita?
<i>Em uma seção específica, com dicas sobre acessos, circulação, hotéis, e pontos de informação.</i>

**Fonte:** Elaborado pelo autor.



Nesse processo, alguns conceitos como o de cenografia, *ethos* (MAINGUENAU, 2011) e contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2013) foram particularmente úteis. Uma pesquisa exploratória e descritiva sobre o Turismo em Porto Alegre, em diálogo com o construtivismo e sistemismo do Paradigma da Complexidade e da Teoria-Ator-Rede. Com o misto de ansiedade e tensão de quem parte para uma nova jornada, espera-se que as ferramentas levadas na bagagem sejam suficientes e permitam chegar ao destino sem cair da bicicleta, apesar dos desequilíbrios necessários. É um desafio lançado, uma aposta.

Pelo caminho estarão becos sem saída, encruzilhadas, novos caminhos. No confronto com as surpresas será necessário tomar decisões a partir dos recursos e habilidades disponíveis. Talvez não sejam as mais adequadas, mas o confronto com essas necessidades irá aumentar a bagagem para explorações futuras. Como uma pintura, ou qualquer obra artesanal, outro autor faria diferente. Se o relato dessa viagem pessoal, por mais incompleto que seja diante do que foi testemunhado, for passível de algum crédito e apresentar-se útil para novas expedições o seu propósito terá sido cumprido.

Em seguida está a primeira parada do trajeto, em busca das definições da relação entre Turismo e Geografia.

# 1. TURISMO E GEOGRAFIA: DEFININDO A TRAMA DE RELAÇÕES

## OBJETIVOS DO CAPÍTULO UM

- Analisar e avaliar a epistemologia do Turismo, em particular as propostas desde a Ciência Geográfica.
- Apresentar a definição de Turismo adotada neste trabalho
- Apresentar a abordagem geográfica do Turismo em que se apóia a proposta de investigação.

### 1.1 Por uma definição de Turismo da perspectiva espaço-temporal

O Turismo é um objeto de estudo complexo, cuja definição e estudo apresentam desafios. O propósito aqui é justamente dialogar com essa complexidade, apresentando algumas iniciativas de sua definição, suas contribuições e dificuldades. Além disso, propõe-se aqui a indicar a posição assumida pelo autor e que dará sustentação teórica ao restante do trabalho. Nesse diálogo, privilegiou-se o ponto de vista sobre o Turismo desde a Geografia, o que não deixa de comportar implicações para essa ciência, em um circuito de retroalimentação recursiva.

Quando se designa o Turismo como complexo atesta-se que é o resultado e causa de diferentes relações envolvendo distintos atores, práticas e cenários, cuja decomposição em variáveis simples não permite a sua explicação ou compreensão. Como prática social espontânea que foi posteriormente conceitualizada, por vezes tem-se a impressão de que as teorias sobre o Turismo têm dificuldade em capturar a complexidade de sua natureza e de suas transformações. Parece adquirir tantas ontologias quantos são os atores que com ele se relacionam. Existe o Turismo dos turistas, o Turismo dos empreendedores, o Turismo dos trabalhadores, o Turismo dos burocratas e das políticas públicas que fomentam seu desenvolvimento, o

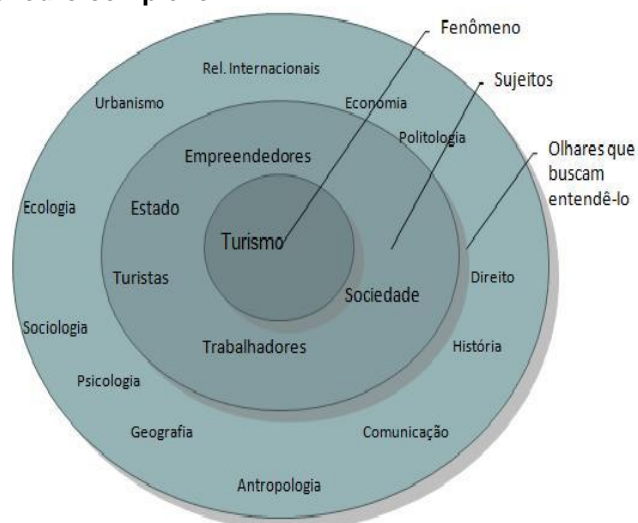
Turismo dos estudiosos de Turismologia. Fuster (1974) aponta essa diversidade. Para ele:

Turismo é, de um lado, o conjunto de turistas [...]; de outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes, *et cetera* que o núcleo deve habilitar para atender as correntes turísticas que o invadem [...] Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem para fomentar a infra-estrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda [...]; a criação de escolas para o ensino do Turismo [...] Também são os efeitos negativos ou positivos que produzem nas populações receptoras (FUSTER, 1974, p. 28-29).<sup>5</sup>

Essa diversidade de sujeitos envolvidos com o Turismo parece refletir-se nas relações que engendra como prática humana e social e nos efeitos e influência que exerce em outros âmbitos da realidade. Em uma metáfora, pode-se considerar um piano como referente de múltiplas realidades, pois apresenta-se de modo distinto para quem ouve, para quem toca, para quem fabrica e para quem transporta. Embora nenhuma seja exclusiva ou mais verdadeira que outra. Morin (Introdução ao pensamento complexo, 2008) indica que se deve dialogar com o real e não tentar dominá-lo.

Desse modo, Pimentel (2010) representa o Turismo como um poliedro - Figura 5 -, que possui diversas facetas - cada palavra seria um dos lados do poliedro - e ao focar em algumas, outras se escondem ao olhar, não obstante estejam todas interligadas.

**Figura 5 – Turismo: poliedro complexo**



**Fonte: (PIMENTEL, 2010)**

As três esferas são independentes, embora interligadas em um sistema no qual a dinâmica de uma repercute no conjunto. Na mais interna estaria o Turismo, que é resultante das ações e intenções dos sujeitos representados na segunda esfera, e externamente estariam os olhares teóricos que buscam a compreensão desse fenômeno.

Pensa-se, assim, o Turismo tornado objeto de estudo a partir de diferentes campos do conhecimento, com identidades epistemológicas e objetivos distintos. O Turismo enquanto atividade econômica; o Turismo enquanto fato social; o Turismo como sistema de interação e trocas simbólicas; como fenômeno espacial; enquanto matéria de regulação jurídica; enquanto causador de impactos ambientais; enquanto um elemento de influência política; enquanto objeto de especulação filosófica, e assim por diante.

O Turismo revela-se indisciplinado (CASTROGIOVANNI, 2004), e dessa constatação emerge o primeiro desafio para seu estudo, que é a construção de um marco teórico coerente. Para explicitar essa escolha cabe posicioná-la em relação às propostas realizadas nesta área de pesquisa.

A curiosidade inicial sobre o Turismo enquanto objeto de estudo científico surge da economia e do interesse sobre os efeitos que os gastos realizados por visitantes e as receitas das atividades destinadas a acolhê-los produzem na balança de pagamentos, no emprego e na renda nacional, a exemplo das contribuições da Escola de Berna (CUVELIER, 2010). A partir dessa percepção, ao Turismo foi atribuída a natureza de mercado, como no termo inglês *industry*, entendido a partir da relação entre oferta e demanda. O turista é visto enquanto consumidor e os locais que ele visita são produtos turísticos. Grande parte dos esforços de analíticos é focada em como os destinos (territórios que são visitados e buscam atrair turistas) podem inserir-se de modo mais eficiente nesse mercado, maximizando os benefícios – renda, divisas, empregos, imagem, *softpower*<sup>VI</sup>– e minimizando os possíveis efeitos negativos – dependência externa, passivos ambientais, sazonalidade, desigualdade social –, além de tratar da própria ampliação desse mercado através da diminuição de barreiras alfandegárias, vistos, taxas sobre transporte e sobre

---

<sup>VI</sup>*Softpower*: termo das Relações Internacionais que designa a habilidade de um ator em influenciar os outros por sua cultura e seus valores, estabelecendo preferências e inspirando os demais a buscarem os mesmos fins. Esse é, assim, um instrumento de poder além dos tradicionais usos de força, coação, ou de recursos, indução.

outras atividades consideradas características do Turismo. Nestas circunstâncias surge o que Jafari (2005) define como a plataforma favorável ao Turismo, promovida por atores interessados no fomento deste enquanto atividade econômica, como empresas, Estados e associações de comércio. O autor classifica os estudos em Turismo a partir da sucessão de quatro plataformas: a favorável, a desfavorável, a conciliatória e a plataforma baseada no conhecimento.

Neste contexto situam-se as definições oficiais de Turismo, desde a Liga das Nações em 1937, passando pela Conferência das Nações Unidas, versando sobre assuntos alfandegários, em 1954 e, posteriormente, as sucessivas definições da Organização Mundial do Turismo (OMT), agência das Nações Unidas composta e financiada por associados dos setores público, privado e organizações sem fins lucrativos que existe desde 1970. A definição da OMT foi pensada com intuito de ser referência comum para a coleta de dados e quantificação do Turismo. As recomendações estatísticas da OMT (UNWTO, 2010) aponta no item 1.1 (p.1) que "Turismo é um fenômeno social, cultural e econômico relaciona ao movimento de pessoas para lugares fora de seu lugar de residência habitual, sendo o prazer a motivação mais comum"<sup>6</sup>. No entanto, ao explicitar a necessidade de recomendações estatísticas para definição de políticas públicas, aponta no item 1.9:

O presente foco é a perspectiva econômica e a partir dessa perspectiva o Turismo é definido como as atividades de pessoas, identificadas como visitantes. Um visitante é alguém que está viajando sob certas condições, notadamente, de férias, a lazer e recreação, negócios, saúde, educação e outros objetivos.

(1.10) O Turismo engloba as atividades de todas essas categorias de visitantes. Este escopo é muito mais que a percepção tradicional de turistas, que inclui apenas aqueles viajando a passeio. (UNWTO, 2010, p. p.1) <sup>7</sup>

O documento segue com uma série de metareferências para as definições de alguns conceitos mencionados. Neste sentido, objetivando a concisão vale a pena reproduzir o enunciado que Stock (2003, p. 11) aponta de que consta em outro documento da mesma instituição e cujo enunciado é o seguinte:

O Turismo é definido como o conjunto de atividade desenvolvidas pelas pessoas no curso de suas viagens e estadas em lugares situados fora de seu ambiente habitual por um período consecutivo que não passe um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros motivos não ligados ao exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado. A utilização deste conceito suficientemente abrangente permite identificar tanto Turismo entre diferentes países como no interior de um mesmo país. O termo 'Turismo' cobre todas as atividades dos visitantes incluindo tanto 'turistas' (visitantes que pernoitam) quanto 'excursionistas' (visitantes durante o dia).<sup>8</sup>

A essa definição subjazem duas preocupações. A primeira é a necessidade de critérios para concessão de vistos e passaportes e as implicações diplomáticas decorrentes desse franqueamento de fronteiras. A segunda é a de estabelecer um consenso metodológico que sirva de substrato para a coleta de estatísticas oficiais e para a formação de bases de dados sobre o número de turistas internacionais, dinâmicas dos principais fluxos turísticos, gasto médio dos visitantes, e contribuições do Turismo para a balança de pagamentos nacional. Os dados que essa definição permite coletar são contribuições indispensáveis. No entanto, ela assemelha-se a uma armadura, mais preocupada com as externalidades, do que concentrada em lidar com o cerne do que é o fenômeno turístico.

Percebem-se três critérios principais dessa definição de Turismo: espacial, o deslocamento para fora do 'ambiente habitual'; temporal, na atribuição de um limite do período mínimo e máximo para essa permanência; financeiro, o não exercício de atividade remunerada cuja fonte pagadora situe-se no local visitado. Será que esses critérios são suficientes para distinguir o Turismo de outras mobilidades? O peregrino é tão turista quanto a pessoa em curso de qualificação no exterior? Alguém que busca tratamento médico em centro maior está realizando algo semelhante a uma família de férias em um *resort*? A principal crítica à definição da OMT é a de tratar de forma homogênea esses diferentes tipos de mobilidade (STOCK, 2003; VIOLIER, 2008; DUHAMEL, 2013; CUVELIER, 2010).

Além disso, esses três critérios de definição comportam alguns limites em sua aplicação que parecem arbitrários. O critério preciso da duração da estada, mínima de um dia e máxima de um ano, é bem apropriado para a lógica de coleta de estatísticas, mas não diz respeito à natureza do fenômeno observado (STOCK, 2003). Outras definições de turista, como aquela utilizada para a emissão de vistos também utilizam o critério de duração da estada. Mas neste caso um estudante estrangeiro, que permanece três meses em um país, é turista e se estendido em um mês a mesma prática recai em outra categoria de visto.

O critério da ausência do domicílio habitual também pode se apresentar problemático, em especial para finalidades estatísticas. Existem bairros que se desconhece nas cidades onde se mora e lugares distantes que são familiares como casa. Como fica o caso de um migrante que visita a família no país de origem? Ou

das populações fronteiriças? A transposição de fronteiras como índice torna mais simples a coleção de dados, mas acaba por negligenciar o Turismo doméstico que corresponde à maior parte dos fluxos. Uma alternativa é recorrer-se a ocupação hoteleira como indicador, mas nem todos os turistas ficam em hotéis, assim como nem todos os hóspedes são turistas.

O exercício de atividade remunerada como critério também é questionável. Novamente percebe-se a preocupação com a estatística, neste caso da balança de pagamentos. Assim, se a pessoa realiza uma consultoria em outra cidade e é paga por sua matriz, ou outra fonte em seu local de residência habitual, ele é turista. Mas a mesma prática, se remunerada por fonte de receitas do local para aonde foi realizado o deslocamento, já não permitiria denominar essa mobilidade como Turismo. Se consultada, possivelmente essa pessoa diria que está viajando a trabalho e não a Turismo, pois não está de férias e essa viagem está mais próxima de obrigação laboral do que de uma escolha.

Cabe apontar que essa definição ampla de Turismo, englobando indistintamente vários tipos de mobilidades, exerce papel político. Isso, na medida em que atribui dimensões impressionantes ao setor serve como argumento na disputa por atenção política, financiamentos, concessões e também interesse acadêmico. Como desmerecer 'a maior indústria do mundo'?

### ***1.1.1 Turismo: um grande negócio ou consumismo espúrio? Duas disjunções.***

Muitos trabalhos citam as estatísticas da OMT como fundamento para a importância do estudo do Turismo. Suas justificativas baseiam-se nas cifras de expansão exponencial e nos dólares que movimenta. É ressaltada a “pujança” do setor e sua resiliência frente às crises econômicas. Há destaque para uma potência cujas conotações assemelham-se à análise do comportamento de um vulcão, ou de um fenômeno natural incontrollável. Também se comenta no “filão a ser explorado”, caso preferira-se uma analogia à mineração, a despeito de ser um movimento de pessoas. Ao fundar o periódico *Tourist Studies*, (FRANKLIN e CRANG, 2001, p. 5) propõem um espaço alternativo à seguinte situação:

Os estudos em Turismo têm sido dominados por trabalhos liderados por políticas e patrocinados pelo setor, assim as análises tendem a internalizar prioridades e perspectivas do próprio setor, deixando o objeto de pesquisa aos imperativos da política, no sentido que se espera que o

pesquisador assuma como seu o objetivo de controle social que permitirá ao produto turístico estar melhor sintonizado às demandas do mercado internacional.<sup>9</sup>

Cabe questionar o porquê o volume de gastos e transações bastariam como justificativa para o interesse acadêmico, já que esse critério não parece ser o mais utilizado para outros fenômenos.

Ao Turismo é atribuída a ontologia de mercado. Ao turista a de consumidor. Esse modelo não parece ser o mais apropriado para entendê-lo, visto que grande parte do que motiva o consumo dos visitantes é o designado em economia como externalidade. O clima, o patrimônio imaterial, o uso de áreas de domínio comum, são exemplos de elementos 'consumidos' pelos turistas e que se encontram fora da esfera de transação do mercado. Ao confundir Turismo e consumo exclui-se a possibilidade de compreensão das situações em que os sujeitos viajam sem consumir, ou o maior sucesso de certos destinos frente a outros, vinculado justamente a tais externalidades. Além disso, ao se pautar em um instrumental desenvolvido para o entendimento da troca de bens tangíveis, esse constructo acaba não captando o processo de co-produção - em que o consumidor é parte da produção - e outras especificidades características do setor de serviços (CUVELIER, 2010; VIOLIER, 2013)

Essa ontologia de mercado e o objetivo de controle social perpassam tanto os estudos turísticos de inspiração liberal quanto crítica. Nessa situação em que a presença dos turistas é avaliada de acordo com o nível de seus gastos. Por vezes, esse papel de consumidor é mau visto frente à situação desigual da população que reside permanentemente nos destinos, ou quando o nível de gastos é baixo, questiona-se o custo benefício de acolher esses habitantes temporários. Não faltam metáforas do mundo animal para designar os turistas. Urbain (2002) nos cita algumas: “nuvem de gafanhotos”, “epidemia que se espalha”, “as manadas que invadem os ambientes”, ou o “*Turistus vulgaris*”, como aponta Löfgren (2006). Existem também conceitos mais sofisticados como capacidade de carga, que apresenta um verniz científico para a vontade política de limitar o acesso de determinadas pessoas a determinados lugares, cristalizando determinada situação, como demonstra Deprest (2004).

Isso remete à plataforma desfavorável ao Turismo de Jafari (2005). O autor refere-se a trabalhos como "As hordas douradas" de Turner & Ash (1975), uma



metáfora da prática do veranismo nos países do Sul com as invasões bárbaras, "Os devoradores de paisagem", de Jost Krippendorf (1975), "Os mitos do Turismo", de Jurdao (1992), ilustram certo alarmismo e a busca por desconstruir e questionar a percepção do Turismo como via segura ao desenvolvimento e como ferramenta de distribuição de renda de países ricos para a "periferia do prazer". Esses trabalhos contribuíram para a percepção do Turismo como produto do capitalismo e as contradições e exclusões que seu desenvolvimento engendra. Além do questionamento no campo da economia, outros aspectos do Turismo passam a ser considerados, como os efeitos sociais e antropológicos do encontro entre visitantes e visitados, no que ficou conhecido como paradigma "Hosts and Guests" – anfitriões e hóspedes –, em função da obra de Smith (1989).

Assim, percebe-se nessas críticas uma contestação aos efeitos do Turismo no âmbito econômico, social e cultural, mas raramente no campo epistemológico. A natureza de fenômeno de mercado, ou de produto da sociedade de consumo permanece. Desse modo, apesar da importância dos trabalhos realizados sob a perspectiva de ambas as plataformas para a consolidação do Turismo enquanto campo de estudos, ao atribuir-lhe essa natureza mercadológica acaba-se sombreando outras ontologias presentes nessa prática complexa.

Para além do utilitarismo da plataforma favorável, ou da crítica da plataforma desfavorável, cabe dizer que, mesmo considerado enquanto mercado, esse teve de ser construído a partir de investimentos, objetos, dispositivos, transações, que são contingentes a cada diferente arranjo de atores (CALLON, 1998). Como explicar então essa ligação entre atores, objetos, práticas e lugares que deu origem ao que se denomina Turismo? Que efeitos tem as diferenças no modo como se constitui tal ligação em cada lugar e grupo de atores? Haveria semelhanças suficientes que permitissem nomeá-lo do mesmo modo em diferentes contextos? Seria o Turismo da Europa o mesmo Turismo da África?

Paralela a essa discussão, outra perspectiva sobre Turismo como objeto de análise surge desde os estudos culturais e sociológicos, que irão considerá-lo produto da sociedade contemporânea e elemento para a sua compreensão. Maccannell (2006) lança o tópico do Turismo como uma busca por autenticidade, em uma sociedade em que o indivíduo foi alienado do seu trabalho. O turista seria um peregrino moderno, em busca de símbolos que autenticem e dêem sentido ao

mundo e à sua existência. O autor vai estudar a partir da semiótica o que chama de estrutura de *display*, em que um *sight* (vista, ou um atrativo) é marcado por determinadas informações a partir das quais os visitantes o significam, sendo que, muitas vezes, o envolvimento é maior com o marcador do que com o próprio *sight*. A estrutura *display* que caracteriza o Turismo não se restringe aos visitantes em terra estranha, mas é pervasiva da sociedade em situações em que há essa busca por mostrar os bastidores – como nas vitrines para a cozinha nos restaurantes – e dar um toque autêntico, mesmo que seja uma autenticidade reconhecidamente encenada – como os shows folclóricos. Discussão que não está distante da sociedade do espetáculo de Debord (1997). Uma contribuição também reconhecida é a de Urry (2001), baseado no olhar clínico foucaultiano, propõe a categoria 'Olhar do Turista'. Esse corresponderia à formação e à institucionalização de um regime de visualidade pautado pela viagem e pela oposição ao cotidiano do tempo de trabalho, que valoriza elementos merecedores, ou não, de serem vistos, bem como os comportamentos dos turistas diante dessa alteridade. Urry (2001) ainda aponta para a busca dos turistas pela distinção social ao procurar vincularem-se a determinados lugares, ou comportamentos associados à certa classe social. Os objetos e regimes de comportamento do 'Olhar do Turista' seriam uma lupa para compreender melhor a sociedade pós-moderna. No entanto, é necessário apontar para o risco que existe em tomar o Turismo como argumento para o estudo mais amplo da sociedade, pois a o de lhe atribuir um caráter metafórico, pode-se acabar por perder o foco frente do objeto de investigação. O que parece ser o caso de certas analogias entre turista e peregrino moderno.

Boa parte da discussão gerada sobre essa perspectiva centrou-se na questão do turista e sua busca por autenticidade. Seria essa procura um campo para ação e autonomia dos sujeitos? Seria uma autenticidade espúria, um lazer alienado cujo objeto de desejo é construído a partir de fora, de um modo heterônomo pela indústria do entretenimento?

A justificativa do Turismo como objeto digno de estudo teve duradoura resistência, como apontam Franklin & Crang (2001) e Jafari (2005), embora essa situação tenha mudado consideravelmente desde a virada do milênio, em especial com o crescimento das mobilidades. Stock (2003) fala em ligação emocional e falta de distância crítica que acabam em preconceito intelectual. A Equipe MIT (2008)

aponta um repertório da raiva e dos 'lugares comuns' que a figura do turista evoca e que acabaram por povoar os estudos acadêmicos sobre o tema. Apesar da vinculação entre Turismo e modernidade, em paralelo a ela surge a aversão socialmente difundida ao seu principal sujeito: o turista. Esse personagem que é a antítese do herói: o viajante. Isso, que Urbain (2002) chama de má compreensão da figura do turista, tem origem interna, na própria sociedade europeia que inventou o Turismo. Sendo essa uma prática que tem a busca por distinção social como um de seus motivadores, desde cedo foi promovida a clivagem entre viajantes e turistas. A diferença entre aqueles que sabiam explorar e conhecer o mundo, eruditos e aventureiros autônomos; e esse outro 'sem alma', que é levado como rebanho, que consome e subverte o mundo sem apreciá-lo, que não sabe viajar e é apenas um reproduzidor de clichês. É o próprio 'idiota', dada a etimologia da palavra que significa alguém inexperiente (URBAIN, 2002). A mitologia dessa distinção, bem como a conotação negativa dada à figura do turista ainda é presente, reproduzida e atualizada. E, se, por um lado, foi apropriada pelo discurso do marketing turístico, ao vender essa diferença a seus clientes, por outro, acabou povoando também o discurso acadêmico daqueles que buscaram estudar o fenômeno desde a perspectiva das ciências sociais.

Além das plataformas mencionadas, favorável e desfavorável ao Turismo, em seu estudo Jafari (2005) cita outras duas: a conciliatória e a baseada em conhecimento. Na transição de uma para outra, foi frequente a tentativa de enquadramento e classificação dos diversos "tipos" de "Turismo". Classificação essa feita a partir de distintos critérios, como motivo da viagem ('Turismo de negócios', 'Turismo de saúde', 'Turismo de estudos'), ou, elementos do espaço visitado ('Turismo sol e praia', 'Turismo de natureza', 'Turismo na cidade'), ou ainda a respeito da organização da sociedade anfitriã frente ao Turismo ('Turismo de massa', 'Turismo de base comunitária', etc). Nomear os fenômenos é um ponto importante para conhecê-los, para colocá-los no quadro do mundo existente. No entanto, essa proliferação dificulta perceber o que há de comum entre as diferentes categorias. Arrisca-se a substantivação do Turismo que deixa de ter função operativa para ser tomada como ponto de chegada do conhecimento, emaranhando-se em debates sobre como classificar um ou outro caso ambíguo, trocando-se a coerência e empiria pela especulação. Mais grave é quando se passa ao campo da

moral, defendendo o “Turismo responsável” contra o perigoso “Turismo de massa”. A escolha de usar o tempo livre para realizar trabalho comunitário na Amazônia ou bronzear-se no litoral nordestino corresponde a projetos pessoais diferentes, como aponta Violier (2013), e não deveria ser objeto de expectativas ou juízos por parte dos pesquisadores. Nessa situação, os atores são deixados de lado e substituídos por esse substantivo, que é tornado sujeito e passa englobar toda ação/agência: o Turismo. O Turismo gera empregos. O Turismo destrói o ambiente. Para Löfgren (2006, p. 268):

Essa obsessão com as taxonomias é fruto de um casamento infeliz entre pesquisa de Mercado e ambições positivistas de etiquetamento científico. Os viajantes, no entanto, continuam a mover-se dentro e fora dessas gaiolas e conseguem enganar ou esconder diversos comportamentos mentais e interesses. Um dos principais atrativos de se estar de férias consiste na possibilidade de escolher entre várias atividades ou estados mentais [...] <sup>10</sup>.

Afastar-se dessa substantivação do Turismo permite uma abordagem geográfica renovada que busca reconhecer suas múltiplas ontologias. Por isso a proposta de uma abordagem centrada no espaço e no tempo <sup>VII</sup>. De modo geral, apesar das críticas ao Turismo, entende-se que a Geografia não propôs uma abordagem espacial para sua compreensão.

### ***1.1.2. Turismo: por uma abordagem a partir das práticas.***

Como é possível constatar o referente do conceito de 'Turismo' não está estabilizado (KNAFOU e STOCK, 2013), ou seja, ainda é fonte de controvérsias. No campo científico isso é uma limitação. Para Latour (2011) a estabilização de certas controvérsias, contidas em uma caixa preta, permite o desenvolvimento científico e o crescimento das contribuições em determinado campo. Ao contrário, se a instabilidade reina, grande parte do esforço concentra-se em buscar dominar as controvérsias. Os desenvolvimentos realizados são frágeis, pois seus pressupostos são frequentemente questionados e postos em xeque. Não existe a caixa preta em que as controvérsias estabilizadas servem de ponto de partida para novas investigações, avançando e ocupando-se com questões daí decorrentes. Um indicador dessa situação é a constatação de que boa parte dos estudos sobre

---

<sup>VII</sup> Apesar de concordar com Lévy (1999) quando aponta que a dimensão espacial e a dimensão temporal são indissociáveis, e que a categoria espaço implica em espaço-tempo, optamos pela clareza ao designar ambas.

Turismo, inclusive este, iniciam com a discussão sobre qual seria a sua definição e buscando justificar sua importância como campo de estudos.

As tentativas de definição do Turismo como campo autônomo, parecem privilegiar a faceta a partir da qual a proposta teve origem — seja economia, sociologia, antropologia, administração — e sombrear as outras. O Turismo é um fenômeno econômico, mas não apenas econômico; é um fenômeno sociológico, mas não apenas sociológico, geográfico, mas não apenas geográfico... Cazes (1992), Stock & Knafou (2013), Barberani (2006), Cuvelier (2010) sustentam que o Turismo é um fenômeno social total<sup>VIII</sup>, o que exige uma abordagem interdisciplinar. Para Cuvelier (2010) esse caráter implica em que não é possível compreender o Turismo como um aspecto da sociedade, pois é uma realidade que a toca em seu conjunto a partir da instituição da articulação entre 'trabalho-lazer' na modernidade.

Como fenômeno social total, uma perspectiva disciplinar não exclui a outra, ao contrário, o estudo do Turismo, por sua complexidade, é um campo privilegiado para a interdisciplinaridade e cooperação científicas requisitadas atualmente. Por outro lado, ao representar esse ponto de contato entre diferentes disciplinas, o Turismo leva ao questionamento do próprio núcleo de ferramentas, conceitos e epistemologia das ciências que buscam estudá-lo (LAZZAROTTI, 2003), contribuindo também para as suas evoluções. Tomar o Turismo como um fenômeno social total implica considerá-lo um pretexto para os estudos das sociedades, mais do que um objeto fechado em si.

Entretanto, a complexidade do Turismo é frequentemente constatada mas raramente enfrentada como desafio epistemológico (STOCK, 2003; KNAFOU e STOCK, 2013; VIOLIER, 2008). Uma postura é comentar as dificuldades de definição do Turismo e não assumir uma posição explícita sobre a questão, deixando subentendido o uso das definições oficiais de Turismo, em especial aquela proposta pela Organização Mundial do Turismo - que exerce o papel de caixa de preta, embora cada vez mais frágil. Outra abordagem é adicionar à palavra Turismo uma série de adjetivos, mas que acaba negligenciando a reflexão sobre o que tais categorias teriam em comum. Neste trabalho buscou-se o afastamento desta

---

<sup>VIII</sup> Proposto pelo antropólogo Marcel Mauss um fenômeno social total exprime instituições que abarcam o conjunto das dinâmicas sociais, exigindo uma visão de conjunto e sendo um ponto de contato das diferentes Ciências Sociais.

substantivação ao colocar como centro da análise e conceituação do Turismo: o turista e suas práticas (CUVELIER, 2010; ÉQUIPE MIT, 2008; ÉQUIPE MIT, 2011; DUHAMEL, 2013; KNAFOU e STOCK, 2013; STOCK, 2003; VIOLIER, 2008; VIOLIER, 2013).

Essa proposta de recentramento dos estudos de Turismo difere da concepção de um sistema turístico que restringe os turistas à natureza de consumidores, ou a números em correntes de fluxo, e cujo interesse está mais nos efeitos causados por essas mobilidades do que na compreensão desses deslocamentos. Também se afasta da compreensão do Turismo exclusivamente através de analogias como a do 'peregrino moderno'. Aqui o Turismo é visto como resultado de projetos individuais de "*recriação*", que dizem respeito a práticas que contêm uma intencionalidade própria no modo de relacionar-se com a dimensão espaço-temporal e que evoluem, sendo objeto de inovações ao longo da história. Isso permite entender o Turismo como relação, que une diferentes elementos cuja interconexão — ou a 'liga da maionese', na metáfora de Violier (2008) — irá variar de acordo com distintos arranjos. Além das práticas e intencionalidades dos turistas é necessário considerar os interesses e projetos de outros atores que a eles se vinculam, como empresários, setor público, bem como os lugares, territórios, sistemas de valores, leis e tudo que é mobilizado nesta rede que se cria.

Ao re-centrar o estudo do Turismo a partir das práticas dos visitantes é possível verificar como cada disciplina auxilia a compreender as relações que se formam, e ainda permite o entendimento de seu caráter múltiplo, ou seja, sem a pretensão de uma definição que lhe atribua uma única ontologia, seja de mercado, troca simbólica, fato social, ou outra, e sem juízos morais, como apontam Urbain (2002) e Equipe MIT (2008). O reconhecimento desta capacidade dos indivíduos de agirem livremente em seus projetos turísticos pessoais distancia-se da corrente behaviorista da motivação, que de modo implícito percebe os turistas como reagindo a estímulos externos (STOCK, 2003). Ser turista, além de ser uma condição aprendida, é temporária e comporta múltiplos papéis, variando de acordo com o contexto. É válido lembrar que "quando uma pessoa pratica uma atividade ela não abandona, no entanto, suas outras identidades, e não se reduz à identidade que lhe é momentaneamente conferida em sua prática turística" (ÉQUIPE MIT, 2002 apud STOCK, 2003, p. 22)<sup>11</sup>. A noção de motivação pode ser substituída com ganhos pela

noção de projeto (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 119), entendida como a intencionalidade que preside as práticas que o turista pretende de realizar e abrange todas as situações de duração frequentemente desigual de que comentadas por Panosso Netto (2005) de 'vir-a-ser-turista', de 'estar-turista' e de 'ter-estado-turista'. A transformação de um lugar em turístico estaria ligada à adequação entre projeto, prática e lugar.

Inclusive desde a economia, a noção de prática se revela mais apropriada ao estudo do Turismo do que aquela de consumidor (CUVELIER, 2010, p. 68). Ao lado de elementos racionais de escolha com base no custo unitário e na utilidade, a noção de prática possibilita integrar elementos 'irracionais', fatores como representações de mundo, valores, normas e expectativas de comportamento. Além dessa dimensão imaterial e simbólica, a noção de prática comporta a compreensão do papel ativo do turista na produção daquilo que é seu objeto de consumo, o que não é desprezível. As modalidades contratuais e as possibilidades de arbitragem em que os visitantes podem se engajar são amplas e diversas, considerando, por exemplo, a variação entre a compra de um produto turístico através de intermediário e a vontade de organizar de modo autônomo seu próprio deslocamento turístico.

No entanto, centrar-se nas práticas turísticas não significa tomá-las como sinônimo de Turismo. Apesar de os turistas serem o primeiro elemento do sistema, afinal não há Turismo sem turistas (ÉQUIPE MIT, 2008), outros atores são mobilizados e lugares são transformados quando esses realizam seus projetos. Assim, em que pese esse recentramento, o Turismo continua sendo considerado um sistema, característica que já apontada Beni, Sessa, Leiper, Cuervo, Molina entre outros pesquisadores como compilado no trabalho de síntese de Lohmann & Panosso Netto (2012).

Palavra existente desde a Antiguidade, a noção de sistema ganha destaque no campo científico a partir da segunda metade do século XX. Os trabalhos de Morin (2008; 2003a; 2003b) e do Paradigma da Complexidade destacam sua fertilidade para religar os saberes e escapar do pensamento disjuntivo. Para Durand (2013), a sistêmica — estudo dos sistemas — emerge das contribuições do estruturalismo, da cibernética e das teorias da informação e comunicação. Diferente do pensamento cartesiano que busca a causa, o autor aponta que o desenho de um sistema deve começar por sua finalidade e buscar o conjunto de suas interligações. É uma

abordagem que busca o todo, e sua relação com as partes. Além da finalidade, para a descrição de um determinado sistema, é importante estabelecer suas fronteiras, aquilo que o separa do mundo externo, e que é mais ou menos permeável. Também é necessário reconhecer as entradas e saídas que permitem a interação entre sistema e ambiente, bem como os anéis recursivos que a retroalimentam. No interior do sistema, cumpre identificar os elementos que o compõem, suas interações, seus fluxos, seus centros de decisão, e processos de retroalimentação. Um sistema é uma auto-eco-organização, capaz de adaptar-se e evoluir para garantir seu equilíbrio e sobrevivência. Esses elementos da sistêmica estão presentes na definição de Turismo de Knafou & Stock (2013) que foi adotada neste trabalho. Antes de apresentá-la é interessante apontar como essa abordagem se propõe a construir o que vem a ser esse sistema a partir do estudo de suas conexões e relações que emergem desde o estudo de campo, diferindo, portanto, de uma análise filiada a teoria geral de sistemas, em que esse é modelado de modo abstrato e posteriormente aplicado ao empírico. A complexidade, no sentido de múltiplos fios de uma trama, da qual emerge o sistema turismo a partir do entendimento da Equipe MIT pode ser constatado no seguinte trecho:

Esse sistema é constituído por empresas (ofertando diferentes serviços, da agência de viagens aos restaurantes e hotéis, passando pelas transportadoras e pelas operadoras), por normas e valores (para alguns o turismo é positivo, para outros é negativo, e, sobretudo, existem maneiras, socialmente e culturalmente diferenciadas de ser turista), por leis (sobre a nacionalidade, as férias pagas, o fisco, etc.), por turistas (que são temporariamente em outros locais e se distinguem por suas práticas), por locais turísticos de qualidades diferentes (podendo serem classificados segundo os tipos: estação turística, sítio turístico, local de segunda residência, cidade turistificada, metrópole turística, etc.), por mercados (mais ou menos segmentados) e por relações não mercantis (emprestar ou intercambiar um alojamento, apreciar uma paisagem, etc.) Esse sistema é também informado por outras instituições sociais (a família, como lugar de aprendizagem das práticas turísticas, o casamento, e a lua-de-mel, etc.), por imaginário (o paraíso mudou: da Suíça aos mares do Sul), por imagens (veiculadas pelos catálogos, pela televisão, pelas fotos de outros turistas, etc.), e por discursos (os guias, os cientistas, as emissões de rádio ou televisão, etc.). (ÉQUIPE MIT, 2011, p. 278)<sup>12</sup>

Essa atitude epistêmica parece compatível com a proposta da Teoria-Ator-Rede de investigar a formação de arranjos e conexões que ao vincularem-se formam o social, aproximando-se à teoria de Gabriel Tarde (2007), sua influência de Leibniz a partir do estudo das mônadas, e diferenciando-se de uma sociologia que emprega em suas explicações o recurso a uma instância do social como entidade



externa aos sujeitos e à materialidade do mundo, a exemplo do Fato Social de Durkheim.

O enunciado da definição de turismo adotada neste trabalho, e expressa pela Equipe MIT , é:

Turismo (*tourism*, 1811; *tourisme*, 1841): sistema de atores, de práticas e de locais que tem por objetivo permitir aos indivíduos se deslocar para a sua *recriação* fora de seu lugar de vida habitual, indo habitar temporariamente em outros locais. é uma das formas de *recriação* assim como o lazer. (ÉQUIPE MIT, 2005, p. 301) <sup>13</sup>

Comparada à definição da OMT, essa restringe o que é entendido como Turismo em prol da precisão. Não se questiona a importância de outros variados tipos de mobilidade e sua relação estreita com o Turismo. Em uma sociedade móvel o seu hibridismo é cada vez mais frequente, nisso que alguns autores denominam como "pós-turismo". No entanto, ao buscar-se identificar as particularidades do Turismo frente a outros deslocamentos emergem subsídios para sua melhor compreensão. Outra motivação em buscar essas particularidade do turismo é a tentativa de apontar e entender aquilo que subjaz em comum entre as distintas práticas turísticas, por vezes indicadas como diferentes tipos de turismo nas adjetivações como turismo cultural, turismo rural, enoturismo, ecoturismo, etc.

Para Stock (2003), dois critérios que auxiliam a discriminar o Turismo de outras formas de mobilidade são: A - se o deslocamento foi produto de uma escolha do sujeito, ou foi fruto de obrigações, B- se o caso é uma mobilidade habitual, ou se é uma prática ocasional, fora de tempo e lugar do cotidiano. O quadro a seguir resume essa proposta:

**Quadro 2 – As práticas e os lugares no cotidiano e não cotidiano.**

	<b>Lugar do cotidiano</b>	<b>Lugar não cotidiano</b>
<b>Práticas do cotidiano</b>	Mobilidades ligadas ao trabalho, pendulares.	Viagem de negócios
<b>Práticas do não cotidiano</b>	Mobilidade ligadas ao lazer	Turismo

Fonte: Stock, 2003, p. 23.; Violier, 2013, p.18. Traduzida pelo autor.

No quadro nota-se, por um lado, a restrição das mobilidades que são consideradas turísticas, e, por outro, a dimensão espacial de sua diferenciação em relação ao lazer. Duhamel também propõe um quadro buscando analisar a relação entre Turismo e outras formas de mobilidade, esse com maior número de critérios:

**Quadro 3 – Mobilidade turística: uma mobilidade fora do cotidiano específica.**

	Escolha do lugar	Escolha dos companheiros de viagem	Organização da viagem	Regramento da viagem	Lazer	Trabalho	Seguro
Turismo	+	+	+	+	+	-	Pessoal
Visita parentes/ amigos	+/-	+/-	+/-	+	+/-	+/-	Pessoal
Religião/ peregrinação	+/-	+/-	+/-	+	+/-	+/-	Pessoal
Tratamento médico	+/-	+	+/-	+	+/-	+/-	Pessoal
Viagem de negócios	-	-	+/-	-	+/-	+	Profissional
+ sim - não							

Fonte: Violier, 2013, p.20. Adaptado pelo autor.

Aqui a prática do Turismo parece ser entendida pela possibilidade da escolha. Não apenas do local para onde se dá o deslocamento, mas também, de quem são os companheiros de viagem, do modo como esse projeto é organizado, da ausência de obrigações laborais e da atribuição pessoal de responsabilidade em caso de sinistros. Difere da visita a amigos e parentes, que apesar de comportarem uma dimensão de escolha, frequentemente envolvem obrigações familiares e outras restrições. A peregrinação e mobilidades motivadas por finalidades espirituais podem evoluir em práticas turísticas, mas tomá-las como sinônimos seria supor como turísticas as cruzadas e outros deslocamentos muito anteriores à origem precisa do Turismo na sociedade industrial do século XVIII. Nesse quadro de Duhamel, percebe-se oposta ao Turismo, no espectro das mobilidades, a viagem de negócios. Neste tipo de deslocamento o sujeito está vinculado a uma organização e poucas são suas decisões sobre a viagem, que não tem a *recriação* como motivo e sim um quadro de obrigações pautado pelo trabalho. As escolhas de locais e das companhias de viagem estão ausentes, e o arranjo bem como a responsabilidade pela viagem são disciplinados pelo interesse da instituição à qual o viajante está vinculado.

Como aponta Stock (2003, p. 14): "*Diferenciar as viagens de negócios do Turismo, não significa que seja necessário negligenciar a importância econômica e geográfica deste fenômeno tampouco seus laços estreitos com o Turismo.*"<sup>14</sup> No entanto, cabe pontuar que "elas são diferentes em sua intenção, no que é feito ao chegar e nos jogos de atores que se constroem"<sup>15</sup> (VIOLIER, 2008, p. 21).

Entender a relação e a distinção entre as temporalidades implicadas nesses dois vocábulos é crucial para o entendimento do Turismo e de seu surgimento. No entanto, apesar de frutíferas para uma compreensão geral do Turismo essas distinções tornam-se cada vez menos nítidas. Há uma infiltração do turismo nos interstícios do cotidiano (LUSSAULT, 2007; COLEMAN e CRANG, 2008; MACCANNELL, 2010). A divisão antes nítida entre tempo de trabalho e de não trabalho, com as tendências contemporâneas de flexibilização e desregulação laboral, dá lugar a um amálgama entre práticas recreativas e produtivas no cotidiano. Esse movimento pode ser percebido em vários aspectos. Um exemplo é a disseminação das estruturas *display*, que comenta MacCannel (2006) e o *design* de serviços que buscam apresentar o 'diferente' para habitantes permanentes e temporários. A fluidez das mobilidades contemporâneas também altera o quadro do que pode ser entendido como espaço de vivência habitual, com seu raio ampliado. Isso sem contar em uma sociedade do habitar poli-tópico (STOCK, 2007), em que é cada vez mais presente rotinas que incluam mais de um lugar de residência e trabalho. Um exemplo são as excursões ao litoral, que há um século seriam impensáveis exigindo a prática do veraneio. A alteração desse ritmo também contribui para que a ruptura entre o cotidiano e fora do cotidiano torne-se mais fraca, com o deslocamento para praticar *hobbies* do dia-a-dia em outro local, a exemplo dos circuitos de corrida, ou a importação e adaptação de práticas tipicamente não cotidianas, como os muros de escalada e piscinas artificiais com ondas para o surf para as cidades. Outro ponto é própria aprendizagem do viajar e maior repertório por parte dos turistas, o que minimiza o grau de alteridade que poderia ser percebido entre os locais, que, por sua vez, tendem a apresentar aspectos semelhantes vinculados a sua inserção em um mundo globalizado. Outra tendência é a ampliação do número de turistas, em um sentido em que a marcante distinção social que implica essa prática hoje se atenua, muitos destinos se tornam 'comuns'. Há o caso de pessoas que viajam a lazer e adquirem empregos para financiarem suas férias, bem como, viagens a trabalho que permitem escapadas de lazer, uma mistura que também põe em questão diferenciações tradicionais no estudo do turismo como aquela feita a partir da antropologia entre os anfitriões e hóspedes.

Se esses critérios de diferenciação do turismo e outras mobilidades, pertinentes tendo em vista o estudo do turismo em dois séculos, hoje são postos em

questão entende-se que não devem ser tomados de modo rígido, mas como uma espécie de tipo ideal com o qual contrastar a realidade empírica e compreendê-la de modo situado em um contínuo.

### **1.1.3. Turismo: um referente que 'viaja', trabalho-lazer no espaço-tempo, entre inovação e renovação.**

Para o historiador Boyer (2003, p. 14): "[...]nenhum lugar é "turístico em si", nenhum sítio "merece ser visitado", como diz a literatura turística; o Turismo é um produto da evolução sociocultural [...]". Como atesta sua etimologia, a palavra 'Turismo' é uma construção histórica, surge na língua inglesa em 1811, e na francesa em 1841 (STOCK, 2003). Assim também se constituíram as normas, as expectativas de comportamento e as práticas turísticas (ÉQUIPE MIT, 2005; CRANG, 2004).

De acordo com a sua origem francesa, *le tour* (a volta) é um itinerário em anel. A expressão inglesa *Grand Tour* designava a viagem que os jovens aristocratas ingleses efectuavam a fim de aperfeiçoar a sua educação. A Volta filia-se nas práticas anteriores ao XVIII: a dos estudantes da Idade Média, a dos artesãos que fazem a sua volta antes de se instalarem definitivamente numa loja, a das elites intelectuais que, como Montaigne, durante uma viagem diplomática, aproveitam a lentidão e as paragens obrigatórias de uma longa e difícil deslocação para visitar as cidades que atravessa. Mas também é radicalmente diferente dela, porque o objectivo da Volta é *em si* a viagem: não uma deslocação contingente à aprendizagem, mas a própria aprendizagem (DEPREST, 2004, p. 14-15).

Duhamel (2013) situa a invenção do Turismo na Inglaterra entre 1700 e 1740, durante a primeira revolução industrial. Cuvelier (2010) também faz referência similar. A Equipe MIT (2011) argumenta que em paralelo à revolução industrial houve outra, silenciosa, seu reverso, uma "revolução turística". Neste período, o trabalho, o outro par desta díade, também é alvo de transformações. A sociedade industrial e burguesa destrói o ócio como norma, aspecto característico da sociedade de antigo regime, e institui o trabalho como valor universal (DEPREST, 2004). O modo de vida urbano então ascendente contribui para tal ruptura, ao vir a significar, entre outras coisas, uma nova temporalidade. O tempo do trabalho passa a ser ditado pelo relógio, cronométrico, possibilitando sua oposição com o tempo cronométrico do não-trabalho (PIMENTEL, 2009). Segundo Dumazedier (2004), para as sociedades rurais, os dias sem trabalho não possuíam o carácter de liberação que

ganharam as férias e os fins-de-semana para os habitantes da urbe, pois estavam ligados essencialmente ou a fins religiosos, ou à impossibilidade de labutar devido ao clima. O dia sem trabalho do camponês tinha, ao invés, uma conotação negativa, e o repouso dos trabalhadores estava inserido no próprio ritmo de trabalho, naquela época mais ligado aos próprios ritmos da natureza. Com a sociedade burguesa moderna alteram-se os usos, a percepção e a vivência do tempo. Sobre essa nova temporalidade Corbin (2009) comenta:

[...] ela se inscreve na vontade de ver a constituição de um tempo 'integralmente útil' em que todos os tempos ditos 'mortos' são banidos; a esse título ela faz, com a história da medida e da nova consciência do tempo, parte integrante da história da modernização.<sup>16</sup>" (CORBIN, 2009, p. 167)

É neste tempo de não trabalho "oposto e indissociável do tempo de trabalho, que a aristocracia, excluída da vida econômica, inventou o Turismo com filiação no Tour e na *villegiatura*,<sup>17</sup>" (STOCK, 2003, p. 15). Dupla filiação que também é registrada por Duhamel (2013) e Equipe MIT (2011). O critério do Turismo como uma mobilidade escolhida é produto de uma nova atitude:

[...]na lógica do lucro, a sociedade burguesa quer gozar de sua riqueza, tanto pela acumulação de bens materiais como de bens intangíveis. Assim ocorre com prazer, que perde seu velho estatuto de preguiça e vã ociosidade, e passa a ser saboreado, com toda legitimidade, como uma atividade monetável, fruto do enriquecimento pelo trabalho e expressão da alegria da sociabilidade. (CORBIN, 2009)<sup>18</sup>

Além dessa nova temporalidade há uma nova vivência da espacialidade. Possibilidades como o trem e o telégrafo conectam o mundo de outra forma, alteram a relação entre as distâncias, tornam as mobilidades mais fluídas, e levam ao questionamento do modo como o mundo é percebido. A obra de Jules Verne 'Volta ao mundo em 80 dias' retrata bem essa nova espacialidade, dividida entre a pressa em vencer a distância de Philleas Fogg e a vontade de Passepartout em contemplar a diversidade. Para Löfgren (2006, p. 269):

O Turismo teve um papel fundamental em criar o espaço para modernidade e sobretudo as novas sensibilidades. Os primeiros pioneiros descobriram e cultivaram a sua subjetividade, refletindo sobre novas experiências sensoriais e visuais, contemplaram as suas reações emotivas aos novos ambientes e mantiveram um diálogo constante consigo mesmo.<sup>19</sup>

Foi a partir desse tempo espaço, a Inglaterra do século XVIII, que o sistema formado pelos projetos individuais de *recriação*, práticas turísticas e lugares que lhes servem de palcos, emergiu. Cresceu e expandiu-se, passando a incluir outras

classes sociais e populações não ocidentais. A *recriação*, que engloba turismo e lazer, para a Equipe MIT:

Tornar-se-á não apenas o centro da vida em sociedade, mas uma das lógicas constitutivas do capitalismo. essa ideia é corroborada pelo aumento do tempo de não-trabalho nas práticas humanas e a percepção pela indústria deste fenômeno. A afirmação da *recriação* é então uma consequência direta da organização capitalista do assalariamento, da divisão do trabalho a ela associada, e da disposição do 'tempo' como unidade de medida para vida pessoal. (ÉQUIPE MIT, 2011, p. 190) <sup>20</sup>

Duhamel (2013) constata a construção de um ecúmeno turístico de extensão global, e faz uma analogia entre transição demográfica e transição turística, sublinhando o aparecimento de uma população de turistas domésticos cada vez mais notável ao lado dos visitantes ocidentais. Antonescu & Stock (ANTONESCU e STOCK, 2014; ANTONESCU e STOCK, 2014) buscaram acompanhar essa evolução do sistema turístico através dos guias de viagem e sua conclusão é de que "desde o começo do século XIX os padrões espaciais do Turismo mudaram radicalmente: de um sistema compreendendo um pequeno número de lugares para um sistema global de lugares turísticos" (ANTONESCU e STOCK, 2014, p. 77) O artigo apresenta um mapa que aponta esse desenvolvimento, de 2.410 lugares inventariados em uma primeira fase para 13.582, dois séculos depois.

Desde a Europa do século XVIII, o Turismo foi se transformando, passando a englobar novos lugares, novos comportamentos, novos significados e a associar agentes diversificados. É importante perceber que as inovações vinculadas a essa prática social surgiram, e continuam a surgir, em contextos espaço-temporais determinados, e são levadas a cabo por agentes também específicos, no que a Equipe MIT (2005) denomina "momento de lugar". Por exemplo, o costume do banho marítimo consolida-se no gelado mar de Brighton no Reino Unido, a partir de 1753, com as indicações do médico Russel. Já a prática do banho em águas quentes e do bronzear-se só irá surgir nos Estados Unidos no século XX. Essas inovações sublinham o caráter situado e múltiplo do Turismo.

Longe de banal, a constatação da historicidade do Turismo possui implicações epistemológicas importantes, como a crítica às noções de 'vocaçãõ' turística dos lugares, ou da tese funcionalista do Turismo resultante da necessidade de 'escape' das pressões cotidianas, ou necessidade do verde por parte das sociedades industriais. Implica ainda em reconhecer o caráter dinâmico das práticas

turísticas que são objeto de inovação e/ou esquecimento, e em constatar que ser turista é objeto de aprendizado de como gerenciar o contato com a alteridade.

#### **1.1.4. Práticas turísticas: deslocamento, habitar temporário e recriação.**

Entendendo-se o Turismo enquanto um sistema que emerge das práticas turísticas, Violier (2008) define a prática turística "como um deslocamento que implica em habitar temporariamente outro lugar com propósito *recriativo*." Stock (2003, p. 23) pontua que são "práticas de *recriação* escolhidas"<sup>21</sup>. A Equipe MIT (2008, p. 300) sublinha a interação entre turista e lugar ao definir: "práticas turísticas - aquilo que faz o turista durante seu deslocamento, combinação da realização de suas intenções e das repostas que ele traz às sugestões dos locais"<sup>22</sup>.

*Deslocamento*, a etimologia desse primeiro elemento da definição, implica na saída do lugar e por extensão na separação do cotidiano e do familiar. Na linguagem poética, atribuída a Mario Quintana, se traduz: "viajar é trocar a roupa da alma". Ao vestir a alma com roupa nova, e se colocar em outro feixe da trama de relações espaciais o sujeito passa por um estranhamento. A busca de outros intertextos para ler o mundo se faz necessária. A mudança de locação é também uma mudança de perspectiva, uma descontinuidade na qual mesmo atividades simples ganham novo ponto de vista e podem ser objeto de descobertas, mas também de incertezas.

Pode-se designar como *geograficidade* a perspectiva subjetiva de como os humanos vivem e dão sentido à dimensão espacial. A *geograficidade turística* implica em vivência e contato em primeira-mão com o mundo do outro, um mundo extra-cotidiano, com outro lugar. Isso leva a uma *geograficidade* que envolve o estranhamento do cotidiano, do lugar (tomado como intertexto do sujeito), e a comunicação com outros lugares (porções do espaço com sentidos atribuídos por outros), resultando em um *entre-lugar*. Existe, portanto, na experiência turística, uma forte presença da dimensão ontológica. Há o questionamento do nosso modo de ser-estar-no-mundo, uma vez que esse é contraposto como o modo de ser-estar-no-mundo de outrem e com um lugar que não é aquele de nossa existência. Nessa medida, a *geograficidade* se apresenta como uma característica essencial da experiência turística, que, não obstante se dê concretamente em distintos lugares e esteja permeada por diferentes práticas e objetivos, tem sempre a vivência espacial a perpassando como intencionalidade.

Se o deslocamento implica na ruptura com o familiar, o habitar temporário — segundo elemento da definição — implica em um processo de entre-lugarização (CASTROGIOVANNI, 2004), pautado pelo aprendizado de encontrar-se nessa nova situação geográfica e de significar tal vivência na alteridade; mesmo que a perspectiva do retorno para casa esteja no horizonte, como inscrito na raiz *tour*. A experiência da alteridade ocorre em vários níveis: o sujeito pode experimentar-se como outro, assumindo uma nova identidade temporária; pode experimentar a diferença de outro lugar em relação a seu habitat; pode experimentar diferentes companhias, em uma sociabilidade distinta do cotidiano. Boa parte da sociabilidade turística se faz no contato com pessoas que também estão temporariamente na situação de visitantes, apesar do mito do viajante que se mimetiza e 'vive como os locais'.

Diante da necessidade de compreender a nova realidade temporária, a prática do Turismo parece oferecer um potencial para o aprendizado geográfico, sendo uma das principais situações fora do ambiente escolar para que isso ocorra.

[...] viajar oferece uma das poucas oportunidades, fora dos ambientes educacionais, em que ocorre aprendizado explicitamente indicado, não vocacional, sobre outros tempos, lugares e povos. Ela ainda coloca que o caráter imediato da presença corporal, a imersão sensorial, a carga da aura do 'estar lá', geram uma experiência vividamente memorável atribuída como de grande valor pessoal por seus participantes (FALK, BALLANTYNE, *et al.*, 2012).

Essa escolha deliberada por romper com o cotidiano e experimentar alhures é o que distingue o Turismo de outras formas de circulação, e nutre-se da diferença entre os lugares, entre o cotidiano e o não cotidiano, o que nem sempre está ligado à distância quilométrica. A noção geográfica de situação torna-se chave para compreensão dessa dinâmica. Claval (2011, p. 144) aponta que:

A análise de situação coloca em destaque as influências exercidas em uma localidade, uma região ou um país por outros lugares, regiões ou países. Implica, por conseguinte, na determinação das posições relativas dos elementos considerados.

A alteridade é algo sempre relativo e situacional, e o modo de ser turista é distinto entre diferentes populações, de acordo com os diferentes projetos pessoais e com os diferentes lugares e suas ofertas de possibilidades. O esforço da Equipe MIT (2011; ÉQUIPE MIT, 2005) em identificar o surgimento desses "momentos de lugar" em que surgem as inovações turísticas, e o modo como o sistema Turismo foi evoluindo e expandindo-se para novos lugares e populações atesta e registra



algumas dessas variações. Um paulista e um japonês não vivem uma viagem à Bahia da mesma forma. Provavelmente apresentam projetos distintos para o lugar e os intertextos mobilizados para sua leitura tendem a ser diferentes. Por outro lado, o estranhamento não se restringe aos visitantes, pois os habitantes permanentes também passam a conviver com outros valores, ritmos de vida, e demais dinâmicas resultantes da presença de uma população flutuante cujo modo de estar no lugar é diverso do seu.

Essa escolha de submergir temporariamente na alteridade também comporta uma dosagem do grau do estranhamento desejado. A brincadeira do turista é jogar com a semelhança na diferença e a diferença na semelhança (ÉQUIPE MIT, 2008). Algo muito próximo pode não ter graça e não implicar na ruptura necessária para o efeito *recriativo*. Algo muito distante pode ser estressante e perigoso. Como aponta Löfgren (2006), esse processo de 'ser turista' compreende um campo de aprendizagem e experimentação, no qual, a cada viagem, os elementos que vivenciamos e aprendemos dos deslocamentos anteriores estão presentes e atuantes. Já para Stock:

Nós não nascemos turistas, nós nos tornamos turistas por uma aprendizagem que se faz graças à família, à escola, às colônias de férias, aos passeios escolares ou linguísticos nos exterior, ou ainda à viagem organizada tão difamada, que constitui, entretanto, um acesso que permite aos indivíduos que nunca partiram ao estrangeiro de vencer o seu medo do desconhecido (STOCK, 2003, p. 26).<sup>23</sup>

Ao longo da história do Turismo percebe-se a invenção de algumas ferramentas para auxiliar os visitantes em seus projetos, tais como os guias de viagem, a cozinha internacional, os pacotes em grupo, os *sites* de recomendações e ao poucos cada um desenvolve um capital espacial próprio que lhe permite habitar seu(s) novo(s) lar(es) temporário(s).

A prática do Turismo não pode ser entendida apenas como a busca de indicadores de prestígio e determinado *status* social, pois também diz respeito à construção da identidade subjetiva do turista, podendo ser compreendida como uma experiência existencial. De outra parte, embora essa heteronomia seja percebida no experienciar turisticamente um espaço, existe uma relação complexa entre: a cultura turística, com certa normatividade do que ver, fazer e compreender; e a subjetividade do turista que, ao habitar temporariamente determinado lugar, corrobora e / ou questiona tais expectativas, dotando de significado e valores

personais a vivência no espaço alheio. Serpa que o turista assimila toda a significação que lhe é colocada pela construção da comunicação sobre o local visitado? A experiência constitui um olhar comparativo entre meu-lugar e o lugar-do-outro o que, portanto, não pode ter seu resultado dado de maneira mecânica. Conforme Crang:

Tais episódios [experiências turísticas] podem fazer parte da construção reflexiva de autobiografias, ligando narrativas interiores pessoais com experiências e práticas exteriores e como momentos em que paramos para “nos descobrirmos” e darmos respostas às perguntas que fazemos sobre “quem somos” em encruzilhadas importantes das nossas vidas (CRANG, 2004, p. 103).

Além do deslocamento e do habitar temporário, o terceiro elemento da definição de prática turística e a finalidade do sistema Turismo, que no conceito de Knafou & Stock (2013) é a *recriação* dos indivíduos. Os autores propõem esse termo, ao invés de recreação, por entendê-lo mais abrangente. O termo recreação está impregnado de um sentido estrito a atividades lúdicas e esportivas, ou significa o relaxamento após uma atividade mais séria. Não contém, portanto, a dimensão de projeto existencial e a intencionalidade implicadas em *recriação*, que designa a reconstituição física e mental dos sujeitos – com toda a complexidade e repercussões que essas dimensões do corpo e do espírito implicam.

Na discussão sobre a regulação do tempo de trabalho e tempo de lazer, surge a percepção de que após um período há uma queda da produtividade, possível de reverter-se através da concessão de férias. A busca por *recriação* emerge da nova forma de viver e sentir o tempo-espaço própria da modernidade, como visto anteriormente. A *recriação* opõe-se ao tempo cotidiano de trabalho, à rotina, suas regulações e auto controles. É um espaço de se experimentar em outro contexto, sair da rotina, de descansar. Pode ser também uma oportunidade de ressignificado da própria existência, ao permitir um desabrochar pessoal: re-criar-se.

Nota-se, no entanto, que apesar de próximos, Turismo, lazer e férias, não são termos intercambiáveis. Férias não são um motivo de viagem, mas sim um tempo disponível. Como apontam Boyer (2003) e Corbin (2009), a preocupação com o uso sadio do tempo livre por parte das classes populares, em alguns casos ligada ao desejo de promoção do nacionalismo, gerou uma série de iniciativas que fizeram o hábito de partir em viagem durante as férias tornar-se popular. Já lazer é mais largo, o tempo livre, cujo uso deixa-se à própria escolha para qualquer atividade, ou até

mesmo a ausência dela. Engloba funções para reprodução da vida e desabrochar pessoal, algumas atividades que hoje são consideradas trabalho. Não implica, portanto, necessariamente em *recriação*. Por outro lado, o lazer pode ocorrer no seio da vida quotidiana, seja em lugares turísticos ou da vida comum. Não implica na ruptura do deslocamento e do habitar temporário em outro lugar expressos na ideia de Turismo.

Ao estudar a evolução do Sistema Turismo, desde a emergência da *recriação* enquanto finalidade, Duhamel (2013) e Equipe MIT (2011) constataam a vinculação de certas práticas a certos lugares turísticos. Apontam-se cinco grandes modalidades de *recriação*: repousar (ou cuidar de si), jogar, descobrir, comprar, socializar.

As hibridizações dessas práticas são frequentes, e um lugar que oferece todas essas possibilidades têm mais chances de 'dar liga' em sua 'maionese turística' (VIOLIER, 2008). Por vezes, grandes investimentos e projetos que partem de lugares que querem acolher turistas falham por não cumprirem com suas expectativas *recriativas*. Por outro lado, o desenvolvimento e a transformação espontânea de um lugar pelo Turismo são frequentes na evolução deste sistema. Longe de uma vocação, o que parece explicar a transformação dos lugares pelo Turismo é sua adequação a cada projeto *recriativo*.

No estudo geográfico do Turismo alguns autores (LOZATO-GIOTART, 2002; DEWAILLY e FLAMENT, 2000; DREYFUS-SIGNOLE, 2002) propõem uma categorização de acordo com certa tipologia espacial: Turismo litorâneo, de montanha, urbano, rural. Fundamentando-se na pretensa atração dos lugares devido as suas qualidades ambientais. Porém, como indica Stock (2003, p. 17): "ao se apoiar sobre 'evidências geográficas', cria-se a diferença onde ela não existe, ou ao menos onde ela não faz sentido"<sup>24</sup>.

Os comentários de visitantes sobre a Praia das Cabras, próximo a Tramandaí, no litoral norte gaúcho, na plataforma Trip Advisor, trazem um exemplo interessante. Para quem buscava um lugar para bronzear-se, banhar-se e comer petiscos à beira mar, era um lugar péssimo, além do vento e água escura não havia nenhuma infraestrutura. Quem procurava um local para pescar e descansar, no entanto, reputava a praia como o paraíso, longe da concentração de banhistas e do estresse

de outras orlas. Era o mesmo 'tipo' de espaço, litorâneo, no entanto, a relação entre projeto e lugar diferia bastante.

Não é o local em si mesmo que atrai os turistas, mas são os turistas que escolhem os lugares em função de suas necessidades e de suas práticas, que mudam ao longo do tempo e segundo a evolução das sociedades (STOCK, 2003, p. 18)<sup>25</sup>

Na medida em que se considera a multiplicidade de trajetórias coetâneas dos distintos lugares em que ocorrem práticas entrelaçadas pela intencionalidade turística, recorda-se que essas diferenças não são apenas históricas, mas também geográficas.

Depois de revistar essa caixa preta das definições de Turismo, pode-se fechá-la, ao menos para os fins deste trabalho, com a aludida definição de Knafou & Stock (2013, p. 1018) para quem esse "é um sistema formado pela interação entre atores, espaços e práticas, cuja finalidade é a *recriação* dos indivíduos e que se alimenta da diferença entre lugares". É possível seguir então para a próxima parada deste roteiro de viagem, a relação entre Turismo e Geografia, a partir de uma leitura complexa.

## 1.2 Geografia, complexidade e Turismo

A relação entre Turismo e Geografia parece estar na origem da concepção moderna de ambos os termos. A seguir sugere-se um breve recorrido pela gênese deste encontro, apresentando exemplos de distintas perspectivas e a proposta da abordagem geográfica do Turismo que adotamos neste trabalho.

Em seu livro a Epistemologia da Geografia, Paul Claval (2011) narra a viagem de um geógrafo na condição de turista pela costa italiana e relata como lhe foi possível testemunhar o encontro de uma formação rochosa de milhares de anos com uma ferrovia realizada no pós-guerra, especificidades de determinada vegetação e aspectos da formação social que se desenvolveu e integrou-se àquele ambiente. O enfoque no espaço e suas relações como campo de estudos permite ao geógrafo esse olhar integrador de quem lê a paisagem como uma grande narrativa. O desenvolvimento desse olhar científico sobre o espaço ocorreu em paralelo ao desenvolvimento de outro código visual, o do turista, que decifra o mundo pelo simbólico, pelo lúdico e na descoberta despreziosa do espaço (URBAIN, 2002; LÖFGREN, 2006). Ambos surgem e se expandem com o advento da modernidade e a revolução dos transportes, que torna o mundo acessível. O exemplo da

transformação do olhar sobre os Alpes é testemunho desse berço comum entre Geografia moderna e Turismo (ÉQUIPE MIT, 2005; BAGNOLI, 2006). Tido como local inacessível, conotado pelo perigo e monstruosidade, o interesse pela exploração e curiosidade científica levam ao desenvolvimento de práticas esportivas como a escalada e o esqui. Tal desdobramento ocorre em paralelo ao código estético do romantismo, que atribui o caráter de belo e sublime à paisagem montanhosa. Percebe-se o início de uma prática turística que tem como objeto o espaço, o alpinismo, e por outro lado, o desenvolvimento de uma ciência, a glaciologia.

Assim como a Geografia, outros campos do conhecimento desenvolveram-se em paralelo ao Turismo. Lazzarotti (2011) comenta sobre a co-instituição da prática do Turismo com a noção de patrimônio, relatando sua vinculação com o movimento pela preservação de monumentos na França, entre os séculos XVIII e XIX. Choay (2006) descreve as preocupações e os distintos posicionamentos neste debate, envolvendo arquitetos, urbanistas e historiadores, em diferentes locais do continente europeu. Em certa medida, eram todos turistas, visto que debatiam sobre cidades e monumentos que haviam conhecido na condição de visitantes, e seu olhar sobre eles era aquele de forasteiro, portador de uma sensibilidade urbana até então desconhecida para a maior parte daqueles locais. Esse vínculo com o Turismo também esteve presente no interesse pela natureza do qual surgiram os movimentos conservacionistas, que idealizaram os parques nacionais.

Como indica Lazzarotti (2003), a história da interação entre ciência geográfica e a prática turística tem muitos capítulos. Desde os primeiros guias de viagem modernos, de autoria de geógrafos no século XIX, aos livros de divulgação geográfica apresentando espaços para descoberta turística no entre-guerras. Como objeto de estudo geográfico propriamente dito, o Turismo emerge nos anos 1950 em certas monografias consagradas a locais onde constituía fator relevante na dinâmica espacial. Com a produção de manuais de Geografia do Turismo desde a década de 1980 nota-se certa maturação deste ramo de investigações da ciência espacial. Atualmente, o Turismo tem sido pauta frequente na agenda de estudos geográficos, sendo considerado a partir de métodos e pressupostos teóricos bastante diversificados, embora as compreensões de Geografia e de Turismo subjacentes sejam diversas e nem sempre explícitas. Ao revisar as sintetizações de Pearce

(1987) e Bagnoli (2006) percebe-se sua complementaridade e atualização frente aos desenvolvimentos de ambos os campos de estudo.

Essa variedade reflete a complexidade do trabalho do geógrafo, produto de uma ciência que, como aponta Claval (2011), além da ênfase no espaço, apóia-se e constitui-se no diálogo com epistemologias de outros domínios. Assim como existem diferentes entendimentos de Turismo, existem variadas Geografias, no sentido de que existem abordagens a partir de diferentes entendimentos do que constitui o substrato teórico metodológico dessa disciplina. O Paradigma da Complexidade apresenta a possibilidade de compreensão dessa diversidade de contribuições valorizando o aporte de cada uma e escapando de uma lógica disjuntiva, que busca estabelecer uma versão como a mais correta. Embora seja necessária a vigilância face às diferenças de entendimento teórico-epistêmico de cada proposta. Não é o objetivo aqui realizar uma apresentação detalhada e exaustiva, mas sim de indicar, brevemente, a riqueza do patrimônio a que este estudo está ligado ao tratar da mesma temática: Geografia e Turismo, tendo presente nosso posicionamento frente às controvérsias sobre a definição do termo, apresentada anteriormente.

Do entendimento já tradicional, o Turismo é caracterizado pela mobilidade: por fluxos de viajantes, movimentos de capital, deslocamentos de objetos, trânsito de símbolos. Em outras palavras, é um entrelace de múltiplas trajetórias que auxiliam a tecer o espaço geográfico (MASSEY, 2008; SANTOS, 2006); motivando o interesse da Ciência Geográfica pelo seu estudo. Atualmente, também há àqueles preocupados com o sentido da intencionalidade turística sobre o espaço, com os significados e efeitos desta prática dos lugares e o que ela nos diz sobre o modo como os humanos se relacionam com a dimensão espacial. Por que, apesar dos avanços das tecnologias de informação e comunicação, a copresença e a dimensão corporal seguem sendo indispensáveis aos turistas? Talvez seja possível diferenciar as propostas de uma Geografia do Turismo, que o investiga como objeto independente e envereda, por vezes, na comentada tradição de etiquetamento e categorizações; de uma abordagem geográfica do Turismo, que procura pensá-lo de uma maneira geográfica e recursivamente levar seus questionamentos aos próprios pressupostos desta disciplina.

### ***1.2.1. Uma viagem turística pelo espaço geográfico***

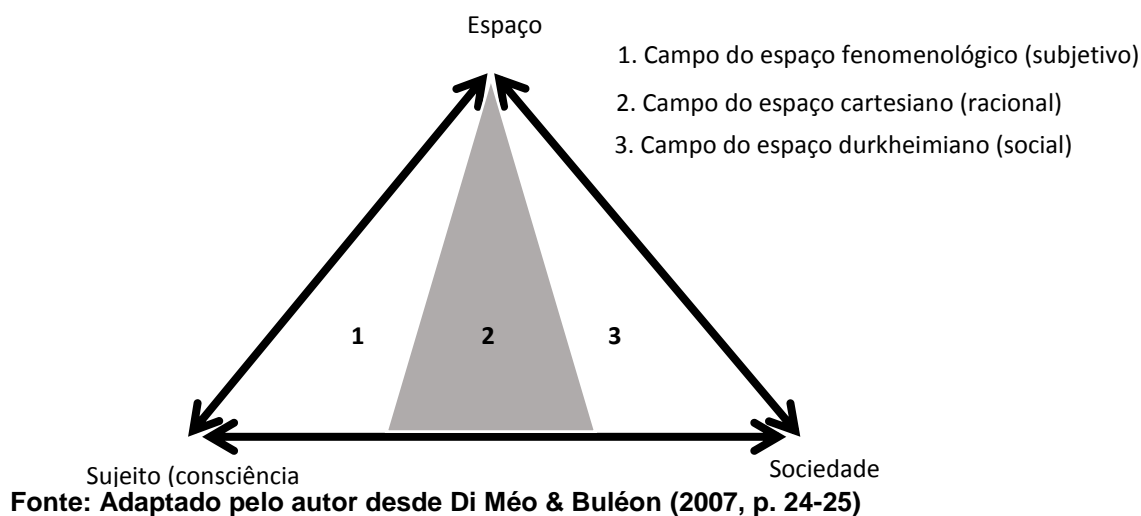
Para Di Méo & Buleón (2007, p. 9), a complexidade inspira um modo operatório do pensamento em que:

Nós podemos qualificá-lo como complexo naquilo que acentua sobre as relações e sobre as interações, sobre a dinâmica e o movimento, sobre as contradições, sobre a natureza indissociável do espaço e do tempo, sobre o caráter multidimensional das espacialidades e das temporalidades (DI MÉO & BULÉON, 2007, p.9)<sup>26</sup>.

Tendo em vista esse caráter multidimensional e multiescalar das espacialidades e temporalidades, é que os autores elaboram uma proposta para compreensão do espaço que servirá como ponto de partida na apresentação de algumas abordagens do Turismo desde a Geografia.

Em sua obra, Di Méo & Buléon (2007) consideram o espaço como sendo composto de três campos, denominados: fenomenológico, racional e social. Embora reportem-se a concepções distintas, todos fazem parte da mesma realidade. Há o espaço da geograficidade, esse espaço da experiência, do mundo vivido e conhecido pelo sujeito. Há o espaço cartesiano, entendido como objetividade extensa, regido por leis independentes das distribuições e localizações; um espaço naturalizado, que não se distingue da matéria, mas se constitui nessa extensão das relações e disposições entre coisas. Tal espaço cartesiano permite a análise das distribuições e relações espaciais e a compreensão da noção de escalas. Há também o espaço produzido pelo social, no sentido material e também simbólico. É o espaço articulado pelos sistemas (culturais, políticos, religiosos, econômicos) que regem a existência dos grupos humanos, dotando-os de forma, substância e também de sentidos e palavras que os designam e significam. Para a compreensão complexa das sociedades e seus espaços é preciso integrar na mesma perspectiva essas três concepções espaciais.

Figura 6 – Relações em um espaço complexo tridimensional



A partir dessas três noções é possível verificar a complementaridade que distintas proposições a respeito da Geografia do Turismo e suas ferramentas metodológicas realizaram desde as compreensões da categoria espaço. Para Boullón (1990) o espaço turístico:

[...] é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos, que são a matéria-prima do Turismo. Este elemento do patrimônio turístico, com a planta<sup>IX</sup> e a infraestrutura turísticas, é suficiente para definir o espaço turístico de qualquer país. A distribuição e a densidade dessas áreas são marcadas pela descontinuidade territorial. A melhor forma de determinar um espaço turístico é recorrer ao método empírico, observando a distribuição territorial dos atrativos, das plantas, detectando agrupamentos e concentrações (BOULLÓN, 1990, p. 65).

Percebe-se aqui o espaço entendido predominantemente pela objetividade cartesiana. O Turismo, por sua vez, não é explicitamente definido, é entendido através de suas repercussões. Aqui há a tendência de sublinhar a oferta como identificando o Turismo, percebe-se uma analogia ao setor industrial através do termo 'matéria-prima'. A diversidade de práticas, atores, instituições e interações, é unificada em torno da materialidade da presença de equipamentos entendidos como turísticos. Como instrumento metodológico elegem-se indicadores que são utilizados como *proxys*, termo de língua inglesa pode ser traduzido por procurador, ou seja, um termo que atua no lugar de outro. Por exemplo, as medidas de PIB seriam um *proxy* da riqueza produzida em determinado território. No caso do Turismo, dados como os indicadores de fluxo obtidos através do controle de fronteiras, a capacidade de oferta de equipamentos turísticos, a receita tributária de empresas turísticas, ou estoque de

<sup>IX</sup> O termo planta refere-se aos equipamentos de hospedagem, alimentação e recreação, sendo empregado em analogia a uma planta industrial.



empregados em atividades características do Turismo (ACTs)<sup>X</sup>, são *proxys* atuando como se fossem o Turismo. Esses indicadores são subsídios fundamentais na busca por compreender o comportamento espacial do Turismo. No entanto, cada *proxy* traz restrições e implicações para o que é definido como Turismo. Ao visitar esta caixa preta viu-se as possibilidades e limitações das definições estatísticas do Turismo. Duas dificuldades principais são: distinguir o Turismo de outras formas de mobilidade e diferenciar o consumo de visitantes daquele de moradores da localidade. Além disso, é possível notar como essa aproximação concerne apenas a um dos terços do triângulo espaço de Di Méo & Buléon (2007).

Pearce (1987), na clássica obra “*Tourism Today: a geographical analysis*”, aponta que desde os anos 1960 uma série de estudos idiográficos e propostas de modelos têm buscado a compreensão de vários aspectos de uma emergente estrutura espacial do Turismo. Essas propostas, como a de Boullón (1990), têm como objeto as interações espaciais provocadas e resultantes do Turismo, buscando na distribuição dos fluxos e dos equipamentos turísticos uma lógica espacial do fenômeno, seja ela comum aos distintos locais e escalas, ou própria a determinados tipos, classificados por meio de propostas de taxonomia.

Uma crítica a esses trabalhos é que muitas vezes tomam espaço turístico como sinônimo de estações de férias, ou enclaves de *resorts*. Negligencia-se a multiplicidade de lugares em que o Turismo existe, em especial onde ele convive com outros modos de habitar como é o caso das cidades. Por outro lado, tipologias muito formalistas traçam diferenças cujas particularidades são questionáveis, por exemplo, qual a diferença da dinâmica entre Turismo rural e marítimo, seriam semelhantes ao Turismo termal, ou a estações de inverno? A multiplicidade de lugares turísticos será considerada em uma proposta de tipologia apresentada mais adiante.

A partir destes estudos, grande parte dos quais constituída com base nos referenciais positivistas e de instrumentação quantitativa, ocorreram avanços em temas como: o conhecimento da hierarquia espacial dos fluxos de visitantes e de capitais; o comportamento da distribuição desses fluxos e suas deformidades frente às leis de distância espacial; as relações de (não) reciprocidade das interações

---

<sup>X</sup> No capítulo cinco é apresentado um estudo do autor a respeito da distribuição espacial das ACTs no Brasil.

turísticas, e o que contribuem em uma (inter)dependência dos subespaços envolvidos; a constatação de recorrências e a proposição de modelos teóricos sobre a expansão da urbanização turística, bem como possibilidades de seu zoneamento; as implicações do desenvolvimento do Turismo para a vinculação dos subespaços ao meio-técnico-científico-informacional; além de fenômenos espaciais de segregação, integração e competição em diferentes lugares denotados como turísticos.

Tendo em vista tais temas, percebe-se o quanto o estudo dos arranjos em uma extensão espacial objetiva aproxima-nos de outro vértice do triângulo de Di Méo & Buléon (*L'espace social: une lecture géographique des sociétés*, 2007), que é o espaço social. Isso porque as localizações, distribuições e distâncias também são, recursivamente, produtos e produtores de relações sociais.

Assim, recorda-se a proposta de Lozato-Giotart (2002) por uma Geografia do Turismo:

Ora, qualquer que seja o ato turístico, esse desenvolve-se em um espaço que não é nunca verdadeiramente neutro no que resguarda o Turismo, do qual catalisa ou expressa o impacto. A nossa análise do Turismo passa pelo fato espacial, da observação à explicação que é a sua tradução concreta. A Geografia do Turismo, a nosso modo de ver, deveria ser o estudo das relações entre o espaço e as atividades turísticas, do espaço visitado ao espaço consumido, sem deixar de lado porém os outros fatores que intervêm no processo turístico (LOZATO-GIOTART, 2002, p. 22)<sup>27</sup>.

O autor acentua que atualmente:

o espaço não é mais somente visitado: é organizado (remodelado, reestruturado) e também consumido (a poluição e a degradação dos sítios estão entre as mais graves causas de desestruturação dos ambientes receptivos tornados frágeis por uma afluência turística às vezes mal controlada) [pelo Turismo]<sup>28</sup> (LOZATO-GIOTART, 2002, p. 22).

Dessa maneira, percebe-se uma ampliação entre o que Pearce (1987) apontava como objetivo dos estudos sobre Turismo e espaço, e a justificativa apresentada por Lozato-Giotart (*Geografia del Turismo: dallo spazio visitato allo spazio consumato*, 2002) para a sua Geografia do Turismo. O primeiro propõe “contribuir para o planejamento, desenvolvimento e gerenciamento do Turismo desde uma perspectiva geográfica” (PEARCE, 1987, p. 02)<sup>29</sup>. Já Lozato-Giotart (2002) indica os efeitos espaciais provocados pela expansão do Turismo como objeto de interesse desta ciência, que deveria se debruçar sobre os problemas

geográficos que o Turismo como produto da relação entre sociedade e natureza engendra. Ambos, por sua vez, diferem de pensar o Turismo geograficamente.

Se é possível verificar como uma abordagem centrada inicialmente na concepção cartesiana de espaço integra-se a estudos mais próximos da concepção social do espaço, também pode-se encontrar estudos que aproximam a noção do espaço enquanto extensão objetiva de uma espacialidade vivida pelos sujeitos – outros dos vértices do triângulo de Di Méo & Buléon (2007). É o caso dos estudos sobre o comportamento dos visitantes tendo em vista sua cognição espacial e o modo como lidam com o problema de deslocar-se em um espaço desconhecido, processá-lo cognitivamente, incorporá-lo à sua memória e dotá-lo de significado. Realizou-se uma revisão sobre esta problemática aplicada à paisagem urbana, em Pimentel (2013). Suas bases são os conceitos de legibilidade e imaginabilidade de um espaço, inicialmente propostos em 1960 por Lynch (1982) em que a existência de marcos e limites, dentre outras propriedades de determinado espaço são importantes para a compreensão de certo local.

No entanto, além das propriedades do espaço, o que certamente diferencia os locais, essa percepção e capacidade de projetar uma imagem mental de determinada extensão também depende de um código perceptivo que é socialmente construído. Desse modo, pode-se ver uma compreensão do espaço turístico mais próxima à dimensão social e simbólica desta categoria. Na formulação de Miossec (1977, p. 55):

O espaço turístico é antes de tudo uma imagem. Uma imagem feita pelos turistas, que lhe dão os organizadores de férias. Imagem que percebem com inquietude às vezes, sempre com surpresa, as populações autóctones. Imagem complexa, sonho, refletido pelos cartazes, guias, *folders*, pinturas, livros, filmes. Imagem e evocação que se ligam e difundem os turistas. Evocação de odores, de sons, de sensações.

Para o autor espaço turístico seria, assim, a produção de um discurso e de uma imagem sobre os lugares que despertam o desejo de experienciá-los turisticamente, de ali realizar determinadas práticas – embora cumpra dizer que essa definição do espaço turístico como imagem é parcial, pois restringe-se ao cenário de certas práticas não levando em conta o modo como articulam outras realidades como os espaços auxiliares do turismo, os espaços de trânsito ou de origem dos fluxos. Feita essa ressalva, sobre essa dimensão imagética discursiva do turismo Crang (2004) indica que se poderia dizer que existe uma “geo-grafia” realizada pelo

Turismo. A grafia dos significados das paisagens e de narrativas que orientam o olhar dos visitantes sugere um modo de agir que tem implicações sobre a disposição desse campo relacional de sistemas de objetos e sistemas de ações.

Precisamos portanto dar atenção aos textos do Turismo, que podem ser novelas [romances] mas que são mais frequentemente guias, postais, livros de viagens, brochuras, publicidade e coisas parecidas. Ajudam a formar noções sobre o destino e podem ser interpretados como agentes lingüísticos do controlo [sic] social turístico'. Isto acontece porque os guias de viagem não se limitam a descrever lugares, mas estabelecem agendas normativas daquilo que, nas palavras do guia de 1858, de Murray, 'deve ser visto' (CRANG, 2004, p. 100) .

Desde uma perspectiva crítica, existe “uma produção de lugares turísticos, alicerçada, em grande parte, na elaboração de um discurso, que contribui para uma coisificação e uma fetichização de certos pontos do território” (SILVEIRA, 1997, p. 36). A alteridade buscada nesse outro espaço em que o visitante se desloca “não se identificaria necessariamente com outro lugar, visto em sua materialidade, mas com o *lócus* de práticas sociais não orientadas e não conformadas preponderantemente pela rotina do trabalho” (BENEVIDES e GARCÍA, 1997, p. 66). Nesse sentido, constata-se uma verticalidade que acaba por desconstituir os laços tradicionais de determinada formação socioespacial existente para homogeneizar os espaços, transformando-os em sítios de consumo, orientados para a lógica de valorização urbana e capitalista, com os efeitos de segregação e exclusão de sociedades que os ocupavam em uma lógica tradicional.

Essa leitura, que tende a posicionar o Turismo como um problema, homogeneizador de culturas, é o que Crang (2004, p. 97) denomina como a “tese de erosão”, também apontada por Selby (2004) em seu elenco de certas limitações da perspectiva materialista. Aqui cabe pontuar algumas restrições que partem da perspectiva crítica, e que são bastante presentes na produção geográfica brasileira sobre o Turismo (CRUZ, 1997; CRUZ, 2006; PORTUGUEZ, 2001; SERPA, 2007). De modo geral, esses trabalhos apresentam, por vezes, um caráter circular. Há uma tautologia em que o Turismo é visto como fenômeno de consumo e produto do consumismo da sociedade capitalista, e seu efeito é a fetichização do mundo transformado em mercadoria. Em que pese suas contribuições, para a constatação das contradições do Turismo enquanto fenômeno capitalista, este deveria ser ponto de partida para pesquisar quais arranjos e iniciativas as constituíram, e não ponto de chegada, no que se assemelha a uma “Geografia denúncia”. Os elementos e

processos que levaram determinado lugar ou objeto a despertar o interesse de visitantes a ponto de ser instrumentalizado para visitação permanecem opacos. O argumento do escapismo – Turismo como válvula de escape   pressão do trabalho e como ferramenta para a manutenção da exploração capitalista – resta insuficiente diante do aumento das viagens por parte de aposentados e das situações de desconforto e risco deliberadamente assumidas pelos turistas, além de não explicar o porquê se escapa para determinados locais e não para outros. Nega-se ao sujeito seu desejo, individualidade e autonomia, quando na identidade de turista. Com efeito, o foco primordial permanece no encontro entre “modernos” e “tradicionais”, em uma relação hierárquica em prejuízo das relações aut nomas dos últimos. Norte desenvolvido e Sul tropical. Negligencia-se o fato de que a maior parte dos fluxos ocorrerem reciprocamente entre locais urbanizados. As razões pelas quais a mobilidade turística assume certa proeminência no capitalismo tardio, e o papel que exerce na constituição das subjetividades dos viajantes também restam ausentes nesses trabalhos críticos. Em outra medida, percebe-se que a crítica, e redução, do Turismo a um fenômeno de consumo denota certo elitismo apoiado na tradicional divisão entre viajantes e turistas.

Algumas restrições da atribuição da ontologia unitária do Turismo como produto de mercado já foram ponderadas. Indagar como se constituem e diferem as culturas dos turistas, bem como as culturas de hospitalidade, ao longo do tempo e do espaço. Considerar os lugares turísticos campos para expressão criativa e inovadora dos sujeitos. Interrogar quais códigos permitem que um espaço seja significado como turístico e como tal prática produz uma compreensão sobre o mundo. Essas são algumas das preocupações da abordagem geográfica que percebe no Turismo algo que interroga os pressupostos e preocupações da própria Geografia, enquanto, recursivamente, procura compreendê-lo desde seu instrumental.

Esse projeto parece ultrapassar as realizações e contribuições obtidas desde uma produção cartográfica sobre os locais em que o Turismo existe, ou das pretensões de planejamento e controle social de seus efeitos com auxílio de um instrumental geográfico. Para Lussault (2007, p. 345):

Uma Geografia do Turismo de novo gênero se desenha então. Ela visa a tomar, graças ao deslocamento pelo espaço, não o Turismo considerado em si mesmo e por si mesmo, mas os modos contemporâneos

de organização do espaço e de uso do recurso espacial pelos operadores que este gênero comum revela. [...]³⁰

A noção de gênero comum indica que o Turismo constitui um “operador da construção e do funcionamento de um Mundo globalizado como realidade compartilhada, como horizonte de toda sociedade” (LUSSAULT, 2007, p. 335)³¹. Cada vez mais, diferentes lugares tornam-se portadores de princípios, signos e funções turísticas. Esse gênero comum “torna-se presente inclusive no seio de situações que aparentemente não são turísticas.” (IBIDEM)³². Aspecto também apontado por Crang & Coleman (2008) e MacCannell (2010). As propostas de uma Geografia, e de outras Ciências Sociais, centradas na noção de cotidiano têm no Turismo um campo para reflexões na medida em que, como aponta Löfgren (2006), sua história esteve vinculada à possibilidade de reinvenção da rotina, de experimentação do alhures, e do projeto moderno de estar sempre em movimento, buscando o desconhecido e uma vida melhor.

Considerar como opera esse modo de significação do mundo implica em contemplar as práticas turísticas como uma experiência que parte de atores – concebidos em sua multiplicidade, interescalaridade e codependência – e que gera eventos e interações que produzem espaços. Pensar como um visitante interage e significa sua experiência no espaço alheio é uma problemática que remete à compreensão do espaço geográfico como local de encontros (CROUCH, 2008) , como um “sistema de relações” contingente, relativo e relacional (MASSEY, 2008). Essa Geografia parte da concepção de espaço não como uma moldura ou reflexo dos sistemas de ações e dos sistemas de objetos ao longo do tempo, e sim, como uma instância ativa e atuante na construção dos sujeitos e no modo como esses se percebem e atuam no mundo; (retro)alimentando tais sistemas de objetos e ações. Onde “o ‘aqui’ é nada mais (e nada menos) do que o nosso encontro e o que é feito dele. É, irremediavelmente, aqui e agora. Não será o mesmo ‘aqui’ quando não for mais agora” (MASSEY, 2008, p. 201). Tal consideração implica na abertura do espaço como uma instância política, na qual o Turismo também se inscreve, como aponta Bertonecello (2008), por exemplo, ao considerar as articulações que desembocam nos processos de definição da atratividade turística e da seleção dos lugares em que ela ocorre.

Essa ênfase no evento aproxima-se de uma Geografia que busca a compreensão do espaço desde as tramas que interatuam para resultar neste

sempre mutante “sistema de objetos e sistema de ações” (SANTOS, 2006). Questões sobre *como* se estabelecem e se estabilizam determinados arranjos neste emaranhado composto por materialidades, discurso social, tecnologias, práticas e atores (FRANKLIN, 2004) têm sido foco das contribuições de uma produção acadêmica sobre o Turismo inspirada na Teoria-Ator-Rede. Ao buscar compreender como o Turismo *funciona*, e não o que é o Turismo (VAN DER DUIM, REN e JÓHANNESSON, 2013), essas abordagens oferecem alternativa à concepção estruturalista que tradicionalmente dominara esse campo de estudos. Outrossim, se assemelham condizentes aos princípios do Pensamento Complexo, ao admitirem a dialógica entre ordem e desordem, a relevância da eventualidade e da contingência, bem como a suspensão do princípio da não-contradição. Isso é, considera que a existência de múltiplas verdades, em que pese sua efemeridade, não implica necessariamente que sejam mutuamente excludentes.

Assim, importa menos observar a ‘Geografia’ de um espaço turístico dado, que levar em conta o que uma atividade turística significa para alguém, um operador que a constrói e que a vive, como para aqueles que interagem com ele, os atos que ela demanda e autoriza, os efeitos espaciais que dela resultam (LUSSAULT, 2007, p. 345)<sup>33</sup>

Sob essa perspectiva, parece possível uma abordagem geográfica que entende o Turismo não apenas enquanto realidade de mercado, ou produto de consumo, mas que o considera em sua multiplicidade de construção espacial. Isso ocorre por meio da ênfase nos atores – outrora negligenciados para dar uma conotação unitária ao fenômeno e aos fluxos turísticos – e do sistema que emerge de suas distintas interações. A consideração das lógicas de uso e de significação dos espaços pelas práticas turísticas, revela e implica em uma instância da política e da constituição das subjetividades. Observando, enfim, como tais aspectos auxiliam a tecer essa trama relacional que é o espaço. No entanto, é importante ressaltar que, apesar das diferenças no enfoque, nos objetivos ou nas escalas de análise, a abertura desse que parece um novo campo de investigações não erode os avanços e contribuições feitos de outras perspectivas geográficas sobre o Turismo que apresentamos, e que seguem vigentes e necessárias, desafiando estudos que as (re)atualizem empiricamente.

Tomar o espaço como matéria-prima para o Turismo, pressupõe considerá-lo um elemento que lhe é exterior. Denotar o Turismo pela capacidade de expansão do capital em gerar novos monopólios, embora coerente parece ser redutor. Preferiu-se

tomá-lo como um modo de habitar o mundo, situado no tempo e no espaço. Distante da noção de potencial, percebe-se que nem todo lugar transforma-se em turístico, e que esse desejo de *recriação* se nutre do diferencial entre lugares, no qual a compreensão da relação entre todo e parte é necessária.

Convém, portanto, reposicionar a mobilidade turística no concerto das circulações e mostrar que o turista não é apenas um ser móvel como os outros. O turista se desloca para se recriar lá onde outros seres móveis têm outros projetos em outras condições espaciais. (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 80)<sup>34</sup>

Existe a proposta de "ultrapassar uma 'Geografia do Turismo' para valorizar uma 'abordagem geográfica do Turismo'" (LAZZAROTTI, 2003, p. 265). O autor aponta alguns fatores deste contexto disciplinar que possibilitaram a emergência de questionamentos geográficos para o Turismo, e recursivamente, do Turismo para Geografia. Por exemplo, o processo de reflexão permitido pela sociologia da ciência sobre o fazer científico dos geógrafos, e a autocrítica sobre o que ser geógrafo implica no modo de relacionar-se com o mundo. A contribuição de trabalhos em áreas como a História (CORBIN, 2009; BOYER, 2003) e Antropologia (LÖFGREN, 2006; URBAIN, 2002) que investigaram o Turismo como uma construção social ligada à emergência da modernidade, de seus valores e de sua dinâmica histórica. Uma reabilitação do 'homem como ator' e o repensar da relação entre indivíduo / sociedade, em que a categoria 'turista' é vista como ponto de entrada pertinente para entender o Turismo, e ainda pouco explorado. Surge, em um novo mundo pós-guerra fria, o apelo à renovação do pensamento e ao questionamento das macroteorias explicativas em voga até então. O aumento das mobilidades e questionamento das referências identitárias pautadas em referencial de sociedades sedentárias, ou nas quais a mobilidade não tem destaque.

A definição do Turismo não tem, portanto, sentido em si, mas torna-se significativa quando vinculada aos lugares, aos tempos, e às atividades que participam da *recriação* dos Homens. O turista é assim um Homem em uma certa relação com o Mundo, se tomado em dado momento, em certo local. Podemos, desse modo, propor uma definição do turista e não apenas de suas atividades isoladas, que são um aspecto do Turismo, mas por essas práticas geográficas, ou seja, pelo conjunto dos atos executados como turista e que, nessa totalidade e em relação aos lugares onde se desenvolvem, ganha sentido. (LAZZAROTTI, 2003, p. 269)<sup>35</sup>

Se a Geografia auxilia a compreender as práticas turísticas, em contrapartida o Turismo parece ser um operador da construção e funcionamento contemporâneo do mundo. É possível percebê-lo como vetor da urbanização, como agente da



globalização, como ponto de encontro que equaliza diferenças e permite a comunicação em um mundo conectado. Nesse sentido, abrem as questões de como relacionar-se com o mundo, como são produzidos os lugares, de que maneira é construída sua diversidade, de que modo interagem parte e todo, local e global.

### **1.2.2 Diferentes modos geográficos de preencher um significativo: Turismo**

A seguir são apresentadas três – entre outras possíveis – ontologias do Turismo, ou seja, aspectos indissociavelmente entrelaçados dessa relação entre Turismo e espaço, a saber: Turismo como código de uso e de leitura do espaço; Turismo como campo de aprendizagem de si e do mundo; e aspectos corporificados, ou além da representação, de uma espacialidade turística. Esses são os pontos de partida do núcleo de questionamentos realizados nesta investigação.

Como um espaço desperta o interesse de alguém em deslocar-se para conhecê-lo? Como um jeito novo de se divertir, uma prática de *recriação*, é inventada? Em diversas obras que utilizam a história do surgimento das práticas turísticas como ferramenta metodológica (URRY, 2001; URBAIN, 2002; ÉQUIPE MIT, 2005; LÖFGREN, 2006), pode-se perceber o surgimento de um olhar estético para o mundo como marco. Há, com a modernidade, o desenvolvimento de uma cultura que percebe o espaço enquanto elemento provocador de emoções e que ao mesmo tempo desenvolve os sentidos. Emerge a paisagem (BERQUE, 1995). A conotação utilitarista, ou de medo do desconhecido, próprios da sociedade medieval, dão lugar à curiosidade moderna. Prolifera assim uma produção literária e artística, com as representações escritas e pictóricas das narrativas dos primeiros guias de viagem. Institucionalizam-se as vistas e o modo como devem ser apreciadas pelos visitantes (LEOTTA, 2005; URRY, 2001). Configura-se um processo em que a produção de códigos estéticos, determinando uma paisagem-matriz, retroage sobre a paisagem-marca (BERQUE, 1998), e progressivamente há uma expansão do maior número de lugares lidos desde tal matriz. Ao serem instituídos coletivamente os objetos desse 'Olhar do Turista' mudam ao longo do tempo e em diferentes sociedades. Em outro trabalho Pimentel (2010) analisa a emergência das Cataratas do Iguaçu enquanto paisagem, sua constituição em cenário turístico e as diferenças nesse processo a partir das ações dos dois países que a partilham: Brasil e Argentina.

Maccannell (2006) propõe uma semiótica da atração turística, em que essa é percebida como um signo a ser decodificado pelos visitantes por meio de marcadores e de um repertório que permite dar sentido àquilo que presenciam. Urry (2001) também vê nos turistas “um exército de semióticos amadores”, que consomem os objetos de um olhar que é tão socialmente organizado e sistematizado quanto o olhar médico de Foucault. No entanto, os dois autores discordam na discussão sobre os limites da relação estrutura/agência subjetiva.

Por outro lado, Urbain (2002), ao concordar com os princípios da fabricação da atração turística, diverge quanto a que tenham se constituído como oposição às práticas e valores do tempo de trabalho, como propuseram Maccannell e Urry. Para esse autor, a atenção nas práticas turísticas, mais que nos discursos, permitiria compreender que o “uso dos espaços é também uma linguagem” (URBAIN, 2002, p. 147). Em sua análise de relatos de viagem, literatura, artes visuais e publicidade percebe os usos dos espaços turísticos como suportes para a constituição de um sistema semiológico segundo, que se expressa através deles. Sistema que extrapola as próprias práticas, configurando uma mitologia nos termos de Barthes (2001). Para Urbain (2002), os nomadismos contemporâneos são produtos da emergência de um sistema de territórios simbólicos, articulados pelas artes, imprensa e publicidade, e revestidos por um imaginário coletivo. Assim, ele propõe a associação de valores essenciais, mitologias da viagem, a certos modelos de espaço, por exemplo: a cidade, e sua percepção como um espaço protegido e de máxima sociabilidade; o campo, como um espaço aberto, heterogêneo, jardim pitoresco, lugar da transição entre cultura e natureza; e o deserto, espaço extra-social, lugar da solidão e de busca pelo divino. Todavia, ressalta também que esse código pode ser subvertido, ao se perceber as oposições desta tríade: a cidade como lugar pestilento e poluído, o campo como lugar de miséria, de mato e barro, ou, o deserto como um espaço infernal.

Se Urbain (2002) procura nos usos dos espaços turísticos a expressão de uma linguagem que os ultrapassa, a proposta da Equipe MIT (2005), é, diferentemente, aproximar-se no estudo das relações específicas entre os atores, lugares e práticas que formaram arranjos desde os quais surgiram inovações relativas ao Turismo. Inovações como a invenção do banho de mar, do esqui, ou do bronzado, entre outras e que posteriormente difundiram-se, passando a ser

reproduzidas em outros arranjos e locais. Essas situações configuram o que se chamam de “momentos de lugar”, que:

Designam o espaço de tempo mais ou menos preciso onde um dado local (um lugar, mais também um espaço, ou ainda um itinerário ou rede de lugares) diz respeito a uma situação de alcance geral, ultrapassando o arranjo do lugar em si; portanto, o momento em que o lugar se constituiu e constitui uma referência, e mesmo um modelo para outros lugares (ÉQUIPE MIT, 2005, p. 5).<sup>36</sup>

Por meio da análise de vinte e seis arranjos, esse mesmo grupo de pesquisa chegou ao que denominam “mapa genético” (*carte ADN*) dos lugares turísticos. Aporte no que diz respeito às constâncias em relação aos atores e às etapas do processo de turistificação, ou ativação turística (na falta de uma expressão para melhor capturar o sentido de *mise-en-tourisme*<sup>XI</sup>). É interessante observar como certo conjunto de práticas e de sensibilidades frente ao espaço nasce em determinada situação e passa a constituir um repertório e um ideal a partir do qual outros espaços são mimetizados. Neste sentido, o Turismo atua como um vetor de difusão de sensibilidades e sociabilidades próprias da modernidade e de uma sociedade tipicamente urbana. Nessa linha de pensamento, inserir-se em um circuito turístico é inserir-se nesta urbanidade.

Apesar de profícuo, não convém estender-se na consideração dessas diferentes propostas teóricas (LÖFGREN, 2006; MACCANNELL, 2006; URBAIN, 2002; ÉQUIPE MIT, 2005), que procuram associar a prática do Turismo transversalmente a um contexto sócio-cultural-espacial mais amplo. Talvez seja mais pertinente avaliá-las diante do conjunto de dados e do contexto do objeto das pesquisas de campo. No entanto, percebe-se em comum uma relação que diz respeito a dinâmica do tipo estrutura / situação, língua / palavra, matriz / marca.

Outro tema pertinente para uma Geografia do Turismo é o que os encontros espaciais significam enquanto oportunidade de aprendizagens. Aprendizagem que tem como objeto tanto os lugares como a condição de cada visitante ao “colocar-se diante do mundo” (PIMENTEL e DORFMAN, 2011).

A satisfação geral da experiência turística é diretamente relacionada à possibilidade do indivíduo conseguir situar novas ideias e experiências no seu

---

<sup>XI</sup>O termo turistificado é frequentemente utilizado para referir-se a uma urbanização turística excessiva, ou malconduzida, que erode a atratividade de um lugar ameaçando sua capacidade em despertar interesse de visitantes. No entanto, aqui o termo turistificado é empregado com outro sentido, pois é utilizado como tradução para expressão *mise-en-tourisme*, ou *puesta-en-Turismo*.

repertório cognitivo existente. Quanto maior atribuição de sentido, maior a satisfação; e a atribuição de sentido é ao fim diretamente conectada a temas relacionados à identidade pessoal (FALK, BALLANTYNE, *et al.*, 2012, p. 920).

O sujeito “batiza novos terrenos”, tornando-os parte de uma “Geografia Vernacular” (CLAVAL, 2011). Isto é, insere essas novas localidades em seu quadro de referência do mundo, ao constituir saberes sobre os seus recursos, suas possibilidades de uso, além de lhes inscrever uma série de atribuições e significados. Por outro lado, esse diálogo com um novo espaço implica em reconsiderar aquilo que se sabe sobre seu espaço de origem, à medida em que comparações são tecidas.

Se o surgimento do Turismo implica em um modo de leitura e de uso dos espaços, a experiência turística também envolve a produção de narrativas e reflexões sobre o mundo. Bruner (1997) percebe a narrativa como um princípio organizador da experiência humana, um modo corriqueiro através do qual as pessoas significam suas vivências e expectativas sobre o mundo. Para Ricoeur (2012), “fazer uma narrativa é ressignificar o mundo na sua dimensão temporal, na medida em que narrar, contar, recitar é refazer a ação seguindo o convite do poema” (RICOUER, 2012, p. 81). As narrativas turísticas parecem tornar-se poéticas do espaço e dos efeitos gerados pelo encontro entre sujeito e (entre)-lugar visitado.

Uma série de competências geográficas são aí requisitadas: é conveniente orientar-se a partir da leitura cartográfica de mapas turísticos, entender como se estrutura aquele sítio e qual a sua relação com elementos localizados no entorno, decodificar os diferentes signos e narrativas que a leitura da paisagem permite, observar detalhes que se tornam marcadores para interpretar o espaço visitado e assim ter uma experiência turística plena. Mesmo que pouco desenvolvidas essas habilidades vão permitir ao sujeito compreender melhor os fios dessa “nova roupa da alma”, fazer com que aos poucos ela se torne confortável, e então há a possibilidade de desfrutar(-se) e experimentar(-se) (n)essa nova condição. Esse processo não parece ocorrer em um bloco único de experiências, mas sim envolver diferentes etapas, que correspondem à aproximação/ afastamento que o sujeito estabelece com o destino visitado. A clássica divisão tripartite do pré, durante e pós viagem, em que vão se sucedendo metamorfoses de sentidos e sentimentos à medida que o vínculo visitante / espaço visitado se desenvolve. É a experiência do movimento

contingente e relacional do espaço geográfico. O processo de 'ser turista' compreende um campo de aprendizagem e experimentação (LÖFGREN, 2006). Assim, como vivência fora do ambiente cotidiano e diante da necessidade de compreender a nova realidade temporária, a prática do Turismo parece ofertar um potencial para o aprendizado geográfico, sendo uma das principais situações fora do ambiente escolar para que isso ocorra.

Como considerar as operações de tornar o estranho familiar, produzindo uma acomodação depois do desequilíbrio perante a alteridade da atração? Uma proposta metodológica a ser considerada é a de Lussault (2007), que compreende a prática turística como um dispositivo que permite ao sujeito se construir. Assim, ele propõe um estudo das seguintes operações:

- Técnicas de produção, necessárias à organização do sistema turístico;
- Técnicas de significação, que engloba o conjunto da economia semiótica proliferante que o Turismo cria e exige;
- Técnicas de dominação que participam do enquadramento dos turistas em dispositivos turísticos normatizados e padronizados e suas práticas resultantes;
- Técnicas de si, que asseguram ao indivíduo o poder de dominar seu ato turístico, de regrar sua relação de distância aos outros e às coisas, de aumentar seu domínio sobre si, de satisfazer seus desejos.

Considerar essas técnicas na compreensão dos modos de experimentação da alteridade espacial visitada permite adereçar a terceira ontologia do Turismo que mencionada ao início: um diálogo espacial marcado pela co-presença de corpos. Ou seja, que não se restringe a elementos simbólicos e representacionais, sendo marcada pela *performance*.

O substancial avanço produzido desde a concepção da semiótica da atração turística e da noção de "olhar do turista", acentuou a ênfase dos estudos turísticos para as representações, imaginários e códigos estéticos. Isso implicou em uma supervalorização do sentido visual, e negligência para aspectos da materialidade das práticas turísticas. Além do vínculo feito por textos e símbolos, o Turismo implica na mobilidade de corpos. Nos últimos anos o caráter performático, situado e corporal do Turismo, vem sendo resgatado na produção da Geografia anglo-saxã. Esse resgate tem implicações sobre o modo como são considerados o espaço e os

lugares, na medida em que acentua seu caráter eventual, contingente e interrelacional – contraposto à tradicional concepção do espaço continente/conteúdo.

Nós sugerimos que, ao invés de ver os lugares como entidades relativamente fixas, a serem justapostos em termos analíticos com fluxos mais dinâmicos de visitantes, imagens e culturas, precisamos vê-los como fluídos e criados através de *performance* (COLEMAN e CRANG, 2008, p. 1)

Esse caráter relacional acentua a possibilidade de cada visitante em negociar as representações sobre os lugares, ao invés de serem percebidos como dominados pela instituição do 'Olhar do Turista'. Embora possa se considerar que na literatura dos marcadores turísticos em geral haja uma normatividade e exista uma ideologia que busca afirmar determinados valores sobre o local retratado e quais devem ser visitados, ou valorizados, ele também é um instrumento que possibilita determinadas práticas. E, por isso, não deveriam ser considerados apenas como representações seguras, mas como mediadores de diálogos com o espaço visitado, cujo sentido resultante é contingente, fluído, relacional, negociado, e, muitas vezes, subvertido. Rosseto (2012), em seu diálogo com a cidade de Berlim, através de um mapa cuja temática era o muro, aponta:

Mapas tornaram-se não apenas produtos em que ideologias e estratégias de marketing estavam codificadas, mas ferramentas necessárias para abertamente desempenhar [*performing*] meu encontro com o espaço urbano. [...] Não é uma questão de liberdade para explorar o espaço da cidade em contraste com as imposições do mapa. Sugiro que seguir as rotas dos mapas na sua intenção de explicar a evolução da forma da cidade se tornou em si um ato de liberdade. [...] Deslocando-se pelo espaço dos mapas de Berlim, os turistas organizam seu conhecimentos e imaginação sobre a cidade, adquirindo uma competência que pode tornar o seu encontro com a cidade simultaneamente mais lúcido e encantador. Inclusive nesse sentido, nós podemos pensar que as tecnologias do mapa se tornam empoderadoras ao invés de controladoras (ROSSETO, 2012, p. 35-36)<sup>37</sup>.

Por outro lado, as próprias *performances* dos visitantes também recursivamente compõem o sentido daquela paisagem:

Enquanto turistas e outros visitantes temporários podem ter sido convencionalmente vistos como estranhos para cultura 'local', ameaçando a autonomia dos lugares, eles podem alternativamente ser considerados como auxiliando a reconstituí-la ao adicionar uma dimensão relacional às *performances* locais e percepções das diferenças do lugar (COLEMAN e CRANG, 2008, p. 5).

Desse modo, além das imagens e discursos, a própria presença de visitantes parece ser um aspecto a ser considerado na definição de um espaço como turístico. Isso implica em uma mudança de ênfase nos estudos sobre Turismo que tradicionalmente se constituíram a partir do paradigma *hosts and guests* – anfitriões

e hóspedes –, atribuindo a essas partes identidades relativamente estáveis. Neste sentido, a categoria ‘destino’ é ponto de partida para o estudo do Turismo na perspectiva de uma sociedade sedentária, isto é, fixa, que recebe visitantes. A ênfase nas *performances* turísticas acaba por dissolver essa oposição. Muitas das práticas que recebem essa conotação nem sempre são exclusivas de forasteiros. Da mesma forma, o desejo de imiscuir-se no local visitado faz dos turistas habitantes, mesmo que efêmeros. Por outro lado, essa mudança de ênfase implica na leitura mais próxima daqueles sujeitos que são os principais responsáveis pelo Turismo: os turistas. Esses, que muitas vezes são negligenciados e substituídos pela representação de um tipo ideal, por vez distante da realidade, construída pelas autoridades e participantes da “comunidade local”, outra entidade abstrata.

### **1.2.3 Entrelaçando os fios de uma trama complexa e efêmera**

Com as formulações já desenvolvidas objetivou-se apontar algumas das diferentes propostas de estudo do Turismo a partir da Geografia, e com isso demonstrar a sua diversidade teórica e sua fertilidade em possibilidades de investigação. Tendo como ênfase a dimensão espacial, essa ciência geográfica tradicionalmente manteve-se em contato e incorporou propostas advindas de outras *epistemes*. O Turismo enquanto fenômeno complexo pode ser entendido como um ponto de contato para essa diversidade, estimulando o diálogo e valorizando cada fio de uma trama cuja tessitura pode resultar em produtos variados e inovadores.

A concepção de uma ontologia espacial tripla de Di Mèo & Buleòn (2007), como sendo, de modo concomitante, extensão objetiva, campo de experiência e produto social, foi o ponto de ancoragem para a apresentação de diferentes propostas de abordagem geográfica. Ao invés de criar oposições buscou-se destacar a validade e complementaridade das distintas propostas epistêmicas de estudo do Turismo que se originam na Geografia.

Ressalta-se a importância e a necessidade de atualização constante dos estudos que a partir de um prisma positivista, focados no espaço como extensão, tratam sobre a distribuição espacial do Turismo. Além de serem subsídios para a gestão e planejamento, saber onde estão os turistas e os termos de sua distribuição desigual no espaço geográfico são requisitos para que: a) se ultrapasse a abrangência idiográfica das análises de destinos e busque-se a compreensão de

lógicas e dinâmicas mais gerais; b) sirvam como amparo para o estabelecimento de uma agenda, ou mapa, de quais são os locais em que parece ser pertinente investir no estudo dos arranjos e dinâmicas turísticas a partir de perspectivas teóricas mais compreensivas, diminuindo a abrangência do mero “potencial turístico” como instrumento de análise.

Para que sejam possíveis essas contribuições, advindas de investigações geográficas em que o Turismo é considerado desde uma ontologia do espaço entendido enquanto extensão objetiva, é necessário assumir, provisoriamente, algumas definições que o universalizam, algumas “caixas-pretas”. No entanto, a partir desses resultados é possível questionar-se sobre quais são as implicações e as origens de determinados arranjos espaciais do Turismo, e assim questionar essas próprias “caixas-pretas”. Por que e como os arranjos denotados como Turismo se estabilizam de determinado jeito, e não de outros? Por que essas maneiras não são comuns a todos lugares, e, mesmo onde se assemelham, são fartas as idiosincrasias e diferenças? Nesse sentido, é interessante o entendimento do Turismo como expressão da trama de relações entre objetos, ações e discursos que compõem o espaço geográfico entendido em sua ontologia social. Assim, para a descrição e compreensão, mesmo que temporária, de como tais ordenamentos se estabilizam e se viabilizam é pertinente uma troca de lentes. Relaxa-se o foco que busca o que é o Turismo, para buscar-se a compreensão de como é possível que esse ocorra, e a partir de quais arranjos, de quais atores, e, ainda, quais são as variações possíveis de constituição de suas tramas. Tal ênfase na estabilização desses ordenamentos de objetos e ações que o Turismo envolve é um passo importante para compreender a sua diversidade, e considerando o interesse no desenvolvimento local, o porquê de algumas iniciativas serem melhor sucedidas que outras.

Em outro aspecto, percebe-se um aumento generalizado da mobilidade, e, conseqüentemente, do número de pessoas que em algum momento de suas vidas se encontram na situação de turistas. Essa condição implica em lógicas de uso e de significação da realidade espacial, que unificam os sujeitos e os lugares em uma linguagem de leitura do mundo cada vez mais difundida e compartilhada. Daí a ênfase na dimensão do espaço como mundo vivido pelos sujeitos, e no Turismo



como instância da política e da constituição dessas subjetividades e espacialidades contemporâneas.

De modo geral, constata-se a multiplicidade de enquadramentos teóricos de estudo do Turismo desde a Geografia, o que exalta a necessidade de uma prática científica em constante revisão e reflexão sobre a produção de conhecimentos, que são metacconhecimentos, e sobre os paradigmas a partir dos quais são produzidos. Embora essa realidade possa gerar questionamentos e inseguranças, na condição de pesquisadores é percebida de modo estimulante, que instiga desafios.

Parte dessa relação entre Turismo e Geografia diz respeito ao diálogo desses temas frente ao urbano e a cidade, palco dos principais fluxos turísticos. Essa é a próxima parada do nosso roteiro.

## 2. TURISMO, URBANO E CIDADE

### OBJETIVOS DO CAPÍTULO DOIS

- Interpretar a relação entre Turismo e urbano.
- Identificar a emergência de práticas turísticas no cenário das cidades e sua contribuição na produção de urbanidade.
- Distinguir diversidade de tipos de espaços investidos pelo Turismo e debater a necessidade de uma agenda de pesquisas que considere as particularidades de cada tipo.

### 2.1 O Urbano e o Turismo: mão dupla na construção da diversidade de locais

O espaço urbano é objeto de estudo consolidado nas análises geográficas, como se pode constatar desde a referência a alguns estudos clássicos (LEFEBVRE, 2002; HARVEY, 1980; SANTOS, 1981) e revisões bibliográficas (PAQUOT, LUSSAULT e BODY-GENDROT, 2000; ABREU, 1994). No entanto, nas investigações de Geografia urbana, o Turismo tem sido uma temática marginal, e nas abordagens geográficas sobre o Turismo, a cidade, enquanto campo de análise, não tem tido o destaque que merece, se for considerada sua importância como destino de boa parte dos fluxos turísticos. "O Turismo é um fenômeno fundamentalmente urbano" (COËFFE, 2010, p. 58). Nesse contexto, cabe recordar a análise de Knafou (2007, p. 7):

A cidade e o Turismo foram historicamente constituídos em campos [acadêmicos] distintos: os especialistas da cidade ignoram geralmente o Turismo e os especialistas do Turismo ainda não assimilaram o caráter fundamentalmente urbano da atividade que eles estudam, reservando o qualificativo de urbano ao Turismo – e genericamente a todas as visitas, pois as estatísticas são generosamente abrangentes – à 'cidade'.<sup>38</sup>

Outros autores também apontam para essa divergência (SPIROU, 2011; DUHAMEL, 2007a; SELBY, 2004) e para a necessidade de uma leitura mais detida do contexto da emergência do Turismo e do lazer como aspecto da economia e sociabilidade urbanas recentes e sua influência na produção do espaço das cidades

O Turismo, assim como a indústria cujo desenvolvimento lhe foi contemporâneo, é uma das atividades que produziram e que produzem ainda locais específicos. Mas, até então, os espaços industriais tiveram

mais vantagem em atrair a atenção [de pesquisadores] que os espaços turísticos (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 239)<sup>39</sup>

Tendo isso em vista, este texto tem três objetivos: examinar a relação entre o Turismo e o urbano; apresentar uma proposta de tipologia dos locais turísticos<sup>XII</sup> — com a finalidade de explicitar a diversidade das configurações espaciais geradas pelo Turismo e as particularidades dos cenários das cidades—; narrar o processo de como a cidade torna-se palco de práticas turísticas, apontando sua relação com as tendências de urbanização contemporâneas. Alguns conceitos importantes e que serão discutidos são: urbano, cidade, local turístico e destino turístico. Isso será realizado através de revisão bibliográfica sobre esses temas.

### **2.1.1 Turismo <> Urbano: um anel recursivo.**

O Turismo já foi aqui designado como um sistema que emerge da prática do deslocamento com finalidade *recreativa*. Essa emergência ocorre na modernidade (século XVIII), pois é então que se reúnem condições como: infraestrutura de transportes, aumento das poupanças individuais, relativa estabilidade política e garantias de segurança. Mas também é quando surge uma cultura turística que permite inovações, tais como: uma nova percepção da temporalidade, com o entendimento de que há um tempo 'livre' a ser preenchido; uma nova apreensão da espacialidade, expressa na vontade de descobrir um mundo mais amplo e agora acessível; e a noção de *recriação*, finalidade do Sistema Turismo, que vislumbra, através de uma ruptura momentânea, a possibilidade de recuperação do corpo e do espírito desgastados pelo cotidiano e pelo trabalho.

Espaços como a praia, a montanha, a floresta, apreciados por uma sensibilidade turística, são dotados de infraestrutura receptiva, e novas áreas são

---

<sup>XII</sup> A noção de local turístico para a Equipe MIT (2008, p. 300) indica os espaços investidos por uma intencionalidade turística que ao acolherem práticas turísticas, transformam-se e passam a integrar o sistema Turismo, diferenciando-se do todo e tornando-se especializados. Santos (2006, p. 125) auxilia a compreender essa especialização turística dos lugares quando aponta: “A totalidade (que é uma) se realiza por impactos seletivos, nos quais algumas de suas possibilidades se tornam realidade. Pessoas, coletividades, classes, empresas, instituições se caracterizam, assim, por tais efeitos de especialização. O mesmo se dá com os lugares, definidos em virtude dos impactos que acolhem. Essa seletividade tanto se dá no nível das formas, como no nível do conteúdo. [...] As ações não se localizam de forma cega. Os homens também não. O mesmo se dá com as instituições e infra-estruturas. É esse o próprio princípio da diferenciação entre lugares, produzindo combinações específicas em que as variáveis do todo se encontram de forma particular”. É pertinente notar aqui que essa concepção é distinta de um referencial da Geografia Humanista que compreende lugar como uma porção do espaço em que o sujeito tem suas experiências íntimas, atribui valor, sentido e desenvolve um sentimento de pertencimento.

urbanizadas. Por outro lado, cenários urbanos também são objeto de nova apreciação, acolhendo novas funções, práticas e significações.

[...] os locais turísticos, dos quais alguns não são necessariamente cidades no sentido que entendemos ordinariamente, mas que contêm a substância urbana na medida em que são primeiramente habitados pelos turistas, atores que portam uma cultura urbana, dotados de intencionalidade e atualizando seus projetos através de suas práticas (COËFFE, 2010, p. 58).<sup>40</sup>.

Assim, as práticas turísticas, sua expansão e suas transformações estão intimamente relacionadas à dinâmica e evolução da sociedade urbana. Também se pode verificar que o Turismo tem contribuído na própria produção da urbanidade (LUSSAULT e STOCK, 2007; KNAFOU, 2007; COËFFE, 2010), sendo um vetor de sua expansão e de suas transformações.

Se Turismo e urbano estão recursivamente vinculados, o que se designa pelo termo urbano?

Para Singer (2012, p. 7), a sociedade urbana ocorre quando “a produção e / ou captura de um excedente alimentar permite a uma parte da população viver aglomerada, dedicando-se a outras atividades que não à produção de alimentos”. Para Santos (2005), a urbanização é a difusão de nexos e variáveis econômicas relativas à modernidade. Carlos (1994, p. 181) recorda que “o urbano é mais que um modo de produzir, é também um modo de consumir, pensar, sentir, enfim, um modo de vida”. Assim, o urbano parece estar vinculado à noção de processo e ao campo da produção. Diferentemente, a cidade diria respeito à forma institucional, arquitetônica, sociocultural, uma configuração espacial criada para maximizar as interações (LÉVY, 1999). Embora as duas noções — urbano e cidade — possam ter coincidido, a ponto de serem quase sinônimos no uso cotidiano, percebe-se hoje um desencaixe entre uma e outra.

A cidade é uma invenção da antiguidade. *Lócus* do poder, dominava o excedente produzido pelo campo. Esse permanecendo autossuficiente e como o local principal de produção e de moradia da maior parte da população. A cidade não participava diretamente na produção. Fornecia ao campo serviços administrativos, religiosos e militares. O armazenamento de excedentes e a formação de exércitos por parte de sua classe dirigente possibilitaram a formação do mercado. Para Singer (2012, p. 11), a “cidade não inventa o comércio, mas muda-lhe o caráter,

transformando-o de mero escambo irregular de excedentes agrícolas em intercâmbio regular de bens de luxo, em geral manufaturados”.

Com o capitalismo e a industrialização houve uma mudança importante nesta relação entre cidade e campo. A indústria tornou lucrativo investir em meios de produção, e não mais apenas em produtos acabados ou matérias-primas. Mas para isso necessitava de aglomerações, mão de obra e mercados consumidores. Necessitava também das redes de mobilidades, que permitissem o fluxo de mercadorias, capitais e pessoas. Essa cidade industrial passou a extrair do campo não apenas o excedente agrícola, mas em especial o trabalho assalariado. Ocorreu, no dizer de Lefebvre (2002), uma 'Revolução Urbana'. Houve um processo no qual a urbe dominou e absorveu a produção agrícola. Nesse processo urbanizador, a cidade sofreu um processo de implosão – concentração de pessoas, de atividades, de instrumentos, de pensamentos – para sua posterior explosão – projeção de fragmentos múltiplos de signos urbanos, estendendo a urbanização à sociedade como (quase) um todo. Fragmentos que contêm a cidade, sem se reduzir a ela.

O campo, outrora sinônimo de autonomia alimentar e de um modo de vida próprio, passou a ter a sua produção convertida em produção industrial. O aumento da eficiência exigiu a especialização e integração a uma rede, na qual tanto os insumos para produção quanto o destino do que é produzido estão subordinados às lógicas e às demandas urbanas. Criou-se uma (inter)dependência solidária. Se a cidade era compreendida enquanto centralidade que atendia a uma região de influência, com a expansão das redes de comunicação houve a emergência de uma malha urbana complexa e interdependente onde cada urbe passou a estar inserida em uma divisão do trabalho mais ampla.

A explosão desses fragmentos urbanos torna, por um lado, opaca a distinção antes nítida entre campo e cidade, e, por outro, indica que o urbano transborda a cidade (MONTE-MÓR e LIMONAD, 2011). Como aponta Choay (1999 *apud* Paquot 2000, p. 7) “o reino do urbano é a morte da cidade”, constatando o desaparecimento dessa “maneira local de viver institucionalmente juntos, que foi própria dessas entidades dotadas de uma identidade que nós chamávamos cidades” (Ibidem). Paquot (2000, p. 7) avalia que ambos os termos, cidade e urbano, não possuem uma definição e um saber consensual, restando heterogêneos, por vezes, conflitivos, neste início de milênio. Num mundo cada vez mais interconectado em

redes, em que as cidades são nós, centros de decisão e de produção, a noção de urbano engloba praticamente a dimensão do social como um todo, sendo conveniente recordar que no plano dos conceitos não são sinônimos. Para Harvey (2005, p. 170):

A condição capitalista é tão universal, que a concepção do urbano e da 'cidade' também se torna instável, não por causa de alguma definição conceitual deficiente, mas exatamente porque o próprio conceito tem de refletir as relações mutáveis entre forma e processo, entre atividade e coisa, entre sujeitos e objetos.

Diante dessa instabilidade, Lussault (2013) propõe uma abordagem que evita definir 'a cidade' ou 'o urbano' desde os seus limites. Para o autor e também para Lévy (1999), o urbano é um tipo de organização espacial caracterizado pela díade: densidade e diversidade, de onde pode resultar um terceiro componente que é a centralidade. A graduação desses dois componentes resulta em diferentes combinações, correspondentes a uma variedade de tipos espaciais. As configurações espaciais onde há maior densidade e diversidade na interação dos elementos do 'conjunto indissociável de objetos e de ações' que é o espaço (SANTOS, 2006), podem ser identificados com um maior grau de urbanidade. Haveria assim certa gradação da urbanidade entre as diferentes situações espaciais, sendo os locais que condensam maior densidade e diversidade mais urbanos do que aqueles marcados pela homogeneidade e presença poucos elementos. No entanto, mesmo um espaço à primeira vista homogêneo e de baixa densidade, frequentemente está conectado em uma trama de interrelações solidárias, em um sistema mais amplo de ações, decisões e objetos com o qual interage e que o influencia. Apesar de não se comparar à diversidade e densidade de uma configuração como a cidade. Lussault indica ainda que o urbano é a "modalidade contemporânea dominante de respostas organizacionais possíveis que os grupos humanos dão à questão da separação e da distância" (2013, p. 1040)<sup>41</sup>.

Apesar do mito do 'paraíso perdido', ou da 'ilha deserta' (URBAIN, 2002), o fato é que a densidade é característica constante dos locais turísticos, como constata a Equipe MIT (2008):

A forte densidade dos locais turísticos não é um acidente da história [...] Ela resulta de necessidades de ordens muito diversas e de ao menos duas necessidades constitutivas do movimento turístico. A primeira é a busca por parte dos turistas de uma vida em sociedade. A segunda é mais complexa, e até então não fora identificada: os locais escolhidos pelos turistas encontram-se em configurações espaciais que desde cedo favoreceram a concentração. Dito de outro modo, as próprias razões que

poderiam atrair os turistas à um local conteriam em germe os denunciadores de fortes densidades. (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 231)<sup>42</sup>

No entanto:

Essa constatação não exclui a existência de locais turísticos de fraca densidade, mas eles não são os mais representativos, tanto do passado como do presente. E nada, até então, nos autoriza a pensar que eles possam ser os locais turísticos do amanhã, a não ser que se densifiquem (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 233)<sup>43</sup>.

A densidade dos locais turísticos pode indicar um maior cardápio na oferta de práticas *recriativas*, as quais estariam vinculadas ao segundo termo da díade urbana: a diversidade. Por outro lado, como aponta Deprest (2004), vislumbra-se em certos locais turísticos um processo de deslocamento da centralidade para a periferia, pois deslocar-se da cidade rumo a espaços periféricos não significa a fuga do urbano, do conforto de sua infraestrutura, de seus e serviços e da possibilidade de trocas sociais.

Eis uma situação em que o estudo do Turismo leva à reflexão sobre o instrumental da Geografia, como apontado por Lazzarotti (2003), neste caso sobre a noção de hierarquia urbana. Os geógrafos: *'pressentem que eles [locais turísticos] contêm uma centralidade apesar de revelarem-se em situações periféricas e afastados no ranque da hierarquia urbana, considerada a partir do número de habitantes* (ÉQUIPE MIT, 2008)<sup>44</sup>. O próprio Christaller, autor da Teoria dos Lugares Centrais, dedicou atenção ao estudo dos locais turísticos na obra 'Geografia econômica do Turismo e do habitar livremente escolhido' (VIOLIER, 2009). Como locais periféricos apresentavam mais serviços do que seria de se esperar, "os locais turísticos não são por isso lugares centrais, mas locais que se beneficiam da centralidade, que lhe são replicadores [*relais*] e por isso contribuem a alçar a periferia ao 'centro' (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 238)<sup>45</sup>

Neste momento, pontua-se com Lussault & Stock (2007) que "o Turismo não constitui simples atividade funcional assentada em uma organização de suporte urbano, mas sim elemento e vetor de afirmação da urbanidade contemporânea." Há um anel recursivo (MORIN, 2008) entre o urbano e o Turismo. Mudanças na realidade, a que um dos termos diz respeito, implicam e alimentam alterações àquela que ao outro concerne.

No entanto, isso leva ao questionamento epistemológico da expressão "Turismo urbano", correntemente utilizada para apontar as práticas turísticas que

têm a cidade como principal palco de experiências. Expressão que está presente em diversas obras, como as de Spirou (2011), Selby (Understanding urban tourism: image, culture and experience, 2004), Cazes & Potier (1998), Leotta (2005) para citar algumas. Nesse sentido, é interessante apontar as considerações de Duhamel (2007a), abdicando do uso dessa expressão.

Essa escolha se justifica pela descoberta de que a) o Turismo é intrinsecamente urbano, pois é feito por cidadãos – assim não há necessidade de epíteto; b) mal nomeada, pois o ‘Turismo urbano’ significa ‘Turismo na cidade’, e não dá conta da diversidade de situações urbanas provocadas pelo Turismo: estações turísticas, colônias de férias, sítios turísticos, metrópoles turísticas, cidades de segunda residência, etc. Desse modo, evitamos falar em atração ou vocação dos locais, pois esses termos, empregados após a turistificação, não dão conta das razões que presidiram a sua transformação... (DUHAMEL, 2007a, p. 354)<sup>46</sup>.

Essa ponderação sublinha o caráter urbano e urbanizador do Turismo, em que a cidade é mais um espaço de práticas turísticas tal como a praia, o bosque e outros diversos espaços já vinculados a uma lógica urbana e caracterizados por sua função turística. Por outro lado, essa distinção teórica também visa afastar-se da criação de rótulos e categorizações, que fragmentam o Turismo para enquadrar suas práticas em segmentos de *target marketing*, mas que pouco contribuem para sua melhor compreensão como aspecto da sociedade contemporânea. Críticas que também realizaram Franklin & Crang (The trouble with tourism and travel theory?, 2001), Selby (Understanding urban tourism: image, culture and experience, 2004) e Löfgren (2006).

O Turismo pode ser visto como um produto da sociedade urbana e um vetor de expansão da urbanização. Todavia, o fato da cidade também ser um palco de práticas turísticas, faz com que tal vetor de urbanização atue no seio da própria urbe. O espaço cidadão é imaginado e transformado ao tornar-se turístico, e a presença de visitantes passa a constituir um dos aspectos de seu caráter mais ou menos urbano. A evidência da atuação do Turismo enquanto signo de urbanidade tem ficado mais expressa nos últimos quarenta anos, em que várias cidades importantes têm promovido a transformação de espaços de recreação, terciarização de suas economias, produção de uma *citybrand* (marca) para atração de investimentos, e políticas específicas voltadas para o Turismo (VIOLIER e ZARATE, 2007).

### **2.1.2 Locais turísticos: uma ferramenta para a análise espacial do Turismo**



A busca pelo habitar temporário alhures com finalidades *recriativas* comporta uma nova intencionalidade perante os lugares, atribuindo-lhes novos usos e sentidos, povoando-lhes de novos objetos e práticas, inserindo-lhes em uma outra trama espacial, imprimindo-lhes certa especificidade. O Turismo cria locais *ex nihilo*, mas também investe em espaços dominados por outras lógicas, por vezes, suplantando suas funções tradicionais, subvertendo-os.

Os cartazes publicitários a seguir atestam o Turismo como um vetor urbanizador.

Figura 7 — Composição de cartazes de publicitários atestando o Turismo como vetor urbanizador



Fonte: disponíveis no motor de busca <https://www.google.com.br> sob o título 'Affiches touristiques' acesso em abril de 2015.

Os dois primeiros casos - praia e montanha - concernem a práticas que criaram locais urbanos onde antes havia um vazio humano. O terceiro indica, um espaço urbano investido por demandas distintas daquelas pelas quais foi criado — castelo, defesa e administração; igreja, função religiosa — sendo alvo de nova intencionalidade e valorização, e passando a conviver com novos objetos, os automóveis.

Para Cöeffe (2010, p. 58):

O conceito de local turístico engloba aqui diferentes situações geográficas, permitindo o contato de turistas com realidade que rompem com a esfera de seus cotidianos (outros turistas, residentes 'permanentes', paisagens, etc.). No entanto, a presença de turistas não é suficiente para transformar imediatamente um local não turístico em local turístico. Esse último deve encarnar a emergência, mas também a '*estabilização de práticas turísticas*' .

Ao ser *lócus* frequente de práticas turísticas essas intencionalidades projetadas no espaço alteram o 'espírito do lugar', para usar a expressão de Lévy (1999), seja em sua dimensão imaginária, seja na copresença do arranjo de objetos e ações que também se altera. Todavia, a noção de 'estabilização' indica um caráter dinâmico desse processo, pois o que é estável pode desestabilizar-se. Há uma auto-eco-organização do sistema Turismo em que práticas evoluem e mudam ao longo do espaço-tempo, e assim como novos locais emergem neste sistema, é possível que outros locais o abandonem.

Como interpretar essa lógica de produção e uso dos locais turísticos? Quais são suas características e funções? Como apreender as suas dinâmicas espaciais e suas relações com os locais não turísticos?

Pearce (1987) apresenta quatro tipos de modelos preocupados em compreender a estrutura e dinâmica espacial do Turismo, que emergem desde os anos 1960: o primeiro que enfatiza a viagem do turista, apresentando as funções do sistema local de residência ↔ espaço de trânsito ↔ destinação, e também a relação entre tempo livre / distância do deslocamento que formaria zonas concêntricas desde o ponto emissor, embora deformadas por diversos fatores como conectividade, fronteiras, etc.

O segundo conjunto reúne modelos de origem — destino, e atentam para a interação entre espaço de demanda e espaço de oferta. Suas aplicações ocorrem

na escala do trânsito entre países e regiões, ou da dispersão dos fluxos de acordo com uma hierarquia urbana, em que os nós com maior densidade são a origem e, ademais, outros tipos de espaço lhe são vinculados como destinos. No entanto, Pearce (1987) ressalta que muitos autores negligenciam o fato de que boa parte dos locais cumpram tanto o papel de origem como de destino, embora em distintos graus e combinações.

O terceiro grupo é o que se denomina de modelos estruturais, centrados no estudo do Turismo internacional, em especial no terceiro mundo. Apontam como os fluxos turísticos, controlados em grande parte por corporações e com auxílio dos Estados, atualizam uma relação entre metrópoles e nações periféricas: são os modelos centro-periferia. Nos referiremos a ele quando analisarmos os dados sobre o Turismo internacional e comentarmos a obra de Cazes (1992).

Por fim, o conjunto dos modelos evolucionários, que revelam o caráter histórico e construído do desenvolvimento dos locais turísticos. Algumas referências clássicas nos estudos sobre Turismo se encontram neste grupo. Uma é o trabalho de Plog, calcado em uma psicologia dos visitantes em que inicialmente o local seria frequentado por aventureiros (psicocêntricos) e progressivamente tornar-se-ia popular e comum, sendo destino de viajantes alocêntricos, erodindo sua atratividade para o primeiro grupo, que progressivamente 'descobriria' um novo local turístico, assim expandindo o sistema. Outra referência é o modelo do ciclo de vida da destinação de Butler (1980) que, com inspiração na biologia, descreve uma curva ascendente onde os destinos nascem, e se desenvolvem até atingirem certo platô do amadurecimento, daí apresentam-se duas possibilidades, o rejuvenescimento, implicando o reinício do ciclo, e a obsolescência, conduzindo à sua queda na condição de destino turístico.

Embora complementares e com contribuições de importante repercussão, tais modelos apresentam certas insuficiências. Um primeiro aspecto é que dizem respeito aos fluxos turísticos, mas raramente abordam as características dos locais de onde se originam e para onde se destinam tais fluxos, bem como seus espaços de trânsito. A cidade é assumida como emissora e raramente vista como espaço de destino. Os locais turísticos considerados são em geral estações balneárias e de segunda residência, ou clusters de resorts. Isso é, há uma certa homogeneidade no

que é tido por espaço turístico, e a diversidade de configurações espaciais que pode emergir do Turismo não é considerada (ÉQUIPE MIT, 2008).

Outras propostas para compreensão da espacialidade turística foram os modelos cujo eixo explicativo está calcado nas características dos substratos onde o Turismo acontece: a montanha, a praia, o campo, a cidade (DEWAILLY e FLAMENT, 2000; DREYFUS-SIGNOLE, 2002; LOZATO-GIOTART, 2002). Essa classificação é interessante no sentido de identificar que determinados meios permitem certas práticas turísticas que são impossíveis em outros. No entanto, enquanto critérios explicativos são problemáticos, pois mesmo que a presença de alguns elementos seja condição importante para turistificação de certos espaços, está longe de ser suficiente. Prova disso é que nem todos os locais que contêm características semelhantes foram objeto de ações que os tornassem turísticos. A classificação pautada pelo meio também falha em reconhecer a variação das preferências por determinados cenários, que é própria da historicidade das práticas turísticas. O início da talassoterapia em águas frias e sua transmutação para o banho de mar em águas quentes; a escalada de picos no verão e a posterior prática do esqui no inverno; a observação distante de panoramas urbanos e o anseio seguinte por imiscuir-se no modo de vida das cidades, são alguns exemplos. Além disso, assim como o Turismo cria/transforma locais, existem casos de locais outrora tidos como turísticos e que deixam de sê-lo por variadas razões. Há o caso de estações de segunda residência que se tornam cidade de habitação permanente. Locais em que há uma opção em prol de atividades nem sempre compatíveis com o Turismo, como a mineração, por exemplo. Assim, concordamos com Violier (2009) que "é preciso deixar o meio físico onde pertence: um elemento explicativo em um dispositivo de conjunto".

### **2.1.3 Uma tipologia para lidar com a diversidade dos locais turísticos**

Ao estudar o Turismo na perspectiva espaço-temporal em uma análise deste sistema ao longo de duzentos anos de história, Equipe MIT (2008; 2011) e Duhamel (Les lieux touristiques, 2003) propuseram uma tipologia de locais turísticos que *"persegue um objetivo duplo: fazer mais sentido que aquelas pautadas em espaços ou tipos de Turismo, e de dar conta da natureza das diferenciações entre os locais turísticos"*<sup>47</sup> (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 215).

Nessa tipologia há a proposição de oito espécies de locais turísticos distintos. Construída em diferentes etapas, a classificação inicia a partir do exame de três critérios, a presença ou ausência de: capacidade de hospedagem; a população permanente no local; outras funções urbanas, ou o monopólio da função turística. Desta combinação resultam quatro tipos representados no quadro a seguir: sítio turístico, enclave turístico, estação turística e cidade turística.

**Quadro 4 – Distinção dos diferentes tipos de locais turísticos**

	Capacidade de hospedagem	População local	Funções urbanas e turísticas diversificadas
Sítio turístico	-	-	-
Enclave turístico	+	-	-
Estação turística	+	+	-
Cidade turística	+	+	+

Fonte: Equipe MIT, 2012, p.220; Duhamel, 2003, p. 57. Adaptado pelo autor.

Seguindo esta proposta de classificação dos locais turísticos, os tipos estação e cidade turística são divididos em subtipos, quando se considera outros três critérios da dinâmica dos locais turísticos: a situação pré-turística dos locais (foram criados do zero ou inicialmente existia uma cidade ou vilarejo); o processo de turistificação (foram locais inventados ou são locais subvertidos pelo Turismo); as mutações espaciais pós turistificação (existe, ou não, o desenvolvimento de novas funções além do Turismo ali). Assim, passam a existir ainda as categorias: estação com funções urbanas, cidade estação, cidade turistificada, cidade com função turística e cidade paradoro. A seguir apresentaremos brevemente as características de cada um desses tipos.

1º tipo – O **sítio turístico** é um tipo de local caracterizado pela ausência dos três primeiros critérios referidos. Neste sentido, é o tipo mais básico e que pode evoluir para as outras formações, o que pode não ocorrer se houver interesse em protegê-lo. A frequência dos sítios não tem relação com a sua capacidade de hospedagem, embora essa eventualmente possa existir. Em relação ao processo de turistificação existem tanto locais inventados, quanto subvertidos. Quanto aos

primeiros, eram 'territórios do vazio' (CORBIN, 1990) e ao serem objeto do 'Olhar do Turista' (URRY, 2001) adquirem nova função, ausente até então, como a montanha ou a orla marítima. Já o segundo processo diz respeito a locais que já existiam, mas onde o Turismo acabou por mudar a sua lógica e propósitos originais, como o caso de panoramas antes apreciados com intencionalidade militar, ou de conjuntos arquitetônicos patrimonializados. Exemplos de sítios turísticos são os parques nacionais e unidades de conservação, onde não é possível pernoitar; as praias 'selvagens', onde a infraestrutura é escassa; mas também sítios construídos como Machu Pichu, no Peru, ou inseridos em um densa malha urbana como o Château de Versailles, nos arredores de Paris. Os sítios são frequentados durante o dia, para onde são realizadas excursões e, assim, é comum estarem articulados com outros tipos de locais turísticos, onde é possível o pernoite, mas também podem ser objeto de visitas de lazer por uma população permanente que habita nas redondezas.

2º tipo — O **enclave turístico** (*comptoir*<sup>XIII</sup>) à diferença do sítio, está centrado na presença de meios de hospedagem e estadia no mesmo local, em uma prática filiada à *villegiatura*. Nesse tipo não existe população permanente ou ele lhe é inacessível, o que o torna totalmente dependente do Turismo, motivo pelo qual foi criado. O enclave caracteriza-se como entidade monofuncional, descolada do ambiente imediato. Há uma demarcação física, gerando forte ruptura paisagística. Há também a aplicação de um regramento específico com as condições de permanência em seu interior, bem como o exercício de um 'direito de polícia interior' por parte de sua administração. Apesar de sua lógica comum, os enclaves podem assumir formas variadas, tais como: *resorts all inclusive*, mas também condomínios privados de segunda residência, ou parques temáticos. O arranjo dos atores envolvidos na produção e na dinâmica dos enclaves é simples quando comparado a outros tipos de locais turísticos. Em geral há um investidor e um promotor, funções frequentemente levadas a cabo por um mesmo grupo. Esse tipo de local é produto de um arranjo que pode se transformar em outro estado turístico. A possibilidade de acesso para uso diário sem necessidade de hospedagem pode transformá-lo em sítio, e, a abertura à presença de população permanente pode alçá-lo à condição de estação turística. No Brasil um exemplo desta evolução foi Rio Quente.

---

<sup>XIII</sup> Optamos por traduzir *comptoir* por enclave tendo em vista seu caráter fechado, outras possibilidades poderiam ser empório ou entreposto.

3º tipo — A **Estação turística** também é um local criado a partir do Turismo que se apresenta em descontinuidade espacial e socioeconômica com o ambiente. No entanto, esse tipo difere do enclave pela abertura e pela presença de uma população permanente de relativa importância . É o tipo de local que depende fortemente do Turismo, pois existem mais acomodações voltadas para visitantes que para habitantes permanentes, em uma taxa de função turística superior a um. Nesse contexto, é um espaço caracterizado pela ocupação sazonal. No entanto, não é monofuncional, já que a estação cumpre outras funções urbanas, dispondo de serviços, comércio, animações, monumentos e atividades que a mantém operando mesmo fora de temporada. Sua polifuncionalidade e abertura também indicam a multiplicidade de atores envolvidos no processo de turistificação — privados e públicos, pequenos empreendedores e grandes investidores —, bem como a complexidade de suas interações. Em que pese essa diversidade, a criação de estações, por vezes, origina-se na ação de um único ou de poucos atores, como o Estado no caso das costas da Romênia e Bulgária durante o regime comunista, ou duque de Morny e a imperatriz Eugênia, respectivamente em Deauville (umas das primeiras estações marítimas da França) e Biarritz (no Atlântico). À diferença dos enclaves a estrutura de hospedagem é mais variada, existindo empreendimentos de distintas categorias, além de segundas residências. A forma que assume a organização espacial da estação é relacionada às práticas e razões inerentes à vinda dos turistas, seja a praia, a montanha, a pesca, os banhos termais, o nautismo, entre outras. Um exemplo de estação balneária é Punta del Este, no Uruguai; Bariloche é um caso de estação de montanha. 4º tipo — A **estação com funções urbanas** ocorre quando novas atividades além do Turismo, ligadas ou não a esse, florescem. Essas novas funções, em geral, têm como objetivo reduzir a sazonalidade de uso daquele espaço, bem como multiplicar as razões para frequentá-lo e lá permanecer. Assim, o Turismo apesar de vivaz não corresponde mais ao principal motor da dinâmica local. A estação adquire um caráter polifuncional, com a multiplicação de atores econômicos, integração e maior influência nas dinâmicas de seu entorno espacial. A taxa de função de turística diminui, há casos em que "essas novas atividades se traduz na vinda crescente de populações residentes, não mais compensando a eventual manutenção ou desenvolvimento de uma atividade de hospedagem" (DUHAMEL, 2003. p.65). Alguns exemplos de estação com funções urbanas são: Cannes (França), que



investiu na organização e promoção de eventos, e na atração de uma mobilidade corporativa; ou Benidorm (Espanha).

As próximas tipologias correspondem a tipos que não foram criados pelo Turismo, mas por ele subvertidos ao se instaurar em um local previamente estruturado por outras atividades, são eles: cidade estação; cidade turistificada; cidade com função turística.

5º tipo — A **cidade estação** surge do processo em que um bairro de estação (criado para e pelo Turismo) é agregado a uma cidade que, não obstante, mantém suas outras funções prévias. Em relação à forma, pode ser uma área à parte do antigo núcleo, ou transformações que ocorrem no tecido urbano existente, com hipertrofia de equipamentos urbanos, redes de transportes e serviços. A polifuncionalidade persiste, mas evidencia-se uma dicotomia espacial gerada pela distinção entre as dinâmicas do habitar permanente e do habitar temporário. Exemplos de cidades-estação são: Palma de Majorca (Espanha), Agadir (Marrocos), Florianópolis (SC).

6º tipo — A **cidade turistificada** designa um local nascido e fortemente estruturado antes do Turismo, inicialmente uma atividade suplementar sem ameaçar as lógicas até então prevalentes. Após uma crise econômica, ou por vontade local, o Turismo amplifica-se a tal ponto que passa a estruturar o funcionamento do local. Nesta refuncionalização, as atividades antigas podem desaparecer ou integrarem-se ao Turismo. Boa parte das cidades históricas patrimonializadas seguem essa lógica como Veneza (Itália), Bruges (Bélgica) e Saint Tropez (França) na Europa, mas também Parati, no Rio de Janeiro, ou a cidade de Goiás no estado homônimo. Em subespaços que correspondem ao tipo cidade turistificada é frequente a discussão sobre a necessidade de controle e restrições ao desenvolvimento do Turismo para que seu crescimento não ultrapasse limites que 'descaracterizem' o lugar. No entanto, como aponta Deprest (2004), a definição de tais limites está ligada a critérios estéticos e ao jogo político, embora os discursos frequentemente assumam uma roupagem de cientificidade através do conceito de 'capacidade de carga' - uma transposição da física de materiais ao espaço social.

7º tipo — A **cidade com função turística** é o tipo correspondente às metrópoles globais, embora não restrito a elas. É o caso em que a função turística insere-se sem que haja modificação fundamental da estrutura urbana preexistente.

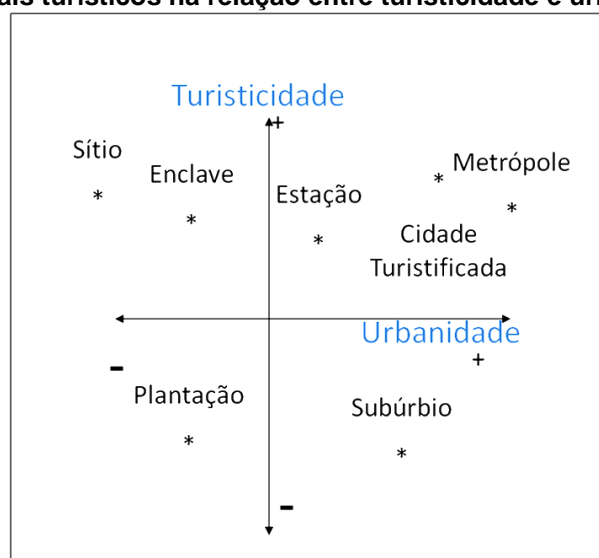
O Turismo não é uma função da qual dependa a sobrevivência desses locais. A ocasional perda ou cessação da frequência comporta efeitos adversos, mas não coloca em xeque a funcionalidade, a pertinência, a rentabilidade e a importância da formação socioespacial. Ao contrário da cidade turistificada, na cidade com função turística não existe preocupação em limitar a dinâmica turística. Em um sentido porque, como aponta Duhamel (2003, p.68), "são lugares que acumulam todos os atrativos e todas as forças do fato de terem uma história longa e rica", assim, transformar-se é uma de suas características e é esperado que o lugar mude. Outro motivo é que, mesmo em uma dimensão expressiva, o Turismo continua sendo uma atividade entre outras, imiscuída e retroalimentada por outros tipos de mobilidades, tais como: viagens de negócios, congressos e temporadas estudantis. Por vezes, o Turismo atua como subterfúgio para a promoção de uma imagem de cidade ligada ao ideal de cosmopolitismo e presença da diversidade. Pode se dizer, assim, que é um local divergido pelo Turismo, no sentido de que teve sua dinâmica alterada em seu benefício. No entanto, à diferença de outros tipos, esse investimento pelo Turismo não gerou uma subversão do local em que sua sobrevivência passa a depender dessa função que se torna primordial. Assim, o Turismo ocupa uma posição subalterna na política local e há uma concorrência dupla, interna com outras atividades e externa com outros destinos. Em relação à forma e distribuição espacial o Turismo pode ocupar porção inteira do espaço urbano, concentrar-se no conjunto dos sítios, museus equipamentos destinados aos turistas, ou ainda, estar disperso no conjunto da cidade. Geralmente o essencial da frequência se concentra no centro e em alguns pontos situados na periferia, como em Paris e Roma. A marcação espacial do Turismo se observa por índices como ônibus de *city tour* e seus estacionamentos, lojas de souvenirs, oferta de alimentação rápida, de baixo custo e internacionalmente bem aceita (por exemplo, *cheeseburger*, pizza, *kebab*, crepe, etc) ou tida como especialidade local. Em relação ao ritmo de visitação, curtos períodos de estada são o mais frequente nesses locais, embora apresentem possibilidades de entreter os visitantes por mais tempo. Assim, percebe-se que o processo de sua turistificação é vinculado à prática do *grand-tour*, mais que à da *villegiatura* característica dos tipos estação e enclave.

8º tipo — A **cidade paradoro**, ou **cidade de trânsito**, designa o processo em que a função turística é parcial e muito precisa, limitada à hospedagem

por uma noite ou um tempo curto de estadia. Nesses locais é comum a existência de um parque hoteleiro extenso e diversificado, em geral pulverizado em proprietários independentes (não vinculados a grandes redes internacionais) que acolhe pessoas ali presentes por uma variedade de tipos de mobilidade. Especificamente os turistas utilizam esse local ou como ponto de parada rumo a sua destinação, ou como base para explorar os atrativos da região, em ambos os casos a intencionalidade *recreativa* não tem aquele espaço como objeto. Como no tipo anterior a inserção de uma função turística ocorre sem a modificação fundamental da estrutura urbana. Em relação a sua distribuição espacial é frequente a localização próxima aos pontos de entrada e saída do local, aeroportos, autoestradas, encruzilhadas. Exemplos de cidade paradoro são Tours (França), Füssen (Alemanha), Ponta Grossa (PR), Confins (MG) e Guarulhos (SP). No entanto, como aponta Duhamel (2003, p. 70): "*à função de cidade paradoro pode se agregar às vezes outros tipo turísticos e particularmente a cidade com função turística, sobretudo quando ela se situa no cruzamento de grandes eixos de comunicação*" como os exemplos de Toulouse e Clermont-Ferrant, na França.

É possível avaliar os diferentes tipos de locais turísticos propostos na representação que tem como um eixo a especialização em Turismo e em outro, sua urbanidade.

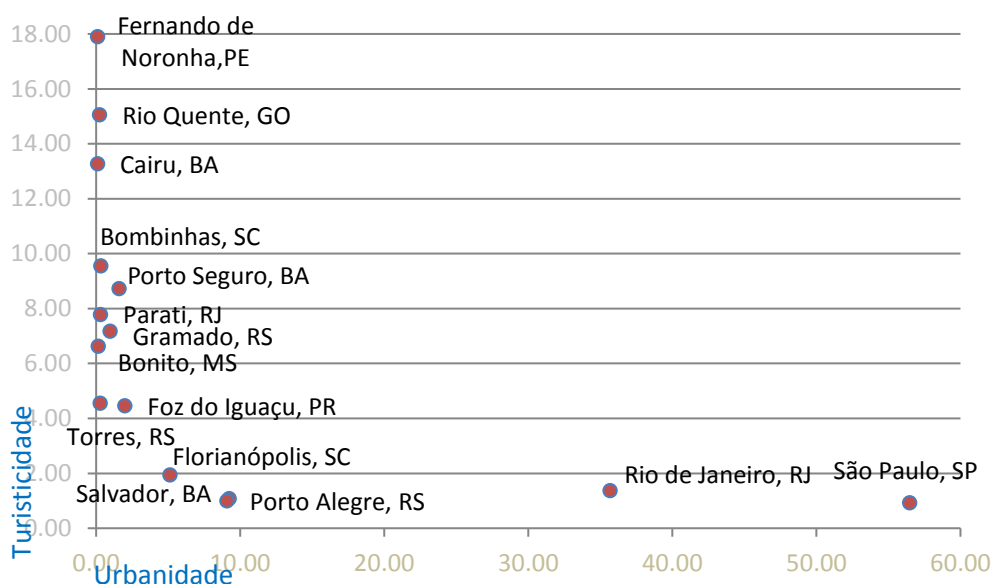
**Figura 8 – Tipos de locais turísticos na relação entre turisticidade e urbanidade.**



Fonte: Elaborado pelo autor.

A título ilustrativo dessa diversidade de locais turísticos, que implicam em dinâmicas distintas, Pimentel (2015) realizou um experimento aplicado ao contexto brasileiro. O autor tomou como medida de turisticidade o grau de especialização dos municípios<sup>XIV</sup> em Atividades Características do Turismo (ACTs)<sup>XV</sup>, e como índice de urbanidade o número total de vínculos nessas ACTs, ambos padronizados e calculados a partir da RAIS do Ministério do Trabalho. O resultado pode ser visualizado no gráfico e tabela a seguir. Contudo, cabe indicar que o tema será retomado no exame da distribuição espacial do Turismo no Brasil, no capítulo três.

**Gráfico 1 – Turisticidade e Urbanidade de destinos brasileiros**



**Fonte:** elaborado pelo autor a partir da RAIS do MTE, disponível em <http://pdet.mte.gov.br/acesso-online-as-bases-de-dados> acesso em 24 jun. 2015

Embora essa metodologia permita calcular os valores para todos municípios brasileiros em que os dados da RAIS estão disponíveis, apresentamos os dados apenas de alguns destinos consagrados. Inclusive porque muitas vezes o nome oficial e divisão administrativa não condiz com a nomenclatura e entendimento

<sup>XIV</sup> Esse grau de especialização é medido pelo Quociente Locacional (QL). Esse índice compara a proporção de empregados em determinado setor em um local com a mesma proporção em uma área de referência, neste caso o Brasil, e permite avaliar se há maior proporção de empregados naquela atividade naquele local indicando, portanto, uma especialização produtiva. O QL é sensível ao tamanho e diversidade das economias avaliadas, assim, municípios menores tendem a apresentar índices de especialização mais elevados, enquanto aglomerações mais populosas por conta de sua diversidade produtiva tendem a apresentar QLs mais baixos, mesmo que em números absolutos agrupem a maior parte dos postos de trabalho em determinada atividade.

<sup>XV</sup> A tabela com as ACTs utilizadas de acordo com a classificação CNAE 2.0 está disponível no artigo em <http://www.enanpege.ggf.br/2015/anais/arquivos/10/304.pdf> acesso em 3 mar. 2017.

pelos quais os locais são conhecidos e praticados pelos turistas, como o caso de Cairu (BA) mais conhecido pelo Morro de São Paulo.

**Tabela 1 –Turisticidade e Urbanidade de destinos brasileiros**

<b>Município</b>	<b>UF</b>	<b>Urbanidade</b>	<b>Turisticidade</b>
Fernando de Noronha	PE	0,08	17,91
Rio Quente	GO	0,23	15,06
Cairu	BA	0,09	13,28
Bombinhas	SC	0,31	9,56
Porto Seguro	BA	1,58	8,73
Parati	RJ	0,30	7,79
Gramado	RS	0,96	7,19
Bonito	MS	0,13	6,63
Torres	RS	0,26	4,56
Foz do Iguaçu	PR	1,99	4,47
Florianópolis	SC	5,11	1,94
Porto Alegre	RS	9,23	1,09
Salvador	BA	9,07	1,01
Rio de Janeiro	RJ	35,67	1,38
São Paulo	SP	56,46	0,93

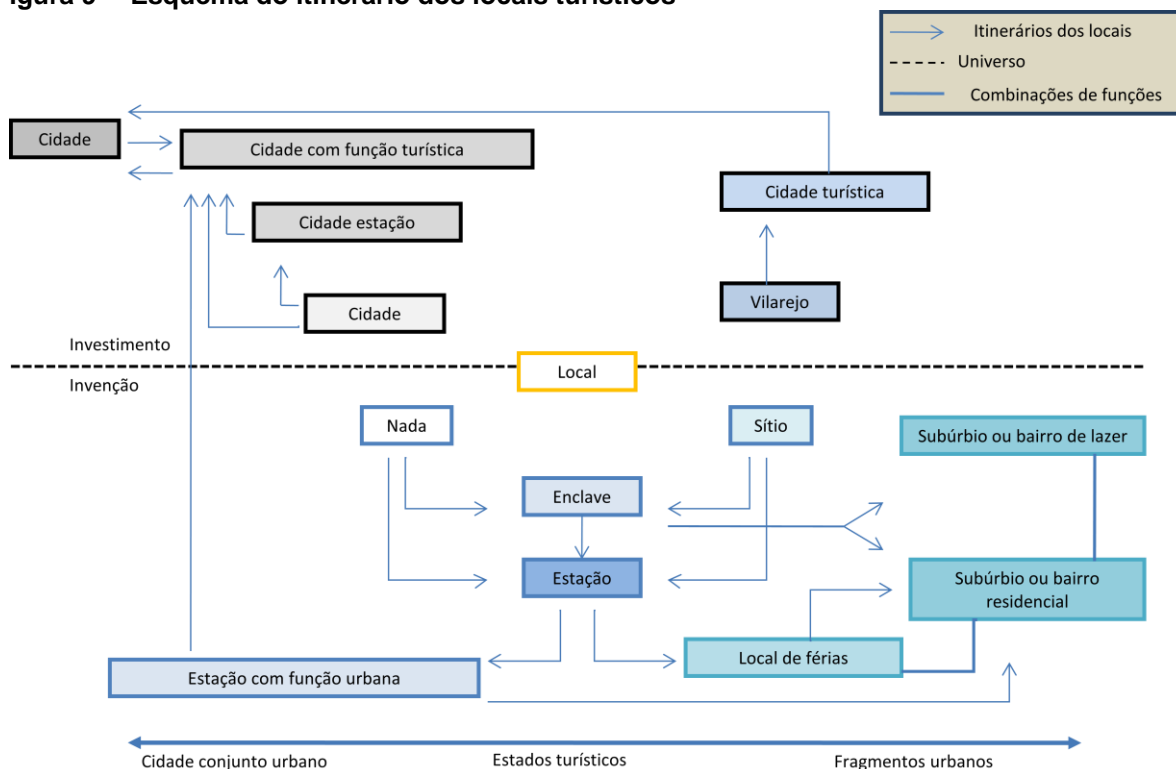
**Fonte: Elaborado pelo autor a partir da RAIS, MTE. Acesso em 24 jun. 2015.**

O propósito ao apresentar esta tipologia é sublinhar a diversidade de tipos espaciais produzidos pelo Turismo e distanciá-los da abordagem que ao teorizar o espaço turístico menciona-o em abstrato, mas subentende em suas generalizações apenas os tipos estação e enclave. Assim, essa tipologia permite uma leitura com mais nuances das dinâmicas espaciais do Turismo e dos processos em que esse cria, ou investe em, locais. Ao estudar Porto Alegre como objeto parece particularmente adequado abandonar uma designação baseada na dicotomia entre de 'locais turísticos' e ' locais não-turísticos' em prol de uma ferramenta que indica que os locais não são turísticos do mesmo modo. Como comparar, por exemplo, um enclave, cuja lógica é o isolamento, com uma cidade com função turística, que se pauta pela copresença da diversidade? Por que entender enquanto turísticos apenas espaços como a estação, em que essa é a atividade principal, e desprezar espaços como a cidade paradoro, onde a pertinência e produção de efeitos do Turismo é presente, embora esse seja coadjuvante?

Outro motivo de destacar essa tipologia é seu caráter diacrônico. A chave para essa proposta foi a observação da dinâmica e evolução dos locais turísticos ao longo de duzentos anos. Constata-se que os tipos apresentados não são estáticos,

mas transformam-se de acordo com certo repertório de trajetórias evolutivas ilustradas no gráfico a seguir:

**Figura 9 – Esquema do itinerário dos locais turísticos**



**Fonte:** Equipe MIT, 2012 p.225; Equipe MIT, 2011, p.247; Duhamel, 2003, p.72. Adaptado pelo autor

A partir de dois universos, o dos locais criados pelo Turismo, e o dos locais investidos pelo Turismo, existe a possibilidade de transição de um estado turístico para outro, seguindo um percurso coerente. A trajetória completa pode ser observada ao partir-se da criação de um enclave *ex nihilo*, que ocasionalmente pode abrir-se e transformar-se em estação, posteriormente desenvolver funções urbanas, que podem suplantam o Turismo legando-lhe um papel coadjuvante em uma cidade com função turística, ou até levar a seu abandono ao ser dominado por uma lógica do habitar permanente e não mais temporário, em um bairro de lazer. No trabalho da Equipe MIT (2011, p. 251) Victoria Falls no Zimbábue e Palm Beach, na Flórida são apontados como dois exemplos dessa trajetória completa. Miami, também na Flórida, é outro caso, em que pese já tenha sido criada como estação (ÉQUIPE MIT, 2011, p. 251). No entanto, além desse percurso extenso, também é possível uma permanência continuada da monofuncionalidade turística, ou ainda a opção de abandonar o Turismo em favor de outra atividade, mesmo que porventura venha a

ser retomado no futuro. Para Equipe MIT existem duas lógicas nas trajetórias dos locais turísticos:

A existência de um sistema de observação das trajetórias dos locais turísticos permite identificar duas lógicas principais: uma mudança da qualidade do local indo no sentido de um reforço de seus atributos turísticos, ou indo no sentido de um ganho de urbanidade, coexistindo, por vezes, suplantando o Turismo. (ÉQUIPE MIT, 2011, p. 253)<sup>48</sup>

O estudo das trajetórias percorridas pelos locais turísticos brasileiros desde a sua criação e / ou investimento parece ser uma agenda de pesquisa pertinente, mas que ultrapassa os objetivos desta tese. No entanto, esse marco teórico servirá de suporte para a análise as trajetórias dos sítios turísticos de Porto Alegre na próxima seção deste trabalho.

O propósito ao apresentar esses itinerários é porque apontam para uma relativa instabilidade desses arranjos turísticos, que podem ser reforçados ou abandonados, de acordo com os interesses dos atores do sistema (turistas, governos, personagens locais) ou devido à dinâmicas espaciais mais amplas. Como pontua Duhamel (2003, p. 71): "um local atravessado pelo Turismo não é turístico de maneira definitiva: ele está suscetível de rumar para uma 'saída do Turismo'"<sup>49</sup>, e assim, "o futuro dos locais turístico resta aberto" (DUHAMEL, 2003, p. 82). Ao estudar esses percursos é interessante ter em conta a constatação da Equipe MIT (2008 p. 228) de que "O itinerário dos locais resulta dos conflitos opondo interesses contraditórios"<sup>50</sup>. Neste sentido, a importância do Turismo nos arranjos regionais e sua contribuição para a dinâmica socioespacial parece variar entre os diferentes tipos de local. Como sublinha Violier (2009, p. 34):

A dinâmica da destinação será, portanto, influenciada pelo peso do Turismo no lugar, que dimensiona a presença de atores profissionais, e pela consciência e representações que os habitantes têm do papel do Turismo no local.<sup>51</sup>

O mesmo autor propõe um cruzamento entre essa tipologia de locais turísticos apresentada e a configuração desses arranjos, conforme o quadro a seguir:

**Quadro 5 – Configurações dos locais turísticos**

	Tipos	Papel do Turismo	Atores públicos	Atores privados	Residentes	Projeto autóctone
<b>Locais criados pelo Turismo</b>	<b>Enclave turístico</b>	Essencial	Afastados	Monopólio	Nulo ou à parte	Empreendimento
	<b>Estação turística nova</b>	Essencial	Adquiridos	Concorrência intraturística	Estação nova: maior parte dos residentes vivem do Turismo, logo adquirida.	Estação
	<b>Estação turística antiga</b>	Importante	De adquiridos a compartilhados	Concorrência intraturística	Processo de residencialização, aparição de oposição entre habitantes temporários (segunda residência) e permanentes	Estação-cidade
<b>Locais investidos pelo Turismo</b>	<b>Sítio turístico</b>	Essencial	À margem	Adquiridos	Nulo	Empreendimento
	<b>Cidade turística</b>	Subalterno	Compartilhados	Concorrência dupla intraturística e extraturística	De indiferentes a hostis	Cidade
	<b>Cidade turistificada</b>	Essencial	De adquiridos a compartilhados	Concorrência intraturística	Hostis	Cidade -estação
	<b>Cidade paradoro</b>	Subalterno	Compartilhados	Concorrência dupla intraturística e extraturística	De indiferentes a hostis	Cidade

Fonte: (CLERGEAU e VIOLIER, 2012)



No quadro são considerados: a importância do Turismo, a presença e a relação entre os atores, a atitude dos residentes e o projeto autóctone para o local. Nota-se que a presença e posicionamento de certos atores estão vinculados ao próprio processo de turistificação, que é particular a cada um dos tipos de locais e pode se pensar sua transformação de acordo com os itinerários evolutivos apresentados anteriormente. Assim, um enclave corresponde a um monopólio privado com pouca influência de atores públicos em seu cotidiano, com sua abertura e transformação em estação um poder público local pode vir a ser adquirido. Em uma cidade-paradouro o Turismo tem um papel subalterno, o interesse do poder público é dividido com outros setores e os atores privados sofrem concorrência extraturística ausente nos tipos criados pelo Turismo ou na cidade turistificada. Esses exemplos apontam que os arranjos, as estratégias dos atores e as dinâmicas dos locais diferem entre aqueles onde o Turismo é o motor essencial e aqueles onde ele se insinua, mas concorre com outras atividades. Para Violier:

Em quatro tipos de local (o sítio, o enclave, a estação e a cidade turistificada), a posição do Turismo é essencial, mas o sistema de atores é mais simples e ainda sob o controle dos empreendedores do Turismo, ao contrário da cidade com funções turísticas onde os atores do Turismo não dominam todos os meios e devem compor com outros, direcionado por outras funções. (VIOLIER, 2009, p. 35)<sup>52</sup>

Nesse sentido, a tipologia de locais turísticos parece contribuir também para a compreensão das dinâmicas internas entre os atores dos destinos turísticos e sublinhar diferenças de acordo com o papel do Turismo em cada local. A diversidade espacial desses tipos de local parece corresponder uma diversidade de arranjos e estratégias de atores. Isso vai ao encontro do que já foi apontado: nem todos os espaços são turísticos do mesmo modo.

Uma limitação dessa proposta tipológica, no entanto, como sublinha a própria Equipe MIT (2011) é sua indefinição em relação à questão da escala. Como identificar e delimitar o local turístico? Considera-se a escala de um território administrativo, de um perímetro urbano, de um quarteirão? Mais do que uma resposta ou parâmetro é necessário avaliar essas situações frente ao recorte espacial estudado. Isso porque a tipologia propõe-se como ferramenta e não como resultado, não deve ser confundida com a intenção de reificação das relações socioespaciais. Um exemplo de caso que apresenta esses desafios é Foz do Iguaçu, PR. Em uma escala ampla poderíamos caracterizá-la atualmente como 'cidade com

função turística'. Em uma delimitação mais próxima e considerando sua trajetória histórica, percebemos que transitam ali características de diversos tipos. Inicialmente criada com propósito militar, a presença de um sítio, as Cataratas do Iguaçu, subverteu-a em estação. A construção da hidrelétrica de Itaipu transformou novamente a dinâmica local, em uma dicotomia característica do tipo cidade estação. O aumento de importância de sua situação fronteiriça, com crescimento do comércio e correlatas funções administrativas, bem como a busca por mobilidades de corporativas e de eventos são alguns aspectos que reduziram sua dependência das mobilidades turísticas, em que pese sua vivacidade. No entanto, no interior desse contexto existem locais como resorts e termas, com limites e separação do entorno característicos dos enclaves. Por outro lado, as Cataratas do Iguaçu não abandonaram a característica de sítio, visto seu isolamento devido aos propósitos conservacionistas da condição de Parque Nacional, que na qualidade de espaço de lazer recebe além de turistas uma população local.

Já o caso de Porto Alegre aproxima-se dos tipos "cidade com função turística" e "cidade paradoro" e é contemplado pelo quadro de Cleargeau & Violier (2012). O Turismo ocorre de modo subalterno a outras atividades e interesses na cidade, tema a ser explorado no capítulo roteiro C do capítulo quatro. Inclusive sua imagem turística é em parte construída por seu destaque como centro comercial, cultural, econômico, mas não *recriativo*, como abordado no roteiro B do capítulo quatro. O Turismo e seus empreendimentos sofrem uma concorrência dupla, intraturística com outros destinos, e extraturística com outras prioridades da cidade. Neste sentido pode-se apontar uma atitude que oscila do apoio à hostilidade ao Turismo, por parte de sua população.

## **2.2 Visitar o nó: a cidade como palco de discurso e práticas turísticas.**

Se, como visto, o Turismo emerge da sociedade urbana capitalista, são as cidades os primeiros locais a constituírem-se em destinos turísticos, como apontam Knafou (2007); Urbain (2002) e Equipe MIT (2005). O período entre os séculos XVI e XVIII quando existia não mais que um proto-Turismo (ÉQUIPE MIT, 2005) na Europa, eram as cidades que figuravam nos relatos das coisas vistas por mercadores, diplomatas, prelados e outros escassos viajantes. Por concentrarem os

equipamentos de hospedagem, “emerge[m] como uma ilha acolhedora no universo dos viajantes” (URBAIN, 2002, p. 182). O campo e os espaços não povoados, ao contrário, eram sinônimo de perigo, da natureza hostil e da ausência de “algo digno de nota”. A sensibilidade estética que iria despertar fluxos para novas paisagens, conotadas como pitorescas ou sublimes (LÖFGREN, 2006) era ainda incipiente.

No início dessa cultura paisagística, uma das primeiras curiosidades turísticas é a cidade. Seguindo a proposta de estudar o Turismo a partir das práticas dos visitantes, uma delas é a caça de panoramas (LÖFGREN, 2006; LEOTTA, 2005). Há uma prática que busca decifrar o espaço, dominá-lo e torná-lo inteligível: a observação a partir de um ponto de vista mais alto. O que vale para cidades, sua integração com o sítio, bem como para outras paisagens. Posteriormente, outra prática, ligada à vontade de descoberta, irá possibilitar a emergência de um trajeto reticular composto por cidades notáveis, é o ritual da viagem de iniciação que fazia parte da educação da juventude da ascendente burguesia, e que caracteriza o início da mobilidade por prazer: o *Grand Tour* (URRY, 2001).

Ao estudar a turistificação do espaço de Londres e de Paris, no século XIX, Duhamel (2007a) percebe que o funcionamento turístico da metrópole se assenta e se atualiza sobre três recursos principais: o gosto pela modernidade, expressa nas grandes realizações arquitetônicas e urbanísticas; a valorização e redescoberta do patrimônio; e, os grandes eventos que alimentam essa modernidade urbana e permitem aos turistas participar dos lugares e momentos da vida da cidade. “*Ser turista na cidade, isso é vir a ‘descobrir’ tanto os traços do passado quanto a riqueza do presente ao reencontrar os cidadãos e viver com eles os eventos*” (DUHAMEL, 2007a, p. 343).<sup>53</sup>

Percebe-se assim um movimento de transformação das práticas e *performances* turísticas que acontecem na cidade ao longo do tempo. Recursivamente, também há uma transformação dos espaços da cidade devido à urbanidade característica que o Turismo leva a essas áreas. Ao início a urbe era o ponto de concentração de equipamentos e serviços vinculados à hospitalidade, em um momento em que os transportes eram lentos e as paradas obrigatórias. A prática da busca pelo panorama aponta o início de interesse na visita da cidade por si só, não necessariamente vinculada a busca por algum serviço ou comércio. Esse parece ser o início do Turismo na cidade. Na transição do século XVIII para o XIX,

período em que a viagem é tida como um instrumento de formação, há o surgimento dos guias de viagem e gêneros semelhantes, como o relato de viajantes — processo que será discutido no capítulo quatro. Esses apontavam o que visitar, o que observar, quais informações ter em conta, ou seja, atuavam como verdadeiros manuais dos modos de experimentação urbana. Após a vista do panorama, vem a peregrinação pelo espaço público e a visita aos *sights* (pontos turísticos), signos que continham a chave interpretativa para os costumes, valores e realizações do povo visitado. Aqui cabe recordar o desenvolvimento de uma semiótica da atração turística, em que o Turismo é tido como a busca pela autenticidade neste encontro com o outro (MACCANNELL, 2006; 2010).

Nós visitamos cidades para experienciar suas distintas misturas de diferença humana, seu desenho (bairros, parques, arquitetura e outros monumentos), as maneiras como elas adaptaram-se às tecnologias e aos seus cenários naturais, as suas manifestações de riqueza e de pobreza, quanta diferença humana e inclusive descaminhos elas toleram, a distinção de seus restaurantes e alojamentos, as instituições culturais que elas abrigam, o calor, frieza e outros maneirismos de seus residentes. Desde a perspectiva do turista, tudo isso é uma variação simbólica sobre o tema da 'alteridade' urbana. (MACCANNELL, 2010, p. 83)<sup>54</sup>

Historicamente, essa busca levou ao questionamento dos locais institucionalizados turisticamente (*sights*). Urbain (2002), citando um guia de Nova Iorque de 1888, aponta uma nova proposta de experimentação turística das cidades. Para conhecer uma cidade é preciso explorá-la, imiscuir-se em sua trama, estar na rua, conviver com os locais, enfim, abandonar o circuito turístico de monumentos, museus, parques, igrejas e teatros. Percebe-se que há uma ampliação do escopo de aspectos da cidade que são turistificados. Isso implica em uma mudança do discurso turístico, o turista está “livrado da obrigação de verificar se o real coincide com o que indica o Guia, o leitor torna-se um curioso” (RAUCH, 2007, p. 41). A viagem passa a ser encarada como uma experiência de si, e o código de leitura são as impressões e emoções que o encontro com o lugar produz no visitante. O roteiro D, no quarto capítulo, centra-se sobre esse diálogo e experiência do habitar temporário em Porto Alegre, reafirmando essa interação em parte em parte mediada por um discursos, repertório dos visitantes, materialidades presentes no encontro, e em parte autônoma sendo alimenta no quadro de um projeto de visitação.

Esse novo papel do guia, ou do mapa, como ferramenta que possibilita o encontro e o diálogo entre visitante e lugar visitado também fica claro no relato de Rosseto (2012) sobre o uso de mapas turísticos em Berlim (Alemanha). Extrapolar a

experiência turística da cidade como decifração de um texto ou imagem, evidencia a perspectiva espacial e corporificada de um espaço turístico também pautado pelas *performances* e por uma dimensão não-representacional. *Performances* que participam na tessitura das relações espaciais e influenciam a criação de lugares (COLEMAN e CRANG, 2008), mesmo que efêmeros. A presença dos visitantes implicará em uma nova urbanidade para essas áreas da cidade, pois ali se instauram novidades em termos de: comércios e serviços, equipamentos, práticas de olhar, modos de governo, ideologias e imaginários. São relações que, como apontam Lussault & Stock (2007, p. 242), são “constitutivas do urbano”, recordando-nos que “o Turismo e o urbano se inventam mutuamente e reciprocamente, em permanência”<sup>55</sup>.

O movimento centrípeto da mobilidade turística em direção à cidade, animado no século XIX também pela vontade de descobrir as novidades da modernidade, se inverte. Com a expansão da industrialização e o crescimento da cidade industrial ganha vigor o discurso antiurbano. A cidade é percebida como um local com ausência de beleza, poluído, barulhento, pestilento, em que se acumulam problemas sociais: um câncer moderno. Essa visão negativa para com a cidade justifica outras mobilidades turísticas, vinculadas à busca pela natureza e ao escape dos problemas cotidianos das grandes aglomerações. Escape que é apenas possível pelo próprio desenvolvimento de inovações modernas como o trem.

Neste contexto conturbado, a cidade aparece, portanto, como uma ‘curiosidade’ ambígua. Atrativa e repulsiva, constata-se hoje em dia que ela se inscreve no universo do turista mais como uma *antidestinação*. Sua primeira qualidade é ser doravante uma entidade *centrifuga*: a cidade inspira agora os comportamentos coletivos de fuga tanto quanto os movimentos turísticos de busca. (URBAIN, 2002, p. 189)<sup>56</sup>

Tendo em vista o caráter pioneiro da cidade enquanto palco para práticas turísticas, é interessante analisar como esse espaço produzido por outras dinâmicas torna-se objeto de um discurso produzido para visitantes e adquire essa nova funcionalidade. Embora se reconheça a variedade de diferentes situações urbanas criadas pelo Turismo, estamos nos referindo à cidade com função turística, polivalente, em que o Turismo está imiscuído como mais uma dentre as diferentes atividades e funções.

As cidades constituem centralidades polarizadoras de fluxos, por concentrar os aparelhos de Estado, serem as praças de mercado para trocas, ofertarem ampla

gama de serviços e permanecerem como sedes de decisão tanto do setor privado quanto do público. Monte-Mór & Limonad (2011, p. 231) apresentam a cidade como sede da tríade festa, poder e excedente coletivo. Por esses atributos, percebe-se que as cidades, além de centros emissores de visitantes, também são destinos turísticos importantes<sup>XVI</sup>. Embora não exista relação direta entre a presença do Turismo e o tamanho e a situação de uma cidade na rede urbana, a centralidade e importância de urbes com posição de destaque na hierarquia urbana a torna polarizadoras de fluxo de visitante. Embora não sejam necessariamente turísticos podem desencadear um processo de turistificação.

A excelência de um lugar turístico está ancorada na construção de um simbolismo identitário forte o suficiente para que as pessoas o percebam como alteridade que merece que para ali se desloquem e desenvolvam determinadas práticas. Esse simbolismo parece ser mais relevante que a qualidade dos serviços ou a busca por seu aperfeiçoamento para a permanência de um local na condição de destino turístico ao longo do tempo, como indica Piriou (2009). A definição semântica da palavra 'destino', pode ser entendida como uma composição em dois pólos em *continuum*: um local aonde ir/permanecer e um emprego, uso ou função ao qual o local está destinado (KADRI e AL, 2011). A constituição de uma cidade enquanto destino turístico, nesses termos, está vinculada à capacidade de criar e de comunicar narrativas e propor *performances* sobre seu espaço, seus personagens e suas sociabilidades, de modo a despertar o interesse e a possibilidade de conhecê-la em uma visita turística. Elementos que são combinados e agregados a outras formas de mobilidade, como aquelas que procuram as cidades por seus serviços e negócios.

Com efeito, a cidade é caracterizada pela diversidade de seus habitantes, apesar de não distinguirmos necessariamente a mobilidade turística das outras, notadamente aquelas ligadas às funções metropolitanas ou mais modestamente regionais. É preciso um grau de turisticidade elevada para que o Turismo seja visível, uma frequência estrangeira, por exemplo, revela o Turismo aos olhos dos habitantes. Isso tendo em vista ainda as representações dos atores urbanos que vêem o Turismo por meio de suas próprias práticas, ou que não consideram espontaneamente que esse possa ser um fator importante de sua urbanidade. (VIOLIER e ZARATE, 2007, p. 147)<sup>57</sup>

---

<sup>XVI</sup> No próximo capítulo apresentaremos alguns mapas que corroboram essa afirmação, em especial no caso das metrópoles nacionais para o caso brasileiro.

Em um contexto urbano ao mesmo tempo extensivo e fragmentado, Gastal (2006) propõe uma leitura semiótica para cidade e suas narrativas. Para a autora o imaginário turístico sobre a cidade está calcado na tríade: praça, palco e monumento. A praça corresponde ao lugar do encontro, das trocas e das festas. O monumento como elemento para a constituição da identidade e memória daquele espaço em diferentes tempos e como possibilidade da leitura e interpretação dessas pelos visitantes. O palco como um local para ver e ser visto, com destaque para o espaço público. Esse entendido como em Gomes (2013) enquanto espaço da publicidade, e, portanto, distinto do espaço político, da *polis*. Certamente esses são elementos simbólicos e podem travestir-se e estar presentes em outros referentes: o *shopping* corresponder à praça, o metrô ser um monumento, ou praça ser o palco. No entanto, permanecem como alegorias por meio das quais se pode buscar uma compreensão sobre os modos de experimentação urbana contemporânea e seus simbolismos.

As cidades são frequentadas por outras populações além de seus habitantes porque são lugares de concentração, de acumulação e de trocas. E, além disso, porque elas são obras humanas incessantemente refeitas pelas populações [e gerações] que nela se sucedem (KNAFOU, 2007, p. 10)<sup>58</sup>

Duhamel (2007b), bem como Lèvy (1999), caracterizam a cidade como espaço da co-presença, uma organização feita para maximizar a interação. Para os autores, a lógica da cidade é a possibilidade de múltiplos encontros que essa aglomeração permite. Encontros que têm apelo turístico ao gerar a oportunidade de trocas sociais, econômicas, culturais, estéticas e que são um signo de cosmopolitismo e de urbanidade.

Essa mútua invenção implica em considerar os habitantes temporários como parte da dinâmica das cidades, uma vez que sua co-presença caracteriza certa urbanidade, assim como a sua ausência assinala outra.

Mas também implica em considerar as mutações que transformaram o Turismo em um “gênero comum” (LUSSAULT, 2007). A noção de gênero comum indica que ele é um “operador da construção e do funcionamento de um Mundo globalizado como realidade compartilhada, como horizonte de toda sociedade” (LUSSAULT, 2007, p. 335). Cada vez mais, diferentes locais tornam-se portadores de princípios, signos e funções turísticas. É possível visualizar que as práticas turísticas passam a ocupar interstícios do mundo cotidiano (LUSSAULT, 2007;

COLEMAN e CRANG, 2008; MACCANNELL, 2010). Os modos de experimentação turística da cidade são empreendidos tanto por habitantes temporários, como por seus próprios habitantes permanentes – o que condiz com o que Gastal e Moesch (2007) denominam por “Turismo cidadão”, em que buscam experimentar seu espaço cotidiano de modo diferente. Outra mudança é que com a difusão e interconectividade urbanas há a emergência de um “habitar politópico” (STOCK, 2007), pessoas que se instalam por um período do ano ou da semana em um local e o restante em outro, ou movimentos pendulares que ampliam o raio do que é considerado o seu espaço de vivência cotidiana. Nesse contexto, as próprias classificações pautadas no local de residência e territorialidades singulares, características de uma sociedade sedentária e de baixa mobilidade, tornam-se questionáveis. Em relação aos fluxos turísticos, as estatísticas (UNWTO, 2012) apontam para viagens de férias mais curtas, e as escapadas de final de semana e feriados prolongados mais frequentes. Nesse quadro, as cidades voltam a ser destinos eleitos, recuperando-se após a queda de sua frequência frente ao discurso antiurbano.

### **2.2.1 Turismo: uma trama do tecido urbano na arquitetura produtiva do capitalismo**

Observa-se um movimento, em especial nos últimos 40 anos, em que as cidades buscam diferenciar-se da impessoalidade, indiferença e homogeneidade que as caracterizavam no discurso antiurbano. Para isso é necessário constituir seu imaginário como um lugar, ou um arquipélago de lugares, denotados pelo prazer, pela distinção e pela valorização do que significa o acesso à cidade e as possibilidades que essa organização destinada a maximizar as interações oferece. Desse modo, há uma proliferação da criação de marcas (*citybrands*), e a promoção de identidades alinhadas com um ideal urbano que percebe a cidade como o local da festa, do encontro, da diversidade, da cultura, do consumo, do patrimônio histórico e das inovações modernas.

A busca pela criação de lugares, no entanto, indica certo abandono de uma compreensão moderna da cidade enquanto totalidade, aproximando-se de uma urbanização fragmentada. Nesse sentido, a cidade turística talvez seja melhor compreendida como um arquipélago. Hayllar identifica o que denomina de *tourist*



*precints*, determinadas áreas da cidade que acabam por concentrar as atividades dos visitantes e os serviços para eles intencionados, também descritas por termos como *Tourism Districts* (SPIROU, 2011).

De Mattos (2006), ao analisar a dinâmica urbana da América Latina contemporânea aponta que nas últimas décadas é possível verificar-se uma transformação radical na organização, funcionamento e paisagem das cidades. Mudanças que são o produto de uma nova arquitetura produtiva. Outros autores como Harvey (2005), Spirou (2011), Selby (2004) também apontam essas transformações, embora reportando-se ao contexto de países mais centrais ao capitalismo.

O desenvolvimento das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), o barateamento dos custos de transportes e a integração de diferentes mercados estimulou a (re)organização das empresas em rede. Nesse contexto de mobilidade facilitada as organizações passam a buscar vantagens locais, como, por exemplo, mão de obra mais barata, ou mais qualificada, menor preço de solo, custo mais baixo para novas estruturas produtivas, regulações urbanísticas e ambientais mais permissivas, créditos e incentivos fiscais. Isso desencadeou a descentralização, flexibilização e dispersão das distintas atividades produtivas – também conhecido como *outsourcing* – implicando em um movimento de relativa desindustrialização das cidades e de sua progressiva terceirização. Como consequência, os serviços assumem um protagonismo maior nessa nova economia das urbes. A presença de áreas abandonadas pelas atividades que se deslocaram permite projetos de refuncionalização e novos investimentos nos centros urbanos. O papel da imagem e do marketing também adquire certa proeminência para cidades que competem pelos investimentos desse capital móvel – no que Harvey (2006) denomina cidade empreendedora. Sobre essa concepção, Souza (2008, p. 97-98) aponta que:

Seu inimigo declarado, no mundo todo, é o planejamento regulatório clássico: para os seus adeptos e entusiastas, uma cidade deveria atuar tal qual uma empresa, envidando esforços para atrair investimentos e visitantes. Cada cidade concorre com as demais por capitais e turistas, e o objetivo básico é tornar-se cada vez mais *competitiva*. Para isso cumpriria modernizar-se, participar de redes internacionais de vários tipos e, *last but not least*, construir uma 'governança' eficiente (alianças e 'pactos' entre Estado e sociedade civil, e empresários em especial) e oferecer vantagens e benefícios a investidores em potencial, como incentivos fiscais e relaxamento *ad hoc* de normas de uso do solo urbano.

Além da exploração de vantagens específicas em relação a divisão internacional do trabalho, Harvey (2005) aponta outras três estratégias empreendidas nesta competição urbana: promover-se como centro de consumo, buscando o gasto de poupanças de outros locais; atrair atividades de controle e comando referentes às altas finanças, ao governo, à coleta de informações e ao seu processamento (incluindo a mídia); e, procurar por saldos e investimentos dos governos centrais.

Essas quatro estratégias não se excluem entre si, e a prosperidade desigual das regiões metropolitanas deve-se à natureza das coalizões formadas, à combinação e ao ritmo das estratégias empreendidas, aos recursos específicos (naturais, humano, localizacionais) com os quais a região metropolitana é capaz de trabalhar, e do poder de competição (HARVEY, 2005, p. 178).

A proeminência de uma cidade na rede urbana, a facilidade em acessá-la, e a centralidade que a torna abrigo de comércio e serviços especializados são algumas das vantagens locacionais e fatores para o sucesso enquanto destino de fluxos de mobilidade. Assim, pode-se perceber São Paulo (SP) com o maior parque hoteleiro do país e principal portão de ingresso ao Brasil. Em uma definição oficial, que toma por turística todas as mobilidades, a metrópole nacional suplantaria destinos com imaginário turístico consagrado, como Rio de Janeiro (RJ), Foz do Iguaçu (PR) e as praias nordestinas (IBGE, 2011).

Nessa nova configuração econômica reticular percebe-se, de modo generalizado, um aumento expressivo da mobilidade. Como aponta Telles (2005), se por um lado as TICs possibilitaram e banalizaram novas formas de comunicação, elas também viabilizaram o aumento das conexões existentes e da necessidade de comunicar novos conteúdos. Assim, ao invés de significar a diminuição das mobilidades, as TICs acarretaram no aumento do desejo em deslocar-se e na valorização dos lugares e das experiências portadores de alguma riqueza exclusiva, não telecomunicável. Um contexto em que cada vez mais pessoas encontram-se em algum momento na condição de turistas.

Esse aumento da mobilidade tem implicado, certamente, no crescimento das ditas atividades características do Turismo (ACTs) – hospedagem, alimentação, transportes, entretenimento, cultura. Spirou (2011) recorda que a própria organização produtiva em rede impulsiona a necessidade por eventos, convenções

e encontros entre os distintos colaboradores e parceiros de uma mesma empresa ou ramo de negócio. A difusão da cidade-arquipélago, com forma urbana fragmentada e conectada por redes, aponta para um aumento das mobilidades e para necessidade de encontros que supram a perda da condição de co-presença, antes comum em uma cidade compacta.

Em tal contexto competitivo e de grande mobilidade, ganha importância a promoção de imagens urbanas e das cidades enquanto marcas. Mais do que isso, marcas vinculadas a valores relacionados à recreação, ao entretenimento, ao consumo e à qualidade de vida. O gênero comum do Turismo desponta como um signo dessa urbanidade. Nesse movimento, mesmo as cidades com demanda calcada na mobilidade corporativa, buscam diminuir os efeitos da sazonalidade e rentabilizar os investimentos feitos em uma estrutura receptiva através da diversificação de sua oferta. Algumas iniciativas nesse sentido são: a criação de equipamentos lazer, ou a realização de intervenções urbanas com a intenção de magnetizar visitantes, a exemplo de ícones arquitetônicos ou a realização de eventos; mas também a produção de uma imagem da cidade enquanto destino turístico através da publicidade e promoção, bem como a ativação e valorização turística de seu patrimônio. Ou seja, essas cidades procuram se tornar turísticas promovendo seus lugares, manifestações e paisagens enquanto elementos dignos de capturar o “Olhar do Turista” (URRY, 2001). De tal modo, é possível perceber que o Turismo, prática tradicionalmente associada à fuga da cidade industrial, torna-se atualmente um signo de urbanidade e de centralidade dessa cidade terciária simbolizada pela festa, multiculturalidade e poder. Um processo em que a existência de serviços turísticos e a capacidade de atrair visitantes, interessados na diversidade de opções de descoberta, de jogo, de entretenimento e de consumo que determinada cidade oferece, torna-se uma medida de sua importância enquanto nó da rede global.

Se a situação de destaque das cidades na rede urbana é um diferencial que a indica como destino turístico, todavia, será a organização dos atores sobre a realidade local e os processos intraurbanos que irão sinalizar a constituição de seus espaços enquanto objetos do olhar do turista. A respeito da utilização dessas estratégias de planejamento urbano vinculadas ao Turismo Gravari-Barbas (2013, p. 107) aponta:

Se as cidades fazem apelo a essa mesma “caixa de ferramentas”, elas o fazem de maneira diversa, em função da governança local, das heranças materiais e imateriais de que dispõem, de seu capital humano e de sua liderança política, da situação econômica e social em que se encontram.<sup>59</sup>

Os processos de patrimonialização (BERTONCELLO, 2008; LAZZAROTTI, 2011) e de turistificação parecem identificar-se com a relação entre capitalismo e cultura apontada por Harvey (2005). Através de um simbolismo busca-se criar um monopólio rentável, ou seja, do controle de algum recurso ou qualidade especial de um item escasso que permita influenciar seu valor. Isso implica, por um lado, em inserir no mercado atributos e valores de natureza qualitativa que passam a ser precificados. Por outro, aumenta a busca por distinção que permita auferir rendas monopolistas através de critérios de especialidade, singularidade, autenticidade. A descrição das mercadorias e serviços procuram torná-las incomparáveis, e embutir em seu preço as externalidades que lhe dariam essas denotações originais.

Muitas alegações se apoiam em narrativas históricas, interpretações e sentidos das memórias coletivas, significados das práticas culturais etc.: sempre há um forte elemento social e discursivo operante na construção de tais alegações. Logo que estabelecidas, porém, tais alegações podem ser devolvidas com força ao ponto de origem para a extração das rendas monopolistas, já que, na mente de muitas pessoas ao menos, não existirão lugares outros além de Londres, Cairo, Barcelona, Milão, Istambul, São Francisco, ou seja onde for, para obter acesso a tudo quanto seja supostamente único a tais lugares (HARVEY, 2005, p. 233).

Os diferentes arranjos de atores e suas possibilidades apontam para uma variedade de iniciativas e de resultados em relação à inserção das cidades nesta competição urbana. Dantas (2010) demonstra como ocorreu a associação entre Turismo e capital imobiliário no nordeste brasileiro, com profundos efeitos no processo de urbanização das metrópoles daquela região. Entretanto, tal situação parece não ocorrer com a mesma ênfase nas metrópoles não litorâneas do centro-sul do país, em que o capital imobiliário e o capital do setor de Turismo seguem, de modo geral, com estratégias distintas pertencendo a ramos de atividades diferenciados.

Difícilmente a condução de uma política de Turismo e a promoção de uma imagem cidadina vinculada à cultura e ao entretenimento é levada a cabo apenas pelo setor público, pois seu sucesso irá depender do apoio e de alianças com outros setores, isto é, de uma governança. Nesse processo a população residente tem papel crucial, na medida em que valida essa identidade promovida e também a promove, indicando locais a serem visitados e práticas a serem realizadas, no que

seria uma territorialidade pautada pela hospitalidade. No entanto, essa é uma arena política em que nem sempre há sinergia. Nem sempre há um alinhamento sobre qual imagem deve ser promovida. Como aponta Selby (2004, p. 23):

O desenvolvimento do Turismo requer a produção de lugares e anfitriões míticos, e esses mitos estão vinculados por dependências político-econômicas e culturais. Selwyn (1996) também demonstra que não existe um processo singular [ou simples] e universal na produção e consumo de mitos turísticos.<sup>60</sup>

Nesse contexto, percebe-se que o discurso que procura ganhos pela valorização simbólica de atributos urbanos, e com isso atrair a visitantes e a capitais compete com outros, e, nem sempre é hegemônico. Um exemplo de a alternativa a esse discurso, é o das cidades do medo.

Souza (2008) aponta um discurso sobre a realidade das cidades brasileiras que tem emergido com certa proeminência nas últimas décadas: é o das “fobópoles”, as cidades do medo, em que a busca por segurança se torna um aspecto valorizado com implicações para o uso dos espaços públicos e na paisagem urbana. Para o autor há um fenômeno de fragmentação, que sabota a ideia da cidade enquanto ‘unidade na diversidade’. Há o “encolhimento das margens de manobra, a deterioração da sociabilidade e da civilidade e as restrições ao exercício da cidadania – em suma, ameaças e limitações à autonomia, tanto individual quanto coletiva” (SOUZA, 2008, p. 84), que refletem uma “anemia” do espaço público.

Considerando o papel da turistificação e da patrimonialização para expressar identidade dos lugares e da diferença local em um contexto globalizado, Selby (2004, p. 23) aponta que “um processo dialético parece ocorrer, entre a produção física da paisagem e a produção cultural de valor simbólico”<sup>61</sup>. Neste sentido, questiona-se: como uma paisagem urbana marcada por grades, câmeras de vigilância, e medo da rua, em especial de áreas da cidade já consolidadas, com uma carga simbólica e histórica, mas atualmente marcadas pela obsolescência dada a ineficiência na manutenção dos espaços públicos, dialoga com um discurso turístico que constitui a cidade enquanto local de encontro, da diversidade, do patrimônio comum e da festa?

É um desafio, no entanto parece haver algum diálogo, pois é nessa mesma paisagem de um espaço público “anêmico” que há a expansão do Turismo, ou seriam das mobilidades?

Várias são as evidências de que o mercado de Turismo no Brasil vem sustentando sua tendência de crescimento nos últimos anos: a expansão dos desembarques domésticos, das taxas de ocupação de hotéis, dos gastos de turistas estrangeiros no país, do faturamento e dos postos de trabalho em agências de Turismo, em operadoras e nos meios de hospedagem; o incremento das vendas de pacotes turísticos em agências de viagem, dos aluguéis de veículos para Turismo e mesmo o aumento dos financiamentos ao setor. (MELLO e GOLDSTEIN, 2011)<sup>xvii</sup>

Para compreender esse quadro são necessários estudos empíricos que consigam descrever e explicar os distintos arranjos entre atores, locais e práticas e as peculiaridades de diferentes iniciativas. Cabe uma crítica a certo dedutivismo que se satisfaz ao constatar em campo a presença de tendências globais a esse período do capitalismo, uma limitação que também está presente neste texto.

Entretanto, parece que as iniciativas e projetos de revitalização dos centros, ao menos no caso brasileiro, assemelham ter componentes distintas se comparados aos países mais centrais no sistema capitalista, uma vez que: aqui a inovação e promoção do capital imobiliário continuam a ser feitas, majoritariamente, ainda sobre novas áreas de ocupação; a memória social e o patrimônio como ativos de valorização imobiliária não parecem produzir aqui aos mesmos efeitos de distinção social atribuídos naquelas realidades. Muito dos centros históricos, elementos formadores da identidade de uma comunidade – antigos ou potenciais *tourist precincts* – afiguram-se obsoletos e pobremente comunicados quando comparados à sociabilidade que ocorre em *shopping centers*, parques fechados e outros espaços semiprivados, subespaços que têm emergido com maior presença na vida social das metrópoles e cidades médias brasileiras. Esses espaços, no entanto, nem sempre trazem o discurso de uma alteridade ancorada na identidade local como traço distintivo para capturar o 'Olhar do Turista', sendo mais pautados pela a segurança dos comuns em uma suposta aldeia global. Ainda, assim, para muitos visitantes, em especial de cidades menores, continuam representando o encontro com o espetáculo da modernidade.

---

<sup>xvii</sup> No texto são citados os diferentes indicadores que subsidiaram essas constatações. Apesar da limitação do recorte temporal de referência (até 2009), registra o incremento expressivo do Turismo no Brasil nas duas últimas décadas. Alguns desses indicadores, como número de chegadas de estrangeiros ao país, e quantidade de embarques domésticos estão expostos no capítulo cinco.

### 3. O CAMPO DE INVESTIGAÇÃO: PORTO ALEGRE NO SISTEMA TURISMO

#### OBJETIVOS DO CAPÍTULO TRÊS

- Avaliar a situação e a inserção de Porto Alegre na dinâmica global do sistema Turismo;
- Descrever o processo de urbanização de Porto Alegre, considerando a correlação entre sua evolução urbana e às práticas turísticas que ali têm lugar;
- Caracterizar os fluxos de visitantes e especificar a dinâmica de visitação de Porto Alegre.

#### **3.1 City Tour panorâmico: Porto Alegre e sua formação socioespacial.**

Este trabalho tem Porto Alegre (RS) como campo de investigação convém, portanto, apresentar de modo sintético a gênese de sua formação socioespacial e sua evolução urbana, incluindo-se aí as tendências contemporâneas, bem como seus os vínculos com a rede de cidades. Esse é o objetivo desta seção, que se faz necessária para a compreensão como a função Turismo articula-se neste subespaço e apresenta variações frente à diversidade de impulsos urbanizadores com suas distintas concepções de cidade e formas materializadas na paisagem porto-alegrense. Embora o Turismo só venha a se afirmar em Porto Alegre no século XX, muitos dos espaços hoje reputados como atrativos turísticos da cidade foram criados em outros contextos e assumiram essa função posteriormente, em particular os prédios históricos do centro. Da mesma forma, a posição da cidade em uma rede de interações e mobilidades contemporâneas é algo que se constitui historicamente.

Porto Alegre é a capital do Rio Grande do Sul, o estado mais ao sul do Brasil, fronteiro à Argentina e ao Uruguai – ver Figura 1(p.18). Essa metrópole regional (IBGE, 2008) é um centro mercantil, administrativo, militar, universitário, industrial, financeiro, hospitalar e sua urbanização está vinculada a essa diversidade de funções. Atualmente, a economia do município está baseada em atividades do setor terciário, que representa 87,06% dos 63,99 bilhões de reais de seu PIB (FEE, 2014), embora conserve em menor escala certa produção industrial (12,9%) e agrícola

(0,04%). Porto Alegre é atualmente o décimo maior município em população no Brasil, com 1,472 milhão de habitantes (FEE, 2014), mas já foi o quinto maior do país entre 1940 e 1960. A cidade é o pólo da quinta maior região metropolitana do Brasil com uma população de 4 milhões de habitantes, atrás das metrópoles nacionais, São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ), Distrito Federal e entorno (DF, GO, MG) e de Belo Horizonte (MG).

A evolução urbana de Porto Alegre pode ser seccionada em diferentes fases, de acordo com o critério preponderante assumido. De Souza & Müller (2007) enfatizam as funções urbanas e sua interrelação com fatores populacionais, econômicos, socioculturais, político-institucionais e locacionais. Pesavento (1999a) enfatiza as sociabilidades urbanas, vinculadas ao contexto político, econômico e social de cada época. Singer (1968) enfatiza a relação entre evolução urbana e formação econômica. O quadro a seguir mostra essas propostas. Ao ler-se os subtítulos já é possível apreender as linhas gerais da trajetória de Porto Alegre:

#### Quadro 6 – Periodizações da evolução urbana de Porto Alegre

De Souza & Müller (2007)	Pesavento (1999a)	Singer (1968)/ Alonso & Bandeira (1988) <sup>xviii</sup>
1680-1772 - Ocupação do território/ Formação do Núcleo	1740- 1820 - Origens: da estância de criação de gado à vila açoriana.	1736 - 1820 - A cidade dos Açorianos
1772-1820 - O trigo na região	1820-1890 - Crescimento: de cidade tranquila ao maior centro urbano da província.	1820 - 1890 - A cidade dos Alemães
1820-1890 - Imigração: alemã e italiana	1890-1924 - Consolidação: a ordem burguesa se instala.	1890-1970 - A cidade industrial
1890-1945 - Industrialização	1924-1945 - Renovação - a busca de uma modernidade urbana	1980 -presente - A cidade desindustrializada
1945 - presente - Metropolização	1945-1970 - (Trans)figuração: Da feição democrática a uma nova fisionomia autoritária.	
	1970-1990 (Des)caracterização: O novo e o eternamente igual	

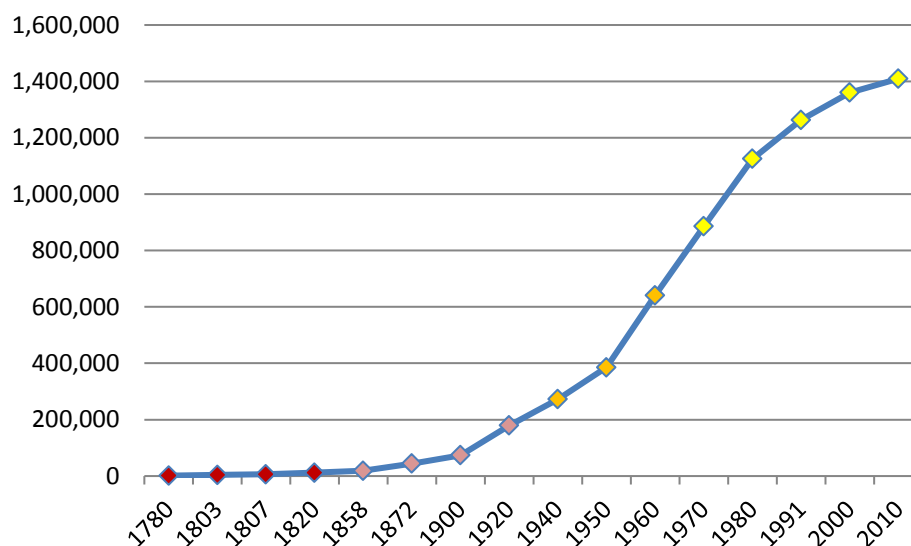
Fonte: elaborado pelo autor

<sup>xviii</sup> Singer (1968) não estabelece marcadores temporais de sua periodização, essas datas foram estabelecidas por nós como um parâmetro de comparação às outras propostas. O último período também não é proposto por singer, mas por autores que ao referenciá-lo indicam mudanças do perfil econômico da cidade.



Um modo de leitura dessas periodizações também é compará-las a curva de crescimento demográfico da cidade.

**Figura 10 – Curva de crescimento demográfico do município de Porto Alegre.**



Fonte: elaborado pelo autor, baseado em (SOUZA, 2008) até 1858, e Censo do IBGE (2017) de 1872 a 2010.

Porto Alegre está em um movimento de transição demográfica, com baixa na taxa de crescimento vegetativo e aumento da população idosa. É importante apontar que o período entre 1950 e 1980, em que houve o maior aumento de população na cidade, corresponde ao período de mecanização da agricultura e êxodo rural. A queda na taxa de crescimento, por sua vez, também pode ser um indicativo de que viver na capital tornou-se demasiado caro e muitas pessoas passam a se instalar nos municípios vizinhos.

A evolução urbana de Porto Alegre é apresentada a seguir em quatro momentos: a cidade colonial, a cidade imperial, a cidade industrial e moderna, o pólo metropolitano e a cidade terciária.

### **3.1.1 A cidade colonial (1730-1820)**

A posição geográfica de Porto Alegre é elemento chave para compreender a sua gênese. Em tempos coloniais esta era uma zona de contato entre as Américas portuguesa e espanhola. No século XVIII a coroa lusitana buscou estabelecer uma ocupação estável da área com o duplo objetivo: consolidar suas possessões junto à

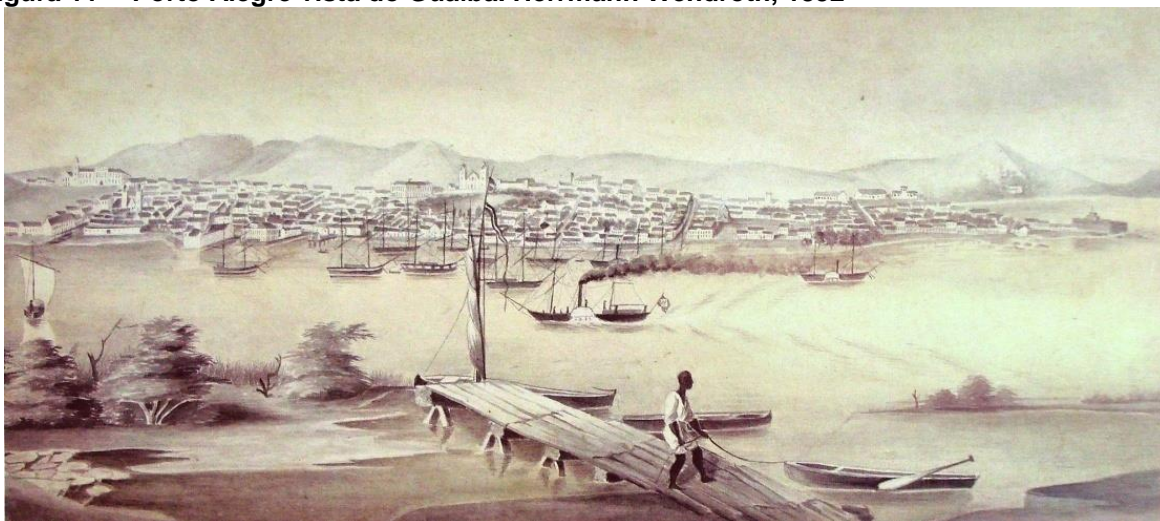
bacia do Rio da Prata, principal via de acesso ao interior do continente; e abastecer, com o gado da área, o núcleo da colônia, cuja atividade principal era mineração. Como aponta Singer (1968) desde sua ocupação a região sul teve, além da subsistência, sua produção voltada para o abastecimento do mercado interno. Assim como Porto Alegre, outras cidades desta 'linha de fronteira', como Rio Pardo e Bagé, tiveram gênese no mesmo contexto de expansão lusitana (GEIGER, 1963)

Na década de 1730 a área do atual município de Porto Alegre estava partida em quatro sesmarias (PESAVENTO, 1999a), doadas a quem pretendesse estabelecer-se na área. A origem do núcleo urbano de Porto Alegre, contudo, é decorrência do Tratado de Madri, de 1750, que estabeleceu a permuta das Missões Jesuíticas na margem leste do Rio Uruguai - inicialmente de domínio hispânico - pela Colônia de Sacramento às margens do Rio da Prata - fundada pelos lusitanos. Para ocupar a nova possessão Portugal envia colonos açorianos, que se instalam provisoriamente no sítio que originaria Porto Alegre e ali permanecem devido a guerras e novos acordos diplomáticos que inviabilizaram sua ida às Missões (PESAVENTO, 1999a).

Duas décadas depois, o provisório torna-se oficialmente permanente, a sesmaria de Jerônimo de Ornellas é desapropriada, a freguesia separa-se de Viamão, são demarcados lotes, abertas ruas e inicia-se a construção dos primeiros edifícios civis e religiosos, e equipamentos como fontes, moinhos, armazéns e um arsenal bélico. Devido às invasões espanholas ao sul e às ameaças que sofria Rio Grande, então capital província, Porto Alegre recebe refugiados e também novas funções militares e administrativas tornando-se a nova capital.

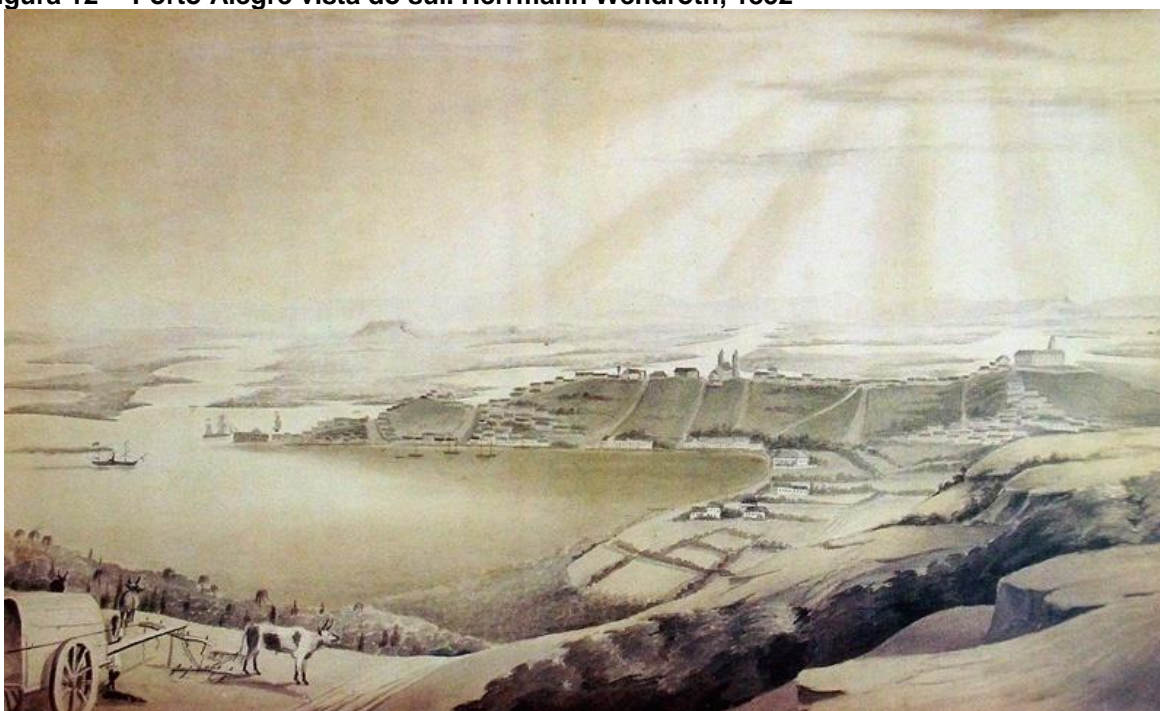
As aquarelas do alemão Herrmann Wendroth, já do século XIX retratam o sítio onde a cidade floresceu.

Figura 11 – Porto Alegre vista do Guaíba. Herrmann Wendroth, 1852



Fonte: disponível em: [https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Herrmann\\_Rudolf\\_Wendroth#/media/File:Wendroth03.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Herrmann_Rudolf_Wendroth#/media/File:Wendroth03.jpg) Acesso em 30 out. 2016.

Figura 12 – Porto Alegre vista do sul. Herrmann Wendroth, 1852



Fonte: disponível em: [https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Herrmann\\_Rudolf\\_Wendroth#/media/File:Wendroth05.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Herrmann_Rudolf_Wendroth#/media/File:Wendroth05.jpg) Acesso em 30 out. 2016.

Porto Alegre inicia em uma península que adentra o Guaíba no eixo oeste-leste e posteriormente estende-se na forma de um leque através de vias radiais. Nessa ponta há uma crista que a divide entre norte e sul. O sítio era estratégico, pois abrigava um ancoradouro de águas profundas ao norte, onde posteriormente instalaram-se o porto e a zona comercial da cidade. Essa face era protegida dos ventos de sudeste pelo promontório, cujo topo também permitia o controle do fluxo

pelo Guaíba, uma confluência de quatro rios, à época as principais vias de acesso ao interior do território, junto à Laguna dos Patos que oferece acesso ao mar. No alto dessa crista instalaram-se as funções administrativas e a residência dos mais abastados. A zona sul, mais úmida, suscetível aos ventos e enchentes foi ocupada pela população menos favorecida. Essa situação inicial ainda se reflete nos usos de solo contemporâneos do bairro Centro Histórico, com predominância do comércio ao norte e residências ao sul.

A palavra Guaíba, em tupi significa o encontro das águas, o que de certa forma ilustra esse ponto de articulação do território que faz do comércio a primeira função econômica da cidade. Grande parte da produção da região passava forçosamente pelo porto de Porto Alegre. O principal produto de exportação a essa época era o trigo. Ao intensificar-se a ocupação da região essa confluência fez de Porto Alegre o nó de uma *hinterland* bastante diversificada, e deu-lhe a vantagem de Porto Alegre ser ponto de articulação da navegação marítima com a fluvial (GEIGER, 1963).

### **3.1.2 A cidade imperial: leal e valorosa (1820-1890)**

Com a independência do Brasil, Porto Alegre é alçada a condição de cidade. Esse período é marcado por conflitos nas definições das fronteiras entre os países sulamericanos, que trazem repercussões para a cidade seja enviando tropas, trazendo restrições ao comércio, ou na condição de campo de batalha. Porto Alegre resta fiel ao império brasileiro pelo que recebe o título de 'leal e valorosa'. Nesse período, em meio as definições dos limites dos Estados Nacionais a função militar torna-se proeminente em Porto Alegre, do qual é testemunho o núcleo de quartéis no centro da cidade – conjunto patrimonial com edificações de distintas épocas –, bem como a toponímia das vias do centro da cidade marcada por seus generais e coronéis. O autor das aquarelas reproduzidas na seção anterior era militar e veio à cidade pela iminência de um conflito com a Argentina.

O trigo, principal produto de exportação do Rio Grande do Sul no século XVIII, entrou em declínio. A província vincula-se à economia nacional, então pautada pela exportação de café, pela produção de charque destinado à mão-de-obra escrava. Singer (1968) aponta que entre 1820 e 1858 Porto Alegre era marginal em relação

ao eixo da economia da província, o complexo saladeiro polarizado por Pelotas e Rio Grande.

Foi no século XIX também que aconteceu um novo movimento de imigração europeia para o Estado, notadamente de alemães e italianos. A instalação desses imigrantes nos vales dos rios tributários ao Guaíba foi essencial para o crescimento de Porto Alegre. A formação desse *hinterland* colonial renovou as funções comerciais da cidade, e permitiu acumulação de capitais a serem futuramente investidos na indústria que tem justamente essa população como mercado consumidor. Para (GEIGER, 1963, p. 290) "Era necessário, para que houvesse maior progresso urbano, que se criasse, antes, uma região mais povoada e colonizada, no interior, da qual a cidade se tornasse um grande centro de relação." O caminho novo, atual Av. Voluntários da Pátria, que conectava Porto Alegre às colônias foi o eixo de expansão das indústrias e da cidade., posteriormente reforçado pela instalação férrea e pela BR-116.

### **3.1.3 A cidade industrial moderna (1890-1970)**

Ao final do século XIX uma nova função transformou Porto Alegre: a indústria. Singer aponta uma convergência de fatores à época do encilhamento que impulsionaram a industrialização brasileira, em substituição aos produtos importados. No entanto, isso não ocorreu em todo país. Aconteceu onde já havia um mercado regional estruturado e consumidor de tais produtos, o que era o caso de Porto Alegre e sua área de influência colonial. Além da acumulação de capital que tal comércio havia permitido e que estava à disposição para investimentos nessa nova atividade. Os primeiros empresários industriais de Porto Alegre eram, em sua maioria, imigrantes ou descendentes de imigrantes (ALONSO e BANDEIRA, 1988).

A indústria de Porto Alegre cresce, num primeiro período, apoiada no mercado das colônias, onde goza de posição privilegiada. Somente depois de esgotar estas possibilidades de expansão é que ela se lança no mercado nacional, contando, no entanto, com uma sólida base regional. É este fato que acaba capacitando a indústria porto-alegrense a conquistar a supremacia do conjunto do Estado. (SINGER, 1968)

Porto Alegre volta a ser o centro econômico do Rio Grande do Sul, pois. começa a desempenhar o papel integrador do Estado, e na medida que a sua indústria une as duas sociedades agrárias (criadores do sul e lavradores do norte) num só mercado comum, atenua a clivagem antes saliente dessa unidade

federativa. Além da indústria e comércio, Porto Alegre também passa a exercer a função universitária com a instalação de escolas de nível superior, e a financeira com a instalação dos bancos estaduais, ambas contribuindo para sua constituição enquanto centro da região meridional do Brasil (GEIGER, 1963).

O crescimento intensivo da cidade nesse período implica também em uma nova urbanidade, norteadas por valores burgueses, como a ideia de progresso e a busca por uma cidade higienizada, isto é, limpa, saneada, ordenada, distante, portanto, dos traços coloniais que marcaram sua origem (PESAVENTO, 1999a). Na virada do século XIX para XX as feições da cidade mudam, adquirindo um caráter mais urbano, praças e largos, abastecimento de água, iluminação, recolhimento e despejo de dejetos e lixos são signos desse movimento. O transporte público permite à cidade expandir-se e grandes áreas são loteadas. A indústria expande-se no eixo norte, junto com alguns bairros operários. As classes altas seguem o espigão leste ao longo da Av. Independência e Moinhos de Vento - "beneficiado por melhor arejamento, sendo mais agradável no verão" (GEIGER, 1963, p. 293), os pobres são afastados do centro, que adensa suas funções comerciais e terciárias.

Não se pode mais falar de um único sítio de Porto Alegre: o centro da cidade ocupa um, os subúrbios industriais, outro, e os trechos aristocráticos da parte sul ocupam ainda outro. Mais numerosas são, também, as atuais funções da cidade. (GEIGER, 1963, p. 295)

É nessa primeira metade do século XX que o centro expandido de Porto Alegre adquire suas feições atuais. Uma série de obras importantes alteraram o sistema urbano, como a reforma e estatização do porto, nos anos 1920; a abertura do viaduto Otávio Rocha, na década de 1930, a inauguração da Av. Farrapos, em 1940; ou a canalização do arroio Dilúvio, nos anos 1950. Ultrapassa o escopo deste estudo explicar essas transformações, bem documentadas em outros trabalhos<sup>XIX</sup>. No entanto, é válido ressaltar dois aspectos desse período, que parecem relacionados ao Turismo na cidade.

O primeiro é que essa afirmação burguesa explicita uma nova temporalidade em que emergem as práticas de lazer e do Turismo. Para Pesavento (1999a, p. 59):

Com o seu perímetro urbano dilatado, Porto Alegre se projetava como espetáculo burguês do 'viver em cidades'. As confeitarias, os cafés, os teatros, associações carnavalescas, os hipódromos, o *footing* na Rua da

---

<sup>XIX</sup> Obras dedicadas a isso tais como (DE SOUZA e MÜLLER, 2007) (PESAVENTO, 1999a), e o Catálogo da Exposição Transformações Urbanas (MUSEU JOAQUIM JOSÉ FELIZARDO, 2008).

Praia, as sessões dos cinematógrafos constituíam as ambiências e as socialidades que atuavam como palco de uma moda européia para a burguesia porto-alegrense.

Ao apresentar o espetáculo da modernidade e as formas de sociabilidade burguesas, Porto Alegre reproduz regionalmente, para a população de sua área de influência, o caminho indicado por Duhamel (2007b) no movimento de turistificação das metrópoles globais, Londres e Paris no século XIX. O discurso da cidade moderna, progressista, higienizada é o tom das primeiras publicações voltadas para os visitantes, tais como o catálogo da Exposição do Centenário Farroupilha em 1935, e das comemorações do bicentenário da cidade, em 1940. A noção de 'Momento de Lugar' da Equipe MIT (2011), na qual um sistema turístico emerge em determinado contexto e depois é reproduzido, exportado e expande-se em outros cenários encaixa-se nesta relação. Pesavento (1999b) analisa esse movimento de dispersão dos valores urbanos e suas formas de sociabilidade ao pesquisar obras literárias cujos cenários foram Paris, Rio de Janeiro e Porto Alegre.

Pode-se dizer que há um movimento centrípeto em direção a Porto Alegre e sua oferta de lazer, cultura e de um modo de vida cidadão. Na obra *O Retrato*, de Érico Veríssimo (1968) o personagem de Dr. Rodrigo Cambará, que deixa a interiorana Santa Fé para realizar sua formação, ilustra esse movimento. Ao falar do papel cumprido pela grande cidade perante ao conjunto da rede urbana, Côrrea (1989) aponta:

A grande cidade desempenha ainda o papel de centro difusor de ideias e valores capitalistas. A finalidade última desta difusão é a de criar condições de reprodução de todo o sistema social. Trata-se de um ideário, transformado em ideologia, por meio do qual difundem-se ideias e valores que são apresentados como modernos, urbanos, senão metropolitanos, e cosmopolitas (CÔRREA, 1989, p. 70).

Mas os hábitos de lazer importados da Europa<sup>xx</sup> incluem outros cenários além da cidade, apresentada sempre como moderna e cosmopolita. O próprio Guaíba adquire novos usos, com as práticas balneárias e também desportivas, vide os clubes de remo ou natação, muitos de origem germânica como a Sogipa, Grêmio Porto Alegrense, Grêmio Náutico União, para citar alguns. Assim, no contexto descrito por Villaça (2001) de um "Brasil arquipélago" até a década de 1950, Porto

---

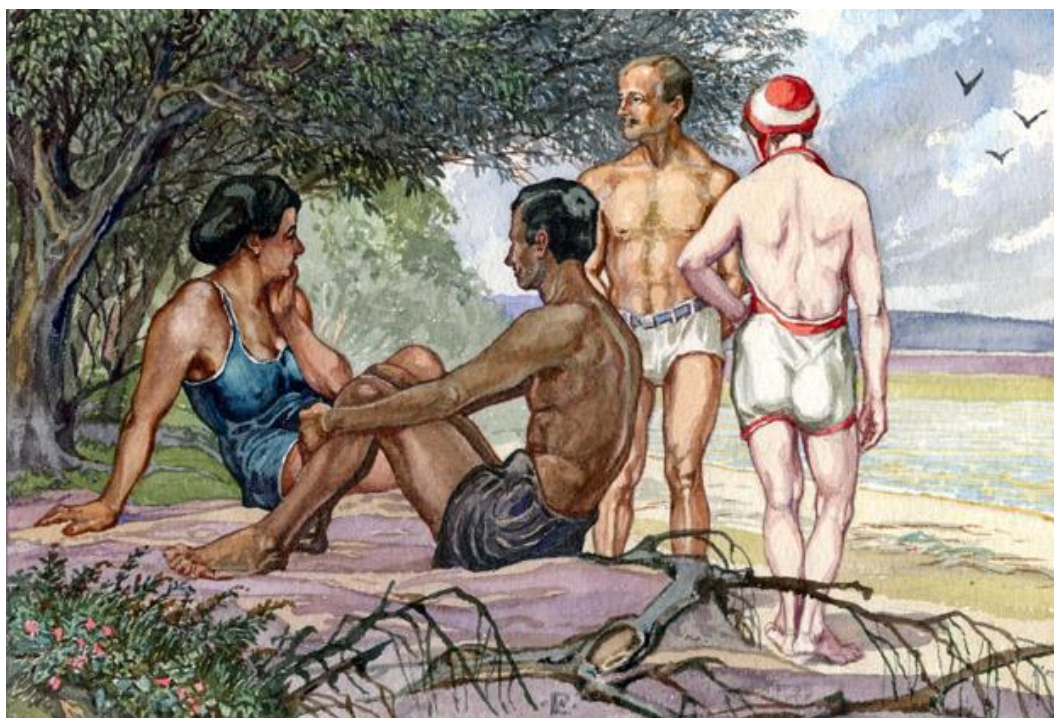
<sup>xx</sup> Uma agenda de pesquisas futuras é rastrear esse movimento de importação de práticas turísticas cujo momento de lugar foi alhures e analisar o surgimento do Turismo no Brasil. Uma hipótese prematura é que a imigração européia no sul poderia implicar uma origem distinta do sudeste em que a importação se deu através da elite cafeeira. As implicações dessa possível distinção também restam a ser investigados.



Alegre é também o ponto de origem que impulsiona a urbanização a partir do Turismo para outras regiões do Estado, como Litoral Norte e Serra Nordeste.

Um exemplo desse impulso é a subversão turística do 'trenzinho da Tristeza'. Implantado ainda no século XIX ligando o centro à Ponta do Asseio, tinha por finalidade afastar os dejetos do núcleo urbano, mas tornou-se o transporte de banhistas rumo aos, agora, balneários de Pedra Redonda e Ipanema. A aquarela de Lutzemberger (1882-1951) parece ilustrar esse movimento de novas práticas de lazer vinculadas à orla e ao cultivo e apreço por uma percepção artística em Porto Alegre. Outra fonte que é testemunho dessa urbanização impulsionada por essas novas práticas de banhismo são os anúncios de loteamentos nestes bairros do Catálogo da Exposição Farroupilha de 1935. Posteriormente, essas áreas de balneários foram incorporadas ao cotidiano da cidade, perdendo, ou ao menos atenuando fortemente, seu caráter turístico, para o que contribuiu também a poluição das águas, em decorrência da opção pelo não tratamento do esgoto e pelo desenvolvimento industrial, além da ampliação de conexões com outros locais mais adequados aos gostos dos veranistas contemporâneos.

**Figura 13 – Banhistas no Guaíba, José Lutzemberger (1882-1951)**



Fonte: Disponível em: [http://www.lutzenberger.com.br/porto\\_alegre\\_antigo\\_05\\_b.htm](http://www.lutzenberger.com.br/porto_alegre_antigo_05_b.htm) Acesso em: 03 nov. 2016.

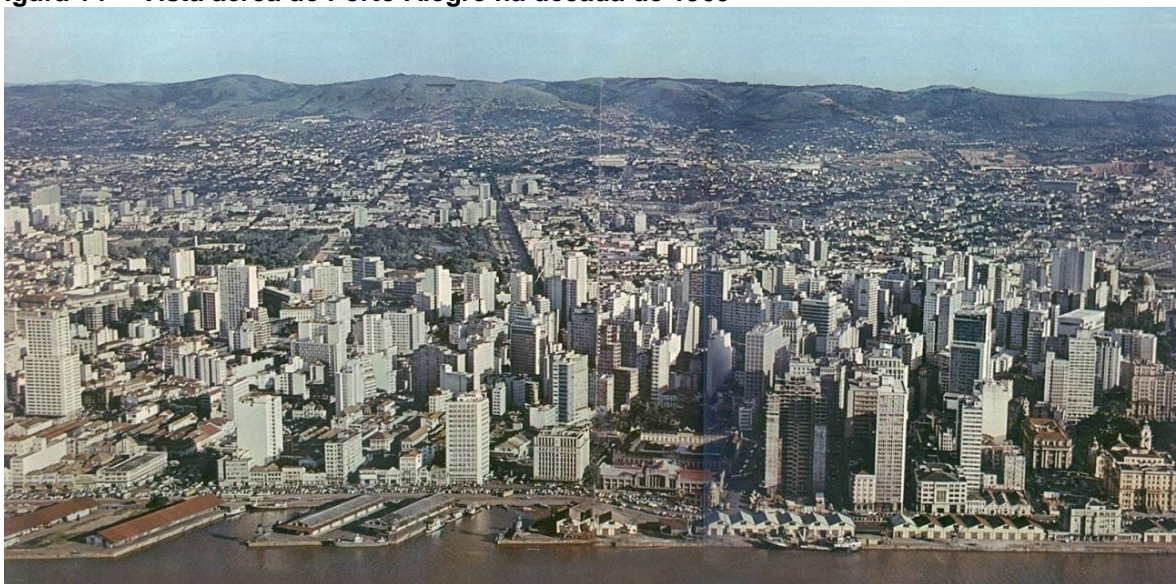


O segundo dos aspectos a ser ressaltado é que data dessa primeira metade do século XX o principal conjunto de arquitetura preservado como patrimônio histórico da cidade, que veio a assumir função turística. Prédios de estilo eclético, em alguns casos, de inspiração positivista. Tal é o caso do conjunto da Praça da Alfândega, da Praça da Matriz, do setor Oeste da rua dos Andradas na zona dos quartéis, bem como a Usina do Gasômetro, também dessa época, embora seja um prédio industrial. Esse movimento de refuncionalização deve ser compreendido no quadro de um novo contexto urbano contemporâneo.

### **3.1.4 O pólo metropolitano e a cidade terciária (1970-2015)**

Do pós-guerra aos anos 1980, Porto Alegre teve seu maior crescimento demográfico, recebendo correntes migratórias do êxodo rural. À verticalização do centro seguiu-se a perda de algumas de suas funções para outras áreas da cidade e a dispersão do contingente da população residente para outros bairros. Assim, o estabelecimento de um divisor entre o período contemporâneo do desenvolvimento urbano de Porto Alegre e o momento anterior não é simples, tampouco consensual. Embora seja possível dizer que tanto a forma quanto a dinâmica da cidade hoje não condizem mais com a Porto Alegre dos anos 1960. Alguns fatores que permitem identificar essa distinção são: a integração a um mercado mais amplo, inicialmente nacional e, posteriormente, mundial; a expansão da urbanização para os municípios vizinhos que passam a existir em uma dinâmica integrada e conurbada; a forte diminuição das funções industriais; o desenvolvimento de um setor terciário avançado; o declínio da atividade portuária; a adoção do transporte rodoviário como modal predominante; o abandono do centro pelas classes com maior poder de consumo; o desenvolvimento dos *shoppings centers* e dos condomínios fechados; a preservação de certos edifícios por meio da patrimonialização.

**Figura 14 – Vista aérea de Porto Alegre na década de 1960**



**Fonte: SIMON (2011), disponível em: <https://portoimagem.wordpress.com/2011/05/14/especial-1-o-tempo-em-que-porto-alegre-ousava/> Acesso em 14 jul 2017.**

No final da década de 1980 ao analisar a economia de Porto Alegre revisando o trabalho de Singer (1968), Alonso constata que ocorreu:

[...] uma modificação na estrutura da economia de Porto Alegre, paralela a uma redefinição de suas relações, na condição de metrópole, com a economia do resto do Estado e, de forma particular, com a das áreas mais próximas da Capital, como as Regiões Metropolitana e Perimetropolitana. (ALONSO e BANDEIRA, 1988, p. 7)

As atividades terciárias substituíram a indústria como matriz produtiva do município. Esse é um processo multifatorial e complexo. Alguns dos elementos desse panorama são: a maior integração ao mercado nacional, quando a indústria de Porto Alegre passa a competir com a da região Sudeste, que produzia em maior escala, e, posteriormente, com a abertura da economia nacional, passa a inserir-se no mercado global. A área para a renovação e expansão do parque industrial no município era limitada, sendo mais econômico às indústrias transferirem-se aos municípios vizinhos, onde houve melhora na infraestrutura, o preço da terra era mais atrativo e a legislação de uso do solo mais favorável às suas atividades. Há desde os anos 1960 a opção pela proeminência do modal rodoviário como meio de integração do país. Diferente do porto e da via férrea esse transporte não necessita de uma localização próxima aos terminais, permitindo a desconcentração. Assim a BR-116 polariza a atração das indústrias, que deixam Porto Alegre. Alia-se a isso um novo modo fragmentado e especializado no qual as empresas passam a estruturar-se, separando as funções produtivas e gerenciais da planta de produção. É comum a sede estar no centro metropolitano próxima aos serviços financeiros,

jurídicos, administrativos e de comunicação, e a fábrica em outra localização mais favorável à logística de armazenamento e de distribuição. Porto Alegre cresce, portanto, como pólo de serviços e centro de comando terciário da economia regional. Para (ALONSO e BANDEIRA, 1988):

O avanço dos serviços no total da renda interna urbana não foi só quantitativo, mas também se deveu ao aparecimento de novas atividades mais especializadas e sofisticadas tanto na área privada quanto na pública, bem como à introdução de tecnologias mais avançadas em muitas daquelas já existentes.

Em uma caracterização contemporânea da cidade Soares (2014) descreve Porto Alegre como:

É um importante centro de serviços, entre eles os serviços de saúde (especialmente de alta complexidade) e alguns serviços de comerciais de altíssimo status (*shopping centers*, revendas de automóveis de luxo). Também é um centro de gestão da economia do sul do país. A metrópole abriga 81 da 500 maiores empresas da Região Sul do Brasil enquanto nos demais municípios da região encontram-se outras 20 sedes, totalizando 109 sedes na RMPA (REVISTA AMANHÃ, 2013). Porto Alegre sedia também cerca de 20 das 1000 maiores empresas do país (REVISTA EXAME) e é uma importante praça financeira, com, 342 agências bancárias (IBGE, 2010).

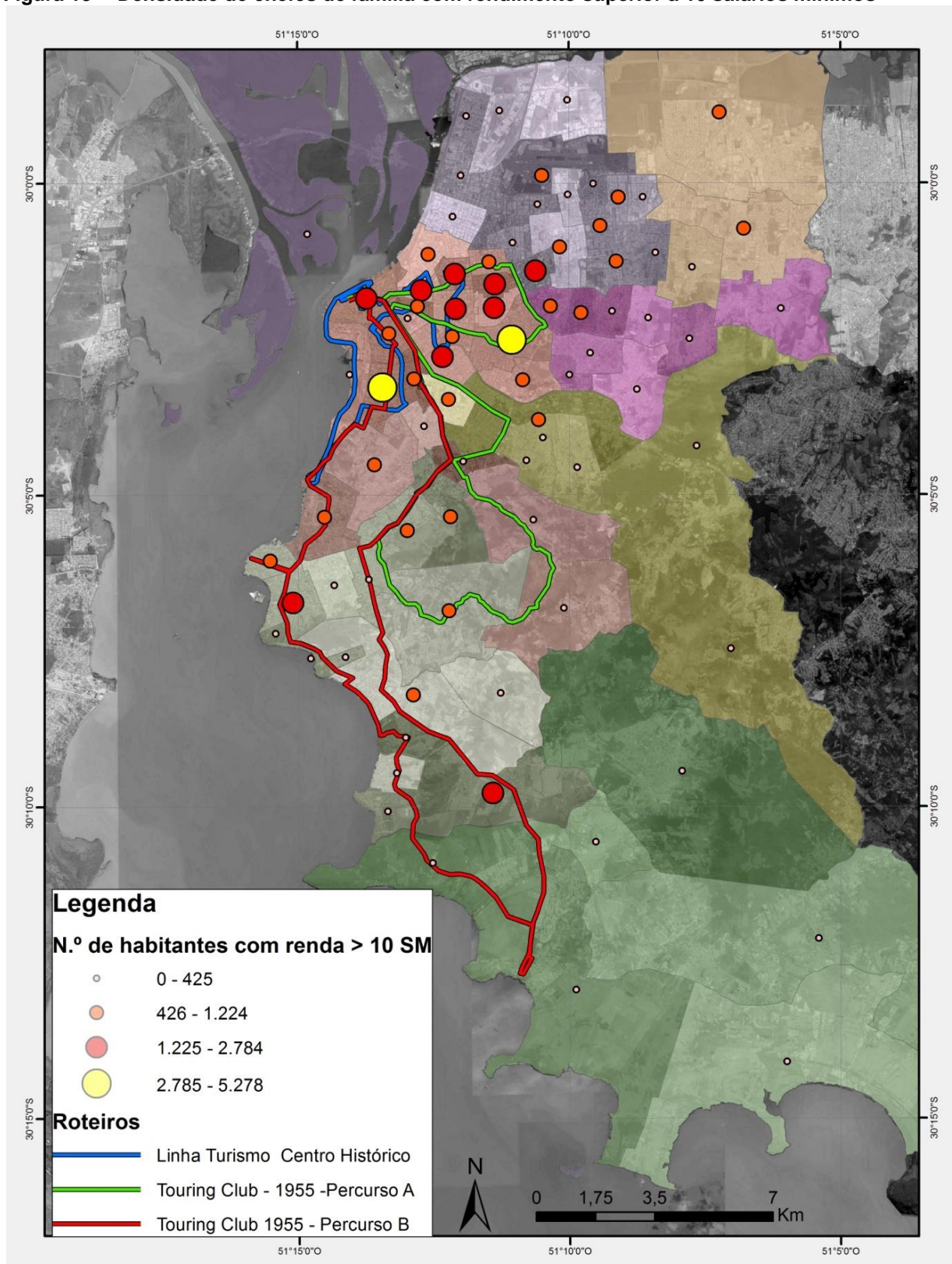
Além da desindustrialização e terceirização da economia de Porto Alegre outro aspecto importante é a mudança de seu centro. Algo expresso na nova toponímia do bairro que levava este nome, e que desde 2008 é designado como Centro Histórico.

Na época da ditadura militar Porto Alegre passou por grandes transformações: com obras viárias pautadas pelo preceito de difusão da cidade priorizando à circulação baseada no automóvel; com a construção de novos prédios públicos fora do centro, expressando a modernidade e o crescimento do país; com a remoção da população pobre para áreas afastadas da cidade (a criação do bairro Restinga é um caso emblemático). A península onde a cidade originalmente se instalou perde sua centralidade para outra zona da cidade, aquela para onde se desloca a elite. Esse movimento de perda de centralidade do centro não é exclusivo de Porto Alegre, mas uma tendência mais ampla. Para Villaça (2001):

As transformações dos centros principais de nossas metrópoles nas décadas de 1950 e 1960 são uma consequência de seu abandono pelas camadas de alta renda. Inicialmente, o centro começou a ser abandonado como local de compras e serviços (diversões especialmente). Depois, também como local de empregos. Esse abandono pode não significar decréscimo absoluto, mas relativo. (VILLAÇA, 2001, p. 274).



Figura 15 – Densidade de chefes de família com rendimento superior a 10 salários mínimos



Fonte: Elaborado pelo autor com dados do IBGE (2010), disponibilizados pelo OBSERVAPOA (2010) e PORTO ALEGRE (2009+71), TOURING CLUB (1955+4)

O mapa (figura 16) com a concentração do índice de chefes de família com receita superior a dez salários mínimos é um bom indicador da direção desse movimento, à leste em direção aos bairros Moinhos de Vento, Bela Vista e Três Figueiras. Embora em termos absolutos essa concentração esteja nos bairros Petrópolis e Menino Deus. Até a década de 1960 Porto Alegre se concentra no centro, cuja verticalização, datada dessa época, é testemunho. Um guia produzido pelo Touring Club local (1955♦4), centra-se nessa imagem de um cenário urbano verticalizado, palco da sociabilidade e oferta cultural da cidade, a exemplo da área da cinelândia, nos arredores da atual Praça da Alfândega. Há a sugestão de dois percursos de carro pelos arrabaldes da cidade, pelas colinas da zona leste e pela orla da zona sul. Surpreendentemente as duas regiões em que estão as manchas claras da figura anterior, ou seja, onde vieram a se instalar as elites que migraram do centro. Essa mudança da dinâmica do bairro é complexa e não pode ser compreendida linearmente apenas pelo discurso da perda, ou desconcentração, de suas funções e público para outras áreas da cidade. Há também uma valorização do centro como núcleo do terciário avançado que acaba contribuindo para sua especialização e para que, por exemplo, a outrora zona de efervescência cultural da cinelândia e Rua da Praia descrita pelo guia do Touring Club desapareça transformando-se em um núcleo concentrador instituições do setor financeiro e bancário. Ao diagnosticar esse processo de perda de prestígio, funções econômicas e centralidade do sítio original da cidade frente a uma policentralidade, Soares (2014) aponta sua direção:

Os novos centros se localizam em bairros de classe média alta (notadamente o bairro Moinhos de vento) que já nos anos 1970 passaram a concentrar um comércio mais sofisticado. A partir da segunda metade dos anos 1980, esta centralidade passou a conviver com os *shopping centers*. O primeiro foi o Iguatemi, inaugurado em 1983. Atualmente este participa na configuração de uma importante centralidade metropolitana, a Avenida Nilo Peçanha eixo de ligação do *shopping* com a Terceira Perimetral, onde se concentram comércio e serviços de alto status[...] (SOARES, 2014, p. 54)

Para Pesavento seguiu-se uma mudança na fisionomia da cidade, com traços do autoritarismo vigente no período militar.

Os anos 70 resultaram numa descaracterização de proporções gigantescas na paisagem da cidade, com viadutos, perimetrais, elevadas e túneis. Retiraram-se os bondes implementou-se o transporte público, basicamente através de ônibus (PESAVENTO, 1999a, p. 161).

O carro, transporte individualizado, permitiu a burguesia deixar o centro, segregando-se em zonas mais aprazíveis. A infraestrutura do bairro, por outro lado,

não comportava as exigências desse novo conforto moderno, como disponibilidade de estacionamento e largas avenidas, tampouco favorece o intuito de segregar-se do convívio com outras populações percebidas como 'indesejáveis' (moradores de rua, deficientes mentais, pedintes, catadores, entre outros). Em outra publicação intitulada Guia Informativo e Turístico Porto Alegre (ALVARES, 1970♦7), a imagem da cidade é pautada por seus viadutos - D. Pedro II; Imperatriz Leopoldina, Loureiro da Silva, Elevada da Conceição - signos dessa modernidade rodoviária, cuja atratividade turística hoje parece questionável.

O Parque Marinha do Brasil é uma paisagem que expressa as controvérsias dessa mudança da urbanidade porto-alegrense. Uma área aterrada contígua ao centro da cidade inicialmente prevista para ser loteada e financiar outras obras da administração municipal. Com a disponibilidade de recursos federais em peso, à época do 'milagre' brasileiro, a área é transformada em parque, atendendo os anseios de uma emergente valorização da natureza e de movimentos ambientalistas. Outra paisagem adaptada ao carro e que emerge desde então são os *shopping centers*:

Esta é ainda a época dos *shopping centers* que possibilitaram às camadas médias urbanas e às classes abastadas a participação num mercado de consumo sofisticado, em ambientes protegidos da marginalidade, cada vez mais presente na área central de Porto Alegre. As atividades comerciais e bancárias se estenderam para os bairros que mudaram suas antigas feições. A Praça da Alfândega, Praça XV e a Praça Dom Feliciano, de lugares da sociabilidade burguesa transformaram-se em lugares de prostituição, de desempregados e biscateiros. A presença do Mercado Público foi reforçada em suas antigas funções, tanto quanto o Parque Farroupilha, antes abandonado pelo desfile elegante e que agora passou a concentrar o coração da vida urbana local, aos fins-de-semana, com o seu 'Brique' nos domingos. (PESAVENTO, 1999a, p. 165)

É em meio a esse movimento de expansão da cidade e de grande transformação da paisagem urbana que surgiram as primeiras iniciativas de preservação do patrimônio edificado da cidade. Um exemplo emblemático é o Mercado Público, protegido por reivindicação popular após ser ameaçado para dar lugar à construção de uma avenida, em 1979. Como testemunho das diversas transformações pelas quais a cidade passou, o Mercado Público foi palco das iniciativas de restauração e valorização patrimonial ocorridas nos anos 1990-2000. Se o Mercado manteve sua função, o mesmo não ocorreu em uma série de edificações para as quais o restauro e a patrimonialização implicaram também em refuncionalização. Assim foi o caso dos novos museus, centros culturais e espaços

de memória que surgiram a partir do final do século XX, como a Usina do Gasômetro; a Casa de Cultura Mario Quintana, o Museu de Artes do Rio Grande do Sul, entre outros.

Esse quadro de patrimonialização foi acompanhado de outras políticas culturais e do debate sobre a estética urbana. A instalação de obras de arte no espaço público foi uma das marcas desse período, influenciada também pela Bienal de Artes do Mercosul, evento iniciado em 1997 e que busca projetar Porto Alegre no cenário cultural do continente.

**Figura 16 – Flor (1997) de Xico Stockinger e SuperCuia (2003) de Saint Clair Cemin, obras da Bienal de Artes do Mercosul**



Fonte: Vara (1997; 2003)

No entanto, outro elemento que influenciou a estética urbana nesse período e acabou por deixar marcas recentes é a depredação. Souza (2008) percebe o que chama de uma 'anemia' no espaço público das metrópoles brasileiras, que se tornam esvaziados, inclusive em seu papel de local de encontro e expressão da sociedade. Há uma transferência de parte da sociabilidade urbana que antes ocupava primordialmente espaços públicos abertos, como os parques e as ruas, para espaços semiprivados, ou semipúblicos, como os *shoppings centers*, signos da nova urbanidade. Em uma sociedade desigual como a brasileira, grande parte dessa



'anemia' é justificada pelo aumento da violência e pelo anseio de autosegregação de parte da população que se materializa na paisagem na forma de condomínios fechados, muros, câmeras de vigilância, grades e guaritas. Tais elementos são expressões de Paisagens do Medo (TUAN, 2005), ou de uma Fobópolis (SOUZA, 2008), cidade do medo. Muitos elementos do mobiliário urbano, em particular placas comemorativas e monumentos foram furtados, o que, segundo a mídia, estaria relacionado à alta no consumo do crack, pela qual os dependentes buscavam na venda do patrimônio uma fonte para alimentar seu vício. No entanto, o que se observa em muitos casos é a simples depredação, como é o exemplo da sinalização turística instalada em 2012, e que durou menos de um ano, ou o restauro dos monumentos e placas no parque da Redenção em 2015, que não durou um mês (CHARAPANI, 2016).

**Figura 17 – Bustos de Alberto Bins e Luiz Englert depredados após restauro em 2015**



**Fonte: CHARAPANI, M. Jornal Já, 19 agosto de 2016.**

Outro exemplo, de fevereiro de 2017 foi a pichação do Mercado Público (DAROIT, 2017), que como veremos no roteiro D do capítulo quatro é o local turístico mais frequente na literatura para visitantes e nos comentários da plataforma *TripAdvisor*.

Se por um lado, existem atos como esses, também existem programas e iniciativas que buscam valorizar o patrimônio da área, como o Viva o Centro, da Prefeitura Municipal, e mesmo o programa Monumenta, financiado com recursos internacionais.



Compreender esse movimento de expansão urbana e descentralização da economia de Porto Alegre e reconversão de espaços históricos da cidade a funções culturais é crucial para o entendimento de sua dinâmica turística contemporânea. Como veremos, os locais enunciados na literatura turística (como guias, folhetos e reportagens) da cidade ainda se concentram em sua zona central, apesar da existência recente de alguns pontos em outras regiões da cidade - tal qual a Fundação Iberê Camargo, na zona sul, ou o Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS, na zona leste. Já a oferta hoteleira e de restaurantes que tem turistas como clientes parece ter parcialmente seguido esse movimento de descentralização, conforme atesta a sua distribuição espacial.

**Figura 18 – Mercado Público pichado**



**Fonte: DAROIT, F. Gaúcha, 23 de fevereiro de 2017**

Os mapas, a seguir, procuram ilustrar a distribuição da oferta hoteleira da cidade e sua dinâmica recente, a partir de três critérios. No primeiro, tal distribuição pode ser verificada de acordo com o ano de inauguração dos estabelecimentos. No segundo, os equipamentos estão representados de acordo com a sua capacidade em leitos. No terceiro, as empresas figuram de acordo com a sua categoria de serviço. Os dados foram obtidos junto à SMTur, que por sua vez os produz em cooperação com Sindicato de Hospedagem e Alimentação da cidade.

Nota-se que o bairro Centro Histórico é a área de maior concentração deste tipo de empreendimento, havendo oferta de estabelecimentos de distintos tamanhos e classes. Avaliando o ano de instalação, também é ali onde se encontram os hotéis mais antigos da cidade, embora tenha sido a localização igualmente escolhida para empreendimentos recentes. Isso indica a persistência ao longo do tempo desta área como localização adequada a esse tipo de atividade. A localização dos hotéis neste bairro coincide com a área em que se concentra a atividade comercial.

Outro ponto estratégico para a localização de hotéis são os acessos à cidade. Neste sentido, destacam-se os bairros São Geraldo e Navegantes, onde há o entroncamento dos acessos rodoviários pela BR-116 e BR-290 e ainda o fluxo que ingressa na cidade a partir do aeroporto. O bairro Floresta é outro que beneficiado nesse sentido, pois além da confluência desses três ramais, ainda está próximo da Estação Rodoviária. Em Porto Alegre, a proximidade de terminais e acessos à cidade parece ser mais importante para a hotelaria, do que a vizinhança aos pontos turísticos da cidade. Uma característica de ser uma cidade com função turística, cuja dinâmica de visitação está associada a motivações de viagem diversas, que incluem as mobilidades corporativas, acadêmicas e sanitárias, além da função de cidade de trânsito, isto é, que atua enquanto ponto de articulação do fluxo entre distintas regiões. É possível assim, compreender, em parte, o declínio dessa função na porção oeste da península do Centro Histórico como vinculado à diminuição da importância da via fluvial como acesso à cidade. Outro fator foi a transferência das camadas superiores e dos serviços por eles consumidos em direção ao leste.

Percebe-se ainda que a partir da última década de século XX há a concentração da instalação de novos estabelecimentos hoteleiros no bairro Moinhos de Vento e suas imediações. De modo geral, tais estabelecimentos são de categoria mais elevada que aqueles do Centro Histórico, e muitos dos quais estão vinculados a bandeiras de redes hoteleiras internacionais e adaptados a sediarem eventos corporativos. Essa constatação coincide com a tese de Villaça (2001), do abandono do centro pelas elites e sua segregação em um setor específico que atrai outros serviços. No entanto, parece haver uma diferença entre Porto Alegre e outras capitais, como Recife (PE) ou Fortaleza (CE). Na capital gaúcha a imagem turística promovida da cidade permanece centrada em locais e equipamentos do Centro Histórico, assim a hotelaria - e com ela o Turismo - parece deslocar-se para essa

nova área em consequência de um movimento mais amplo. Já nas capitais nordestinas a valorização turística das novas áreas faz parte da construção de uma imagem de cidade que é utilizada como argumento de promoção imobiliária dessas novas regiões.

Podemos, assim, sumarizar a questão da distribuição da oferta hoteleira da cidade em três aspectos: a permanência de importância do centro e sua heterogeneidade de estabelecimentos; a busca por localizações próximas aos acessos da cidade, concentrando equipamentos de perfil mais simples ou voltados para atender a demanda corporativa gerada pela concentração industrial dos municípios vizinhos; a presença nos novos centros de serviços da cidade e áreas comercialmente importantes, neste caso com perfil de estabelecimentos mais caros. À margem dessas tendências está o bairro Cidade Baixa, onde se concentram os *hostels* de Porto Alegre. Surgidos na última década (2005-2015) são empreendimentos de menor escala e voltados a um público de viajantes independentes, com menos recursos e interessado na vida noturna da cidade. Embora seja verdadeiro que existam estabelecimentos deste gênero em outras regiões da cidade, como no bairro Floresta ou Rio Branco.

Todavia, além de demonstrar a localização da presença hoteleira na cidade, esses mapas também são importantes por revelar a sua ausência. Apesar de alguns estabelecimentos isolados, verifica-se que a maior parte do território da cidade não dispõe de oferta hoteleira. Isso ocorre a despeito da existência de pólos importantes, como a área do Jardim Botânico e da PUCRS – com seu centro de eventos e hospital –, ou da Zona Leste marcada pela instalação dos Shoppings Iguatemi, Bourbon Country e Bourbon Wallig. Apesar do crescimento imobiliário recente desta última área, voltada a um público de alto poder aquisitivo, e que além da presença desses centros de compras, conta também com equipamentos culturais, com um parque e está próxima ao aeroporto, ela parece não ser atrativa para a hotelaria. Ressalta-se aqui, novamente a diferença da dinâmica de Porto Alegre e de outras metrópoles brasileiras, onde há uma associação entre imobiliário e turístico (DANTAS, FERREIRA e CLEMENTINO, 2010).

Tendo percorrido o processo de evolução urbana da cidade e sua dinâmica contemporânea, a próxima parada do roteiro é entender qual a posição de

Porto Alegre no Sistema Turismo e quais as características dos fluxos de visitantes que aportam à cidade.



Figura 19 – Mapa da oferta hoteleira de Porto Alegre segundo categoria do estabelecimento



Fonte: Elaboração do autor com dados da SMTUR 2015



Figura 20— Mapa da oferta hoteleira de Porto Alegre segundo capacidade dos estabelecimentos



Fonte: Elaboração do autor com dados da SMTUR 2015

### **3.2 Análise da dinâmica espacial do Turismo: onde está Porto Alegre? Traduzindo os números.**

Tendo em vista a compreensão do Turismo como um sistema de práticas, locais e atores que tem por fim a *recriação* aos indivíduos, que emergiu na Europa do século XVIII e segue em expansão / mutação global, algumas questões se impõem: Porto Alegre faz parte desse sistema? Como é possível entender a sua posição neste conjunto? Qual a dinâmica do Turismo em seu espaço?

Pascal aponta um pressuposto metodológico essencial ao pensamento sistêmico: considerar o todo para compreender a parte, e estudar a parte para compreender o todo. Para compreender sistema Turismo como um todo, que inclui Porto Alegre, e o que a posição de Porto Alegre revela sobre esse todo, optou-se por realizar uma apresentação dividida em três momentos, ou escalas. Inicialmente pelo conjunto dos fluxos globais, analisou-se brevemente a dinâmica do Turismo nacional, para então apontar as características do Turismo local. Ou seja, o caminho percorrido foi do todo para a parte, sempre buscando suas conexões. A intenção é apresentar esse quadro a partir de indicadores e dados secundários. Apesar de indicadores (em especial os da OMT) serem constantemente citados em trabalhos sobre Turismo, nota-se, em geral, seu uso descolado de uma análise e reflexão sobre suas potencialidades e limitações na construção de um conhecimento. O interesse em trazer esses dados também reflete o a busca por uma abordagem geográfica do Turismo que considere as contribuições das três "pontas" do triângulo de Di Méo & Buléon (2007) - cartesiana, sociológica, fenomenológica. Assim, a preocupação com o todo, a reflexão sobre os indicadores na construção do conhecimento, e a busca por considerar as variadas contribuições que a Geografia pode ofertar ao Turismo, tornam essa análise pertinente. No entanto, em que pese esse interesse metodológico, cabe ao leitor a advertência de que essa abordagem leva à produção de um texto mais árido, recordando, assim, a proposta literária de Cortázar, em o "Jogo da Amarelinha", de permitir subverter a linearidade do texto e saltar à "pampa úmida" deste trabalho, o capítulo quatro e sua análise da literatura para visitantes de Porto Alegre.

Como visto na primeira seção deste trabalho, as definições de Turismo são objeto de controvérsias, no entanto, a fim de desenhar um quadro geral de seu

movimento é necessário abraçar as limitações das ontologias que permitem quantificá-lo. Tendo presente a preocupação de explicitar a cada momento quais são os registros dos diferentes indicadores que estão atuando no lugar desse substantivo 'Turismo'. Isso porque o Turismo não se deixa apreender, pois não é uma substância, é um sistema de relações, cujo conhecimento é possível por meio de indícios, rastros, traduções: um jogo de espelhos. O indicador é algo que fala em lugar de, os indicadores não são sinônimos do objeto, embora, por vezes, essa limitação da própria possibilidade de conhecer seja negligenciada. É esperado que, ao utilizarem-se indicadores diferentes, os registros sobre o 'comportamento' do Turismo sejam distintos. Explorar essas diferenças e sua compreensão é o que permite dialogar com o real sem a pretensão de dominá-lo. Ao adotar essa postura, repele-se a que vê nessas limitações a impossibilidade de conhecer o Turismo alegando a 'falta de dados', ou sua 'complexidade', eximindo-se de definições. Assim, para diferenciar a definição de Turismo apresentada no primeiro capítulo, sistema decorrente do deslocamento temporário em projetos individuais de *recriação*, das definições oficiais, que englobam qualquer tipo de mobilidade não rotineira em que haja pernoite, serão adotadas duas grafias: Turismo\*, para a primeira, e Turismo, para a oficial.

#### **4.2.1 O todo: fluxos do Turismo internacional e a posição do Brasil**

Partindo do todo. O *proxy* mais utilizado para expressar a distribuição do Turismo em escala global é o número de chegadas internacionais<sup>XXI</sup> 62, indicador do

---

<sup>XXI</sup> Os metadados com a definição oficial desse indicador, bem como as especificações sobre o processo de coleta de dados são: ingresso de turistas internacionais (visitantes que pernoitam) o número de turistas que viajam para um país diferente daquele em que têm sua residência habitual, mas fora de seu ambiente comum, por um período que não exceda 12 meses e cujo propósito principal da viagem seja outro que não uma atividade remunerada no país visitado. Quando os dados no número de turistas não estão disponíveis, são mostrados o número de visitantes, que inclui turistas, excursionistas, passageiros de cruzeiros e membros de tripulação. Fontes e métodos de coleta de chegadas variam entre os países. Em alguns casos são dados de estatísticas de fronteira (polícia, imigração, e similares) suplementados por enquentes em fronteiras. Em outros casos são dados de estabelecimentos de alojamento. Para alguns países o número de chegadas é limitado àquelas por ar, e apara outros para as chegadas que utilizam hotéis. Alguns países incluem chegadas de compatriotas que vivem no exterior, outros não. Por isso deve-se ter cuidado ao realizar comparações entre países. Os dados de turistas ingressantes refere-se ao número de chegdas, não ao número de pessoas viajando. Assim, uma pessoa que realiza várias viagens para um país durante um dado período é contada cada vez como uma nova chegada.



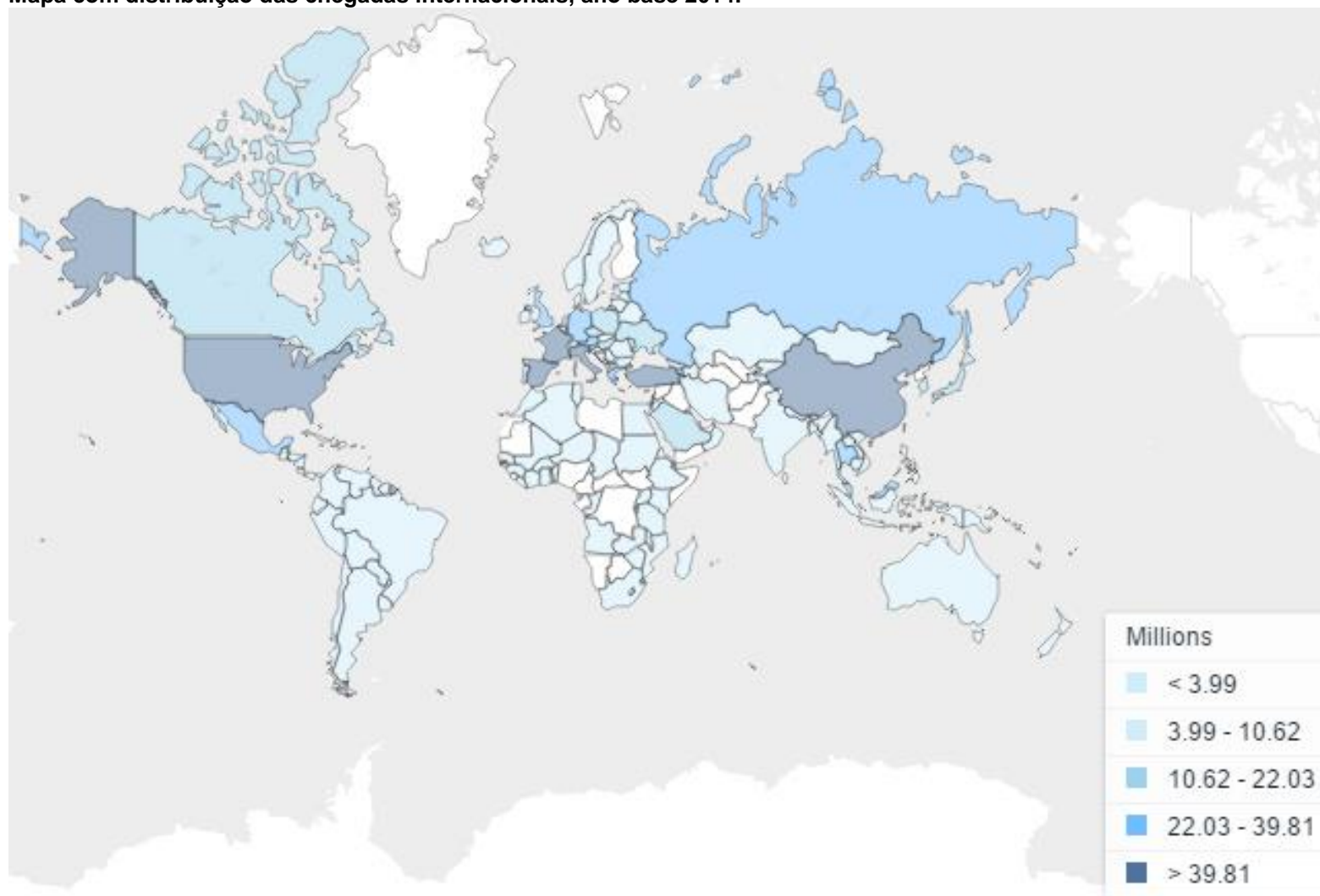
fluxo de visitantes<sup>xxii</sup> entre países de acordo com as especificações da OMT. O mapa a seguir, disponibilizado pelo Banco Mundial com dados da OMT<sup>xxiii</sup>, permite visualizar a distribuição espacial deste indicador.

---

<sup>xxii</sup> Nas definições oficiais existe uma diferença entre visitante e turista. Visitante indica um grupo mais amplo que conjuga excursionistas, pessoas que não pernoitam no local, e turistas, entendidos como pessoas que pernoitam no local. Escolhemos tomar como sinônimos visitantes e turistas, e explicitar quando mencionamos especificamente os excursionistas.

<sup>xxiii</sup> O Banco Mundial disponibiliza esses dados referentes ao período entre 1995 e 2014, o sítio da Organização Mundial do Turismo não dispõe de livre acesso a esses indicadores, apenas aos boletins com compilações dos dados.

Figura 21 – Mapa com distribuição das chegadas internacionais, ano base 2014.



FONTE: WORLD BANK (2017) COM DADOS DE UNWTO (2014A). DISPONÍVEL EM : [HTTP://DATA.WORLDBANK.ORG/](http://data.worldbank.org/) ACESSO EM 6 FEV. 2017.

Nota-se que o Turismo mundial está concentrado ao norte do globo. Os grandes cenários são o Atlântico Norte, o Mediterrâneo e o Leste Asiático. A América do Sul está em posição periférica aos grandes fluxos, tal qual África e Oceania. O grupo de países que nos últimos vinte anos receberam em média 20 milhões de visitantes internacionais - corresponde aproximadamente às duas cores mais escuras do cartograma - concentra mais da metade do fluxo mundial. A concentração do Turismo\* mundial - entendido a partir desse indicador - pode ser melhor visualizada na tabela a seguir.

**Tabela 2 – Chegadas internacionais, média entre 1995 e 2014**

Ranking	País	N.º médio de chegadas de 1995 a 2014	%	Soma de %
1º	França	75.371.850	9,6%	9,6%
2º	Estados Unidos	53.271.600	6,8%	16,4%
3º	Espanha	51.027.550	6,5%	22,8%
4º	China	41.613.150	5,3%	28,1%
5º	Itália	40.346.850	5,1%	33,3%
6º	Reino Unido	26.417.500	3,4%	36,6%
7º	Alemanha	22.083.150	2,8%	39,4%
8º	Rússia	22.042.050	2,8%	42,2%
9º	México	21.628.350	2,8%	45,0%
10º	Turquia	20.394.000	2,6%	47,6%
11º	Áustria	20.125.450	2,6%	50,1%
		[...]		
23ª	África do Sul	7.171.000	0,9%	
30º	Japão	6.528.850	0,8%	
40º	Austrália	5.200.900	0,7%	
41º	Brasil	4.699.850	0,6%	
45º	Argentina	3.886.900	0,5%	
68ª	Peru	1.595.550	0,2%	

**Fonte: elaborado pelo autor a partir de UNWTO (2014a).**

Como já referido, aqui não existe distinção entre mobilidades turísticas e outros deslocamentos, salvo por migrações. Outra limitação desse dado é que não exprime o movimento turístico interno aos países, o que torna sub-representado o Turismo em nações de grande extensão territorial como Estados Unidos e Brasil, por exemplo, e sobredimensionada a posição de países pequenos com vizinhos numerosos como Caribe, Uruguai e Europa - é interessante no caso deste continente observar no mapa a clivagem entre sul e norte.

A distância desses grandes palcos do Turismo Internacional parece indicar uma diferença importante entre as nações em relação a sua inserção e presença no conjunto. As comparações e analogias do Brasil frente a países que se encontram no topo do ranking, com frequência argumento de editoriais alegando o atraso brasileiro no setor Turismo e negligência ao seu potencial de gerar riquezas, parecem desconsiderar o surgimento e a história do Turismo em escala global, bem como sua concentração geográfica. A maior parte dos fluxos ocorre entre países vizinhos, é influenciada pela renda disponível nesses locais e por uma cultura de viagem. Assim, a maior parte dos fluxos turísticos parecem gravitar em pólos regionais que estão integrados em um grande circuito mundial, como subsistemas em um sistema mais amplo. Nesse sentido, parece mais adequada a comparação do Brasil com as *long haul destinations*, nações que exigem vôos de longa distância - superiores a quatro mil quilômetros - partindo desses principais centros emissores, ou com seus vizinhos sulamericanos, que integram o mesmo pólo regional.

Considerando essas limitações do *proxy* fluxo, outro indicador utilizado para avaliar a distribuição do Turismo no mundo e a posição de cada país são as receitas provenientes dos gastos de visitantes<sup>63 XXIV</sup>, apresentados na tabela a seguir.

**Tabela 3 – Receitas turísticas em bilhões de dólares, média do período entre 1995 e 2014.**

Rank	País	Receitas turísticas em bilhões de U\$	%	Soma %
1	Estados Unidos	113,19	16,68%	16,7%
2	Espanha	45,06	6,64%	23,3%
3	França	42,45	6,25%	29,6%
4	Itália	35,41	5,22%	34,8%
5	Reino Unido	29,54	4,35%	39,1%
6	China	29,46	4,34%	43,5%
7	Alemanha	28,27	4,17%	47,6%
8	Austrália	18,02	2,66%	50,3%
		[...]		
20	Japão	8,66	1,28%	

XXIV Os metadados com a definição oficial desse indicador, bem como as especificações sobre o processo de coleta de dados são: "Receitas turísticas internacionais para itens de viagem são as despesas realizadas pelo ingresso de visitantes internacionais em uma dada economia. Os bens e serviços adquiridos por, ou em nome do viajante ou providos, sem *quid pro quo*, para o viajante usar ou doar. Essas receitas devem incluir qualquer outro pré-pagamento feito por bens ou serviços recebidos no país de destino. Eles também podem incluir receitas de excursionistas, exceto nos casos em que essas são suficientemente importantes para justificar uma classificação separada. Está excluído o transporte internacional de viajantes que está coberto nos itens de viagem do passageiro. Dados estão em dólares norte-americanos correntes."

30	África do Sul	6,04	0,89%
39	Brasil	3,68	0,54%
43	Argentina	3,40	0,50%
59	Peru	1,47	0,22%

Fonte: elaborado pelo autor a partir de UNWTO (2014b)

De acordo com esse indicador a concentração do Turismo Mundial é ainda maior, com apenas oito países sendo responsáveis pela metade da receita de viagens internacionais. Além da diferença expressiva entre Estados Unidos frente aos outros países do topo da lista, contraste que é menor no índice de chegadas internacionais. Chama atenção também a diferença de posição da Austrália entre os dois rankings. O país está uma posição a frente do Brasil em número de visitantes - 40<sup>a</sup> - mas em termos de receitas está na 8<sup>a</sup> colocação. Já a África do Sul, outra *long haul destination* registra um fluxo 37% maior que Austrália, mas recebe um terço da receita com Turismo comparado a esse país. Uma pista para essa diferença pode ser sua inserção regional<sup>xxv</sup>, como visto mais adiante a partir de outro índice: as despesas internacionais com viagens. Todavia, a posição do Brasil em ambos indicadores é semelhante, expressando 0,5% do total global.

Embora esses dois indicadores - chegadas e receitas - sejam importantes para fornecer um quadro geral da distribuição do Turismo no mundo, não devem ser tomados como única possibilidade. Outra possibilidade é a razão entre o número de chegadas internacionais e a população do país, ou ainda, a importância das receitas turísticas na pauta de exportações, dois quocientes que indicam um grau de especialização - ou dependência - de determinado território em relação ao Turismo. Como resultado têm-se os rankings da tabela a seguir, em que os países que antes detinham uma posição de destaque agora encontram-se dispersos em posições intermediárias.

**Tabela 4 – Índices alternativos: quotient chegadas internacionais por população residente; participação percentual do Turismo nas exportações**

Rank	País	Chegadas / População	Rank	País	% do Turismo nas exportações
1	Andorra	26,68	1	Maldivas	84,01
2	Mônaco	8,26	2	Bahamas	69,37

<sup>xxv</sup> De acordo com os dados disponibilizados pela OCDE em <http://stats.oecd.org/> acesso em 6 fev. 2017, os principais emissores de visitantes para África do Sul são Zimbábue, Lesoto, Moçambique, Suazilândia, Botsuana e o Reino Unido, já para Austrália são Nova Zelândia, China, Reino Unido - incluindo suas possessões no Pacífico -, Japão e Estados Unidos.

3	Aruba	7,90	3	Santa Lucia	61,71
4	Ilhas Caiman	6,77	4	Vanuatu	59,08
	[...]			[...]	
11	Áustria	2,46	19	Croácia	37,37
28	França	1,20	46	Espanha	17,42
29	Espanha	1,18	58	Austrália	14,44
41	Itália	0,69	75	África do Sul	10,09
88	Austrália	0,25	76	Estados Unidos	10,07
92	México	0,20	85	Peru	8,67
95	Estados Unidos	0,18	86	Itália	8,64
102	África do Sul	0,15	87	França	8,63
107	Alemanha	0,27	93	Argentina	7,84
115	Argentina	0,10	112	México	5,68
124	Peru	0,06	118	China	5,21
128	Japão	0,05	137	Alemanha	3,72
152	Indonésia	0,03	150	Suazilândia	2,79
153	Brasil	0,03	151	Brasil	2,67
154	Venezuela	0,03	152	Bélgica	2,27
187	China	0,03	162	Japão	1,58

Fonte: elaborado pelo autor a partir de UNWTO (2014a; 2014b).

Fica claro que o Turismo é mais importante e influente em alguns pequenos países. É possível dizer que são mais turísticos? Tal qual a diferença entre os tipos espaciais estação e cidade com função turística, vistos no anteriormente? Nota-se que nos países que concentram o fluxo e a receita mundial provenientes do Turismo sua importância está diluída em uma economia diversificada, embora seja interessante notar que nestes casos o Brasil perde o posto de destaque sobre seus vizinhos países sulamericanos, Argentina e Peru.

Esse quadro da contribuição do Turismo para pauta de exportações despertou o interesse dos pesquisadores em analisar a relação vertical entre países ricos e países subdesenvolvidos que emerge por meio do Turismo, e analogias entre essa prática enquanto uma nova forma colonialismo. São os modelos centro-periferia, mencionados no primeiro capítulo, de que comenta Pearce (1987). Uma obra importante questionando o custo dos festejados efeitos do Turismo para balança comercial das nações mais pobres é o estudo de Cazes (1992), "*Tourisme et tiers monde: bilan controversé*". O caso brasileiro, no entanto, parece subverter essa lógica da dependência neocolonial imposta pelo Turismo, ou requerer outra explicação.

O Brasil é um país que tem emitido mais visitantes ao exterior do que recebido. Apresenta uma balança comercial turística negativa. Utilizado para avaliar quais são os principais emissores de visitantes, os gastos turísticos, assim como chegadas internacionais<sup>64XXVI</sup> e a receita cambial, são outro indicador que expressa - de forma mais acentuada que os anteriores - uma concentração do Turismo global, conforme a tabela a seguir:

**Tabela 5 – Despesas turísticas em bilhões de dólares, média do período entre 1995 e 2014.**

Rank	País	Despesas turísticas em bilhões U\$	%	Soma %
1	Estados Unidos	75,80	11,9%	12%
2	Alemanha	70,67	11,1%	23%
3	Reino Unido	49,98	7,9%	31%
4	China	39,59	6,2%	37%
5	França	30,50	4,8%	42%
6	Japão	29,45	4,6%	47%
7	Itália	21,98	3,5%	50%
8	Rússia	20,50	3,2%	53%
9	Canadá	20,10	3,2%	56%
10	Holanda	15,66	2,5%	59%
11	Bélgica	14,51	2,3%	61%
12	Austrália	13,87	2,2%	63%
13	Coréia do Sul	13,58	2,1%	66%
14	Espanha	12,00	1,9%	67%
15	Singapura	11,83	1,9%	69%
		[...]		
19	Suíça	9,45	1,5%	
20	Brasil	9,37	1,5%	
21	Arábia Saudita	8,97	1,4%	
31	Argentina	4,06	0,6%	
36	África do Sul	3,11	0,5%	

Fonte: elaborado pelo autor a partir de (UNWTO, 2014c) dos dados da OMT disponíveis em <http://data.worldbank.org/> acesso em 6 fev. 2017.

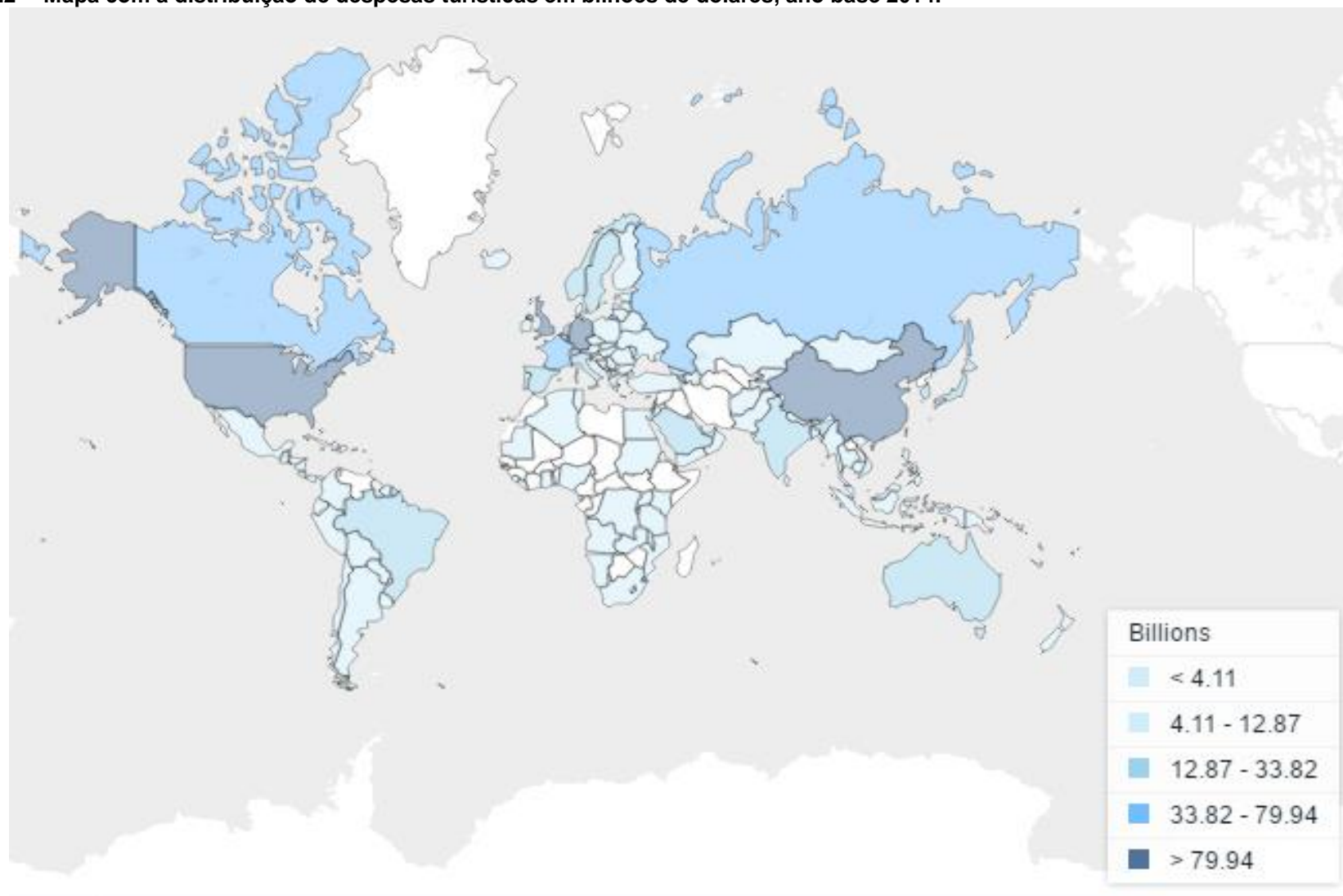
Nota-se a coincidência nas primeiras posições do ranking de emissores de visitantes com os países que são destino dos principais fluxos. O que indica um

<sup>XXVI</sup>Os metadados com a definição oficial desse indicador, bem como as especificações sobre o processo de coleta de dados são: "despesas internacionais em Turismo são despesas da emissão de visitantes internacionais para outros países. Os bens e serviços são adquiridos por, ou em nome do viajante, sem quid pro, para que o viajante use ou doe. Esses podem incluir gastos de residentes viajando ao exterior como excursionistas, exceto nos casos em que sejam suficientemente importantes para justificar uma classificação separada. Está excluído o transportes internacional de viajantes, que está coberto em itens de viagem dos passageiros. Dados estão em dólares norte-americanos correntes."

movimento Norte - Norte do Turismo, não permitindo restringir sua explicação a teoria da dependência, ou neocolonialismo - embora não se possa negar a existência de vínculos dessa natureza. Neste indicador o Brasil aproxima-se de países como a Suíça e a Arábia Saudita, afastando-se de seus vizinhos como Argentina, ou de outros destinos de longa distância como a África do Sul. É interessante observar a representação espacial deste indicador.



Figura 22 – Mapa com a distribuição de despesas turísticas em bilhões de dólares, ano base 2014.

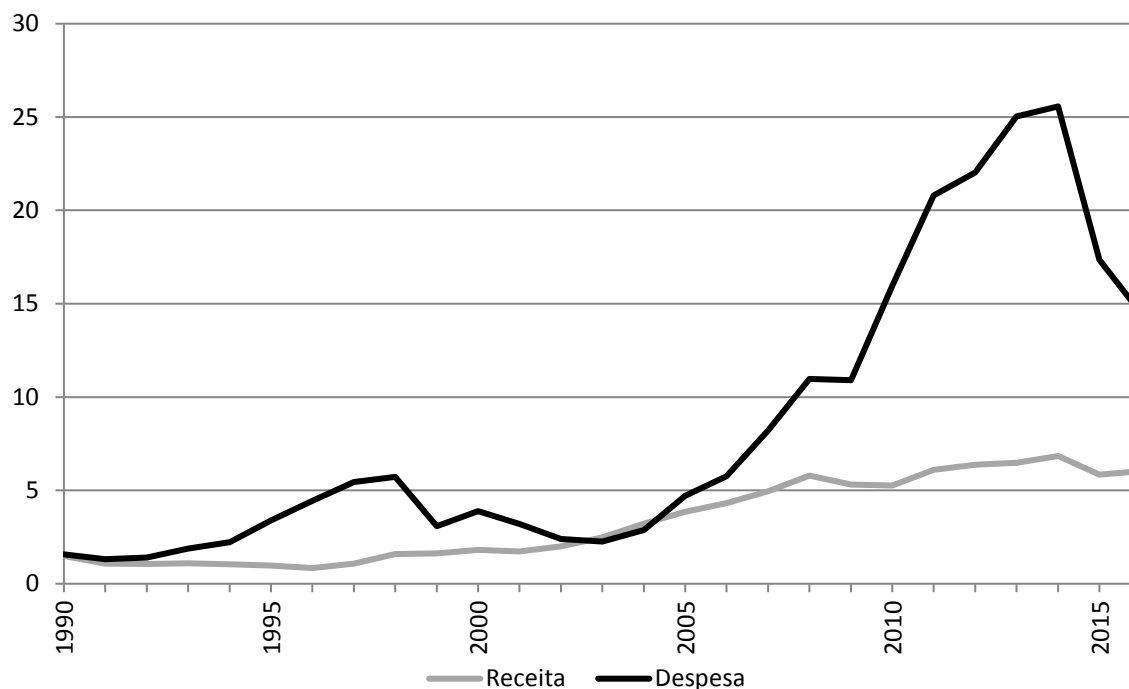


Fonte: WORLD BANK (2017) com dados de UNWTO (2014c). Disponível em : <http://data.worldbank.org/> Acesso em 6 fev. 2017.

Aqui há uma inversão da clivagem entre norte e sul da Europa, com destaque para Alemanha e Reino Unido, principais geradores de fluxo internacional no continente. Percebe-se também a importância, crescente no últimos anos, de países asiáticos - como China, Japão, Coreia do Sul e Singapura - na emissão de visitantes internacionais, o que talvez justifique a diferença da receita turística australiana comparada à do Brasil e da África do Sul.

O principal destaque do Brasil em relação ao Turismo internacional nos últimos anos é seu papel como emissor de visitantes. Podemos tomar os dados do Banco Central sobre a balança comercial turística brasileira ao longo dos últimos anos como evidência:

**Gráfico 2 – Receita e despesa cambial turística em bilhões de dólares.**



**Fonte:** elaborado pelo autor a partir dos dados do Banco Central do Brasil e do Ministério do Turismo, disponíveis em <http://www.dadosefatos.Turismo.gov.br> Acesso em 02 mar. 2017.

Essa situação tem múltiplas razões, entre elas a influência do câmbio, com a valorização do Real frente ao Dólar Americano - vide os períodos de 1994 a 1998 e de 2004 a 2014 -, o crescimento da economia do país, a percepção do melhor custo-benefício da viagem ao exterior, e a desregulamentação do setor de transporte aéreo. No entanto, há uma tendência de mudança desse panorama, já apontado pelo indicador de 2015. É importante ressaltar o caráter dinâmico e contingente do sistema Turismo, que acompanha as macro transformações da sociedade e

economia, quadro a ter em mente no momento de apresentar a evolução do Turismo em Porto Alegre no quarto capítulo deste trabalho.

Outro ponto ao qual esse dado faz retornar é a tese sobre a relação entre Turismo e inserção dependente no capitalismo. Entende-se que Brasil não se vinculou a esse quadro na condição de destino turístico, como outros países do continente a exemplo de México ou Costa Rica, mas enquanto emissor. Como foi visto, o Turismo surge na Europa com a prática educativa do *Grand Tour*. No Brasil, as primeiras companhias turísticas instalam-se com o objetivo de propiciar à elite a possibilidade de conhecer lugares afamados, drenando parte da poupança investida para emergirem destinos domésticos. Não houve no país uma promoção do nacionalismo e integração nacional por meio do Turismo, como aconteceu nos vizinhos platinos Argentina e Uruguai. O alinhamento entre imaginário dos lugares, facilidades de acesso, desejo da alteridade para a construção de si, distinção social adquirida por meio do Turismo e qualidade percebida pelos serviços; são elementos que tornam, por vezes, mais fácil e fluída a escolha de uma viagem ao exterior do que a um destino doméstico. Para essas viagens, as traduções já foram feitas, o caminho estabelecido e a escala do número de visitantes permite o aperfeiçoamento de certos serviços, enquanto percorrer o próprio país muitas vezes exige *to get off the beaten track*, sair dos lugares comuns, como diria a expressão corrente dos viajantes independentes anglosaxões. Condição que pode ser constatada em visita às livrarias na seção guias de viagem, a maior parte das obras são traduções de edições estrangeiras sobre destinos consagrados. A tabela a seguir mostra os principais destinos dos brasileiros no exterior, e os países cujos habitantes mais vêm ao Brasil, com a média de visitantes entre 2008 e 2014.

**Tabela 6 – Principais destinos de brasileiros no exterior e origem dos estrangeiros em visita ao Brasil, média de 2008 a 2014.**

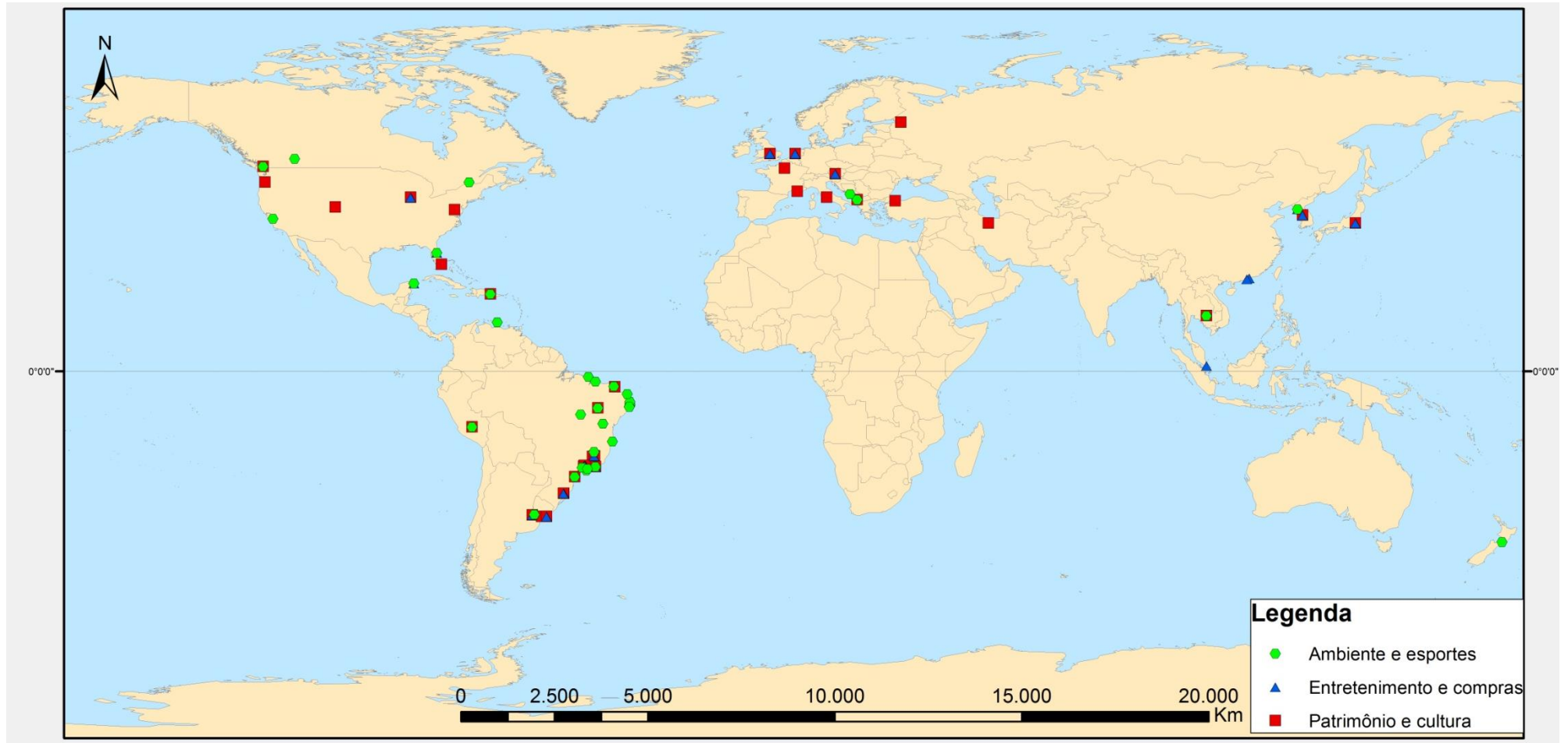
<b>Rank</b>	<b>País</b>	<b>Saídas internacionais</b>	<b>País</b>	<b>Chegadas internacionais</b>
1	Estados Unidos	1.497.607	Argentina	1.478.461
2	Argentina	1.064.405	Estados Unidos	614.514
3	Portugal	452.608	Chile	240.606
4	Uruguai	410.940	França	221.855
5	Espanha	371.337	Paraguai	227.761

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da OCDE, disponíveis em <http://stats.oecd.org/> Acesso em 7 fev. 2017.

O destaque são os Estados Unidos, país que viu o número de turistas brasileiros crescer 294% neste período. Seguido da Argentina, país vizinho origem da maior parte de visitantes internacionais para o Brasil, que reciprocamente lhe fornece o maior número de turistas.

Em estudo realizado avaliando os destinos ofertados na capa do Caderno Turismo do Jornal Folha de São Paulo veiculados no o ano de 2013, que tem potenciais turistas brasileiros como público alvo, Pimentel & Peres (2015) apresentam a seguinte figura.

Figura 23 —Distribuição dos destinos apresentados na capa do Caderno Turismo do Jornal Folha de São Paulo em 2013 classificados de acordo com tipo de prática *recreativa* sugerida

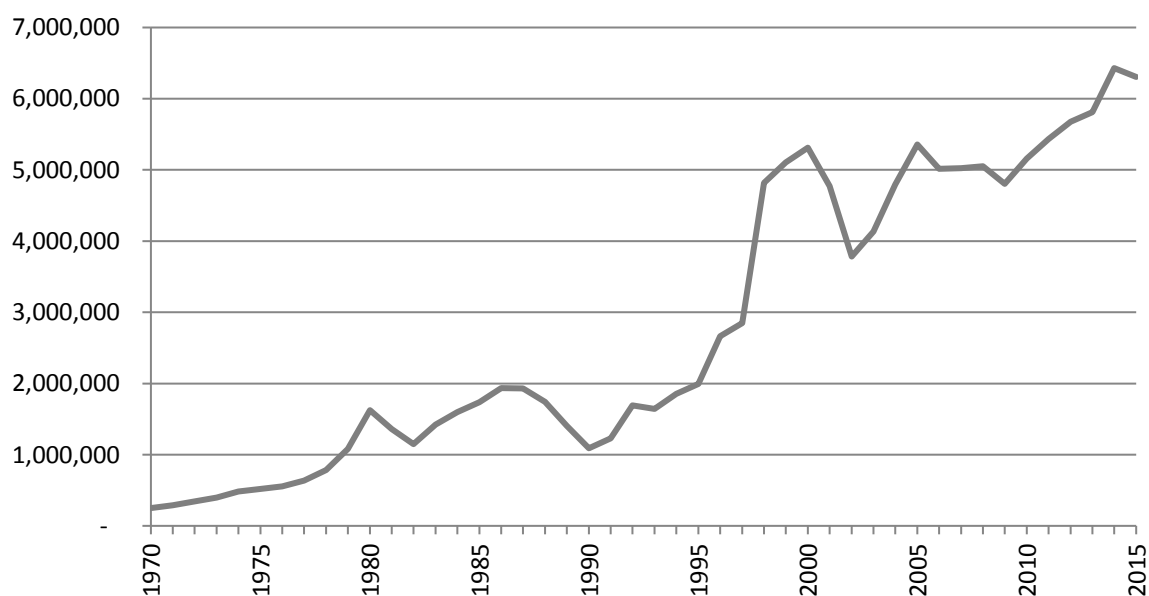


Fonte: PIMENTEL & PERES (2015)

Percebe-se a integração do país como emissor de visitantes em um sistema global de destinos, com destaque para os três grandes palcos do Turismo mundial já mencionados - América do Norte, Europa e, em menor medida, Leste Asiático. Na oferta de destinos brasileiros há destaque para as práticas vinculadas ao esporte e à natureza, na de europeus salienta-se a cultura e patrimônio, na Ásia as compras e o entretenimento. Uma publicação como o Caderno Turismo auxilia a estabelecer o repertório e um quadro de referências que formam o 'Olhar do Turista' (URRY, 2001) brasileiro, vinculando determinados locais a determinadas práticas. Embora se deva se levar em conta o provável viés da fonte de dados, em que é esperada a sub-representação de destinos tradicionais, cuja prática não demanda o recurso às operadoras de Turismo, principais anunciantes do suplemento do jornal.

O objetivo ao apresentar indicadores sobre o Turismo mundial e os resultados desse estudo sobre a Folha São Paulo, foi ressaltar a condição do Turismo como um gênero comum e operador da globalização, tal como retratado por (LUSSAULT, 2007), quadro necessário para entendermos a posição do Turismo em Porto Alegre e como a cidade se vincula-a esse sistema. Essa integração global operada pelo Turismo pode ser visualizada na evolução do número de estrangeiros que visitam o Brasil.

**Gráfico 3 – Chegadas internacionais ao Brasil, entre 1970 e 2015**



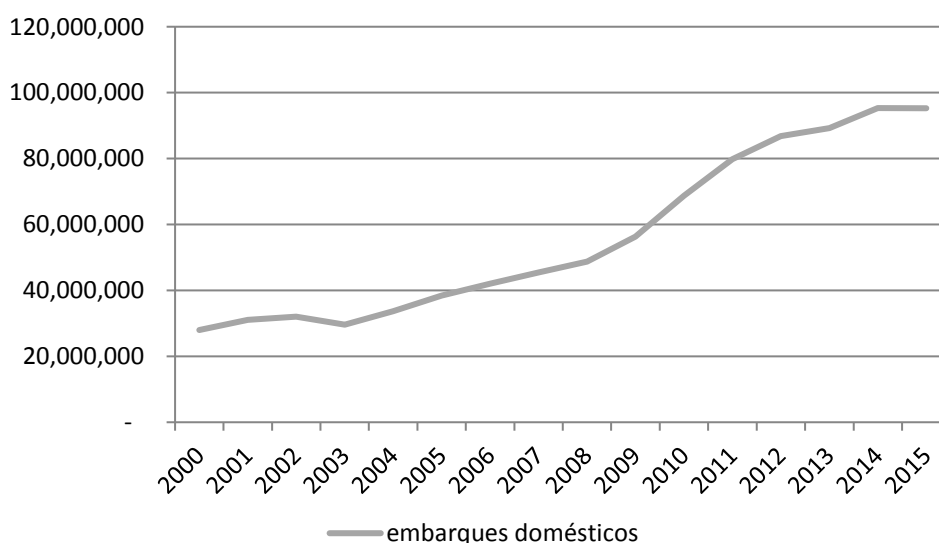
Fonte: elaborado pelo autor a partir de Ministério do Turismo (TURISMO, 2016)

Tendo em vista a participação periférica do Brasil no Turismo internacional, com meio por cento das chegadas e receitas e um por cento dos gastos, cabe ressaltar que a grande expressão do Turismo no país é de origem doméstica. Tendo isso em vista, propomos então mudar a escala de análise aproximando-nos dos indicadores do Turismo interno.

### 3.2.2 Trocando de escala: o subconjunto Brasil

No estudo da FIPE (2012) sobre a caracterização e dimensionamento do Turismo interno brasileiro foi estimado um movimento de 190 milhões de visitantes em 2011, afora as 156 milhões de pessoas em viagens rotineiras - no mesmo ano o país recebeu 5,43 milhões de turistas internacionais, ou seja, um número 35 vezes inferior. A estimativa da FIPE foi obtida ao se multiplicar a quantidade de domicílios urbanos do Censo 2010 por uma pesquisa de campo que indicava o número de pessoas que viajam por domicílios, a média de viagens realizadas anualmente e a propensão das pessoas em viajar. Se houve crescimento do número de brasileiros viajando ao exterior, também houve crescimento do Turismo doméstico, estimado em 18,5% entre 2007 e 2011, segundo a (FIPE, 2012), o que também pode ser visualizado a partir do número de embarques nos aeroportos brasileiros (TURISMO, 2016) que apresentou um crescimento de 340% em dezesseis anos.

**Gráfico 4 – Número de embarques em vôos domésticos no Brasil, de 2000 a 2015.**



Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados do Ministério do Turismo (2016), disponíveis em <http://www.dadosefatos.Turismo.gov.br> acesso em 03 mar. 2017.

Todavia, visto que o Turismo não é um fenômeno ubíquo, mas desigualmente distribuído em um sistema que inclui locais específicos e onde outros estão ausentes. Daí a questão: onde se localiza o Turismo no Brasil? E, tendo em vista objeto desse estudo, qual a posição de Porto Alegre nesse conjunto?

Para isso recorreu-se a duas fontes distintas, guias de viagem e a base de dados sobre emprego do Ministério do Trabalho. Em analogia às propostas de conceituação do espaço turístico apresentadas no primeiro capítulo, pode-se dizer que os guias de viagem apresentam a imagem a que se refere Miossec (1977), enquanto os dados sobre emprego dizem respeito aos equipamentos mencionados por Boullón (1990). Esse desafio foi pré-requisito para entender em qual contexto é possível compreender a existência do Turismo em Porto Alegre. Ao buscar uma resposta provisória a essas questões é interessante se ter presente a tipologia de locais turísticos, já apresentada, elaborada por Equipe MIT (2011) & Duhamel (2003) e sua indicação da diversidade e diferença entre as características dos locais turísticos. É interessante apreciar como cada *proxy* nos leva a distintas realidades representados, recordando o caráter construído do conhecimento.

Os guias de viagem são publicações que visam auxiliar os visitantes em seu projeto *recriativo*, para isso elencam e hierarquizam locais, além de caracterizar o espaço tendo em vista essa intencionalidade. Nesse sentido, não seguem uma divisão administrativa do território, mas a noção de 'destino'. Apresentam sítios turísticos, que nos dados oficiais estão opacos, inseridos à escala do município. Como fonte para o propósito em pauta têm a vantagem de representar uma imagem turística do território, não se confundido com os usos e consumos dos habitantes permanentes ou ainda de outros tipos de mobilidade. No entanto, em que pese sua escrita busque coincidir com os anseios dos turistas, por serem uma ferramenta de gerenciamento da alteridade, guias escritos para estrangeiros são mais frequentes, e nem todas as práticas e públicos de turistas estão ali representados. Há uma tendência dos guias em elencar os lugares mais adequados à prática da descoberta e invisibilizar destinos associados ao descanso, como os enclaves (STOCK, 2014).

O mapa a seguir visa a representação do espaço turístico brasileiro de acordo com três guias de viagem internacionais: Let'sGo (2004), Frommers (2012), Lonely

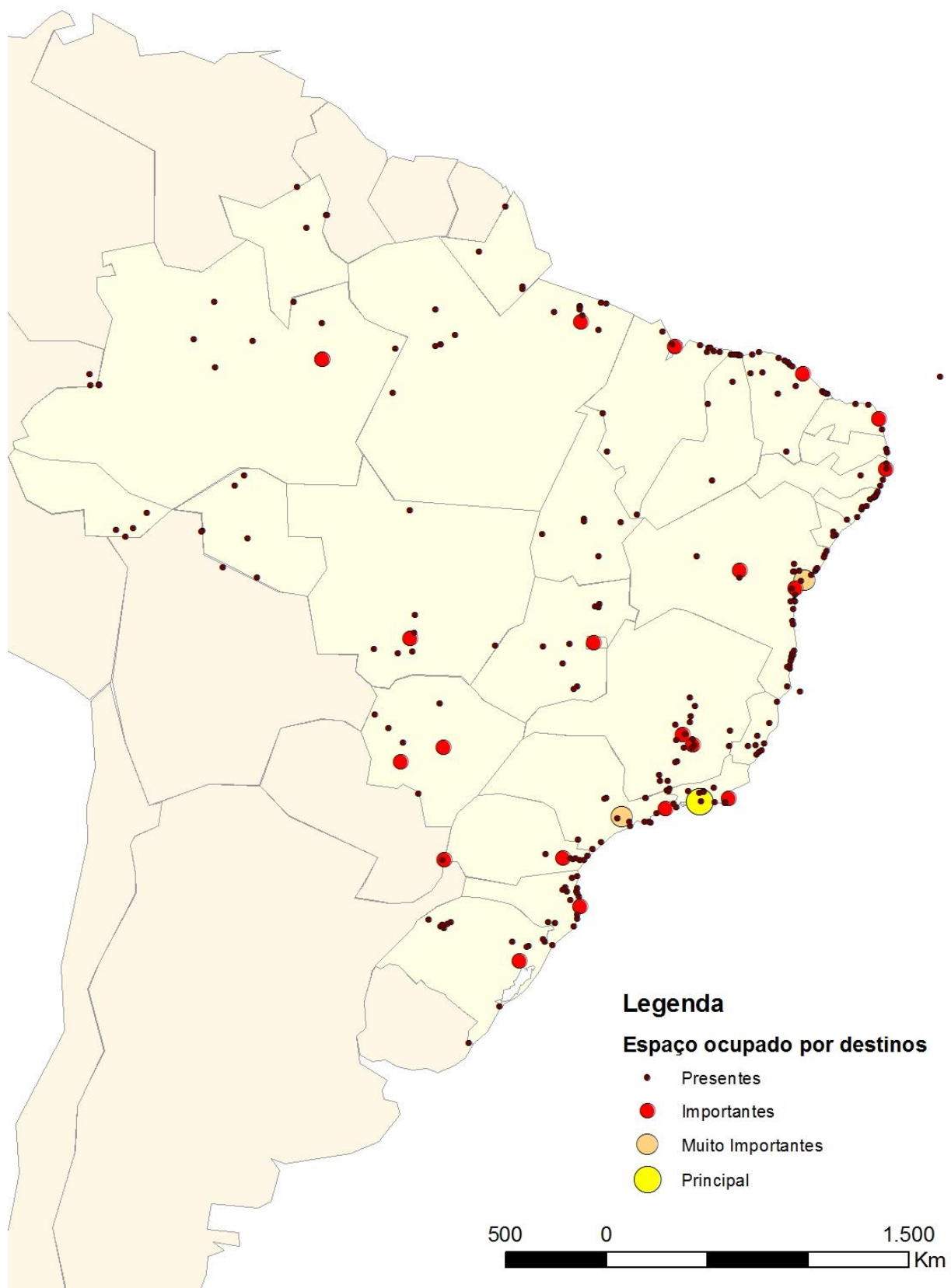


Planet (2011)<sup>xxvii</sup>. Para elaborá-lo foram elencados os destinos citados e quantas páginas dedicou-se a cada um deles, um sinal de sua importância na hierarquia turística nacional. Cada casa editorial construiu um estilo e público-alvo, um *ethos* próprio como veremos no capítulo quatro, em particular no Roteiro A. Assim, o Lonely Planet é voltado para viajantes independentes, que com frequência circulam entre os países do continente e se propõem a explorar locais fora do circuito mais estabelecido. Daí seu destaque para as fronteiras e maior número de destinos, 272. Já o Frommers é mais direcionado à famílias e viajantes de negócios, restringindo-se a locais que já gozam de certo reconhecimento como destinos turísticos, no total 43. Em posição intermediária está o Let's Go que indica 107 destinos. Ao total foram contabilizados 284 destinos diferentes.

---

<sup>xxvii</sup> A escolha desses títulos seguiu um critério de ordem prática, buscando a diversidade em um conjunto limitado de publicações, visto que não havia tempo disponível para realizar esse trabalho no conjunto dos guias internacionais que arrecadamos. Esse é um campo para pesquisas posteriores.

**Figura 24 – Mapa representando as páginas destinadas a cada destino em guias internacionais sobre o Brasil**



Fonte: 1 Elaborado pelo autor, com base em Let'sGo (2004), Frommers (2012), Lonely Planet (2011).

A imagem turística do Brasil nas três publicações é bastante vinculada à ideia de um país tropical, à cultura afro-brasileira e ao ecoturismo. O principal destino é o Rio de Janeiro (RJ), que em média ocupa 15% de seu espaço, outros dois locais importantes são São Paulo (SP), com 7%, e Salvador (BA) com 6%. Nota-se ainda um destaque para regiões como o Pantanal e a Amazônia. No sul do Brasil os destaques ficam por conta de Florianópolis (SC) e Foz do Iguaçu (PR). Neste aspecto, Porto Alegre exerce função como cidade paradoro para os visitantes que rumam a esses dois destinos provenientes de Buenos Aires (Argentina) ou Montevideu (Uruguai), em um circuito sulamericano. Além dessa função articuladora Porto Alegre também é indicada como uma cidade com função turística. Embora marginal e pouco adequada a imagem do Brasil tropical, como afirmam as próprias publicações, ela está presente nos três guias. O destino é reconhecido como uma importante cidade brasileira, reputada por sua oferta cultural, centro de negócios e por sua política progressista - em função do Orçamento Participativo e Fóruns Sociais Mundiais.

Essa representação do Turismo no Brasil a partir dos guias dá destaque para o olhar estrangeiro e para as práticas de descoberta, e apresenta um quadro distinto do outro *proxy* utilizado como indicador: o estoque de empregados em atividades características do Turismo (ACTs) disponibilizados na base de dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

As ACTs incluem bens e serviços que são Produtos Característicos do Turismo, definidos como “aqueles que deixariam de existir em quantidade significativa ou para os quais o nível de consumo seria sensivelmente diminuído em caso de ausência de visitantes” (IBGE, 2012, p. 9). De modo geral, as ACTs envolvem: alojamento, alimentação, transportes, serviços de agências e operadoras de Turismo, e atividades vinculadas ao entretenimento e à produção cultural. A Organização Mundial do Turismo (OMT, ou UNWTO) tem feito recomendações sobre o agrupamento das ACTs para a produção de estatísticas internacionais. No Brasil, o Ministério do Turismo (2011) compatibilizou essa seleção à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0) do IBGE.

Assim como os guias de viagem, os dados da RAIS também apresentam algumas limitações. Essa fonte diz respeito aos vínculos em emprego formal, não incluindo os proprietários, familiares não remunerados, bem como trabalhadores

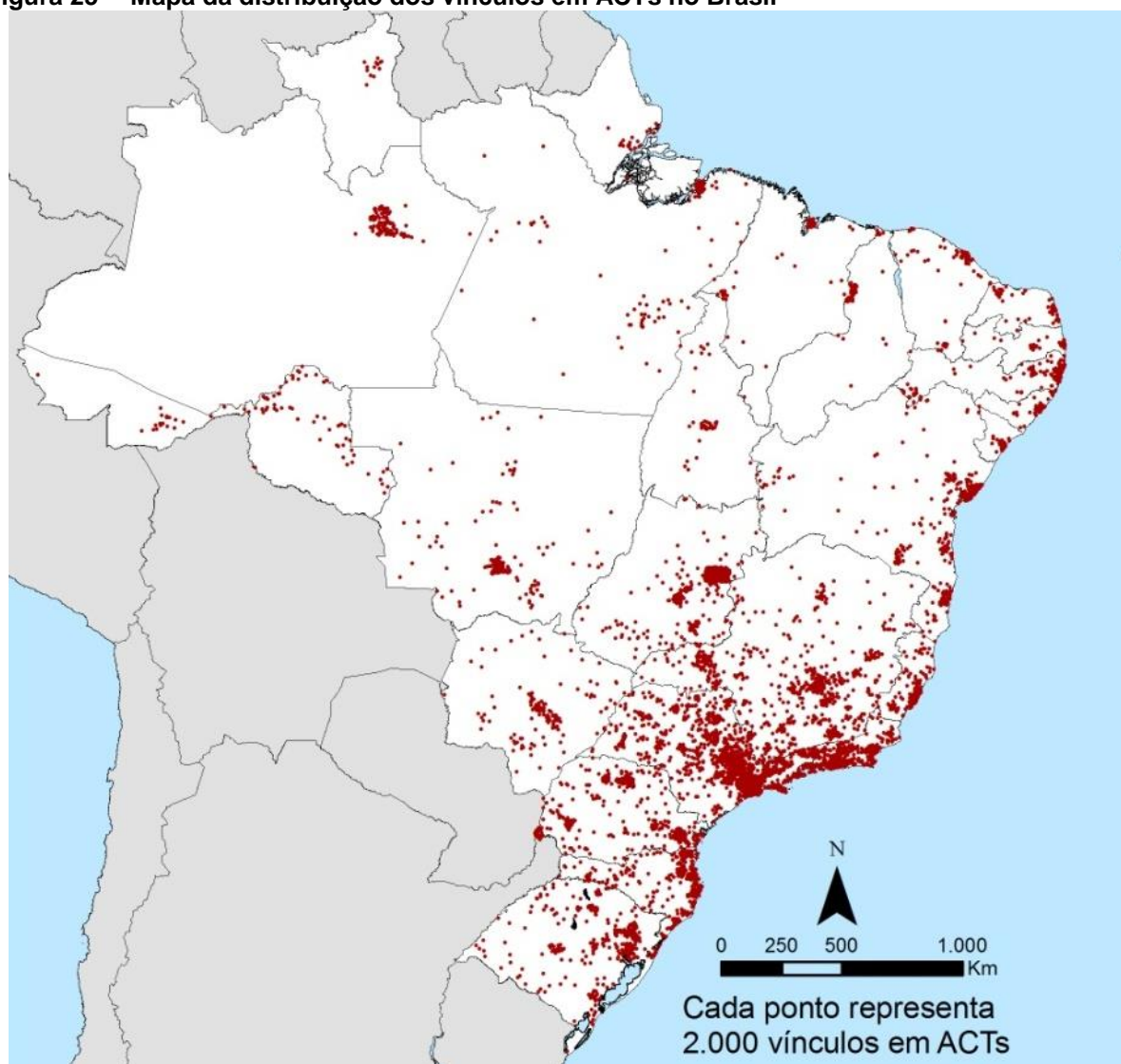
autônomos ou que não têm carteira assinada - isso faz com que pequenos estabelecimentos sejam subrepresentados. Outro ponto é que a taxa de formalidade do emprego varia tanto entre as ACTs, quanto entre as macrorregiões brasileiras. Embora o objetivo aqui não seja a análise do emprego no Turismo, ao utilizá-lo como *proxy* essas questões podem gerar distorções da distribuição espacial obtida. Há ainda a probabilidade de alguns estabelecimentos com filiais em distintos municípios registrarem seus vínculos apenas na matriz. Por fim, há de se considerar que não é possível avaliar em que medida a existência de postos de trabalho se deve à demanda turística, ou à demanda de residentes<sup>xxviii</sup>. Isso é particularmente crítico nas atividades vinculadas à alimentação, que também agrupam o maior número de vínculos dentre as ACTs. Além disso, como próprio do conceito da OMT também não há diferenciação entre Turismo\* e outras formas de mobilidade, à diferença dos guias intencionalmente voltados para turistas.

A distribuição espacial do número absoluto de vínculos em ACTs no Brasil entre 2002 e 2013 pode ser visualizada no mapa a seguir:

---

<sup>xxviii</sup> Algumas metodologias como a conta satélite da OMT utilizam coeficientes para limitar o que seria próprio do Turismo nesse total, por exemplo, 23% dos empregos em alimentação. No entanto, como aponta Violier (2012) isso tende a ser um tanto arbitrário. O IPEA, com apoio do Ministério do Turismo, desenvolveu no âmbito do Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor de Turismo metodologias para calcular esses coeficientes adaptados ao Brasil. No entanto, no momento em que realizamos essa análise ainda não abrangiam a escala municipal que é o nosso foco.

**Figura 25 – Mapa da distribuição dos vínculos em ACTs no Brasil**



Fonte: elaborado pelo autor a partir da RAIS do MTE, disponível em <http://pdet.mte.gov.br/acesso-online-as-bases-de-dados> acesso em 24 jun. 2015.

Refletindo o vínculo entre Turismo e urbano apresentado, nota-se a concentração das ACTs nas áreas do país mais densas em população. A tabela a seguir, comparando essa distribuição com a alocação da população brasileira, explicita essa relação de modo ainda mais evidente:

**Tabela 7 – Distribuição da população e dos vínculos em ACTs entre 2002 e 2013 no Brasil segundo classe de municípios**

Classe de municípios em número de habitantes	Distribuição da população	%	Distribuição de vínculos em ACTs	%	Distribuição de estabelecimentos em ACTs	%
Até 5 mil	4.374.345	2	112.770	0	88.357	2
De 5 a 10 mil	8.533.867	4	251.335	1	152.769	3
De 10 a 20 mil	19.743.967	10	629.218	3	338.503	7
De 20 a 50 mil	31.344.671	16	1.796.509	8	658.219	13
De 50 a 100 mil	22.314.204	12	1.746.040	7	509.896	10
De 100 a 500 mil	48.565.171	25	6.414.954	27	1.342.255	27
Mais de 500 mil	55.871.506	29	12.591.518	53	1.852.071	37
Total	190.747.731	100	23.542.344	100	4.942.070	100

Fonte: elaboração do autor com base e no Censo 2010 e na RAIS de 2002 a 2013 .

Os municípios com população superior a 100 mil habitantes concentram 80% dos vínculos em ACTs. Da mesma forma, se observa uma concentração das ACTs nas regiões mais populosas e urbanizadas do país. O destaque é a região Sudeste, em que o Estado de São Paulo concentra 30,4% dos vínculos formais em ACTs no Brasil, seguido de Rio de Janeiro (13%), Minas Gerais (10,2%).

**Tabela 8 – Número de vínculos e de estabelecimentos por macrorregião.**

Macrorregião	Vínculos ACTs	%	Estabelecimentos ACTs	%
Norte	872.927	4%	133.655	3%
Centro-oeste	1.900.141	8%	325.420	7%
Nordeste	3.592.947	15%	621.079	13%
Sul	4.064.454	17%	1.167.840	24%
Sudeste	13.111.875	56%	2.694.076	55%
Total	23.542.344	100%	4.942.070	100%

Fonte: elaboração do autor com base na RAIS de 2002 a 2013 .

Esse quadro da distribuição do Turismo, considerando como *proxy* o número absolutos de empregos em ACTs, frequentemente opõem-se ao senso comum que

tenderia a imaginar sua maior presença em locais mais especializados em Turismo, ou com imaginário mais forte na condição de destino turístico, a exemplo da região Nordeste. No entanto, cabe dizer que as metrópoles concentram os vínculos em ACTs por exercerem não apenas a condição de destinos turísticos, mas também por serem emissores de viajantes — aglomerando agências e operadoras de viagens — e articuladores da distribuição dos fluxos — a partir de sua infraestrutura de transportes. Nesse sentido, emergem enquanto turísticos municípios como Confins (MG) e Guarulhos (SP), ausentes, por exemplo, tanto dos "destinos domésticos desejados pelos brasileiros" (FIPE, 2012) quanto dos guias de viagens internacionais. Outro ponto importante é que há uma tendência de as metrópoles espontaneamente urbanizarem turisticamente o seu entorno. Ao exercerem ao longo da história o papel de origem dos visitantes, as cidades criaram as principais estações turísticas (DUHAMEL, 2003; ÉQUIPE MIT, 2008) nacionais, que em suas múltiplas variações, tendem a ser próximas de pólos importantes ou grandes eixos de circulação interurbana. A exceção dessa regularidade ocorre em sítios excepcionais, ou que se turistificaram a partir de projetos implantados em uma lógica vertical, dependendo de públicos mais distantes. É o caso de destinos vinculados a Parques Nacionais a exemplo de Lençóis (BA), Mateiros (TO), ou Fernando de Noronha (PE).

Essa função de vetor do Turismo faz com que frente a um público internacional as grandes cidades exerçam além da função turística, a função de base, ou para usar os termos da tipologia, paradoro, para exploração de um território mais amplo. Basta ver a prática comum dos guias de viagem em iniciar a apresentação de um recorte do território brasileiro por sua capital regional. Essa descrição das multiplicidade funcional das metrópoles em relação ao Turismo aplica-se ao caso de Porto Alegre.

Além da distribuição absoluta dos vínculos em ACTs, os dados da RAIS também permitem considerar a especialização dos territórios nessas atividades através do cálculo de seus Quocientes Locacionais (QLs)<sup>XXIX</sup>. Ao fazê-lo atenua-se a

---

<sup>XXIX</sup> Quocientes Locacionais: o QL resulta do quociente entre: A – emprego em determinado setor da área objeto dividido pelo emprego total naquela área, e B – emprego em determinado setor da área referência dividido pelo emprego total da área de referência. Considerando que os padrões de consumo são semelhantes entre as áreas pesquisadas, a área objeto e a área referência, um QL elevado significa que a área objeto possui proporcionalmente mais mão de obra empregada para

importância das grandes aglomerações e emergem outros tipos de locais, onde o Turismo exerce um papel predominante, como estações e enclaves (DUHAMEL, 2003; ÉQUIPE MIT, 2008). Todavia, o mais interessante na análise desse indicador é a possibilidade de verificar o quão desigualmente distribuído é o Turismo no país, que tende a se concentrar em poucos municípios.

Do total de 5.564 registros municipais verificou-se que 3.840 tinham um QL inferior à média. Por outro lado, 591 municípios apresentam QL acima de 1, indicando certa especialização, e desses 373 com ao menos um desvio padrão superior à média (acima de 1,25). Para a grande maioria dos municípios, portanto, as ACTs não empregam significativamente a sua população. A tabela a seguir apresenta as estatísticas principais dos QLs tendo em vista a classe populacional dos municípios.

**Tabela 9 – Estatísticas dos QLs das ACTs por classe de municípios**

População do município	Média de QL ACTs	Mín.	Máx.	$\sigma$ ACTs	QL
Até 5 mil	0,28	0,00	14,74	0,76	
De 5 a 10 mil	0,35	0,00	9,19	0,71	
De 10 a 20 mil	0,40	0,00	11,04	0,81	
De 20 a 50 mil	0,59	0,00	10,72	0,89	
De 50 a 100 mil	0,75	0,00	5,10	0,66	
De 100 a 500 mil	0,98	0,07	7,42	0,67	
Mais de 500 mil	1,09	0,70	1,55	0,23	

Fonte elaborado pelo autor a partir da RAIS de 2002 a 2013, disponível em <http://pdet.mte.gov.br/aceso-online-as-bases-de-dados> acesso em 24 jun. 2015, e do Censo 2010 do IBGE.

A média mais alta de QLs é encontrada nos municípios com maior população, no entanto o menor desvio padrão e os menores valores máximos indicam sua pouca especialização em ACTs, justificada por sua economia diversificada. Em contrapartida, alguns municípios menores têm QL elevado, indício de especialização em ACTs, embora em termos absolutos o número de vínculos seja, muitas vezes, pouco expressivo. Para ponderar essas situações utilizou-se como *proxy* o produto dos escores padrão das variáveis QLs e número de vínculos em ACTs. O

---

produção naquela determinada atividade, e provavelmente ela sendo nisso mais especializada que a área referência.



cruzamento entre turisticidade e urbanidade que apresentamos no gráfico e na tabela um. Os resultados foram classificados em seis agrupamentos pelo método Ward (HAIR JR, BLACK, *et al.*, 2010), pode ser conferido na tabela a seguir, que apresenta ainda o número de municípios em cada classe por macrorregião.

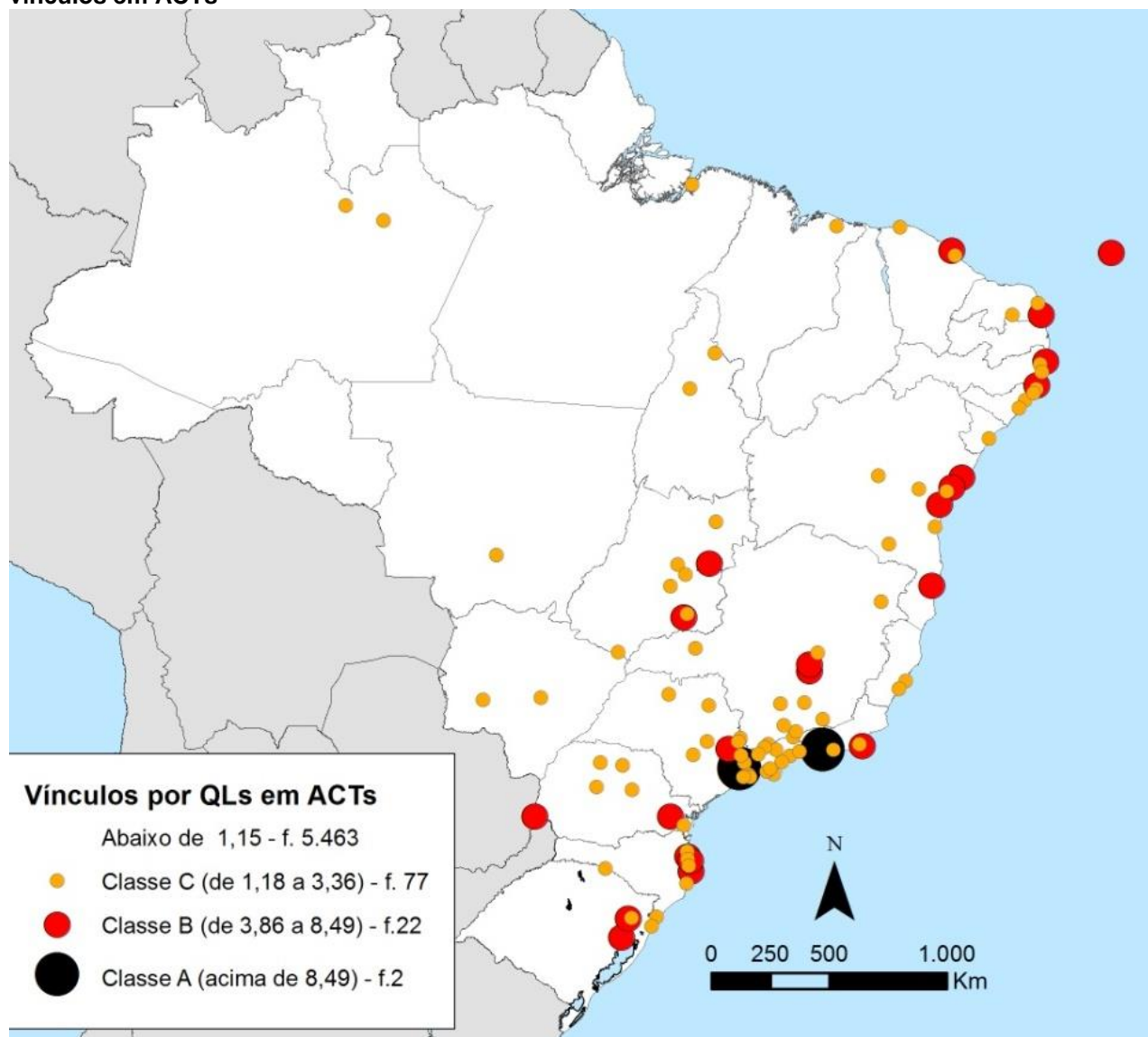
**Tabela 10 — Distribuição por classes dos produtos entre QLS e Vínculos (valores padronizados)**

Classes	Nº. municípios	%	N	CO	NE	S	SE
Classe F de -0,21 a -0,02	4.058	72,93%	346	319	1.521	841	1.031
Classe E de -0,02 a 0,29	1.051	18,89%	80	109	182	256	424
Classe D de 0,29 a 1,15	354	6,36%	18	28	64	71	173
Classe C de 1,18 a 3,36	77	1,38%	5	8	17	13	34
Classe B de 3,86 a 8,49	22	0,40%		2	9	7	4
Classe A acima de 8,49	2	0,04%					2
<b>Total</b>	<b>5.564</b>	<b>100%</b>	<b>449</b>	<b>466</b>	<b>1.793</b>	<b>1.188</b>	<b>1.668</b>

Fonte: elaborado pelo autor a partir da RAIS de 2002 a 2013, disponível em <http://pdet.mte.gov.br/acesso-online-as-bases-de-dados> acesso em 24 jun. 2015

Os valores negativos para maioria dos municípios reforçam a noção de que as ACTs são espacialmente concentradas. Os indicadores de São Paulo (SP), com valor 33,45 e do Rio de Janeiro (RJ), com 26,19, apontam para preponderância das duas principais metrópoles nacionais (IBGE, 2008), também no Turismo. No entanto, nas outras classes a hierarquia urbana não funciona como critério explicativo - como já visto conforme Equipe MIT (2008) e Lazzarotti (2003). Além das cidades, é importante a presença das ACTs no litoral, embora também de modo concentrado e não homogêneo. Afora os balneários marítimos, se distinguem a presença de estações termais, estâncias climáticas e destinos ecoturísticos. O mapa a seguir permite uma melhor visualização dessa distribuição:

**Figura 26 – Mapa distribuição espacial do produto entre variáveis padronizadas QLs e vínculos em ACTs**



Fonte: elaborado pelo autor a partir da RAIS de 2002 a 2013, disponível em <http://pdet.mte.gov.br/acesso-online-as-bases-de-dados> acesso em 24 jun. 2015.

O presente objeto de pesquisa, Porto Alegre, está na classe B junto aos 0,4% do Brasil que representa esse conjunto de 22 municípios. A tabela a seguir apresenta outras cidades com função turística dessa classe, excluídas as estações turísticas.

**Tabela 11 – Produto entre QL e Vínculos em ACTs das principais cidades com função turística brasileiras**

<b>Cidade com função turística</b>	<b>Produto QL e Vínculos em ACTs</b>
Belo Horizonte (MG)	8,49
Brasília (DF)	7,51
Porto Seguro (BA)	7,29
Curitiba (PR)	6,79
Porto Alegre (RS)	6,17
Salvador (BA)	5,81
Florianópolis (SC)	5,13
Fortaleza (CE)	5,00
Campinas (SP)	4,36
Recife (PE)	4,17

**Fonte:** elaborado pelo autor a partir da RAIS do MTE, disponível em <http://pdet.mte.gov.br/acesso-online-as-bases-de-dados> acesso em 24 jun. 2015.

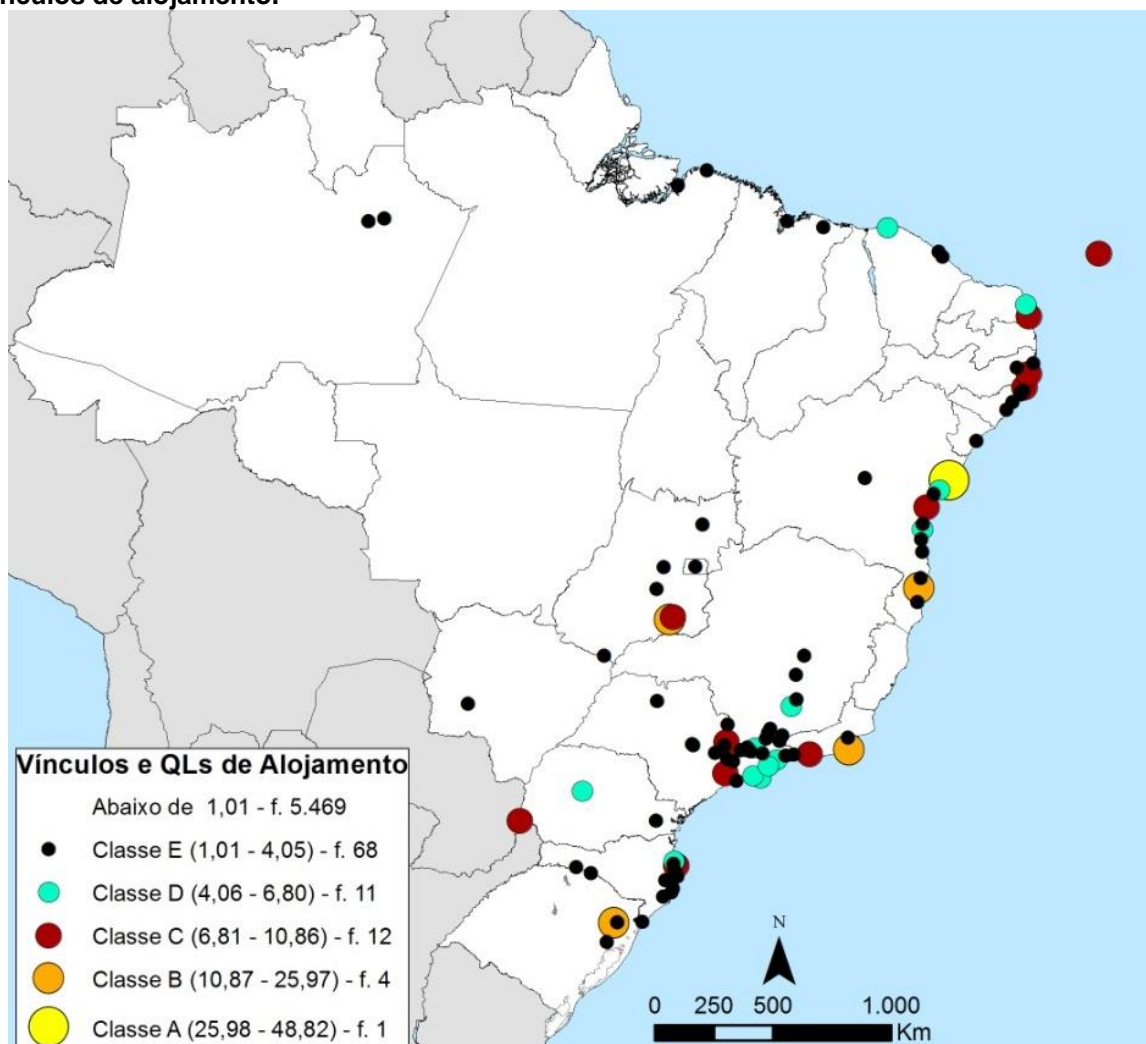
Tendo em vista esse conjunto do qual Porto Alegre faz parte, aponta-se que, apesar de suas singularidades, em comum esses locais podem ser classificados como um tipo de local turístico, e por isso, compartilham posições semelhantes, tornando as análises comparativas entre si e em contraste com outros tipos de locais turísticos, campo para futuros estudos.

Ao analisar a cidade com função turística, no entanto, é necessário atentar para o caráter múltiplo e diverso das mobilidades que recebe e que nem sempre podem ser consideradas turísticas\*, de acordo com os critérios apresentados no capítulo um de limitação na escolha da destinação e a ausência de propósitos *recreativos* (STOCK, 2003; ÉQUIPE MIT, 2008; VIOLIER, 2008), tais como os fluxos de propósito corporativo, em busca de serviços de saúde, ou para visitar familiares, por exemplo. Além disso, as cidades concentram equipamentos de transporte e agências de viagem, contabilizados nesse indicador mas que atestam mais sua condição de pólo emissor de visitantes do que de destino turístico. Por isso, optou-se por utilizar apenas as atividades de alojamento como *proxy* do Turismo. Tais atividades têm baixo consumo pela população local, não são solicitadas por excursionistas e são requisitadas pelos turistas em seus projetos de habitar temporariamente outro local com propósito *recreativo* (VIOLIER, 2008). Para Pearce (1987, p. 114):

Estatísticas de alojamento tendem a ser usadas principalmente para indicar variações espaciais da importância do Turismo [...]. Como medida da importância do setor turístico, é lógico o uso do alojamento, visto que a estada fora de casa é uma das características definidoras do Turismo.

Percebe-se então a emergência de outro quadro, conforme o mapa a seguir:

**Figura 27 – Mapa distribuição espacial do produto entre as variáveis padronizadas QLS e vínculos de alojamento.**



Fonte: elaborado pelo autor a partir da RAIS de 2002 a 2013, disponível em <http://pdet.mte.gov.br/acesso-online-as-bases-de-dados> acesso em 24 jun. 2015.

Ganham destaque, segundo o esquema, os municípios cujo grau de influência do Turismo na produção da espacialidade parece ser maior — enclaves, estações e cidades turistificadas — e cuja imagem coincide com a percepção de espaços turísticos devotados à *recriação*. Outro resultado é maior diversidade de classes, reflexo da acentuada dispersão dos indicadores, embora para maioria dos municípios os valores continuem não sendo expressivos. O destaque fica para Mata de São João (BA), onde está o complexo de *resorts* da Costa do Sauípe, com índice

bastante superior ao restante do país. No entanto, considerando os números absolutos o município apresenta número de vínculo sem alojamento ligeiramente menor do que Porto Alegre, 49.266 e 51.270, respectivamente.

Tal contraste reafirma a necessidade de considerar que o Turismo não atinge e transforma o espaço indistintamente, mas produz diferentes tipos espaciais que não podem ser analisados pela mesma métrica e teoria. O mesmo valor absoluto pode indicar situações e escalas de transformações bastantes diferentes de acordo com a realidade preexistente na qual está articulado. Na cidade com função turística a presença dos visitantes tende a se imiscuir em meio a diversidade desse tipo espacial, a mesma presença em um enclave não só é notável, como determina a lógica de funcionamento daquele subespaço. Essa diferenciação espacial também convida a abandonar noções como a de “potencial” ou “vocação” turística, pois são inúteis em explicar porque alguns pontos do mapa são iluminados e outros opacos, além disso escondem a dimensão situada e processual de um sistema que interliga atores, locais e práticas, e cujos componentes isolados não são suficientes para a emergência do Turismo.

### **3.2.3 Porto Alegre: a parte no todo e todo da parte**

Tendo em vista esse todo, do Turismo enquanto um operador espacial global, vetor da urbaniza o e criador de tipos de espaços diferenciados, como Porto Alegre, a parte em estudo, está articulada e vinculada a esse sistema?   medida em que se busca compreender o Turismo em uma escala local, outra vez mudam-se os *proxys* que indicam os seus rastros e, portanto, a possibilidade de sua compreensão. A mobilidade que Porto Alegre, e cidades similares, acolhe   diversa. Apesar da diferencia o, estabelecida nos quadros 1 e 2 do primeiro capítulo, entre Turismo\* e outras mobilidades, é importante notar as hibridiza es e caráter imiscuido que essas adquirem em um contexto de amplia o dos deslocamentos, explicitado no capítulo dois. A viagem de negócios com uma noite de lazer, a visita a parentes com um passeio, etc.. Nesse diálogo com o real e com suas incertezas, reafirma-se a busca em navegar pelas possibilidades e limita es que cada indicador sobre Turismo permite.

A proposta em caracterizar a dinâmica do Turismo\* em Porto Alegre está pautada nas seguintes questões: de onde vêm os turistas que visitam o município?

Quantos são? Por que vêm à cidade? Quando vêm, ou qual a dinâmica sazonal desse fluxo? O que fazem em Porto Alegre? Que mediadores utilizam para lidar com a alteridade espacial? Como avaliar a relação do Turismo\* com outras mobilidades?

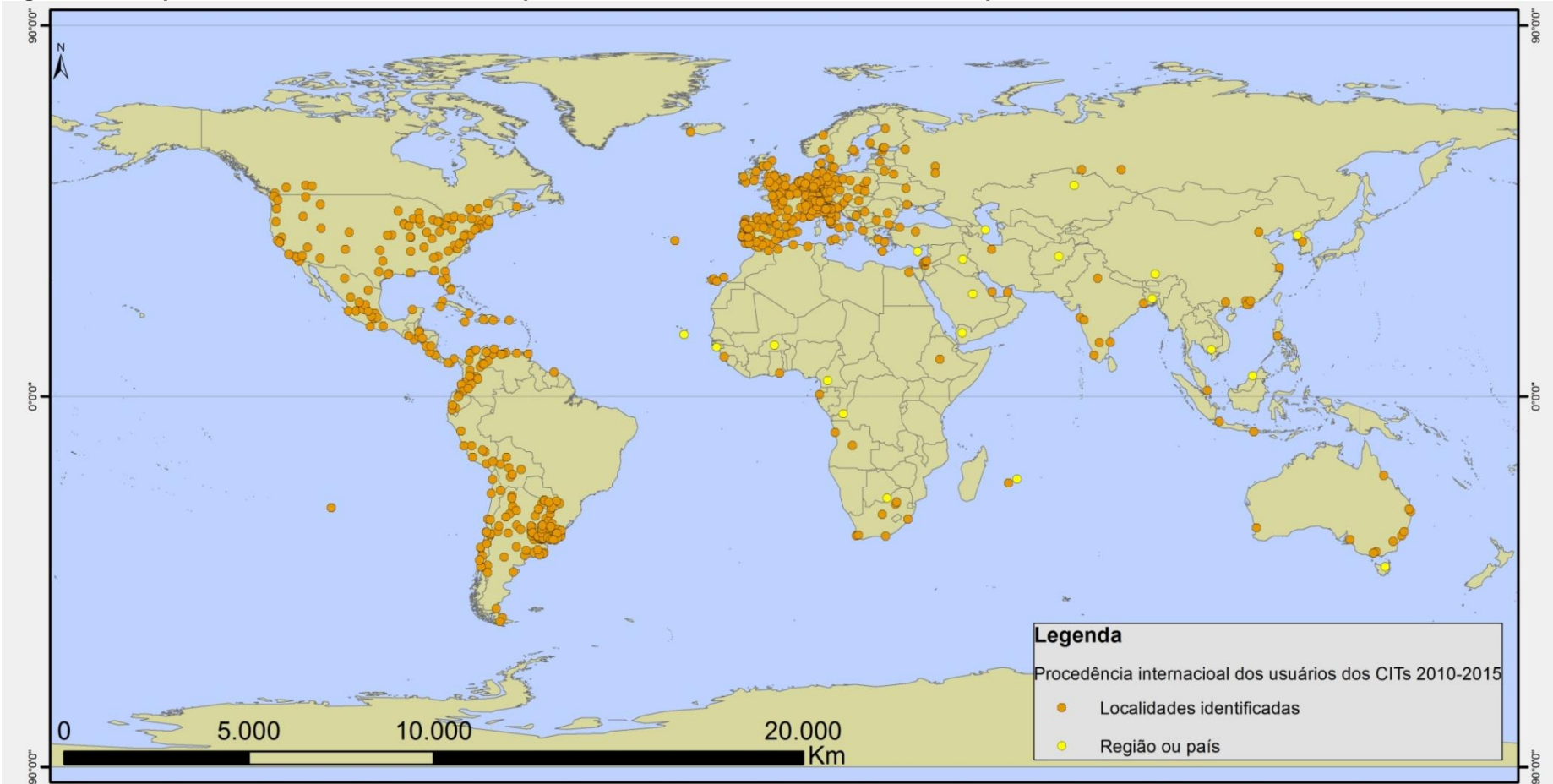
Para compor esse quadro do Turismo local, as fontes disponíveis são: os dados de atendimentos nos Centros de Informações Turísticas (CITs) mantidos pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre<sup>xxx</sup>; as pesquisas de perfil da demanda turística de Porto Alegre realizadas pela Secretaria Municipal de Turismo em parceria com instituições de Ensino Superior; os dados a oferta hoteleira da cidade e sua taxa de ocupação, divulgados pelo Sindicato de Hotelaria e Gastronomia, o fluxo no aeroporto Salgado Filho, de responsabilidade da Infraero, e a movimentação na rodoviária, fornecidos pela Veppo e ANTT, todos compilados no Boletim Estatístico Municipal de Turismo, também da SMTur.

O mapa a seguir apresenta a procedência dos visitantes internacionais que entre 2010 e 2015 utilizaram os serviços dos CITs.

---

<sup>xxx</sup> Um agradecimento aos técnicos da Secretaria de Turismo Juliane Noschang e Guilherme Peglow Klumb por disponibilizarem a base de dados aberta.

Figura 28 – Mapa dos locais identificados como procedência dos visitantes internacionais que utilizaram CITs da SMTUR entre 2010 e 2015.



Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da Secretaria Municipal de Turismo de Porto Alegre (2016)

O CIT é um serviço de acolhimento aos visitantes, onde esses buscam informações sobre os atrativos do destino, sua oferta hoteleira, cultural, gastronômica e de diversão noturna, bem como mapas e indicações sobre mobilidade. Com intenção censitária, a cada atendimento é questionado ao usuário o seu local de residência, perfazendo um conjunto de 264.773 visitantes entre 2010 e 2015. No total, a base aponta para 460.355 atendimentos no período, do quais 151.712 de porto-alegrenses e 43.870 com procedência não identificada. Como indicador os dados dos CITs são interessantes por designar um público de certa forma interessado na descoberta turística da cidade, mesmo que sua presença em Porto Alegre tenha causas em outros gêneros de mobilidade. São uma tecnologia espacial de gerenciamento da alteridade, assim como os guias e agências de viagem. Outro aspecto importante é a coleta diária dos dados, permitindo identificar as variações sazonais do fluxo de visitantes.

Percebe-se que mesmo na condição de destino não central, em um país periférico aos grandes fluxos turísticos mundiais, Porto Alegre já foi visitada por pessoas provenientes de 145 países distintos, e de 1.875 diferentes localidades, se incluídos os municípios brasileiros. Na elaboração do mapa, foram marcadas as 682 localidades internacionais declaradas, e para os casos em que não foi possível precisar o município de origem do atendido, foi indicada a capital do país ou região mencionada. Destaca-se nesse mapa é a diversidade geográfica da origem dos visitantes de Porto Alegre, sem ter em vista o volume do fluxo turístico proveniente de cada local. Como terá sido o diálogo com a alteridade representada por Porto Alegre para cada um desses visitantes? Convém ressaltar que essa dispersão de procedências não é apenas produto do fato de a cidade ter sido sede da Copa do Mundo em 2014, embora esse tenha sido o ano com o maior número de estrangeiros solicitando os CITs. A tabela a seguir demonstra essa evolução temporal, e permite considerar a representatividade de cada região para o conjunto do fluxo de visitantes à cidade.

**Tabela 12 – Procedência dos visitantes atendidos nos CITs da SMTur entre 2010 e 2015**

PROCEDÊNCIA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total	%
<b>ESTRANGEIROS</b>	<b>4.961</b>	<b>5.078</b>	<b>7.151</b>	<b>9.993</b>	<b>23.350</b>	<b>9.787</b>	<b>60.320</b>	<b>22,78%</b>
ÁFRICA, ÁSIA E OCEANIA	329	322	445	849	3.921	604	6.470	2,44%
AM. DO NORTE, CENTRAL E CARIBE	687	633	966	1.374	2.201	1.625	7.486	2,83%
AMÉRICA DO SUL	2.518	2.402	3.382	4.418	11.699	4.796	29.215	11,03%



EUROPA	1.427	1.721	2.358	3.352	5.529	2.762	17.149	6,48%
<b>BRASILEIROS</b>	<b>22.515</b>	<b>21.013</b>	<b>35.542</b>	<b>41.723</b>	<b>39.540</b>	<b>44.120</b>	<b>204.453</b>	<b>77,22%</b>
CENTRO-OESTE	1.241	1.121	1.783	2.069	1.885	2.696	10.795	4,08%
NORDESTE	3.239	3.446	5.725	6.711	5.323	5.879	30.323	11,45%
NORTE	662	754	1.465	1.713	1.418	2.343	8.355	3,16%
SUDESTE	10.733	9.716	15.337	16.085	13.806	18.351	84.028	31,74%
SUL	6.640	5.976	11.232	15.145	17.108	14.851	70.952	26,80%
RS	4.336	3.726	7.402	10.243	12.739	10.245	48.691	18,39%
<b>TOTAL VISITANTES</b>	<b>27.476</b>	<b>26.091</b>	<b>42.693</b>	<b>51.716</b>	<b>62.890</b>	<b>53.907</b>	<b>264.773</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da Secretaria Municipal de Turismo de Porto Alegre (2016).

Como já indicado quando tratada a posição do Brasil no sistema Turismo, a maior parte — 77,22% — do fluxo é de viajantes domésticos. Nota-se que ao longo deste quinquênio houve crescimento da presença de visitantes na cidade. Acompanhando os indicadores nacionais, também em Porto Alegre constata-se a expansão do número de vôos e o incremento da oferta hoteleira, como aponta o Boletim Estatístico Municipal do Turismo — BEMTUR (SMTUR, 2013).

Embora diversificado, o público que procura os serviços dos CITs provém em boa parte da região Sudeste (31%) — principal pólo emissor do país —, seguidos da região Sul (26%), com destaque para o Rio Grande do Sul (18%), área de influência de Porto Alegre. Nota-se que, apesar da proximidade geográfica com o Prata, do discurso de 'capital do Mercosul' e do fato de ser o terceiro portão de acesso de estrangeiros ao Brasil por via aérea (TURISMO, 2016), tomando por base número de visitantes que buscam os CITs, os que provêm da região Nordeste — 30.323 — é semelhante aos do restante do continente sulamericano, com 29.215. Por outro lado, é mais frequente a presença de europeus (6,48%) do que de habitantes das regiões Norte (3,16%) ou Centro-Oeste (4,08%) do país.

É possível, portanto, caracterizar o público de visitantes de Porto Alegre como sendo proveniente principalmente do centro-sul do Brasil, embora exista uma parcela considerável de turistas da região Nordeste e de países da América do Sul, além de um fluxo disperso de uma variedade de origens.

Os dados dos CITs também apontam para importância do fluxo intermetropolitano, no caso brasileiro do transporte aéreo. No caso de Porto Alegre, a tabela a seguir confirma o Turismo enquanto fluxo e intercâmbio entre populações

de espaços densamente urbanizados, conforme indicam os estudos de Turismo e cidade revisados no capítulo dois.

**Tabela 13 – Municípios de procedência dos visitantes atendidos pelos CITs, entre 2010 e 2015**

Município	f.	% visitantes com cidade de origem identificada.	soma %
São Paulo (SP)	33.269	16,88%	16,88%
Rio De Janeiro (RJ)	21.730	11,03%	27,91%
Curitiba (PR)	9.320	4,73%	32,63%
Belo Horizonte (MG)	7.788	3,95%	36,59%
Recife (PE)	6.322	3,21%	39,79%
Brasília (DF)	6.056	3,07%	42,87%
Salvador (BA)	5.952	3,02%	45,89%
Buenos Aires (Argentina)	4.638	2,35%	48,24%
Fortaleza (CE)	4.544	2,31%	50,55%
Canoas (RS)	3.596	1,82%	52,37%
Belém (PA)	3.142	1,59%	53,96%
Florianópolis (SC)	2.952	1,50%	55,46%
Manaus (AM)	2.217	1,12%	56,59%
Caxias do Sul (RS)	2.169	1,10%	57,69%
Natal (RN)	1.996	1,01%	58,70%
Vitória (ES)	1.938	0,98%	59,68%
Novo Hamburgo (RS)	1.917	0,97%	60,66%
Montevideo (Uruguai)	1.778	0,90%	61,56%
Campinas (SP)	1.775	0,90%	62,46%
Santa Maria (RS)	1.772	0,90%	63,36%
Goiânia (GO)	1.604	0,81%	64,17%
São Leopoldo (RS)	1.509	0,77%	64,94%
São Luís (MA)	1.490	0,76%	65,69%
Pelotas (RS)	1.393	0,71%	66,40%
João Pessoa (PB)	1.343	0,68%	67,08%
Gravataí (RS)	1.194	0,61%	67,69%
Viamão (RS)	1.141	0,58%	68,27%
Londrina (PR)	1.064	0,54%	68,81%
Maceió (AL)	1.052	0,53%	69,34%
Santos (SP)	1.029	0,52%	69,86%

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da Secretaria Municipal de Turismo de Porto Alegre (2016).

Essa tabela parece subverter a expectativa de encontrar maior número de visitantes de regiões próximas, constatação que é quase regra ao examinarem-se os dados em escala internacional. Considerando ser o Turismo um jogo com a alteridade, é interessante imaginar o repertório a partir do qual habitantes dessas

idades dialogam com o espaço Porto Alegre. Por outro lado, para muitos vizinhos a capital gaúcha não é um espaço estranho e, portanto, dispensam esse tipo de serviço, podendo recorrer, por exemplo, a moradores da cidade como ciceroes. Inclusive, o maior número de pessoas que busca o serviço dos CITs é de porto-alegrenses, cerca de 36,4% do total de atendimentos com procedência identificada, muitos, procurando descobrir sua cidade a partir de uma intencionalidade *recriativa* ou de colher informações a fim de melhor receber pessoas de fora.

Como indicador, os atendimentos dos CIT têm um processo de coleta de dados passivo, ou seja, registram pessoas que buscam o serviço. Existe outra fonte de dados sobre a procedência dos visitantes de Porto Alegre, coletada de modo ativo, isto é, indo aos principais portões de acesso à cidade - aeroporto e rodoviária - e entrevistando as pessoas, são as: pesquisas de perfil do visitante doméstico de Porto Alegre realizadas em 2007 e 2010 pela SMTur<sup>xxxI</sup> em parceria com instituições de Ensino Superior. Na primeira pesquisa o trabalho de campo foi realizado entre 20 e 26 de outubro de 2007 com 1.342 pessoas entrevistadas. Na segunda investigação a coleta de dados foi feita em duas etapas, entre 22 e 28 de abril na área doméstica do aeroporto Salgado Filho e de 29 de abril a 5 de maio nas plataformas interestadual e intermunicipal da rodoviária de Porto Alegre, ao todo 1.058 pessoas a responderam a pesquisa.

Combinando os achados dessas investigações pontuais feitas pela SMTur com dados que são coletados de modo contínuo é possível formular uma proposição para outra questão colocada: quantos são os turistas em Porto Alegre? Existem dois métodos para obtermos uma resposta aproximada, o primeiro utiliza como *proxy* os dados de fluxo dos portões de acesso da cidade, já o segundo tem nos dados da oferta e ocupação hoteleira seu suporte.

Em 2015 entre embarques e desembarques o aeroporto Salgado Filho contabilizou um fluxo de 7,8 milhões de passageiros domésticos e 508 mil em voos

---

<sup>xxxI</sup> Inicialmente pretendeu-se realizar um novo processo de coleta de dados voltado especificamente para esta tese. Todavia, como doutorando o autor não dispunha dos mesmos recursos. Além disso, o trabalho de análise e interpretação dos resultados existentes seria uma contribuição mais rica do que a replicação desse estudo, que possivelmente atingiria resultados semelhantes. Os detalhes metodológicos dessas investigações não foram aqui apresentados, pois o propósito é traçar um quadro geral do Turismo em Porto Alegre a partir desses seus resultados. Os detalhes sobre as definições e escolhas de abordagens, bem como o restante dos estudos, podem ser visualizados nos relatórios completos, ambos disponíveis em : [http://www2.portoalegre.rs.gov.br/Turismo/default.php?p\\_secao=324](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/Turismo/default.php?p_secao=324) acesso em 08 mar. 2017.

internacionais (SMTUR, 2015). Já na plataforma intermunicipal da rodoviária de Porto Alegre embarcaram aproximadamente 5,9 milhões de passageiros (SMTUR, 2015) . Embora sejam duas medidas distintas esses indicadores fornecem uma dimensão da utilização desses portões de acesso à cidade. Para para este ano base não se dispõe de dados relativos à plataforma interestadual da rodoviária, no entanto a média entre os anos de 2003 e 2008, em que estão disponíveis as informações (SMTUR, 2011), foi de 497.698 passageiros embarcados.

Ao comparar esse panorama com a caracterização do público encontrado nos equipamentos de mobilidade, um primeiro aspecto a ser considerado são as diferentes situações que levaram as pessoas estarem em Porto Alegre. As pesquisas de perfil indicam que, além de viajantes — embora não necessariamente em um projeto turístico —, a cidade atua na função de articuladora do trânsito entre outras regiões. Alguns exemplos: em escala estadual, com pessoas que vêm da região Sul do estado rumo ao Litoral Norte; em nível nacional, como quem vêm de outras unidades da federação para a Serra Gaúcha, bem como riograndeses que visitam outras regiões brasileiras; com abrangência internacional, como argentinos cuja meta de férias é Santa Catarina.

A tabela a seguir indica a proporção de cada tipo de mobilidade encontrada nos portões de acesso à cidade.

**Tabela 14 – Distribuição dos visitantes de Porto Alegre em tipos de mobilidade**

Perfil 2007	f.	%	Perfil 2010	f.	%
Turista doméstico	397	29,58	Turista doméstico	272	25,71
Excursionistas ou em trânsito	536	39,94	Excursionista	119	11,25
		-	Em trânsito	300	28,36
Moradores ou estrangeiros	409	30,48	Moradores	347	32,80
		-	Estrangeiros	20	1,89
Total	1342	100,00	Total	1058	100,00

**Fonte: elaborado pelo autor a partir de SMTur/UFRGS (2007) SMTur/FARGS (2010)**

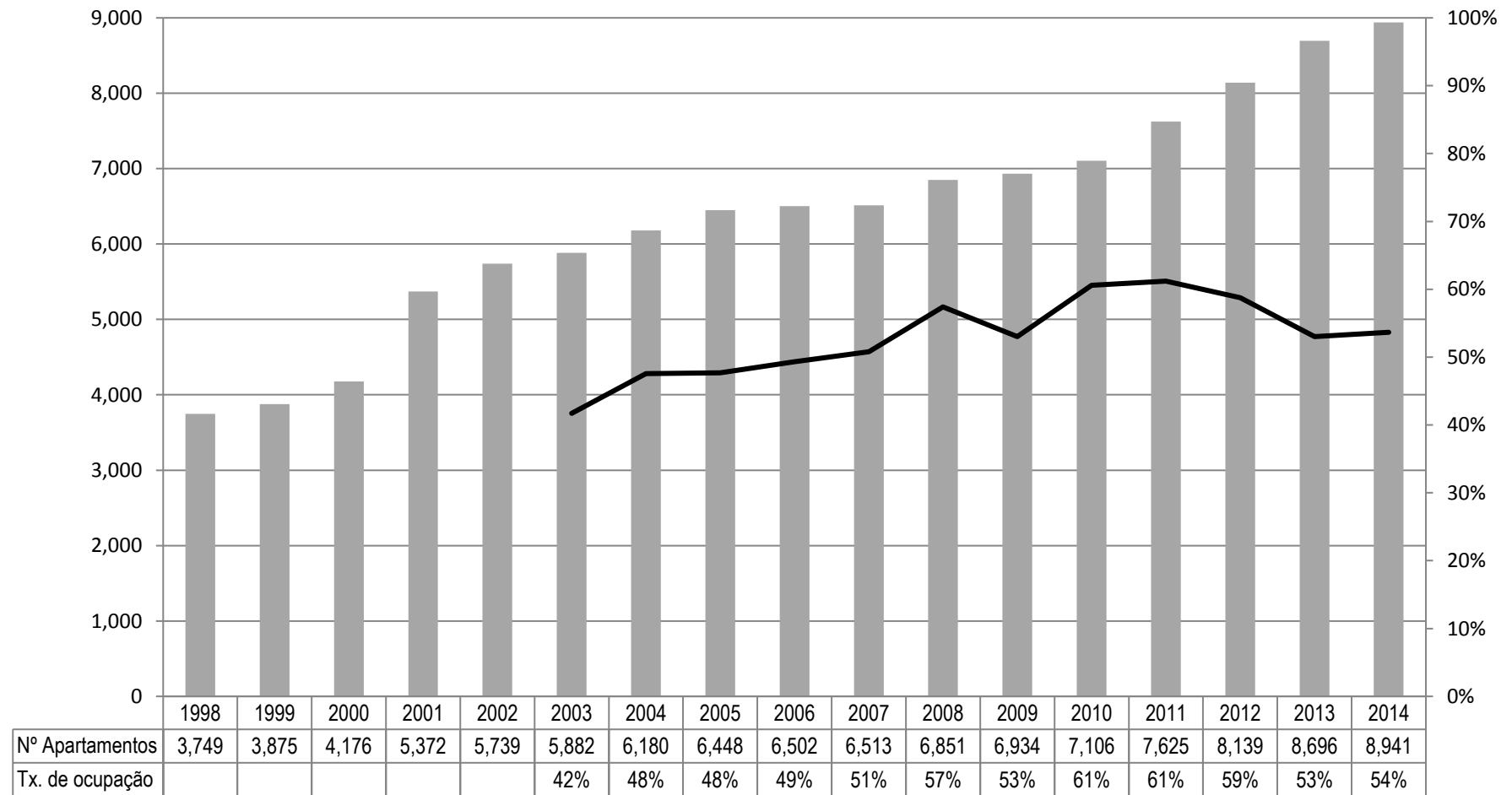
Embora a pesquisa de 2010 apresente mais detalhes, é possível compatibilizar os dois trabalhos. Notamos que apesar da coleta de dados ter sido realizada em anos e períodos diferentes a proporção entre os três grupos de mobilidade - turistas domésticos; outras mobilidades, como excursionistas e pessoas em trânsito; e o conjunto de moradores somados a estrangeiros - é similar. Apesar da primeira investigação já contar com uma década não existem indícios de que

essa propoção tenha se alterado significativamente, como poderia assinalar uma mudança na distribuição de um indicador contínuo como os atendimentos nos CITs.

Tomando por base a pesquisa de 2010 buscou-se realizar um exercício exploratório de cálculo do número de turistas que Porto Alegre recebe anualmente. Aqui, o número de turistas em Porto Alegre ( $T$ ) é resultante da soma entre os fluxos do aeroporto ( $a$ ), plataforma intermunicipal da rodoviária ( $rm$ ) e plataforma interestadual da rodoviária ( $re$ ), ajustados pela proporção de turistas diante do conjunto do público encontrado em cada local ( $t_1, t_2$  e  $t_3$ ) - valores indicados pela pesquisa de perfil. O resultado é a seguinte equação:  $T = t_1.a + t_2.rm + t_3.re$ . Ao tomar como base os dados de fluxo de 2015, obtivemos a seguinte estimativa: 2.521.512 de turistas. Essa é uma proposta acanhada visto que desconsidera os viajantes que chegam a Porto Alegre por automóvel, bem como os visitantes oriundos de voos internacionais.

Existe outra possibilidade de estimar o número de turistas em Porto Alegre, tomar por base a taxa de ocupação de seus hotéis. O gráfico a seguir aponta os dados sobre oferta e ocupação hoteleira da cidade nos últimos anos.

Gráfico 5 – Oferta hoteleira e taxa de ocupação em Porto Alegre, 1998 a 2014.



Fonte: SMTur (2015).

Considera-se esta oferta diária de 8.941(OfH) apartamentos multiplicada por sua taxa de ocupação (Och) de 54%. Ajusta-se esse valor de acordo com informações presentes na Pesquisa de Perfil (SMTUR. FARGS., 2010), como o dado de que o grupo de viagem (Gv) de cada entrevistado era composto em média por 1,38 indivíduos, que a mediana de permanência (mp) dos turistas em Porto Alegre é de duas noites, e que esse conjunto representa 42% do total de turistas, os que afirmam ter utilizado meios de hospedagem comerciais (tHc). Tem-se, portanto, ( $T = ((365 \times OfH \times Och \times Gv)/mp) / tHc$ ), que resultou em 2.895.160 turistas em Porto Alegre para o ano de 2014. Outrossim, cabe ressaltar o incremento de 238% da oferta hoteleira de Porto Alegre nos 17 anos, sublinhando sua inserção em sistema em que a mobilidade interurbana é uma demanda crescente.

Essas duas estimativas pautam-se por índices que consideram apenas os turistas domésticos, e tendo em vista que esse grupo corresponde a 77% do fluxo - tomando como base as procedências registradas nos CITs - obtém-se em uma média das duas estimativas, o valor de 3,5 milhões de turistas anuais em Porto Alegre. O propósito desse exercício de quantificação não foi o de obter um dado exato, mas uma ordem de grandeza do movimento de viajantes na cidade.

A Organização Mundial do Turismo tem investido e buscado metodologias que permitam identificar a dinâmica do Turismo em escalas subnacionais, notadamente no Turismo em cidades (UNWTO, 2012), os *proxys* e metodologias utilizadas são semelhantes ao exercício apresentado, embora existam cálculos de maior sofisticação. A tabela a seguir foi construída com base em um relatório em que são apresentadas as estatísticas de fluxo de diversas cidades pelo mundo.

**Tabela 15 – Turismo em cidades no mundo , ano-base 2010**

Cidade	País	Pop. em 2010	Visitantes domésticos	Visitantes internacionais	% Visitantes domésticos	% Visitantes internacionais	Taxa turistas/ população
Atenas	Grécia	3.074.160	n.d.	3.170.478	n.d.	100%	n.d.
Barcelona	Espanha	1.619.337	1.973.487	5.160.037	28%	72%	4,41
Berlim	Alemanha	3.460.725	5.777.183	3.274.247	64%	36%	2,62
Bogotá	Colômbia	7.363.782	17.097.258	1.539.407	92%	8%	2,53
Buenos Aires	Argentina	2.891.082	6.995.261	3.017.030	70%	30%	3,46
Cidade do Cabo	África do Sul	3.749.097	1.755.000	1.251.215	58%	42%	0,80
Hong Kong	China	6.979.000	n.d.	36.030.000	n.d.	100%	5,16
Kazan	Rússia	1.143.000	930.000	130.000	88%	12%	0,93
Lisboa	Portugal	469.509	921.896	1.924.017	32%	68%	6,06
Londres	Reino Unido	7.750.000	11.580.000	14.710.000	44%	56%	3,39
Madri	Espanha	3.284.110	4.025.777	3.843.643	51%	49%	2,40
Melbourne	Austrália	4.137.432	6.470.000	1.449.200	82%	18%	1,91
Nova Iorque	EUA	8.175.133	39.100.000	9.744.000	80%	20%	5,97
Paris	França	2.211.297	7.069.367	8.113.794	47%	53%	6,87
Quito	Equador	2.239.191	1.000.000	470.000	68%	32%	0,66
São Paulo	Brasil	11.037.593	10.096.181	1.656.495	86%	14%	1,06
Viena	Áustria	1.703.000	2.650.214	9.026.220	23%	77%	6,86
Zaragoza	Espanha	696.656	616.467	183.471	77%	23%	1,15
Porto Alegre*	Brasil	1.409.351	2.599.248	458.691	85%	15%	2,17

Fonte: UNWTO (2012) \*Elaborado pelo autor a partir dos dados SMTur (2010) e informações sobre ocupação hoteleira disponíveis em SMTur (2013)



Não existe a pretensão de conferir o mesmo *status* metodológico dos dados recolhidos pela OMT aos valores encontrados para Porto Alegre. No entanto, parece interessante observar algumas proporções e dinâmicas que essa contraposição permite indicar. Em média essas cidades recebem 12 milhões de visitantes, aproximadamente quatro vezes mais que Porto Alegre. Em acordo com a dinâmica do Turismo observada a partir dos indicadores globais, percebemos nas cidades europeias, a exemplo de Viena e Barcelona, a predominância de visitantes internacionais o que certamente torna o Turismo mais evidente na paisagem daquelas cidades. Já nas urbes sulamericanas, em Melbourne e em Nova Iorque, é o Turismo doméstico que assume o protagonismo. Outro indicador é proporção entre visitantes e residentes, que permite sinalizar a influência do Turismo na dinâmica das cidades. Recebendo 2,17 vezes sua população, o Turismo em Porto Alegre não parece ter uma influência grande na dinâmica da cidade, no entanto, também não é algo a ser desprezado, ultrapassa cidades como São Paulo, Cidade do Cabo e Quito. Outro dado interessante de ser comparado aos indicadores de outras cidades é número de pernoites em Porto Alegre, em acordo com a tendência global (UNWTO, 2012) a maior parte dos visitantes têm estadas curtas, sendo 52% de uma a dois pernoites e 25% três a cinco pernoites (SMTUR. FARGS., 2010).

Ainda que provisoriamente, a questão "de onde vêm e quantos são os turistas em Porto Alegre?" foi respondida. Mas por que vêm à cidade? Esse é outro ponto em que as investigações de realizadas pelo SMTur auxiliam na tarefa de caracterizar a dinâmica do Turismo local. Na tabela a seguir está a proporção dos visitantes de acordo com as motivações que os trouxeram à cidade. Além das pesquisas de caracterização do Turismo doméstico, considerou-se outros trabalho realizados pelo ente municipal, a pesquisa de perfil dos visitantes dos estádios de futebol, cuja coleta ocorreu nas na ocasião dos dois jogos entre a dupla grenal na final do campeonato estadual de 2010.

**Tabela 16 – Motivo da visita a Porto Alegre em pesquisas da SMTur**

Motivo	Perfil 2007	Perfil 2010	Futebol 2010
Lazer	15%	12%	35%
Visita a amigos e parentes	19%	34%	19%
Negócios ou trabalho	38%	37%	9%

Eventos	12%	2%	35%
Estudos ou cursos	6%	5%	1%
Saúde	11%	9%	
Religião		0,4%	
Número de respondentes	397	244	295

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados de SMTUR (2007;2010;2010b)

Apesar da variação metodológica e da impossibilidade de comparar os resultados entre os estudos, salvo no caso das pesquisas de perfil que têm desenho semelhante, esses dados ressaltam a diversidade de razões que trazem as pessoas a Porto Alegre. Diversidade que é característica do tipo cidade com função turística. Nota-se ainda que, longe de definições estritas, existem hibridizações entre as razões que traz o público a cidade. Um exemplo ficou evidenciado na pesquisa feita nos estádios de futebol, em que 9% dos que vieram a Porto Alegre por negócios e trabalho aproveitaram para assistir uma partida. Esse mesmo evento desportivo foi a razão que levou 35% daquele público à cidade. Isso sublinha o papel dos eventos — destaque também na investigação de 2012 — e a variação que promovem na oferta de atividades e possibilidades de experiência no espaço porto-alegrense, para além de práticas já estabelecidas e possíveis de serem exercidas durante todo ano.

Outro aspecto é que as visitas a lazer, que se enquadrariam na definição de Turismo\* como deslocamento visando à *recriação*, não são predominantes, repondendo a 15% e 12% nas pesquisas de perfil do público doméstico. Essa informação parece crucial para compreender a dinâmica turística da cidade, pois indica que a maior parte do fluxo de visitantes está vinculado a outros tipos de mobilidade, como a corporativa e aquela ligada à vínculos familiares e de amizade. Corroborando o apontado no quadro Quadro 4 — Distinção dos diferentes tipos de locais turísticos proposto por Clergeau & Violier (2012), apresentado no capítulo dois, na condição de cidade com função turística, o Turismo\* em Porto Alegre sofre uma concorrência interna de outras mobilidades e atividades, além daquela externa, em competição com outros destinos em um sistema mais amplo. Tal concorrência interna contribui para certa invisibilidade do Turismo\* como elemento presente na dinâmica da cidade. Esse predomínio da mobilidade corporativa também parece contribuir para a veiculação de uma imagem turística que se confunde com um discurso para captação de investidores e um público cujo propósito não é a *recriação*, mas o trabalho. Isso, por sua vez, contribui para percepção de uma

cidade séria, boa para negócios, mas pouco atrativa quando se trata de entreter seus visitantes. Elementos que serão examinados no roteiro B do capítulo quatro, que trata do imaginário presente no discurso turístico sobre Porto Alegre.

Os visitantes que a cidade recebe em sua maioria são independentes, ou seja, não viajam em grupos turísticos ou recorrem à agências de viagem, conforme a tabela a seguir.

**Tabela 17 – Organização da viagem segundo pesquisa de perfil do turista doméstico de 2010.**

Como esta viagem foi organizada	Nº casos	%
Sem pacote, eu mesmo organizei	166	66,4
Empresa onde trabalha	51	20,4
Agência de viagens na cidade de origem	14	5,6
Cortesia	7	2,8
Agência de viagens em Porto Alegre	2	0,8
<b>Total</b>	<b>240</b>	<b>100</b>

**Fonte: SMTUR (2010)**

Isso também contribui para que a função turística da cidade seja pouco visível, pois na maior parte, tratam-se de pequenos grupos de visitantes que se imiscuem na paisagem humana local. As agências de viagem porto-alegrenses são voltadas principalmente para a emissão de visitantes a outros locais. Isso tem duas implicações: uma é o alinhamento ao comentário anterior sobre a posição do Brasil enquanto emissor no Turismo internacional, e outra, é que a ausência de destinos urbanos nacionais nessa oferta estruturada auxilia a percepção dos locais de Porto Alegre como pouco alinhada ao 'Olhar do Turista'.

Todavia, se a alteridade de Porto Alegre não parece exigir dos visitantes o recurso a agências de viagens, quais são as fontes de mediação para descobrir turisticamente esse espaço? A tabela a seguir dá a indicação:

**Tabela 18 – Fonte de informação para organizar atividades em Porto Alegre**

Fonte de informação	f.	%
Já conhecia Porto Alegre	95	37,85%
Amigos e Parentes	70	27,89%
Internet	40	15,94%
Lugar onde trabalha	28	11,16%
Hospedagem	5	1,99%
CIT / SMTur	4	1,59%
Jornais e revistas	4	1,59%
Agência de viagens	2	0,80%

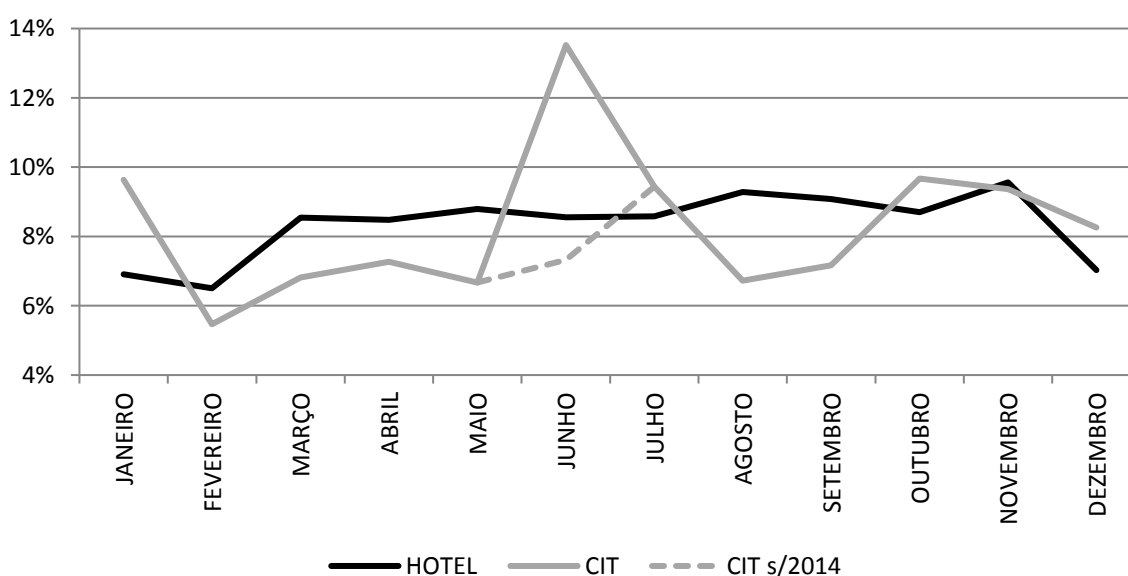
Táxi	2	0,80%
Hospital	1	0,40%
Total	251	100%

Fonte: SMTUR (2010)

Percebe-se a estruturação da percepção turística da cidade realizada a partir de discursos privados, como o o recurso à experiência pessoal e de conhecidos. A utilização de ferramentas de informação pública como guias de viagem, imprensa e órgãos especializados no acolhimento aos viajantes parece ter menos importância. No capítulo quatro, será examinada essa migração do discurso privado ao discurso público na literatura para viajantes. No entanto, é interessante observar o papel da Internet que assume um *status* intermediário neste contexto, ao reverberar para um público mais amplo as opiniões pessoais de outros viajantes, como é o caso da plataforma *Tripadvisor*, estudada no roteiro D do capítulo quatro.

A dinâmica sazonal é outro item que necessário ao se pretender uma caracterização do Turismo em Porto Alegre. Pode se buscar sua compreensão a partir de dois *proxys* os atendimentos nos CITs e taxa de ocupação hoteleira, para ambas as medidas os dados são coletados diariamente. O gráfico a seguir expõe a curva desses dois índices, considerando as médias mensais obtidas entre janeiro de 2010 e dezembro de 2015.

Gráfico 6 – Sazonalidade do Turismo Porto Alegre

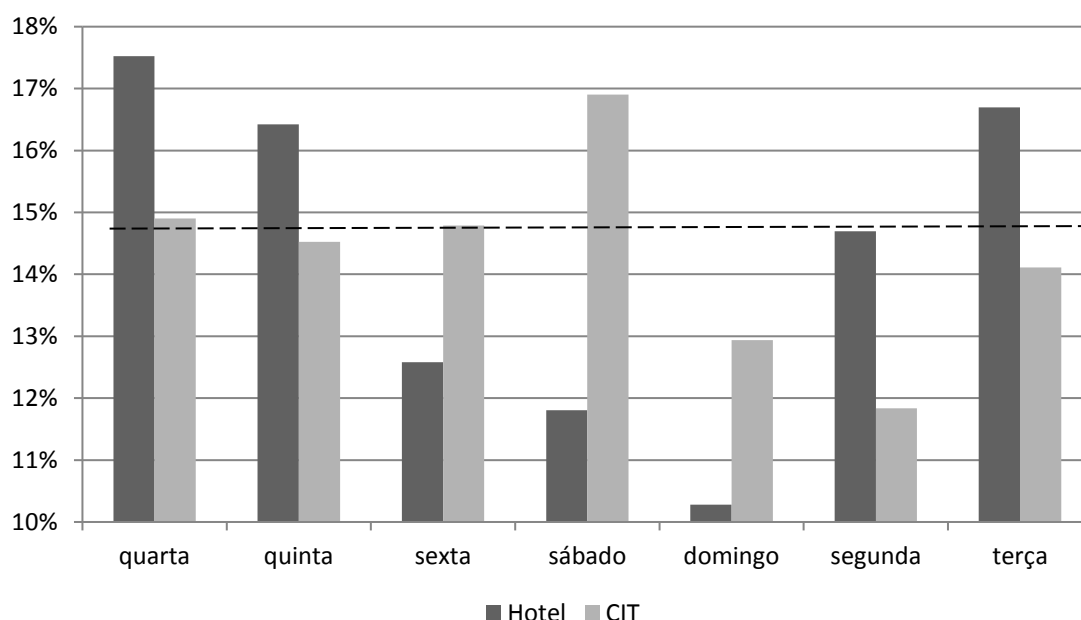


Fonte: elaborado pelo autor desde SMTUR (2015; 2013)

Uma distribuição uniforme entre os doze meses teria sido a constância de 8,3%, mas como aponta o gráfico existem variações sazonais. Os meses de dezembro a fevereiro, período de verão, são os de menor ocupação hoteleira. Reflexo da demanda pautada por mobilidades corporativas. Ao contrário novembro e agosto são os de maior demanda. Já nos CITs observa-se janeiro e julho, meses de férias, como aqueles em que mais existem visitantes demandando o serviço. O período de primavera (MORTARA, 2011♦94), nos meses de setembro a novembro, em que a cidade promove eventos como o Acampamento Farroupilha, a Feira do Livro e a Bienal de Artes parece indicar um período de maior fluxo de visitantes em ambas as fontes. No gráfico também foi considerada os dados dos CITs sem o mês de junho de 2014, quando Porto Alegre sediou a Copa do Mundo de Futebol. Nesta ocasião houve uma explosão no número de atendimentos dos CITs, embora não se constate o mesmo efeito sobre a ocupação hoteleira, visto que os turistas da Copa substituíram a demanda tradicional existente neste período.

Outro escala ao se caracterizar a sazonalidade do movimento turístico de Porto Alegre é analisar a sua distribuição ao longo dos dias da semana.

**Gráfico 7 – Distribuição do movimento em hotéis e CITs de acordo com os dias da semana.**



**Fonte:** elaborado pelo autor a partir de SMTUR (2012, 2013) e base de dados do CIT (SMTUR, 2016)

Para uma distribuição média uniforme do fluxo ao longo da semana cada dia corresponderia a 14,3% do público — valor da linha pontilhada. O que fica mais

evidente aqui é a variação entre os dois registros, hotéis e CITs. Enquanto os primeiros tem sua demanda concentrada nos dias úteis, em especial de terças à quintas-feiras, os Centros de Informações Turísticas recebem a maior parte de seu público nos sábados. Os domingos também são expressivos, em contraposição à demanda hoteleira, e isso ocorre apesar de algumas unidades do serviço não funcionarem nestes dias. Tal divergência aponta para a necessidade de não tomar Turismo apenas a partir do *proxy* hoteleiro, pois esse inclui tipos de mobilidades que nem sempre são turísticos, e por vezes, não inclui visitantes que vieram à Porto Alegre a fim de descobrir a cidade. Já o indicador dos CITs sublinham esse público motivado em conhecer o destino turístico, e torna opaco outros tipos de mobilidades não turísticas, como a corporativa, ou vinculada a busca por serviços de saúde. No entanto, é importante recordar que é cada vez mais frequente a hibridização das práticas de mobilidades diversas e Turismo.

Em Porto Alegre a realização de eventos gera variações significativas na ocupação hoteleira e na procura pelos serviços dos CITs, embora não haja uma correlação linear nesse tripé. O Boletim Estatístico Municipal do Turismo dispõe de uma seção em que compara as variações obtidas na taxa de ocupação hoteleira e o calendário de eventos da cidade. Avaliando o desvio padrão em relação à média de cada data nota-se quais os eventos coincidem com uma variação significativa na ocupação da oferta de hospedagem de Porto Alegre. São eventos de variados tipos, por exemplo, congressos, feiras, espetáculos, jogos de futebol e concursos. Alguns ocorrem de modo permanente, todos os anos, outros são episódicos. O objetivo não é a análise pormenorizada dessa relação, que é possível encontrar no BEMTUR (SMTUR, 2015), mas apenas apontar a organização de eventos como estratégia utilizada pelo destino e que faz parte de sua dinâmica turística.

Apresentar esses indicadores de escalas e metodologias diversas permite a aproximação da realidade em que o Turismo\* em Porto Alegre existe e está vinculado. A cidade está em conformidade com o tipos tipos cidade com função turística e cidade de trânsito propostos por Equipe MIT (2008), Duhamel (2003), Violier (2008) e Clergeau & Violier (2012). O que implica em um mobilidade diversa, em que o Turismo ocorre de modo marginal, enfrentando concorrência interna e externa, sem subverter o lugar, que resta dominado por outras dinâmicas. Não obstante, o Turismo\* existe e não pode ser desprezado, pois é um fluxo maior do

que aquele presente em locais especializados em Turismo, como vimos a partir dos indicadores das ACTs. Essa condição tampouco é exclusiva de Porto Alegre, mas também é compartilhada por outras metrópoles brasileiras.

Este exercício de traduzir a realidade do Turismo a partir de *proxys* aponta para as diferenças que se atribuem a ontologia que preenche esse termo. As definições oficiais, gestadas a partir do projeto que entende o Turismo como ferramenta de desenvolvimento econômico, tendem a incluir em sua esfera uma diversidade de mobilidades. O diálogo apresentado com autores no primeiro capítulo, aponta que tal entedimento confunde Turismo\* com deslocamento da demanda para o consumo, distingue-se, portanto, a busca espontânea e autônoma pela vivência em outra trama espacial.

Tendo em vista esta posição de Porto Alegre em relação ao sistema Turismo mundial, o passo seguinte é analisa como a intencionalidade turística investiu no espaço de Porto Alegre formando um discurso sobre a cidade.

## 4. TORNANDO TURÍSTICO UM ESPAÇO: ANÁLISE SOBRE O DISCURSO PARA VISITANTES DE PORTO ALEGRE (1915-2015)

### OBJETIVOS DO CAPÍTULO QUATRO

- Analisar a produção do discurso turístico sobre Porto Alegre,
- Identificar os enunciadores, as balizas e os marcadores que apresentam a cidade para os visitantes;
  - Examinar os arranjos institucionais e espaciais que permitiram a emergência das iniciativas e políticas de turistificação de Porto Alegre, das quais esse discurso turístico é reflexo;
  - Definir e localizar as práticas turísticas que ocorrem na cidade
  - Investigar a dinâmica dos lugares turísticos da cidade, e avaliar suas implicações para o destino turístico Porto Alegre.

#### **4.1 Literatura para visitantes como fonte de pesquisa: possibilidades e limitações**

O que permite designar um espaço enquanto turístico? Em uma resposta simples: é aquele em que há a presença de turistas, e os vários rastros que a indicam. Ao visitar a produção da Ciência Geográfica sobre Turismo, no primeiro capítulo deste trabalho, foi apresentada a proposta de uma "abordagem geográfica do Turismo" (LUSSAULT, 2007; LAZZAROTTI, 2003), cuja tônica é o entendimento dos usos e das significações que os turistas fazem em suas práticas com o espaço<sup>32</sup>. Essas interações, por sua vez, estabelecem e estabilizam determinados arranjos em um emaranhado composto por materialidades, discurso social, tecnologias, práticas e atores (FRANKLIN, 2004). Arranjos esses que fazem parte de um sistema Turismo, que é historicamente constituído e espacialmente diferenciado. Talvez seja pertinente recordar que tal abordagem geográfica se afasta da proposta tradicional de uma Geografia do Turismo, que o percebe sob o prisma de seus efeitos. Ao ter Porto Alegre como campo de estudos, afasta-se também de questionamentos como o de definir se a cidade é, ou não, turística. Afinal, como visto no segundo capítulo, o Turismo produz uma diversidade de tipos espaciais, em arranjos nem sempre

---

<sup>32</sup> O uso da preposição 'com' sublinha o aspecto pragmático, que exige uma resposta e posicionamento, da interação entre humanos e a dimensão espacial, como proposto por LUSSAULT & STOCK (2007), além de se afastar da noção de espaço continente em prol de um espaço tempo feito de relações como argumenta Massey (2008).



estáveis e partícipes de uma dinâmica em que os locais se transformam e transitam entre diferentes categorias, podendo inclusive abandonar o Turismo, ou ao contrário, ter reforçada tal função.

Nessa abordagem geográfica do Turismo em Porto Alegre, buscam-se subsídios à compreensão de três questões: de que modo Porto Alegre se insere neste sistema Turismo? De qual maneira constitui-se essa intencionalidade — Olhar do turista (URRY, 2001) — sobre seu espaço? Como seu território é organizado tendo em vista tal finalidade turística?

A principal fonte de pesquisa nesse percurso investigativo é um *corpus* (FLICK, 2009) de documentos da literatura turística cujo referente é Porto Alegre. A coleção de 135 textos<sup>33</sup> — combinando elementos escritos e visuais — da literatura turística de Porto Alegre abrange um período de cem anos, de 1915 e 2015, embora em uma distribuição não uniforme. O conjunto foi compilado a partir de visita a bibliotecas, arquivos, a livrarias de obras usadas (sebos) e buscas *online*. Em apêndice apresentamos uma lista das publicações que compõem o *corpus* de pesquisa, de acordo com seu suporte e em ordem cronológica.

Entende-se por literatura turística os textos cujo público-alvo é os visitantes de determinado espaço, embora não necessariamente a eles restritos. Esse discurso designa um espaço enquanto turístico, sendo ponto de acesso ao modo como tal intencionalidade ali se constitui. Ele é a cristalização de um arranjo. A fim de explicitar o que está sendo compreendido por discurso está a seguinte definição:

[...] um conjunto de enunciados que podem pertencer a campos diferentes mas que obedecem, apesar de tudo, a regras de funcionamento comuns. Essas regras não são apenas linguísticas ou formais, mas reproduzem um certo número de divisões historicamente determinadas: “a ordem do discurso” própria de um período particular possui, assim, uma função normativa e regrada e coloca em movimento mecanismos de organização do real através da produção de saberes, de estratégias e de práticas (REVEL, 2008)<sup>65</sup>

Esse discurso pode emergir em textos de diferentes formatos e suportes. Diversidade que está presente no *corpus* analisado, constituído por: guias e relatos de viagem, cadernos de Turismo de jornais, revistas de bordo, mapas, encartes, folhetos distribuídos a visitantes, bem como, blogs, aplicativos e plataformas interativas da web 2.0, contemporâneos de uma sociedade digital. Tais textos têm como função servirem de apoio para estrangeiros em uma terra estranha, atuam

---

<sup>33</sup> A lista de referência dos documentos está como apêndice ao final do trabalho.

como ferramentas para a descoberta e prática turística de determinado espaço, além de promoverem lugares e imaginários particulares.

Considerando o guia de viagem, gênero emblemático desse tipo de literatura, Stock & Antonescu (2014, p. 5) destacam que representam "o momento em que a função turística de um local é **confirmada** por um documento" [destaque no original], em que há "o reconhecimento, por uma configuração constituída por turistas, editores e redatores de um local como sendo turístico" (STOCK, 2014, p. 5)<sup>66</sup>. Como fonte de pesquisa existe a possibilidade "portanto, de historicizar o Turismo e reconstruir a maneira como o espaço turístico foi imaginado em um dado momento. Trata-se de julgamentos sobre os locais geográficos que são contingentes, mas não arbitrários, e que mudam ao longo do tempo (STOCK, 2014, p. 7)<sup>67</sup>.

Como o espaço de Porto Alegre é inventa(ria)do nesta literatura de viagem? Quais práticas e locais são sugeridos aos visitantes? Analisar quais lugares, mitologias<sup>34</sup> e as práticas propostas pelos guias de viagem parece crucial para entender como o espaço de Porto Alegre se constitui em destino turístico.

O que se pretende buscar são projetos de fala que atribuem ao espaço de Porto Alegre um sentido turístico, e que intencionam a legitimação desta proposta pela interpretação de seu público leitor. Assim, almeja-se à compreensão do código dos comunicantes para 'turístico'. Como, a partir de seus enunciados, almejam transformar o espaço, adaptando-o a essa leitura e inserindo-o em um repertório mais amplo de locais turísticos? Em uma analogia, como apresentam um ramo em uma árvore? Tal código perceptivo, por sua vez, está relacionado ao jogo que os turistas fazem de descobrir e relacionar-se com a alteridade. Assim, essa apresentação vincula-se a quem é o público-alvo imaginado enquanto visitante pelas publicações. Como bem aponta Charandeau (2013), o ato comunicativo pressupõe um quadro de *cointencionalidade*, entre o comunicante que produz o texto e o interpretante que o utiliza.

Ao descrever determinados lugares, recortando e destacando certos aspectos, e tornando outros opacos ou ausentes, a literatura de viagem cria uma representação, um espaço imaginado e imaginário. Mas ao indicar o que deve "ser

---

<sup>34</sup> Entendemos Mitologias no sentido proposto por Barthes (2001), como um sistema de significação construído sobre outro.

visto" e "o que há para fazer" também atribui um propósito para que os visitantes se dirijam até lá e apropriem-se daquela realidade. Ao local é atribuída uma finalidade, ele é convertido em "destino".

Para Knafou (2000, p. 473) "o espaço guiado é o espaço normatizado". Essa norma não deve ser considerada tanto em seu caráter de obrigatoriedade, mas de permissividade, ressaltando seu aspecto programático, ou seja, de apresentar sugestões de locais e comportamentos: um agendamento. Ao normatizar o espaço, a literatura de viagem auxilia a estabilizar as incertezas e preocupações de ordem prática, e assim permite aos seus usuários liberar-se para o lazer, entendido como uma "situação de espontaneidade, de júbilo na ocupação consigo" (CORBIN, 2009, p. 19)

Apesar dessa finalidade, as indicações e as escolhas realizadas na literatura turística são permeadas de implicações políticas, muitas vezes refletindo disputas da sociedade anfitriã. Esses discursos constituem a cristalização de um arranjo de atores, objetos e intencionalidades, e são também a expressão de certa trama espacial. Resultam, no caso, das iniciativas de atribuir-se uma denotação turística ao espaço porto-alegrense. Seus enunciados são uma janela da qual é possível reconstituir os cenários e os propósitos que presidiram a proposição de tais diálogos entre visitantes e espaço visitado, bem como as representações, os imaginários e as valorações que fazem dos lugares designados.

Ao ser uma ferramenta para os turistas habitarem temporariamente determinado (entre)lugar, esses textos produzem, por sua vez, um efeito no espaço "material". Isso leva à reflexão sobre o papel ativo que essa literatura exerce para a possibilidade do turístico. A linguagem não apenas designa, mas também atua, ao mobilizar uma rede de saberes e intenções que permite a interação e comunicação entre sujeitos turistas e espaços visitados.

Tendo em vista a adequação destas fontes ao problema de pesquisa em questão, é pertinente dedicar algumas palavras sobre o processo de investigação e algumas escolhas que realizadas. O principal desafio foi buscar a convergência e uma análise coerente diante de um quadro de possibilidades tão amplo como o ofertado por esse tipo de documento. Apesar de sua riqueza, o uso da literatura turística é pouco presente na pesquisa geográfica, e no caso de Porto Alegre inédito.

O processo de coleta e formação desse *corpus* ocorreu ao longo de todo o período em que houve o engajamento nessa investigação<sup>35</sup>. A diversidade de tipos de textos, com gêneros, suportes, línguas, propostas diferentes foi outro desafio, tema objeto de reflexões no roteiro A. O olhar de pesquisador sobre a literatura de viagem, escrutinando a diferença entre os guias, procurando matrizes de discurso sobre um lugar em reportagens de férias, implica em um tipo de relação bastante distinta daquela para a qual essas publicações foram concebidas: de um turista tentando familiarizar-se com o local. Como interpretar o que elas têm a dizer a partir dessa nova leitura?

Outra proposta foi apresentar o 'olhar de turista' sobre Porto Alegre encontrado nas fontes. Ao buscar imaginar as distintas situações e possibilidades de uso para o qual cada texto foi concebido ou poderia estar inserido, nota-se que muitos eram dispositivos de um contexto mais amplo - de iniciativas e projetos de turistificação - cujo conhecimento é fragmentado, tendo em vista serem os únicos rastros. Também são apresentadas algumas considerações a respeito de Sobre tais iniciativas. Além do desafio de analisar a relação entre discurso turístico e espaço urbano na escala dos locais da cidade.

Em um momento inicial desse projeto se previu uma série de entrevistas semiestruturadas junto aos visitantes. Optou-se por não perseguir tal caminho por alguns motivos. Primeiramente, devido à complexidade e riqueza de possibilidades que esse *corpus* de documentos reunidos permite, mas também pela necessidade de aprofundamento teórico-metodológico que sua análise exige. O que contrastava com a limitação de tempo para a pesquisa. Outro aspecto é o fato de cada documento ser uma pequena 'caixa preta', que apresenta plasmada certa concepção de Turismo resultante da estabilização momentânea da arena dos diversos atores que participaram em sua elaboração. Isso é interessante por permitir individualizar cada situação, autorizando a comparação entre os casos, o que é significativo em um contexto de oscilação semântica como o do termo Turismo. No caso das entrevistas, talvez fosse mais difícil encontrar uma posição que permita ao pesquisador navegar pelas controvérsias presentes nas falas dos atores sem confundir-se com elas, e sem confundi-las como suas, seria difícil. Além disso, em algumas das entrevistas realizadas percebeu-se o revés de engajar-se com os

---

<sup>35</sup> O arquivo da SMTUR foi inventariado e catalogado no final de 2016, apesar de conhecer boa parte dos documentos do acervo essa ação nos levou à algumas descobertas.

respondentes de modo a fazê-los compreender o propósito do trabalho e apresentarem respostas mais pormenorizadas. Muitos confundiam a pesquisa com uma proposta de avaliação da qualidade da cidade, ou não tinham claro se contemplavam a condição de turistas, ou não, questionando a pertinência de suas próprias opiniões. Por outro lado, era frequente repetirem as indicações ou mitologias presentes no *corpus* investigado, o que aponta para a constatação de que esse atua como uma matriz da intencionalidade turística – ou ao menos é um produto que exprime sua dinâmica. Outro fato que levou a escolha de prescindir das entrevistas foi ter acesso à base de dados dos comentários disponíveis na plataforma *Trip Advisor*<sup>36</sup>, um lugar de enunciação em que milhares de visitantes e de habitantes locais apresentam seus relatos sobre a experiência de Porto Alegre. Essa escolha não implica em desconsiderar que essa fonte, tal como as entrevistas, também apresenta limitações. Por exemplo, o fato de ser uma plataforma alimentada por comentários espontâneos, que não necessariamente representam o conjunto de pessoas que visitaram o local, e que, em outra medida, também não é isento, mas permeado pelas motivações e intenções dos usuários em usarem esse lugar de fala.

#### **4.2 Roteiro A. Arranjos do Turismo em Porto Alegre: explorando sua diversidade através dos cenários de enunciação da literatura para visitantes**

Se a literatura turística é a cristalização de arranjos e concepções sobre o Turismo em Porto Alegre, o que é necessário ter em conta para analisar esses cenários? Procurou-se aqui apontar alguns aspectos teóricos para melhor compreender essa tecnologia espacial, a literatura turística, sendo o guia de viagem o principal gênero desse discurso para visitantes. Tais considerações são um preâmbulo para apresentar especificamente como os textos atuam na criação de uma comunicação que agencia e constrói o espaço de Porto Alegre enquanto espaço turístico. A diversidade desses textos e seus cenários de enunciação expressam o caráter situado, contingencial e instável dos arranjos de práticas, atores e locais que é o Turismo.

---

<sup>36</sup> A plataforma *Trip Advisor* é um documento da literatura turística assim como as outras fontes, no entanto, em algumas análises estão separadas do restante do *corpus*, o que se deve à questão prática de estar em uma base de dados distinta daquela construída para o restante do conjunto.

De início, busca-se analisar e expressar aspectos da complexidade dos guias de viagem e de sua riqueza enquanto ferramenta / produto linguístico e comunicacional; para, em um segundo momento, se apontar as diferenças e similaridades desse com os outros tipos de textos do *corpus*, que ainda inclui folhetos turísticos, reportagens em cadernos especializados de jornais, relatos de viagem, entre outros.

#### **4.2.1 Os guias de viagem**

Os guias de viagem são um 'gênero de discurso', ou seja, são "dispositivos de comunicação que só podem aparecer quando certas condições sócio-históricas estão presentes" (MAINGUENAU, 2011, p. 61). Ao fim da Idade Média e início do século XVI há uma proliferação da literatura de viagem em formatos variados, que atendia a diferentes públicos e finalidades (STAGL, 2000), tais como: comerciantes, peregrinos, diplomatas e escolares. Viajar não era tarefa fácil, e o conhecimento sobre as rotas, os costumes e como lidar com o desconhecido, aos poucos migra de uma tradição oral, privada, para a cultura escrita, de caráter público. Outra mudança é a emergência de uma pretensão regulatória (STAGL, 2000). De relatos informativos sobre os lugares, começam a se difundirem procedimentos de como preparar a viagem, de como orientar-se, bem como desde quais códigos e valores os espaços visitados e suas dinâmicas / temporalidades deveriam ser compreendidos. Uma das vertentes que contribuíram para a origem dos guias de viagem, é, portanto, uma literatura utilitária (FRIJHOFF, 2000), já presente em almanaques, catálogos e guias universitários, obras utilizadas pelos intelectuais humanistas na época do Renascimento, em suas visitas aos centros de saber da República das Letras<sup>37</sup>. A outra vertente é o discurso pedagógico.

O caráter inovador dos guias de viagem foi o fato de compilar informações dispersas em uma publicação única. Outras obras, como relatos de viagem, ou mesmo romances e textos clássicos já teriam sido utilizados com a finalidade de exercer uma mediação, estabelecendo um repertório de lugares, eventos, bem como, de informações a partir das quais os visitantes organizavam sua relação com

---

<sup>37</sup> República das Letras: comunidade imaginada de intelectuais europeus que inicia na era moderna, século XVI, que visava a cooperação e avanço dos estudos, o que incluía a troca de visitas e correspondências. O uso do latim como língua corrente era a forma de superar a barreira das línguas vernáculas.

os espaços visitados. No entanto, não dispunham do caráter prático do guia, resultante dessa compilação em um só volume. Acreditamos que a migração do suporte livro para o suporte digital dos celulares e *tablets* não altere substancialmente a dinâmica desse uso, embora agora essa compilação seja realizada através de uma variedade de aplicativos, dispersão que retira a unicidade de um projeto editorial. Todavia, ao mudar a forma há uma mudança nos termos do contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2013).

A inovação empreendida pelos guias de viagem data do século XIX, quando surgem os primeiros guias turísticos modernos como Baedeker (Alemanha) Murray (Inglaterra) Joanes (França). Em comum buscam reafirmar aos seus leitores o que merece ser visto e como melhor aproveitar a experiência da viagem. São constituintes da cultura do *Grand Tour*, estando imbuídos da postura pedagógica, gênero de discurso de que também descendem os guias de viagem. Tal postura pedagógica tinha um caráter duplo: por um lado, reafirmava o *status* de alta cultura de determinadas obras e realizações tidas como de 'visita indispensável'; por outro, esse repertório orientava a formação de um público educado a partir de tais códigos estéticos e apto a compartilhar e reproduzir esses mesmos valores. Atualmente a postura pedagógica do preceptor é acompanhada por outras propostas de linguagem, mais próximas ao leitor, como aquela do amigo que conta as dicas de férias, ou guias construídos tendo em vista uma situação de viagem mais específica, como férias com crianças, uma pausa de final de semana, e outras (CAZES, 2000).

A função dessas obras de caráter utilitário é auxiliar os turistas em sua descoberta de uma outra realidade espacial. Geralmente trazem: a) textos informativos que dotam o leitor de repertório de referência sobre as características geográficas, históricas, culturais e políticas dos lugares visitados; b) inventários dos lugares e objetos a se ver, por vezes, com sua descrição e avaliação em um sistema classificatório de acordo com o interesse para visitaçãõ. Esses inventários podem ser apresentados como uma lista, semelhante a um banco de dados; também é frequente o uso de hipertextos e símbolos, que autorizam uma leitura fragmentada, adequada à proposta de cada oportunidade em que é conveniente recorrer-se a esse manual; c) itinerários, com sugestões de práticas e caminhos a se percorrer. Os itinerários podem ser uma alternativa à apresentação em lista, pois atuam como uma ferramenta que gera a intriga para a descrição dos lugares, auxiliando a

composição de uma narrativa geográfica; d) mapas e cartogramas sobre o espaço apresentado, bem como a sua rede de acessos e pontos de interesse; e) informações práticas sobre transporte, acomodações, alimentação, custos, procedimentos alfandegários, horários, endereços, contatos, tempo de visita recomendados, clima; etc. f) ilustrações e / ou fotografias que tornam a descrição espacial mais vívida e estimulam o deslocamento mental do visitante quando esse não conhece o local descrito, ou; quando esse está diante de sua presença, a comparação entre o que é visto e o que é enunciado no guia. g) metarreferências e apresentação de como ser usado e em quais possibilidades. Os guias de viagem frequentemente explicitam como a obra foi concebida, organizada, e quais são os seus propósitos e aspirações de serem úteis aos leitores, o que é adequado ao seu caráter pedagógico.

Nos guias de viagem, a produção de narrativas e representações do espaço são tensionadas com as finalidades de serem uma ferramenta prática de mediação utilizada pelos viajantes.

[...] os guias impressos não cessam de se referir ao espaço e de representar espaços. Sua própria função se justifica pela tensão que se esforçam em reduzir, *para o leitor*, entre a diversidade tópica de seus objetos e a unidade que eles supõem e recompõem, aquela de um espaço de condução e de descoberta em que se articulam diferentes dimensões geográficas, históricas, políticas, institucionais, sociais, econômicas, etc.

Quais que sejam os meios utilizados e o nível de elaboração do discurso, a forma de representação topográfica se inscreve como uma perspectiva de introdução prática do leitor ao conhecimento e ao uso do espaço. [...] a análise das informações sobre o espaço, parecem dificilmente dissociáveis do estudo do 'código de percepção' que eles constituem e da invenção do espaço que eles participam (CHABAUD, 2000, p. 10-11)<sup>68</sup>.

Os guias, e outros gêneros da literatura de viagem, são uma tecnologia para relacionar-se com o espaço, são instrumentos para uma atuação pragmática na rede de objetos, de ações e representações. Nessa condição:

O acesso à informação assume uma dimensão estratégica essencial. Pode levar o turista a procurar um agente de viagens, tido como capaz de dominar a incerteza, para realizar seu projeto, pode realizar práticas rotineiras, ao menos aparentemente, ir sempre ao mesmo local, o que reduz o desconhecido mas também as surpresas, impossíveis em outro espaço que não o desconhecido (VIOLIER, 2009, p. 30).<sup>69</sup>

Assim como o serviço de uma agência de viagens, o guia de viagens é uma ferramenta que auxilia a domesticar as incertezas de se habitar temporariamente o desconhecido. Contudo, cabe apontar seu caráter duplo, pois, se por um lado permitem essa estabilização e controle por parte dos turistas, por outro, as



sugestões, descrições e escolhas dos guias acabam influenciando e normalizando o comportamento destes.

Como tecnologia espacial, os guias de viagem são dispositivos desse gênero comum que permitem as quatro operações do modo turístico de lidar com o espaço, elencadas por Lussault (2007), apresentadas no primeiro capítulo, recordando:

– Técnicas de produção, necessárias à organização do sistema turístico. Os guias de viagem auxiliam a transformar determinado lugar em destino turístico, ao reconhecer, ou atribuir-lhe, uma finalidade adequada a práticas turísticas bem como divulgar empreendimentos que têm nos visitantes sua clientela principal.

– Técnicas de significação, que engloba o conjunto da economia semiótica proliferante que o Turismo cria e exige. Os guias de viagem dotam os visitantes de um repertório a partir do qual é possível interpretar e jogar com os significados dos lugares e a alteridade que esses apresentam;

– Técnicas de dominação que participam do enquadramento dos turistas em dispositivos turísticos normatizados e padronizados e suas práticas resultantes. Além das representações sobre determinado espaço, se suficientemente difundidos, os enunciados dos guias, ao agendarem práticas e propostas de uso do para o espaço, influenciam a *performance* de diferentes materialidades que ali passa a ocorrer;

– Técnicas de si, que asseguram ao indivíduo o poder de dominar seu ato turístico, de regrar sua relação de distância aos outros e às coisas, de aumentar seu domínio sobre si, de satisfazer seus desejos.

Considerando essa multifuncionalidade e a origem eclética dos guias de viagem, esses apresentam uma ontologia múltipla, que varia de acordo com as circunstâncias de seu emprego. É possível imaginar situações como: a preparação da viagem antes de partir; o uso do guia já no destino, seja na definição da programação diária, ou na consulta frente ao *sight*, ou ainda após a viagem, quando o turista visita as páginas referentes aos lugares em que esteve, recordando suas experiências e as preenchendo com outro sentido: o de quem vivenciou aqueles lugares. Identificam-se nos guias de viagem quatro possíveis naturezas: a de código, a de índice, de proposição e a de representação.

Para realizar um diálogo simbólico com o espaço visitado, um requisito prévio ao visitante é a competência de identificar seu interlocutor. Recordando que ser turista é objeto de um aprendizado (LÖFGREN, 2006), pré-condições como os objetivos da visita, o repertório simbólico dos sujeitos, o repertório de suas práticas turísticas, influenciam o modo como acontece a mediação e representação do espaço visitado pelos turistas. A hospitalidade ofertada e as informações que lhe são oferecidas para desvendar aquela trama espacial são parte dessa pré-compreensão. Seja um 'espaço vazio', onde não se sabe o que fazer; ou, bem ao contrário, um local muito conhecido que se apresenta como um labirinto de possibilidades em tempo limitado. Em ambos os casos, a literatura turística irá apontar propostas e caminhos de como lidar com essa conjuntura de habitar temporariamente determinado espaço.

O guia apresenta um quadro de referências, um código que orienta a leitura, significação e tradução do que será visto. A alteridade expressa na proliferação de objetos, lugares, hábitos estranhos e que gera ansiedade, é reduzida a um conjunto de partes manejáveis sobre as quais há uma expectativa do que encontrar. A partir dessa estabilização das incertezas suscitadas pela condição de encontrar-se em outra trama espacial, é possível fazer escolhas e ocupar-se com a parte prática da viagem, o que levar, o que vestir, etc., é possível também relaxar e jogar com a percepção de detalhes imprevistos, peculiaridades, e o com o sentimento de se estar ali. A noção do guia enquanto autoridade que induz certas leituras e comportamentos nos lugares turísticos é, portanto, questionável. O guia não é um representante, ou um procurador, que fala em nome dos turistas, mas seu interlocutor que busca aproximar-se das atuações e práticas dos visitantes, envolvendo uma variedade de situações de naturezas díspares.

O guia de viagens parece ser produto de uma central de cálculo (LATOUR, 2011). Ao apresentar um conjunto de informações, uma hierarquia espacial e uma classificação dos lugares com tipologias diversas, essas publicações tornam-se um instrumento para decisões que viabilizam o projeto de lazer de cada visitante de modo satisfatório e gratificante. Sem a mediação do discurso do turístico, o espaço poderia facilmente ser percebido como desinteressante, não merecedor de seu esforço em deslocar-se para conhecê-lo, ou ainda, como um local povoado de perigos – tal qual as rotas dos relatos dos mercadores medievais.

O repertório apresentado pelos guias atua como um código que permite aos visitantes criarem suas próprias versões daquela realidade, de acordo suas vivências. Essa função de código, exercida pelo guia, mas também por outros textos, tais como as etiquetas junto às obras em museus, é relatada por Maccannell (2006) em sua semiótica da atração turística, quando o autor aponta a relação de triangulação existente entre *sight*, marcador e turista. Como tecnologia espacial, há sempre a opção de transgredir, ou desconsiderar os conselhos da publicação e construir outra agenda e proposta de como lidar com o espaço, como ilustra o relato de Rosseto (2012).

No entanto, além de código, o texto do guia também é índice, pois afora representar um espaço, o guia está vinculado e é afetado pelo que acontece em tal espaço. Assim como um mapa, é um texto que guarda relação com a porção da superfície terrestre que representa.

O índice refere-se ao objeto que denota por ser afetado por ele, tendo uma qualidade em comum com o objeto e sendo modificado pelo objeto. Serve para estabelecer contato, vínculos diretos nas relações de comunicação, pois não representa a coisa, mas as manifesta com sua vivacidade própria. (ARAÚJO, 2004, p. 49)

O guia não é um texto que apenas designa, mas está conectado ao espaço, ao trazer uma série de informações práticas, como horários de funcionamento, endereços, etc. Em ambos os casos, o do guia e o do mapa, quando há a perda do vínculo que une texto e realidade, perde-se o valor enquanto índice e resta apenas uma imagem figurativa - talvez útil para o conhecimento histórico, ou dotado de uma qualidade estética, mas inútil para guiar a navegação. A característica de índice é o que torna os guias passíveis de obsolescência. Mas também é o que os diferencia de outros tipos de textos, como os relatos de viagem. É ainda a função de índice que habilita os visitantes à competência de saber nomear e designar o que é visto e, assim, relacionarem-se com os códigos e repertórios de significação para aquele objeto.

Após a viagem e o uso do guia, a diferença entre o *status* dos interlocutores, leitor e autor, se apaga. Ambos já 'estiveram lá'. O turista está então habilitado a oferecer um relato desde a sua perspectiva, e o guia desprovido em sua função de estabilizar um arranjo de incertezas pode agora ser descartado, vendido, emprestado. Mas também pode tornar-se um *souvenir*, um objeto que representa a aventura, e cuja leitura é a oportunidade de recordar-se de todas as incertezas,

frustrações, superações e alegrias que agora fazem parte do passado de ter habitado temporariamente a trama espacial visitada na condição de turista. É visto como uma metonímia do espaço visitado.

Assim, os guias de viagem apresentam uma natureza múltipla, não apenas por resultar da compilação de obras de diferentes gêneros e intenções, mas especialmente por possibilitar uma multiplicidade de usos. Esses diferentes usos permitem atribuir diferentes ontologias a essas publicações, que ora são programáticas, ora são índices, ora são códigos, ora são representações. Quando usados, eles parecem cumprir um papel de destaque em relação às técnicas da prática do Turismo de que comenta Lussault (2007), de produção, de significação, de dominação e de si. Quando não usados, outras fontes acabam cumprindo seu papel, como conselho de amigos, sites de viagem, centros de informação turística, ou ainda o próprio repertório de formação dos sujeitos. O guia também faz parte de uma cultura de viagem que embora apresente pontos em comum no conjunto do sistema Turismo adapta-se e difere em variações regionais. Seu caráter pragmático impõe que os consideremos não apenas como textos, mas também como objetos, em que também interessa seu formato, tamanho, peso, tipologia gráfica e processo de circulação. Para Charaudeau (2013), a construção do sentido é realizada na situação de troca social por meio da linguagem, em uma relação solidária com a sua forma.

O que faz recordar que, mesmo com a importância do gênero guia de viagens na constituição do discurso turístico, nosso *corpus* de pesquisa é composto por uma literatura para visitantes, e que essa contempla outros gêneros e formatos como a notícia, a propaganda, o relato de viagem, a comemoração de efemérides, entre outros. Em meio a tal variedade é comum a presença de textos que hibridizam gêneros discursivos, apresentando-se ora como relatos de viagem, ora como notícia, ora como guia. Por isso, devemos considerar que, como em outras trocas comunicativas, a literatura turística ocorre em um quadro de referência a que se reportam os interlocutores em um “contrato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2013). A troca comunicacional ocorre em um jogo de regulação das práticas, convenções e normas dos comportamentos *linguageiros* necessários à interlocução e à produção de sentido. Há um acordo e cointencionalidade reconhecidos entre comunicante e interpretante. Os textos constroem um lugar de enunciação a partir

do que Maingueneau (2011, p. 205) denomina de cenografia, "isto é, a necessidade para uma enunciação de se validar captando os poderes de uma outra, ou de uma série de outras [enunciações], já instaladas no universo dos destinatários<sup>70</sup>." Nesse processo, o locutor constrói e apresenta também uma imagem e representação de si, um *ethos*.

#### **4.2.2 Ferramenta para lidar com o espaço: análise da cenografia do discurso turístico sobre Porto Alegre.**

Ao estudar o *corpus* da literatura turística de Porto Alegre, em sua função de converter o espaço da cidade para essa finalidade, foi encontrada uma variedade de publicações, que são distintas em suas propostas, públicos-alvo, autorias, suportes, e situações comunicacionais criadas. Para analisar os contratos de comunicação de algumas publicações, foi utilizada a indicação de (CHARAUDEAU, 2013) ao considerar suas dimensões externas e internas. As dimensões externas referem-se às condições de enunciação: condição de identidade – quem troca com quem? –; condição de finalidade – qual é a expectativa de sentido em que se baseia a troca? –; condição de propósito – qual é o tema que será tratado? –; condição de dispositivo – em qual ambiente ocorre o ato comunicacional e qual é o canal de transmissão utilizado? –. Já as dimensões internas dizem respeito aos dados propriamente discursivos do comportamento dos interlocutores, e também podem ser analisadas em três categorias: o espaço de locução – em que o sujeito justifica por que tomou a palavra –; o espaço de relação – em que o comunicante constrói sua identidade e a de seu interlocutor–; o espaço de tematização – em que o sujeito se posiciona em relação ao tema da interlocução, escolhendo um modo de intervenção e um modo de organização discursivo.

Diante do extenso conjunto de fontes, optou-se por apresentar alguns casos representativos cotejando suas semelhanças e diferenças em relação a outros textos do *corpus*. As fontes escolhidas foram: 1. o Guia Brasil 4 Rodas versão 2013 (ABRIL, 2012♦102); 2. o Guia de Porto Alegre (TOURING CLUB, 1955♦4); e 3. duas versões do folheto Dicas Turísticas, distribuídos pela Secretaria Municipal de Turismo (PORTO ALEGRE, 2004?♦39; 2005-2008?♦54). Outra opção foi relatar a análise em uma narrativa que faz metáfora com um roteiro turístico.

**A gente vai antes para você ir melhor**

Iniciando a viagem pelo Guia Brasil Quatro Rodas, ano de 2013 (ABRIL, 2012♦102). Essa publicação é vendida em bancas de revista, o que indica ser sua distribuição capilarizada, voltada a um público bastante amplo e com abrangência nacional. Também se percebe um contrato em que o leitor paga pela informação, cuja confiabilidade e precisão resultantes do investimento e trabalho realizado pela equipe da publicação, são valorizadas. Esse contrato é expresso no enunciado: “A gente vai antes para você ir melhor” (ABRIL, 2012♦102, p. capa).

Tal contrato aponta para um *ethos* de 'viajantes profissionais', cuja preocupação é entregar ao público-alvo não apenas uma proposta de uso dos locais, mas uma avaliação 'autônoma' e 'objetiva' que lhes permita escapar das 'ciladas para turistas'. Essa construção de um *ethos* marcado pela 'autoridade' do guia, objetividade, e facilidade de uso da publicação, está explícito em suas descrições curtas e sem superlativos, bem como no uso de códigos para indicar a presença de serviços, preços, etc. Esse *ethos* pode ser contrastado com aquele presente em textos que têm Porto Alegre como principal, ou único destino apresentado, em que está explícita uma autoria 'anfitriã', em uma cena que tenta fazer com que "um forasteiro se apaixone pela cidade." (PORTO ALEGRE, 1997-2000?♦24) — e que será tratado em seguida.

Ressalta-se na publicação da Abril (2012♦102) um turista brasileiro como leitor hipotético, à diferença de publicações que apresentam versões em mais de um idioma, a exemplo do próprio Guia Quatro Rodas, de 1965, trilingue (português, espanhol e inglês)(ABRIL, 1965♦6). Ou mesmo das publicações de origem estrangeira analisadas, como o Lonely Planet (2005♦45; 2011♦84), de língua inglesa, ou o Michelin (2012♦108), de língua francesa, que constroem sua apresentação de Porto Alegre com referências e expectativas do que é entendido como alteridade turística familiares a esses públicos.

Na edição de 2013 do Guia 4 Rodas, Porto Alegre, assim como as demais cidades sedes da Copa do Mundo FIFA 2014, recebe uma ênfase, inexistente nas versões anteriores de 2000 e de 1965 dessa publicação (ABRIL, 1965♦6; 2000♦25). Na edição de 2000, Porto Alegre gravitava ao redor da proposta de roteiro para a Serra Gaúcha, cujo epicentro era Gramado. Com o evento esportivo há uma inversão desse arranjo, projetando Porto Alegre como destino turístico de destaque. Tal centralidade, no entanto, parece ter relação com o público-alvo das publicações,

visto que nos guias internacionais a cidade é o destaque do estado, portão de entrada e base para se descobrir o território sul-rio-grandense (HINCHBERGER et al, 2014♦128; 2014♦129; MICHELIN, 2012♦108; LONELY PLANET, 2005♦45; 2011♦84 )

Brevemente caracterizado o quadro de enunciação da versão 2013 do Guia 4 Rodas, vamos ao enunciado:

“Se você tem... 1 dia. Faça o passeio de ônibus da Linha Turismo para se familiarizar com os principais pontos turísticos da cidade. No almoço, desça na parada do MERCADO PÚBLICO, que tem ótimos restaurantes e comidinhas. Embarque no próximo ônibus e pare na FUNDAÇÃO IBERÊ CAMARGO - 1 foto - para conhecer o prédio premiado na Bienal de Arquitetura de Veneza de 2002. No fim da tarde, sobra tempo para visitar a USINA DO GASÔMETRO e apreciar o pôr do sol. 2 dias [...]” (ABRIL, 2012♦102, p. 645)

Se *você tem*, é um condicional que aponta para a situação do visitante em relação ao tempo disponível para visitar. Ou seja, o guia tem como finalidade indicar uma proposta que ocupe esse tempo, de modo que o visitante cumpra o objetivo de vivenciar - conhecer, descobrir, aproveitar -turisticamente o espaço de Porto Alegre. Na indicação há o pressuposto de o visitante não conhecer a cidade, dada a proposição de se *familiarizar com os principais pontos turísticos*. Vê-se aqui a atuação do Guia exercendo sua função propositiva, agendando turisticamente o espaço. O uso dos imperativos cria uma cena em que o visitante está implicado, da qual faz parte e pode se imaginar inserido. Isso ocorre à diferença de outros textos em que é usado o modo impessoal, em gênero textual que mais se aproxima da notícia e indica uma cena em que o leitor está afastado do objeto, na condição de expectador do que o narrador está enunciando - como é o caso do texto 'Dicas para Curtir'(PORTO ALEGRE, 2005-2008?♦54), analisado mais adiante.

Embora seja empregado o modo imperativo, esse não é uma ordem, mas uma sugestão, portanto, negociável. Pretende-se como o conselho de alguém que já foi ao lugar, testou outros modos de empregar seu tempo em Porto Alegre na condição de turista e chegou à conclusão de que esse vale a pena. O que reforça o contrato estabelecido ao início. Para isso, cumpriu-se um trabalho de hierarquização do espaço, e normatização de práticas. Como indicado em suas primeiras páginas “O GUIA classifica hotéis, restaurantes e atrações, estabelecendo categorias para cada item” (ABRIL, 2012♦102, capa).

Essa classificação e hierarquização espacial remetem à outra função do guia, de código e de índice. Existe a possibilidade de que o visitante já esteja familiarizado, tornando a indicação enunciada dispensável. O que ressalta o caráter negociável dessa 'normatização' do espaço turístico. No entanto, isso não esgota a validade da publicação. O destaque das letras maiúsculas é um encaminhamento para outra seção do guia, em que estão listadas as atrações. Há a presença de um hipertexto que direciona essa outra possibilidade de uso.

Nessa outra seção do guia as atrações encontram-se listadas em ordem alfabética, embora estratificadas por uma tipologia, que inclui (compras, eventos, centros culturais, construções históricas, museus, parques, passeios e vida noturna), descritas e indexadas ao que se denomina 'serviço', ou seja, informações para viabilizar a visita, como endereço, telefone, horário de funcionamento e indicação do código de localização em mapa anexo. Em outros guias, como o Publifolha (1999♦28) ou Gazeta Mercantil (1999♦26), essa lista com descrição dos itens, seu endereço e horário de funcionamento atua como texto principal, prescindindo da indicação inicial de roteiro e classificação obedece a outras tipologias. Já no Guia 4 Rodas (ABRIL, 2000♦25;2012♦102) existe também uma hierarquia dos locais, simbolizada por estrelas, e no caso de atrações cinco estrelas uma indicação de como visitar, apontando por que ir (o que não é explicitado nas demais atrações, indicações como tempo de visita, detalhes a 'prestar atenção' (horários e preços extras), onde é possível fazer a melhor foto, se vale a pena, ou não, contratar um guia de Turismo.

Esse formato de dispor as informações, através de lista, cuja apresentação é subordinada a categorias, dispostas em ordem alfabética, em que são atribuídos marcadores para o item apontado, além de indexadores de seus 'serviços', é o que foi aqui denominado por formato 'banco de dados'. Nele o visitante tem a possibilidade de consultar a lista e reorganizar a hierarquia, pautando-se em seus interesses através da sinalética das categorias. Por exemplo, se não tem interesse em construções históricas, mas tem interesse em compras.

No Guia Quatro Rodas, o tempo (um dia) é tomado como uma espécie de variável independente a partir da qual são construídas sugestões de como passar aquele tempo. À diferença, por exemplo, da série de folhetos 'Cruzando o Paralelo 30º' (PORTO ALEGRE, 2011-2012?♦98; 2014♦126; 2014♦126), que toma como



ponto de partida determinado recorte espacial e propõe itinerários na área central de Porto Alegre. Nas sugestões do guia da Abril (2012♦102) pressupõe-se uma liberdade em movimentar-se pelo território da cidade, condição possível graças ao Linha Turismo. O guia expressa aqui a existência de arranjo de objetos e agentes que permite ao visitante colocar em prática essas sugestões. O contraste dessa edição com a versão do ano 2000 (ABRIL, 2000♦25) aponta para variações nesse arranjo e nas possibilidades de prática turística em Porto Alegre. Além da inexistência de um serviço como a Linha Turismo, e da já comentada gravitação ao redor de Gramado, outra variação é o destaque dado à gastronomia, que emerge como um tema sobre o qual há maior interesse. São variações como essas que nos indicam o caráter contingente e instável dos arranjos turísticos, um sistema que está em permanente auto-eco-organização (MORIN, 2008).

### **Cicerone da cidade amável, cordial e hospitaleira**

As considerações realizadas sobre o Guia 4 Rodas de 2013 expressam aspectos de uma cena de enunciação comum a outras publicações de abrangência nacional, como o Guia Brasil editado pela Publifolha (1999♦28), a versão argentina para a Copa e a versão francesa do guia National Geographic (HINCHBERGER et al, 2014♦128; 2014♦129;), o Guia Verde Michelin (2012♦108), entre outros. Já o Guia de Porto Alegre publicado pelo Touring Club (1955♦4), próxima parada do roteiro, ao dedicar-se com exclusividade ao espaço de Porto Alegre e por ter sido elaborado por uma instituição local, apresenta outro *ethos*, e, portanto, outra cenografia. Aproxima-se de outras publicações, como o Guia Touring Club (1983♦13), o Guia LP&M (1992♦19), Porto Alegre de A a Z (ARTES & OFÍCIOS, 2000♦30) e o Square Meter Guide (2013♦119; 2014♦127). Difere, no entanto, de publicações locais assinadas por órgãos de Turismo vinculados ao Estado, como CRTUR, SETUR, SETEL, EPATUR, ESTUR, SMTUR, que apresentam outro *ethos*, ligado a sua condição institucional, próxima parada do roteiro.

O Guia do Touring Club (1955♦4) indica um contrato de comunicação em que os enunciados não são mais 'a versão de alguém que já foi', como o conjunto anterior, mas a de alguém que faz as vezes de "**cicerone** da cidade amável, cordial e hospitaleira" (p.5). Isto é, a de um amigo anfitrião, encarregado de apresentar a cidade ao forasteiro, segundo a imagem que dela valorizam os seus moradores. As

posições de emissor e de receptor, são distintas do arranjo anterior, bem como a cidade, objeto da troca, que agora é qualificada desde quem pretende receber, e não mais tratada com a suposta 'objetividade', 'isenção' e 'autoridade' de publicações com abrangência nacional.

O opúsculo analisado expressa em sua apresentação a pretensão de ter caráter prático e útil ao visitante da capital, manifesto na própria escolha de suas dimensões de 16 x 12 centímetros. A enunciação desta pretensão faz eco a uma busca em diferenciar-se de outras publicações sobre a cidade feitas à época e de caráter mais comemorativo, cuja compilação de informações era presidida por outro gênero discursivo, mais próximo ao relato histórico da cidade e à comemoração de efemérides e feitos das gestões municipais, que ao guia turístico. Exemplos disso são o Catálogo da Exposição de 1935 (RIO GRANDE DO SUL, 1935♦2), o Guia de 1940, editado por ocasião da celebração do bicentenário de Porto Alegre<sup>xxxviii</sup>, e da obra Aspectos de Porto Alegre, de Fortunato Pimentel (PIMENTEL, 1945♦3)<sup>xxxix</sup> — nas duas últimas encontramos versões do texto 'Porto Alegre - cidade de Turismo' e dos roteiros apresentados no pequeno volume de 1955.

Nota-se ainda, que no caso do guia do Touring Club, a mediação turística para Porto Alegre é realizada por uma associação privada, cujo financiamento vem de seus sócios e dos anúncios que se encontram na publicação, a maior parte deles voltados aos automobilistas - como revendas de veículos, postos de gasolina, oficinas -, mas também de hotéis e importantes indústrias locais da época. Cumpre salientar que na década de 1950 havia uma organização capitalista em que a presença e o poder das instituições locais eram mais fortes, se comparados aos atuais tempos de integração produtiva global. Difere também do arranjo em que o Turismo é objeto de atenção estatal, evidente nas publicações posteriores a 1970, assinadas por entidades oficiais de Turismo (PORTO ALEGRE, 1977♦10; EMBRATUR, 1978♦11). Bem como do caso de parcerias público-privadas, como é o caso do guia L&PM (1992♦19), publicação comercial em que uma editora local de capital privado fornece textos literários sobre a cidade, assinados por escritores,

---

<sup>xxxviii</sup> A data de fundação de Porto Alegre é fonte de controvérsia historiográfica, há uma versão de que sua origem estaria na sesmaria atribuída à Jerônimo de Ornellas em 1740, e outra que aponta a chegada do casais açorianos, em 1752, como marco inicial.

<sup>xxxix</sup> Os principais textos do Guia Touring Club de 1955, assinados por Goidanich, têm versões publicadas nesta obra que data da década anterior.

conjugados à base de dados organizada pela CRTur, órgão estatal de Turismo do Rio Grande do Sul à época. Os rastros desses arranjos e iniciativas de turistificação em Porto Alegre são mais bem explanados no roteiro C.

A publicação do Touring Club se propõe a cumprir as funções de guia, em normatizar o espaço para uma proposta turística, ao enunciar: "Para facilitar a visita à cidade, dividimos suas atrações turísticas de maneira a formar dois percursos principais, que devem ser feitos em automóvel" (TOURING CLUB, 1955♦4, p. 19). Destacamos que, à diferença do modelo banco de dados e uso de hipertexto, presentes no Guia 4 Rodas (ABRIL, 2012♦102), aqui temos o modelo 'itinerário', em que é traçado um percurso onde o espaço é apresentado de forma narrativa, e as classificações dos objetos não são introduzidas por categorias, hierarquias e ordens alfabéticas, mas, sobretudo, por sua proximidade e sequência no espaço.

Existe também uma preocupação com a cartografia e a indicação de onde é possível buscar assistência e informações complementares, caso necessário. Recordando as quatro naturezas do discurso do gênero guia turístico — programática, representação, código e índice —, o mapa pode ser compreendido enquanto código de leitura do espaço tido como apto às práticas turísticas ali agendadas. Também pode ser entendido como uma representação da intencionalidade turística sobre o espaço ao qual está vinculado. Em seguida, nas figuras 31 e 32, está a representação cartográfica de dois percursos sugeridos de serem realizados em automóvel, e sua possível integração hidroviária:

Além dos mapas, outro exemplo da função de índice é o enunciado: "o percurso (a) pode ser feito em três a quatro horas de automóvel, sempre através de faixas de cimento e macadame" (TOURING CLUB, 1955♦4, p. 32). Excerto que indica ao visitante que, ao se encontrar em um trecho que apresente tais condições, está no caminho certo. Além de índice, o mesmo enunciado é símbolo, pois conota o *status* de progresso da cidade que tem essa tecnologia instalada. E, em outra medida, diz respeito à condição de conforto e trafegabilidade do passeio, informação que auxilia os visitantes na decisão de engajarem-se, ou não, nessa prática turística.

A seguir dois enunciados do 'percurso turístico B':

[...] Aí, continuamos à direita, passando pela **praça Garibaldi**. A belíssima reta de cimento que se oferece, é a **avenida Getúlio Vargas**, ornamentada com um esplêndido renque central de palmeiras. À meio caminho da

avenida encontra-se uma bela ponte de cimento armado sobre o **Riacho**, cuja canalização se pode apreciar

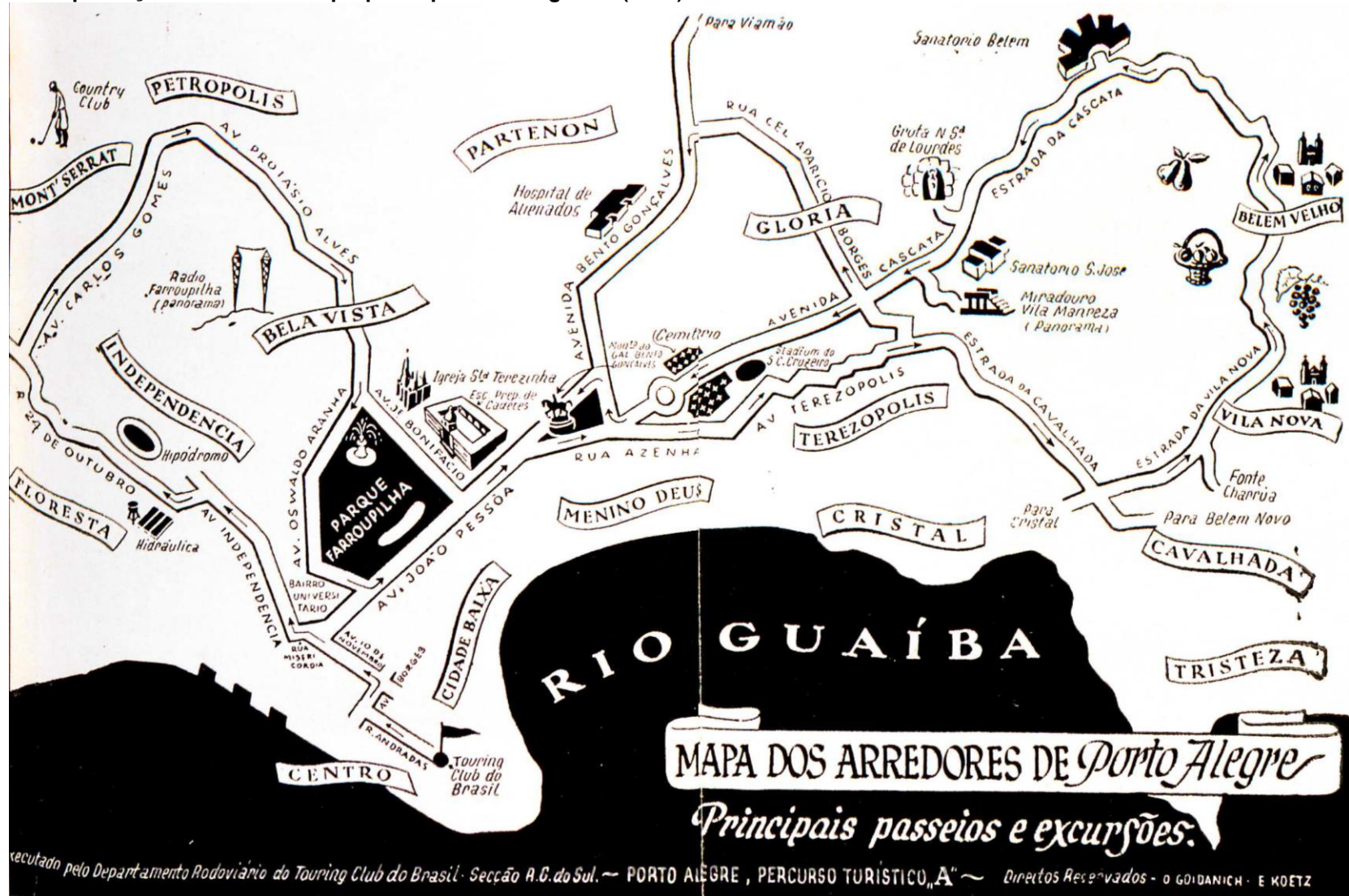
[...] A contemplação da cidade e do estuário, do morro de Santa Tereza, é uma das melhores emoções turísticas que a capital riograndense pode oferecer ao seu visitante. (TOURING CLUB, 1955♦4, p. 39) [destaques no original]

Lendo esta publicação sessenta anos após sua impressão, não podemos deixar de perceber o quanto alguns elementos tidos como expressão de uma cidade que se modernizava, e por isso dignos de nota, hoje integraram-se no cotidiano, perdendo seu brilho; isso quando não sofreram certa obsolescência. Um exemplo é o mirante de Santa Teresa, hoje significado pela insegurança e possibilidade de ser assaltado (COSTA, 2015)<sup>XL</sup>. Ou a canalização do arroio Dilúvio, que nos anos 1950 denotava obra de engenharia considerável, e que hoje é uma paisagem banal. A trajetória dos lugares turísticos será discutida da cidade no roteiro D.

---

<sup>XL</sup> Assim é chamada da reportagem que descreve a situação atual do lugar: " Assaltos, tiroteios, disputas de gangues e extorsões tiram a tranquilidade de moradores e comerciantes local que já foi ponto turístico e cartão-postal e hoje está dominada pelo tráfico"

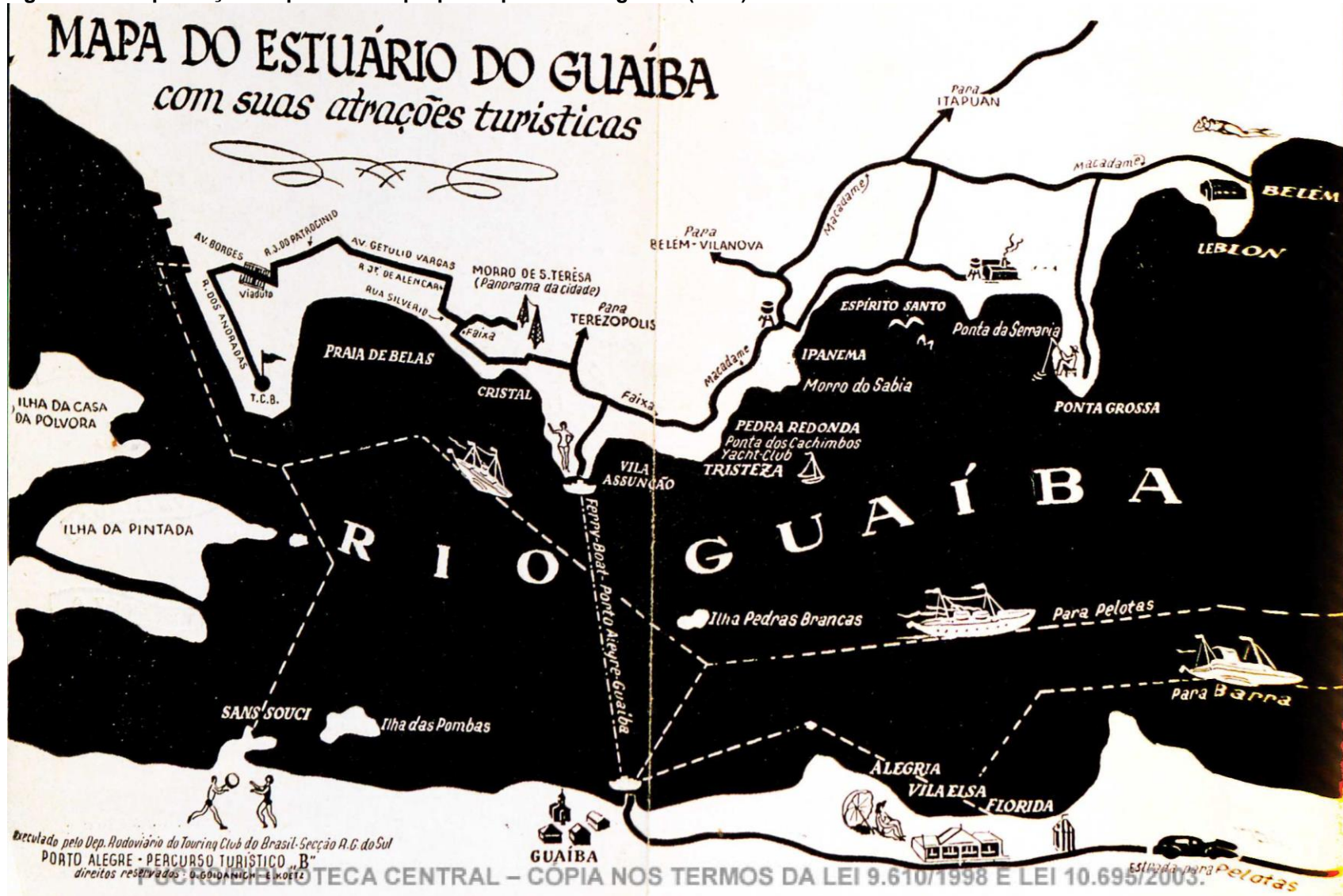
Figura 29 – Reprodução do Percurso A proposto pelo Touring Club (1955)



Fonte: Touring Club. Guia de Porto Alegre. Porto Alegre: Globo, 1955. Encarte da p.32



Figura 30 – Reprodução do percurso B proposto pelo Touring Club (1955)



Fonte: Touring Club. Guia de Porto Alegre. Porto Alegre: Globo, 1955. Encarte da p.32

Voltando ao texto, o itinerário é articulado na segunda pessoa do plural, conotando certa cumplicidade entre autor e leitor ao compartilharem o mesmo trajeto e ao implicar ambos na cena: tanto cicerone quanto hóspede. O espaço da cidade é transformado em narrativa, na qual são elencados pontos que atrairiam a curiosidade do visitante — agendando uma proposta turística para o espaço —, alguns qualitativos do que está sendo visto — apresentando um código para interpretar o que é visto — e as direções a se tomar — vinculando-se ao espaço enquanto ferramenta para orientação. Nesse sentido é interessante observar os diferentes ritmos do texto, cuja leitura reflete ritmos do espaço. Para certos elementos bastam breves comentários e outros requerem uma pausa, indicando certa hierarquia espacial. Isso é palpável no contraste entre a Praça Garibaldi e o Morro Santa Teresa.

Observa-se na publicação do Touring Club, que o espaço a ser descoberto atua como variável que organiza a narrativa, à diferença daquela do Guia 4 Rodas que era o tempo — *"se você tem um dia.."*. No *corpus* pesquisado, notam-se que entre essas duas perspectivas — banco de dados e itinerários, ou tempo e espaço — há um modelo misto do Guia Embratur Rio Grande do Sul (EMBRATUR., 1978♦11).

Ali o espaço é apresentado a partir de um itinerário e em uma narrativa contínua. No entanto, a cada atrativo é estabelecido novo parágrafo e tendo seu nome negrito, com os serviços em itálico ao final da descrição.

Na publicação da Embratur (1978♦11) percebe-se maior preocupação em fornecer marcadores para a interpretação e significação do que está sendo visto. À diferença do Guia Touring Club, em que a pretensão de ser 'prático' e 'útil', firmada no contrato inicial, é atendida na brevidade das descrições, praticamente limitadas às designações. O texto de 1978 é complementado por ilustrações em bico de pena de alguns locais de destaque, uma elegante solução em uma época em que fotografias coloridas eram inviáveis economicamente e os clichês em preto e branco dariam um tom pesado ao discurso, aproximando-o do gênero da 'reportagem' e afastando-o da proposta lúdica do Turismo.



Figura 31 — Reprodução do Guia Embratur (1978)

#### FLUVIAL

O porto da capital, situado às margens do rio Guaíba — formado pelos rios dos Sinos, Gravataí, Cai e Jacuip —, ao qual se tem acesso pelo portão central na Avenida Mauá, defronte à Avenida Sepúlveda, é o maior porto fluvial do Brasil em extensão e movimento, dispondo de cais acostáveis a navios de longo curso, de cabotagem e de navegação fluvial. Ao longo de seus 8.000 m estão instalados quinze armazéns e um completo equipamento para os serviços de carga e descarga.

Não havendo de momento, no país, um serviço regular de navios de passageiros, o porto da capital é somente utilizado para o embarque e desembarque de cargas.

### ATRAÇÕES TURÍSTICAS

#### O CENTRO DA CIDADE

Tendo a cidade nascido numa das margens da península que avança pelo estuário do Guaíba, foi essa parte a primeira a desenvolver-se, nela se instalando os órgãos públicos, a Igreja Matriz, as praças para as festas religiosas, o comércio, o porto e, conseqüentemente, o principal núcleo populacional. Com o crescimento demográfico, a cidade se expandiu em leque, permanecendo, entretanto, a península como seu centro urbano.

Dado o traçado antigo do perímetro central, suas ruas estreitas e muitas delas íngremes — a par da concentração de repartições públicas, estabelecimentos bancários, casas comerciais e de diversões, hotéis e lanchonetes —, dele está sendo afastado o tráfego de veículos, com a implantação de ruas exclusivas para pedestres, bem iluminadas, com canteiros, bancos e quiosques para a venda de flores, jornais e revistas.

Ano após ano, a cidade vai sofrendo transformações urbanísticas destinadas a racionalizar o tráfego de veículos. Assim, para desafogar o centro, foi traçada a Perimetral Loureiro da Silva, importante anel viário que o contorna e que, através de radiais e elevados, o liga ao sul e ao norte da cidade.

No eixo da tradicional Rua da Praia, da Praça da Alfândega à Rua Dr. Flores, já não circulam veículos e, com a preocupação de humanizar o centro urbano, se está tentando devolver ao pedestre o prazer de caminhar, parar, encontrar amigos, fazer compras sem as tensões impostas pelo tráfego incessante.



#### PASSEIO PELO CENTRO

A visita a Porto Alegre pode começar pela Rua da Praia — oficialmente Rua dos Andradas — coração e rosto da cidade. Além da diversidade étnica dos seus habitantes, outros aspectos — sua arquitetura, suas praças e parques, suas ruas arborizadas, o contraste entre velhos prédios tradicionais e os grandes e modernos edifícios — dão à capital do Estado um certo ar europeu.

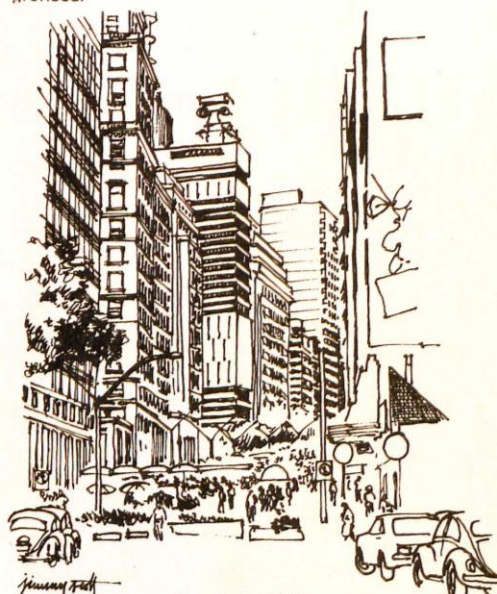
Entretanto, apesar das constantes transformações e de seu dinamismo, Porto Alegre conserva ainda o encanto de antigas construções que guardam, da cidade colonial e provinciana, o ar tranqüilo e recuado no tempo, com seus hábitos simples, suas velhas tradições mantidas com carinho e até com certo orgulho. Assim, em meio ao seu incessante crescimento, ela preserva algumas das ruazinhas cantadas por Mário Quintana, o poeta da cidade:

64

PUCRS/BIBLIOTECA CENTRAL - CÓPIA NOS TERMOS DA LEI 9.610/1998 E LEI 10.695/2003.

“E para onde hei de mudar-me, um dia,  
Quando tudo estiver perdido...  
Ruazinha da quieta vida...  
Tristonha... tristonha...  
Ruazinha onde Marta fia  
E onde Maria, na janela, sonha...”

Por isso, o primeiro passeio pela capital gaúcha deve ser feito a pé. Começando na Praça da Alfândega — nome antigo que ficou e serve de referência para o centro urbano —, o visitante percorre a Rua da Praia em seu permanente fervilhar de transeuntes, num andar que não permite muita pressa e que proporciona ao observador atento peculiaridades da cidade e dos porto-alegrenses.



Centro da cidade

**Mercado Público:** ao atingir a Avenida Borges de Medeiros — com seu tráfego de veículos parcialmente interrompido, e com seus canteiros ajardinados —, dobra-se à esquerda, na direção do tradicional Mercado Público que, tendo como modelo o Mercado da Figueira, de Lisboa, foi construído em 1864 e reconstruído em 1912, após um incêndio que só deixou de pé as paredes externas. Seu estilo original foi mantido e seu interior, que foi reestruturado, abriga mercearias, açougues, peixarias, fruteiras, lojas de especialidades, ervas medicinais, plantas e animais domésticos. Vale a pena fazer-lhe uma rápida visita que pode dar, ao forasteiro, uma idéia dos ecléticos hábitos alimentares dos porto-alegrenses, que têm por seu velho mercado uma simpatia toda especial.

**Chalé da Praça XV:** defronte ao Mercado Público o visitante descobrirá, no centro da Praça XV de Novembro, o pitoresco e tradicional Chalé da Praça XV, local de encontro de artistas, intelectuais, boêmios, e que funciona desde 1885 com restaurante e bar em seu interior e sob as árvores.

65

Fonte: EMBRATUR. Roteiro turístico-cultural de Porto Alegre e cidades vizinhas, Rio Grande do Sul: na terra dos gaúchos. Rio de Janeiro: AGGS, 1978. p.64-65



Na publicação Escritório Municipal Porto Alegre Turismo (PORTO ALEGRE, 1997-2000?♦24) notamos o emprego de uma solução semelhante, embora as ilustrações sejam coloridas e haja a presença de personagens — turistas que visitam Porto Alegre — aproximando-a do gênero história em quadrinhos. (ver figura 34).

Essa reprodução do folheto do Escritório Municipal Porto Alegre Turismo, mesmo que parcial devido às suas dimensões (63cm X63 cm), atesta o quanto neste tipo de material o formato traz implicações para interlocução

### **Serviço de Atenção ao turista**

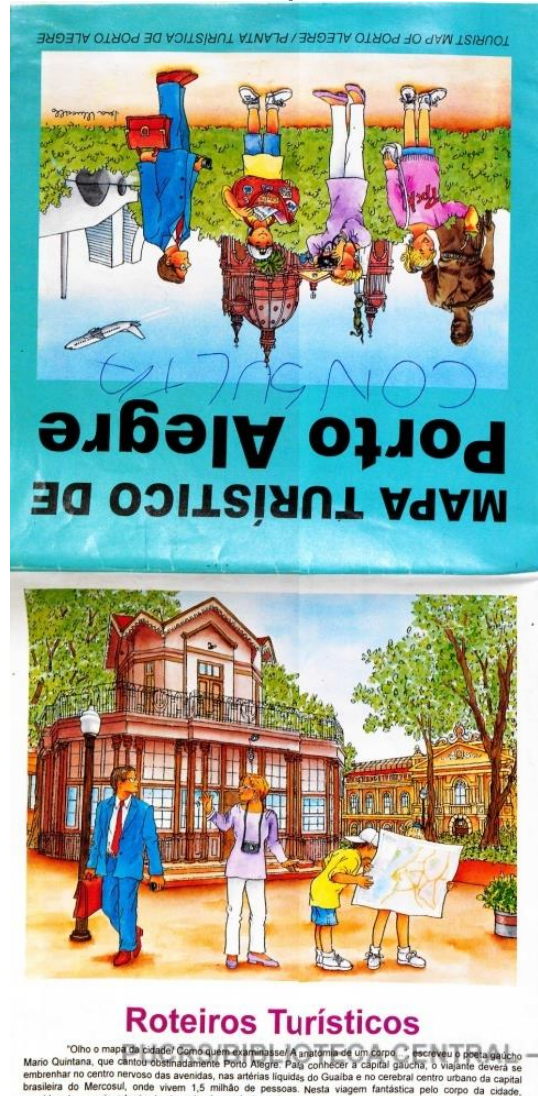
O maior grupo de discursos turísticos é o conjunto de publicações editadas pelos órgãos municipais de Turismo, terceira parada do roteiro. A escolha foi analisar duas versões da publicação 'dicas turísticas', designação que preside o maior número de reimpressões entre os materiais investigados (PORTO ALEGRE, 2000-2004?♦31; 2000-2004?♦32; 2000-2004?♦33; 2003-2004♦39; 2005?♦47; 2005-2008?♦54; 2009-2010♦69), o que parece ser indicativo de sua alta circulação e uso como mediador turístico de Porto Alegre.

Um primeiro comentário é sobre a forma de distribuição e o suporte desses textos, elementos externos que têm implicações para o contrato de comunicação presente em seu discurso. Se nos dois casos anteriores — Guia 4 Rodas (ABRIL, 1965♦6; BRASIL, 2000♦25; ABRIL, 2012♦102) e Guia de Porto Alegre do Touring Club (1955♦4) — os textos circulavam em circuito comercial, o 'dicas turísticas' (PORTO ALEGRE, 2004?♦39; 2005-2008?♦54) é disponibilizado sem custo em uma rede de postos de informações turísticas<sup>XLI</sup> mantidos pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Intencionados como folhetos, em materiais leves, breves e baratos, em princípio, o leitor deveria estar na cidade para ter contato com o texto, indicando uma proposta de uso *in situ* e excluindo-o da função de ferramenta para organização e escolha de destino como é o caso dos guias de viagem. Outro modo de circulação desse texto é sua distribuição em feiras e eventos de promoção turística, o que implica em sua leitura por outro público-alvo, em especial profissionais do setor, que o percebem a partir de outro contrato de comunicação e gênero discursivo, o de material promocional de um destino. Diferença que será vista na análise dos textos.

---

<sup>XLI</sup> Esses equipamentos já receberam distintas designações conforme as concepções da gestão municipal de Turismo à época: PITs (Postos de Informações Turísticas); CATs (Centros de Atenção ao Turista); SATs (Serviços de Atenção ao Turista); CITs (Centros de Informações Turísticas).

Figura 32 – Reprodução do folheto Mapa Turístico de Porto Alegre (entre 1997 e 2000?)



# 1 Turista de Primeira Viagem

### HISTÓRIA

Um fim de semana é insuficiente para conhecer Porto Alegre mas representa o tempo necessário para que um forasteiro se apaixone pela cidade. Quem quiser provar este elixir turístico-amoroso, rumo para o centro da cidade no sábado pela manhã e comece o dia apreciando belos exemplares da arquitetura histórica local. Os chamados núcleos histórico-culturais das praças da Alfândega e Matriz, e a Casa de Cultura Mario Quintana - antigo Hotel Majestic - são imperdíveis.

Na órbita da praça da Alfândega (Senador Florêncio) existem o edifício dos Correios e Telégrafos, o Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MAROS), o Clube do Comércio, o antigo Banco Nacional do Comércio (hoje Meridional) e o ex-cine-teatro Guarani, atual Banco Safra. A praça da Matriz (ou Marechal Deodoro) é circundada pela Catedral Metropolitana, Palácio Piratini - sede do governo estadual- Assembleia Legislativa, Teatro São Pedro e casarões antigos, destacando-se o Solar dos Câmara, transformado em espaço cultural, e o Museu Júlio de Castilhos, cujo horário de visitação, aos sábados e domingos, é das 13h às 17h.

### COMPRAS

Meca de mais de 30 etnias, Porto Alegre oferece fartas opções de almoço no centro da cidade, onde o viajante conhecerá a rua da Praia (ou dos Andrades) - mescla de polo comercial e farandola de artistas de rua. Igualmente ecléticas são as praças de alimentação dos diversos shopping centers. Depois das compras é possível saborear o happy-hour ao som de um piano. Da janela de um destes bares, localizado no shopping Praia de Belas, avista-se o poente sobre o Guaíba.

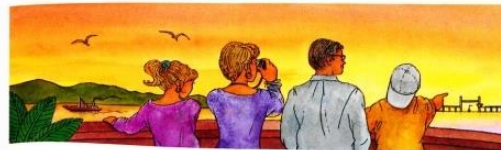
Herdeira dos hábitos platinos, a capital exibe variado catálogo de divertimentos noturnos, entre eles cinemas, espetáculos teatrais e música - da erudita às casas de dança. Muitas churrascarias oferecem, além do lendário churrasco gaúcho, shows folclóricos regionais.



### BRIQUE

Nove entre dez porto-alegrenses darão o mesmo conselho ao recém-chegado: "Domingo pela manhã não perca o Brique da Redenção". O Brique é uma feira de antiguidades - inspirada no brechó de San Telmo, de Buenos Aires - artesanato e artes plásticas, instalado em um dos mais belos parques da cidade: o Farroupilha, apelidado Redenção. Mais do que isso, porém, tornou-se um mostruário dos hábitos e da cultura local.

Pacatos casais - munidos de chimarrão e rodeados pelos filhos - convivem sem conflitos com os representantes das tribos mais exóticas da cidade. Esquetes de peças teatrais são apresentadas em plena rua e músicas de todos os ritmos se sucedem nas esquinas. Ginastas, acrobatas, mímicos e palhaços encantam as crianças, esgueirando-se entre as bancas de propaganda política. Embora funcione desde manhã, a farandola é mais intensa por volta das 14 horas. Para quem se dispõe a estender o passeio, há farta oferta de restaurantes, bares e lanchonetes nas imediações.



### QUAÍBA

Da Volta do Gasômetro, no centro da cidade, se presencia a comunhão entre a cidade e o Guaíba. No local, além de visitar uma antiga usina termoeletrica - hoje transformada em importante centro cultural - o barco tem sua saída do portão central do cais do porto e oferece delicioso almoço a bordo.

Nas margens da praia, o Café Cultural da administração da Casa de Cultura Mario Quintana é um local perfeito para apreciar o melhor da música ao vivo. "Em uma noite estrelada (...) se poderia decidir o destino de um homem (...)", escreveu o jornalista Júlio Mariani. E neste destino certamente estará traçado um retorno a Porto Alegre.

# 2 Centro Histórico

### FONTE

Ilhotas históricas - formadas por prédios e monumentos muito antigos - cercadas pelos modernos edifícios do centro urbano, resistem o passado da capital gaúcha. Para conhecê-las não é preciso guia ou ônibus turístico. O roteiro pode ser feito a pé, tendo como bússola apenas este mapa e a disposição de pedir informações. O roteiro consome uma manhã ou tarde.

Comece o passeio junto a uma fonte de azulejos azuis e amarelos onde os pombos se banham. É a Talavera de la Reina, doada pela colônia espanhola de Porto Alegre, em 1935, que repousa sobre o marco zero da cidade, na praça Montevideo. Além desta fonte, no majestoso prédio neoclássico construído na virada do século e guardado por leões de mármore, funciona a sede do governo municipal.

### TAPETE

Atravessa a rua em direção ao Largo Glênio Peres, palco constante caminhe sobre um tapete persa feito com basalto cinzento e pedras portuguesas pitorescas Mercado Público Central, localizado à esquerda do Largo, na Praça XV, 1869 e, como a prefeitura, tem estilo neoclássico. Totalmente restaurado, exibe art restaurantes e sorveterias nas mais de 100 bancas. Na mesma praça se instala ur construído em estilo bávaro com traço "art nouveau". Em frente ao Chale, fotogr ofício - indolentes à era da foto digitalizada.



### VITRAIS

Retorne ao prédio da Prefeitura e siga pela rua de trás, à esquerda Cam da antiga Alfândega. Na praça localizada junto ao edifício (Senador Florêncio Alfândega) se aninham o Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MAROS), Telégrafos e o Banco Meridional (ex- Banco Nacional do Comércio) - onça franceses.

Partindo da praça da Alfândega, a antiga Rua da Ladeira (Ser Metropolitana, cuja cúpula é uma das maiores do mundo. Vizinha da Catedral, o Estadual - exibe o estilo Luiz XV. A antiga Assembleia Legislativa e o Museu Júlio conjunto arquitetônico.



### OURO

Da praça da Matriz, localizada junto a este núcleo histórico, siga à Theatre São Pedro, todo decorado com veludo e ouro. Descendo pelo lado c construção neoclássica, inspirada na igreja Santa Geneveva, de Paris: a Bibliote saão Mourisco, também recoberto de ouro, que abriga sarau e recitais.

De volta à praça da Alfândega, ande até a rua Caldas Júnior, precisidade neoclássica - o Museu de Comunicação Social Hipólito José da Co Federação". No trajeto não deixe de apreciar um monumento "art nouveau" - Banco Safra - construído à esquerda da praça, na Rua da Praia.

### CHAMINÉ

Mais um quarteirão pela Rua da Praia - oficialmente Rua dos Andrad Cultura Mario Quintana, antiga sede do Hotel Majestic, construído no começo d memorável poeta Mario Quintana: Na calçada esquerda, a igreja das Dores antuagoneção sacrodo interior.

Para atingir o ponto final do passeio - a antiga Usina do Gasômetro - o seu ponto inicial. O prédio, localizado à beira do Guaíba, exibe uma cham o centro cultural. O local é um camarote perfeito para apreciar o afamado chm irretocável para qualquer programa.

Fonte: PORTO ALEGRE. PORTO ALEGRE TURISMO. Mapa turístico de Porto Alegre♦2A.

Em relação ao suporte, percebe-se que nesses folhetos as imagens e as cores assumem um papel de maior proeminência na veiculação da mensagem. Além disso, o formato dessas publicações é variado e terá uma implicação direta no uso e manuseabilidade dos textos, podendo ser fator crucial no estabelecimento, ou não, de um contrato de comunicação. Um material difícil de manusear ou ler — por questões de diagramação, tamanho de fonte, formato de dobras — é facilmente ignorado. Isso distingue o suporte folheto do suporte guia de viagem, em que o formato livro não permite o mesmo uso e importância atribuída à diagramação na comunicação e em que o texto, e os mapas são os elementos principais.

Outro ponto importante para compreensão desses folhetos é sua assinatura pelo executivo municipal. Constrói-se um *ethos* de poder público, o que implica em uma pluralidade de conotações e restrições que o distanciam de uma proposta de projeto de *recriação* enunciada por uma entidade privada especializada, ou por uma associação de entusiastas. A presença dos logotipos e designações das gestões municipais nesses materiais indica que se trata de uma informação oficial, mas que também carrega uma conotação política. Os textos não são apenas 'indicações', esses enunciados estão vinculados ao posicionamento do executivo e de suas políticas frente ao Turismo naquele momento. No caso de Porto Alegre, frequentemente os textos remetem às iniciativas da instituição com as quais se articulam. Esse caráter oficial também indica que ao *ethos* de poder público está ligada uma responsabilidade frente ao espaço que é indexado àquele enunciado. Isso porque é de se esperar da prefeitura tanto a manutenção e melhoramento do espaço público, como a fiscalização de uma série de serviços. Ao mesmo tempo ainda é exigida certa neutralidade frente à indicação de estabelecimentos comerciais e a expectativa de uma apresentação da cidade que contemple o conjunto de seus cidadãos. Existe a controvérsia da possibilidade de ensejar alguma espécie de privilégio a um empreendimento particular, o que teria um significado político indesejável. Por outro lado, a existência de uma instituição local dedicada ao Turismo indica que daí é que surge grande parte da inovação na definição do que é turístico no destino, na proposição de práticas e na articulação dos elementos de seu território para tal finalidade, bem como no modo de apresentar a cidade para os visitantes.

Em uma afirmação desse *ethos* institucional, os textos não são assinados, e os documentos não apontam pistas de sua autoria. No entanto, às fotografias presentes nos mesmos encartes são conferidos os créditos de imagem. Assim como não são assinados, parece haver uma preocupação em não explicitar uma data à enunciação desses discursos - como se isso isentasse ou pudesse amenizar sua condição de textos perecíveis, em especial em sua função de índices, ou ainda, como se os tornasse parte de uma iniciativa de estado e não uma ação pontuada de determinada gestão. É um contraste significativo, se considerarmos a preocupação da publicação da Abril, assinada por um jornalista e que explicitava a data de levantamento das informações e precavia o leitor de possíveis alterações e quebra dos vínculos de correspondência entre texto e espaço.

Aos materiais! '*Dicas para curtir Porto Alegre*<sup>XLII</sup>', esse é o título que preside a série de publicações do órgão municipal de Turismo na década de 2000 e que ainda segue sendo distribuído. A expressão 'dicas para curtir' estabelece o uso de uma linguagem informal e direta, de sugestões dadas por quem conhece a cidade para um projeto de lazer que o leitor possa ter ali. Afasta-se, assim, de um *ethos* de locutor político-institucional, ou comercial. Ao cotejar suas várias edições é possível ver as alterações no conteúdo do texto, no formato de sua apresentação, versões em línguas estrangeiras, e diferentes arranjos de logotipos institucionais - de distintas gestões e associações - que o assinam. Isso faz com que esta série seja um indício das iniciativas da prefeitura frente ao Turismo na cidade nesta década, e um testemunho de suas variações. Constata-se a permanência de sugestões como: passeios no centro histórico da cidade, visita ao Mercado Público e ao Brique da Redenção. Por outro lado, é interessante notar iniciativas em que houve descontinuidade, a exemplo das excursões à Ilha da Pintada, diversão noturna nos bares da Av. Goethe, Café do Lago no Parque Farroupilha, caminhadas ecológicas no Morro do Osso. Isso ressalta o caráter dinâmico e a instabilidade de certos arranjos dos projetos de turistificação ao longo do tempo, como expresso no roteiro D. Assim como existem iniciativas que continuaram sendo divulgadas ao longo das versões do '*Dicas para curtir*', existem outras que emergiram nesse processo e cuja

---

<sup>XLII</sup> A primeira versão datada do '*Dicas para curtir Porto Alegre*' está no interior de um guia de 2001, produzido por ocasião do Forum Social Mundial. O mesmo texto apresenta-se de modo avulso no formato folheto, distribuído nos SATs à época. As versões que analisamos não estão datadas, mas em contato com pessoas que trabalham na instituição que produziu o material, podemos datar a circulação de uma versão entre 2004/2009, e da outra entre 2007/2009.

estabilidade e permanência no discurso turístico apenas o futuro poderá responder, como: a Fundação Iberê Camargo, o Caminhos dos Antiquários e os Caminhos Rurais.

Outro ponto a ressaltar é o aperfeiçoamento e qualidade gráfica da publicação. Inicialmente um texto em folha ofício monocromática, com mapa no verso, evolui para folhetos coloridos, com fotografias e diagramação profissional. Transformação que eventualmente se operou com a mudança do gênero discursivo. No começo um material de apoio ao público que ia aos postos de informações turísticas buscando sugestões de como passar seu tempo na cidade, passou a ser um texto de divulgação do destino, com intuito de ser distribuído a profissionais do Turismo em feiras e eventos. O resultado atual é uma certa hibridização destes dois contratos comunicacionais, embora mantenha a mesma designação. A comparação entre essas duas versões é que será objeto de análise.



Figura 33 – Reprodução parcial do folheto 16 dicas para curtir Porto Alegre (2004?)

**16 dicas para curtir Porto Alegre**

**1** Faça o **city tour** no ônibus do **Linha Turismo**, que no andar superior proporciona uma vista panorâmica privilegiada de alguns dos principais atrativos da Cidade. O Linha conta com sistema de áudio em três idiomas e serviço de guia especializado. Do seu terminal na Travessa do Carmo, nº. 84, percorre 11 bairros da Capital num tempo aproximado de 1h20min, de terças a domingos e também nos feriados. As saídas são, no inverno, às 9h, 10h30min, 13h30min, 15h, 16h30min; e no verão, às 10h30min, 13h30min, 15h, 16h30min, 18h. Agendamento pelos telefones 3212 3464 ou 3212 0721.

**2** Conheça a **Ilha da Pintada**. É uma ótima opção de passeio para um domingo. Próxima ao Centro de Porto Alegre, mas preservada da agitação urbana, a Ilha é privilegiada pela sua beleza natural. São oferecidos passeios de barco pelos canais, tendo como condutores os próprios pescadores da comunidade. O visitante também poderá saborear um almoço com especialidades da gastronomia local como o bolinho de peixe e o famoso "peixe-na-taquara", na Colônia de Pescadores Z-5 (3211 7593). Aproveite para caminhar pelas ruas, ouvir as "histórias de pescador" e comprar artesanato ilhéu, com destaque para as peças feitas de escama de peixe.

**3** Acompanhe a rotina **Rural** na propriedade ecológica da Sra. Vera e do Sr. Dodô (3258 6556) ou do Sr. Juca (3258 6214), ambas no bairro Lami, onde você poderá participar da colheita de frutas e hortaliças, bem como da preparação de compotas, além de saboreá-las. Em Belém Velho, o Sítio do Mato (3319 4422) dispõe de atividades pedagógicas, principalmente para escolas, junto aos animais e à natureza. O Pesqueiro Quero-Quero (3250 5111) oferece mais de 14 variedades de peixes e a opção de pescá-los e prepará-los no local. Além disso, dispõe de restaurante, diversão para crianças, churrasqueiras e produtos coloniais, que também podem ser encontrados na Nossa Cantina (3264 0438), em Belém Velho.

**4** Pratique **esportes radicais** como **mountainbike** e **skate** *af road* no Sítio Trilha da Vaca (9914 8822) que conta com infra-estrutura para churrasco. **Passeios** a cavalo, trilhas ecológicas, espaço para eventos, churrasqueiras, campo de futebol em meio à paisagem do Morro São Pedro são alternativas de lazer oferecidas pelo Haras Cambará (3258 1086). Depois de tantas atividades a opção de lanche no Lami é o Café do Lami (3258 1092) com produtos locais. Em Belém Novo, o campo de pólo La Marujita (3258 1351) oferece trilhas a cavalo até à Orla do Lago Guaíba, além do jogo de pólo.

**5** Visite um dos bares ou restaurantes do **Calçadão de Ipanema**, no fim da tarde, apreciando o magnífico pôr-do-sol no Lago Guaíba. A Praia de Ipanema é um dos mais belos cartões-postais da cidade, local onde se pode caminhar, andar de bicicleta, praticar **windsurf**, **jet-ski**, e vela. Para os que preferem conhecer a orla de Ipanema de outro ângulo, uma boa alternativa é o passeio no barco Travessa (3248 7539). Também na Zona Sul da Cidade, não deixe de subir no Morro do Osso e ter uma visão privilegiada do Guaíba e da cidade. Agende sua visita (3263 3789) e aproveite a trilha.

**Serviço de Atenção ao Turista:**

SAT - Mercado do Bom Fim  
Mercado do Bom Fim, Loja 12 - Parque Farroupilha  
Tel.: 0800 51 7686 / (51) 3333 1873  
Diariamente, das 9h às 20h.

SAT - Aeroporto Internacional Salgado Filho  
Av. Severo Dullius, 90010 - São João  
Tel.: (51) 3358 2047  
Diariamente, das 7h30min às 23h45min.

SAT - Mercado Público Central  
Largo Gilvino Peres, s/cº - Centro  
De Segunda a Sábado, das 9h às 18h.

SAT - Usina do Gasômetro  
Av. João Goulart, 551 - Centro  
Tel.: (51) 3212 5979  
Diariamente, das 10h às 18h.

SAT - Porto Alegre Turismo  
Tv. Do Carmo, 84 - Cidade Baixa  
Tel.: (51) 3212 3464 ou 3212 0721  
Diariamente, das 8h30min às 18h.

**Informações Gerais sobre Porto Alegre**

Fundação oficial: 26 de março de 1772  
Clima: Subtropical úmido, com quatro estações bem definidas no ano.  
Temperatura: Média anual de 19,5 °C. Verão (dezembro a março) - entre 25 °C e 35 °C. Outono (abril a junho) - entre 10 °C e 25 °C. Inverno (julho a setembro) - entre 2 °C e 20 °C. Primavera (setembro a novembro) - entre 15 °C e 30 °C.  
Rios: Espaços de planície circundados por 40 morros, que abrangem 65% da sua área, e uma orelha fluvial de 72km.  
População: 1.312.169 habitantes (Fonte: IBGE/2000).

**PARQUE MACHINOS DE VENTO**

**BRIQUE DA REDENÇÃO** **MERCADO PÚBLICO** **ROTEIRO NÁUTICO**

**DETA DO JACUI** **ILHA DA PINTADA** **PRAÇA DA MATRIZ** **PRAÇA DA ALFÂNDEGA** **CASA DE CULTURA MÁRIO QUINTANA** **CAIS DO PORTO** **USINA DO GASÔMETRO** **PARQUE DA REDENÇÃO**

**Porto Alegre Turismo**

**Prefeitura de Porto Alegre**

PUCRS/BIBLIOTECA CENTRAL - CÓPIA NOS

1193621210655/2003

Fonte: PORTO ALEGRE. 16 dicas para curtir Porto Alegre. 2004?♦39



Figura 34 – Reprodução parcial do folheto Dicas para Curtir Porto Alegre (gestão 2005-2009)

**Paseo en el autobús de dos pisos Linha Turismo** es una manera agradable de conocer los principales puntos turísticos de Porto Alegre. El city tour proporciona una vista panorámica y dura alrededor de 1h30min. Ofrece dos opciones de itinerario: el city tour Tradicional, que muestra atractivos históricos y culturales, con destaque para la Praça da Matriz, Usina do Gasômetro y el Parque da Redenção. Ya el city tour Zona Sul, destaca los paisajes naturales de la ciudad, sendo los puntos principales la Praia de Ipanema, algunas propiedades de los Caminos Rurales y el Santuario N° 5° Mãe de Deus, que ofrece una vista de 360° de la ciudad. Las salidas son de martes a domingo, en el terminal localizado en la Travessa do Carmo, 84 - Cidade Baixa. Reservas: 51 3212 1628.



*Praia de Ipanema / Praia de Ipanema / Praia de Ipanema*

**Los parques son pasajes obligatorios para conocer un poco más los hábitos consagrados por los portalegreses:** la vida al aire libre, la conversa agradable y el inseparable mate. Conviniendo llamado Redenção, los 40 hectáreas del Parque Farroupilha forman el más antiguo y conocido mata de recreación de la ciudad.

**El corazón de la ciudad, la historia y la cultura forman un museo a cielo abierto.** Inicie su itinerario por el Centro Histórico visitando el Mercado Público, el Châlet de la Plaza XV y el Praça Municipal. Diríjase a la Rua da Praia, verifique el movimiento de la tradicional Esquina Democrática, comience el Centro Cultural CEEE Erico Veríssimo, la Plaza da Alameda, el Memorial del RIS, el Centro Cultural Santander y el Museo de Arte de Rio Grande do Sul (MARGS). El itinerario histórico incluye también el Museo de Comunicación Social Hipólito José da Costa, la Casa de Cultura Mário Quintana, la Igreja das Dores y el Museo del Comando Militar del Sur. En la plaza da Matriz, centro cívico, administrativo, religioso y cultural del Estado, están el Palacio Piratini, la Catedral Metropolitana, el Museo Júlio de Castilhos, el Solar dos Câmara y el Teatro São Pedro. El paseo no puede dejar fuera la Usina do Gasômetro, uno de los más conocidos centros culturales de la ciudad, ubicado a orillas del Lago Guaíba.



*Centro Cultural Bina do Gasômetro / Cultural Center*



*Calçada de Ipanema / Calçada de Ipanema / Ipanema Promenade*

**Los Caminos Rurales revelan rincones sorprendentes de la zona sur.** El Camino está constituido por 30 atractivos al aire libre, como cantinas de productos coloniales y artesanía, restaurantes de culinaria casera y de carnes exóticas, posadas de estilo rústico, caballerizas, campings o la orilla del Guaíba, pumares diversos, parrales de uvas de mesa, producción artesanal de vino y jugo natural, áreas de preservación ambiental, sendas ecológicas, represas para pesca y lugares de recreo para niños. Durante los periodos de cosecha de la uva, del cineo y del durazo, verifique la programación de las fiestas ya tradicionales. El paisaje puede ser apreciado en el Santuario N° 5° Mãe de Deus, en lo alto del cerro de la Pedra Redonda con vista exuberante de casi 360° de la ciudad y la orilla.

**Parque Estatal de Itaipuá es una región de rara belleza natural.** Localizado en Viamão, municipio vecino entre el Lago Guaíba y la Laguna de los Patos, está el área que alberga especies de fauna y flora amenazadas de extinción. Es posible programar paseos y conocer bellas playas de aguas calmas. Los ingresos al Parque se pueden adquirir en el lugar o anticipadamente en Porto Alegre (51) 3494.8083. La visita será inimitable si incluye el paseo en barco que sale de la Marina de Itaipuá y contornea el Parque. Informaciones con la agencia Farol de Itaipuá por los teléfonos (51) 3494.1111/9997.5030.



*Mercado Público / Public Market*



*Castro de Itaipuá / Itaipuá Pier / Port*

**La orilla del Guaíba es una de las principales tarjetas postales de Porto Alegre.** La puesta del sol, icónico de la ciudad, se puede apreciar a lo largo de los 15 kilómetros que separan la Usina do Gasômetro de la Calçada de la Praia de Ipanema, en la zona sur, lugar de caminatas, paseos en bicicleta, deportes náuticos y disputados bares y restaurantes. Generosa, la puesta del sol en el Guaíba se puede ver también desde la terraza localizada en el 4° piso del Centro Cultural Usina do Gasômetro.



*Palácio Piratini / Piratini / City Hall*

**Los niños no pueden perderse estas emociones:** los "viajes" por el universo ofrecidos en el Planetario, el paseo por los jardines, el lago poblado de tortugas del Jardín Botánico y la aventura proporcionada por las exposiciones interactivas del Museo de Ciencia y Tecnología de la PUCRS, uno de los más importantes de América Latina. Tenemos también el Minizoológico y los botes a pedal del Parque da Redenção, y la movida agenda cultural de la ciudad para el público infantojuvenil, en teatro, exposiciones y cine.

**Camino de los Anticuarios se transforma en una feria única los sábados.** Las varias tiendas de antigüedades, localizadas en las tradicionales calles Demétrio Ribeiro, Fernando Machado y Marechal Floriano, cierran la semana con una feria en la Plaza Daltro Filho, en la confluencia de las tres vías. La feria también tiene música, teatro y otras atracciones culturales. Todos los sábados, de 10:00 a 16:00.

**Los paseos en barco en los canales del Delta del Jacuí muestran otra perspectiva de Porto Alegre.** Las embarcaciones parten de tres puntos: en los canales de la Usina, los barcos Naiva do Cai (51) 3211.7662/9838.0345, Seival e Turistinha (51) 9818.2274/9961.2926 y Canibé (51) 3481.3783/9848.4566; en la puerta central del Cai de Porto, el Cruzeiro Branco (51) 3224.5222; y el de la Praia de Ipanema, el barco Travesia (51) 3248.7630/9904.9096. También existen las opciones de paseo náutico en el Parque de Itaipuá.

**Las tradiciones gaúchas, de la culinaria a las danzas, están a su espera.** La gastronomía típica de los pampas se puede apreciar en restaurantes y Centros de Tradiciones Gaúchas (CTG). Mientras usted disfruta del famoso espeto corrido o el tradicional carretero, la cultura gaúcha se manifiesta en la danza de la Chula, de los Facones y de las Boleadoras al ritmo de música nativa. Conozca las churrasquerías Galpão Crioulo (51) 3226.8194, Roda de Carreta (51) 3336.0817 y Vitrine Gaúcha (51) 3374.5474. Porto Alegre es reconocida también por la diversidad de su gastronomía típica de patrones internacionales. Aprovechando un paseo en barco, pruebe el pescado en el Pântano, Antipasto, Peixeito gaúcho y arroz de leite de leite (51) 3211.7921/3211.7921.

**De lo sofisticado a lo popular, el comercio de Porto Alegre ofrece calidad para todos.** El Centro es el área de tiendas de calle más tradicional, con destaque para la Rua dos Andradas (Rua da Praia). Entre otros barrios de comercio consagrados están el Moínhos de Vento, Azenha, Bom Fim y Floresta. Otra opción es la infraestructura y los servicios de los 16 shoppings instalados en la ciudad, como el Praia de Belas, Total, Moínhos y los de la Red Bourbon (Country, Ipiranga y Assis Brasil). Para llevarse un recuerdo de Porto Alegre, vaya al Mercado Público, al Mercado del Bom Fim o a una de las varias tiendas de artesanía de la ciudad.

**Teatro, música, danza, artes plásticas y cine.** La vida cultural portalegreses es intensa y sincronizada con la actualidad nacional e internacional. Con 63 salas de cine (el mayor número por habitante en el país), más de 30 salas de espectáculos para teatro, baile y shows musicales, cerca de 50 galerías de arte, además de la programación de los centros culturales, la ciudad es cultura el año entero. En la Fundación Iberê Camargo (51) 3242.1247 conozca el acervo de las obras de ese artista gaúcho mundialmente conocido, programando visitas guiadas. Y si usted estuviere en la capital gaúcha en septiembre, no se pierda la programación del Porto Alegre en Escena. En noviembre, visite la Feria del Libro en la Plaza da Alameda, la más grande a cielo abierto de América Latina.

**La noche empieza temprano y se extiende en varias opciones.** Comience con una cerveza bien fría en los bares y restaurantes del Mercado Público o en el Châlet de la Plaza XV. Amplie sus opciones en el barrio Moínhos de Vento, con destaque para la Av. Goethe y el área de la sofisticada Calçada da Fama, en las calles Fernando Gomes y Padre Chagas. Para encontrar un clima alternativo y espacios espontáneos, diríjase a la Cidade Baixa. La noche de la capital también es intensa en la Zona Sur, donde está la "Calçada de Ipanema". El público GLBT tiene en la ciudad varias opciones en la zona sur.



*Calçada de Ipanema / Bar / Pub*

Para más informaciones sobre las sugerencias ofrecidas en este material, busque el SAI - Servicio de Atención al Turista - por el teléfono 0800 517686 o e-mail: sai@turismo.prefpoa.com.br.

Fonte:: PORTO ALEGRE; ABIH. Dicas para curtir. Sugerecias para tomar en cuenta. Tips for Enjoy - Porto Alegre. 2005-2008♦54

O modo como as fotografias são mobilizadas enquanto discurso turístico é uma diferença importante. Na primeira versão elas são inseridas em uma moldura que imita um filme fotográfico, em uma metáfora com a câmera do visitante, a ser preenchida com o registro daquelas experiências. Há uma versão semelhante que imita fotografias feitas com uma máquina Polaroid (PORTO ALEGRE, 2005?♦45 com legendas escritas manualmente em caneta hidrocor. Essa diagramação joga com a noção de 'souvenir', e por outro lado, atesta aos lugares um caráter 'turístico'. Outro ponto importante é que parte significativa das imagens apresentadas tem a presença de pessoas, referindo-se a práticas turísticas concretas como: almoçar no Chalé da Praça XV, assistir a um espetáculo no Teatro São Pedro, namorar tendo o pôr-do-sol como cenário.

Já a outra versão do documento apresenta as fotografias como evidências do texto noticiado, com legenda em uma fonte semelhante à escrita em computador, algo institucional, distante, frio. Talvez como um cartão postal. O que prende a atenção, no entanto, são as fotos e a escolha por cenários vazios, em enquadramento aéreos e distantes dos objetos, escolhas que contrastam com o ideal de uma experiência turística. Apesar disso, o formato do material permitiu maior tamanho das imagens e uma melhor qualidade gráfica e de impressão.

Em relação à escrita, a primeira versão (PORTO ALEGRE, 2004?♦39) apresenta as 'dicas' no modo imperativo, denotando um cenário em que o visitante está presente e implicado. A segunda utiliza o modo impessoal, descrevendo as opções da cidade como notícias. Vejamos:

**5** Visite um dos bares ou restaurantes do **Calçadão de Ipanema**, no fim da tarde, apreciando o magnífico pôr-do-sol no Lago Guaíba. A Praia de Ipanema é um dos mais belos cartões-postais da cidade, local onde se pode caminhar, andar de bicicleta, praticar *windsurf*, *jet-ski* e vela. Para os que preferem conhecer a orla de Ipanema de outro ângulo, uma boa alternativa é o passeio no barco Travessia (3248 7539). Também na Zona Sul da Cidade, não deixe de subir no Morro do Osso e ter uma visão privilegiada do Guaíba e da cidade. Agende sua visita (3263 3769) e aproveite a trilha.(Negritos do texto original) (PORTO ALEGRE, 2004?♦39)

Aqui o conjunto do texto é dividido em blocos independentes e numerados, que dão à leitura direção e fluidez. O trecho reproduzido refere-se a dica número cinco. É um texto apto a fornecer ao leitor um repertório das possibilidades turísticas do destino, habilitando-o a rapidamente mudar de bloco, caso não tenha interesse naquela proposta de lazer. A utilização do modo imperativo ao início da frase implica o leitor no texto, embora não soe agressiva, pois a denotação de comando é



afastada ao explicitar-se uma justificativa do por que visitar aquele lugar. Nota-se a função de índice ao apontar o telefone dos locais, serviço que permite ao turista programar sua visita. Ao enunciar uma série de práticas possíveis de serem realizadas na praia de Ipanema, o texto ressalta sua função de destino turístico, tornando-a densa em possibilidades de lazer, bem como a hierarquia, apresentada pelo destaque em negrito, e cuja visita pode ser complementada com a proposta de trilha no Morro do Osso. Além da proximidade, a vista do Guaíba e a prática esportiva em uma paisagem 'natural' aproximam esses dois lugares.

Vejamos um trecho com referente geográfico similar na outra versão do Dicas para curtir Porto Alegre.

**A orla do Guaíba é um dos principais cartões postais de Porto Alegre.**

O pôr-do-sol, ícone da cidade, pode ser apreciado ao longo dos 15 km que separam a Usina do Gasômetro do Calçadão da Praia de Ipanema, na Zona Sul, local de caminhadas, passeios de bicicleta, esportes náuticos e disputados bares e restaurantes. Generoso, o pôr-do-sol no Guaíba pode ser visto também do terraço localizado no 4ª piso do Centro Cultural Usina do Gasômetro. (Negrito do texto original) (PORTO ALEGRE, 2005-2008?♦54)

Ao invés dos números, aqui são apresentados títulos negritados como manchetes. Sugerindo uma leitura superficial que transita e flutua entre os diferentes tópicos, mas se aprofunda apenas naqueles que captam o interesse do leitor. Não há mais a noção de sequência, como na enumeração do enunciado anterior, que convidava o leitor a olhar cada um dos blocos e tomar a decisão de seguir, ou não, a dica apresentada. Ao contrário, o uso do infinitivo neste texto constrói um espaço que prescinde da presença do visitante, que, 'se quiser', 'pode visitá-lo'. Apesar de um conteúdo semelhante, essa modulação na voz passiva constrói uma cena em que o entusiasmo da justificativa do por que realizar esta prática se assemelha agora a uma concessão, o 'ícone da cidade' que é 'generoso' e se deixa 'ser visto' desde que o visitante se posicione no lugar certo. Outra diferença são algumas opções realizadas no enunciado: a utilização de um período longo, com referência a três locais - Usina do Gasômetro, Calçadão de Ipanema e seu intervalo de 15km - e não a concentração em um só ponto: Ipanema; a exclusão de duas alternativas de práticas turísticas - passeio de barco e a trilha ecológica -; e, a opção por adjetivos ao invés de verbos - 'local de caminhadas' / 'se pode caminhar'. Esse conjunto de escolhas parece-nos que dilui a densidade que havia sido construída no texto anterior de Ipanema como um destino, isto é, um local fértil em possibilidades de práticas de lazer e onde o visitante deseja estar implicado. Neste texto, à diferença

do Morro do Osso no enunciado anterior, o que aproxima Ipanema e a Usina do Gasômetro é a orla, e seu intervalo, e não a apresentação de práticas turísticas.

Dada a diferença nas escolhas de enunciação entre os dois excertos, poderíamos nos questionar: será que se inserem em um mesmo gênero textual? Em uma mesma cena de enunciação, ou contrato de comunicação? O que têm em comum a não ser a designação 'dicas para curtir'? Se as modulações do primeiro texto o aproximavam mais do gênero publicitário, o segundo texto está mais próximo da reportagem. Essas hibridizações dão aos textos conotações distintas, tornando-os mais ou menos eficientes para determinados propósitos comunicacionais e deveriam ser objetos de estudo por parte de seus financiadores. Ao estudar a recepção da tradução de um texto turístico australiano traduzido para o malaio, por meio de um grupo focal, Sulaiman (2014) aponta que a linguagem direta e imperativa tida pelos anglo-saxões como despojada, vívida, evocando confidencialidade foi interpretada pelos malaioes como agressiva e arrogante. Já nos textos turísticos malaioes predomina a criação de uma ambiência, através de uma narrativa em que não há a preferência por imperativos, mas por adjetivos, que denotem tranquilidade e não ação, o que para os australianos é percebido como desinteressante e sem objetividade. Tendo em vista essa possibilidade de o discurso turístico ficar 'perdido na tradução', é de se questionar se no caso de Porto Alegre se boa parte dos enunciados turísticos não fazem apelo ao que agrada seus conterrâneos, ao que esses idealizam por turistas, embora tal ideal possa ser distinto do perfil de visitantes reais da cidade — como ênfase na imagem de pólo cultural para paulistanos, ou o apelo ao churrasco para argentinos. Do mesmo modo, existe a indagação sobre a possibilidade contrária, aspectos apreciados como alteridade pelos visitantes e que estão pouco presentes no discurso turístico por não serem vistos como tal pelos porto-alegrenses — como os *shopping centers* para os visitantes do interior do Estado.

Chegado ao fim desse roteiro com três paradas — 'A gente vai antes para você ir melhor'; 'Cicerone da cidade amável, cordial e hospitaleira' e 'Serviço de Atenção ao turista' —, espera-se que tenha sido cumprido o propósito de apresentar a atuação do discurso como tecnologia espacial, ou seja, como dispositivo que auxilia a produzir lugares turísticos e enquanto ferramenta que ajuda aos turistas em sua tarefa de lidar com o espaço. Outra finalidade dos percursos era a de

demonstrar por meio dessa diversidade de cenários de enunciação o caráter situado, contingencial e instável dos arranjos de práticas, atores e lugares que é o Turismo. Essa questão está presente no roteiro D, quando se apresentam as práticas dos visitantes e suas expectativas frente aos lugares da cidade.

Aqui foram considerados casos particulares, mas ao analisar o conjunto da literatura turística sobre Porto Alegre e suas cenografias, foi possível elaborar um quadro (ver Quadro 7 – Cenografias do discurso turístico sobre Porto Alegre), explicitando as semelhanças e diferenças entre seis classes de textos. Entende-se que os grupos possuem características que permitem diferenciá-los entre si, embora seus textos contenham traços que os aglutinam em cada grupo. No entanto, como evidenciado na análise anterior, são frequentes as hibridizações entre gêneros e formatos.

O quadro apresenta de modo sintético essas variações sobre a cenografia resultante de cada tipo de fonte sobre a literatura turística de Porto Alegre analisada. É uma ferramenta importante para compreender as especificidades do lugar de fala de cada enunciado sobre a cidade que tem seus visitantes por potenciais interlocutores. A título de exemplo, ilustra-se a seguir a diferença entre dois tipos de materiais: os guias de viagem sobre o Brasil e as matérias presentes em jornais e revistas.

Os guias de viagem sobre o Brasil são escritos por jornalistas, exteriores aos destinos e inserem Porto Alegre em um quadro mais amplo, ao lado de outros destinos nacionais. Implicações desses *ethos* avaliadas quando comentou-se o Guia 4 Rodas. Em outro sentido, na Figura 24 – Mapa representando as páginas destinadas a cada destino em guias internacionais sobre o Brasil, também se fez o exercício de verificar o espaço, em número de páginas, ocupado Porto Alegre em três publicações. A alteridade ou exotividade do destino é apresentada frente à procedência (idioma) imaginada do público-alvo. Nesse sentido, Porto Alegre muitas vezes escapa do ideal de brasilidade vinculada a imagem de um país tropical cujos expoentes são Rio de Janeiro e Salvador.

Os guias possuem uma linha editorial e buscam apresentar os destinos de acordo com os cânones do público-alvo para quem são intencionados, em uma espécie de segmentação de mercado. Assim, existem guias direcionados a viajantes independentes com baixo orçamento, como Lonely Planet (2005♦46; 2011♦85),

outros que têm um público diverso, que dispõe em geral de um orçamento mais folgado para viajar, incluindo-se viajante a negócios, como o Frommer's (2011♦109), ou ainda há os guias pensados para um público mais escolarizado e com maior repertório cultural, como o Michelin (2013♦111). Para cumprir os requisitos de independência e por se tratar de uma informação paga, a elaboração dos guias exige investimento considerável em pesquisa sobre os destinos a que faz referência. Isso torna o ritmo de atualização lento se comparado a outras classes de publicações e faz com que haja certa cautela em apresentar inovações, pois há o receio de que comprometam sua função de índice. Assim, há a escolha por imagem tradicional e relativamente estável do destino. No caso de Porto Alegre isso evidenciou-se nas publicações investigadas — cujas datas de publicação estão concentradas no decênio 2004 a 2014—, que a vinculavam à imagem de cidade com 'política progressista', pelo qual ficou conhecida na década de 1990 e realização das edições do Fórum Social Mundial entre 2001 e 2005. No mesmo sentido, a Fundação Iberê Camargo, um ícone importante para a cidade inaugurado em 2005, estava presente apenas em algumas publicações e de forma tímida, se comparada a reportagens em revistas e jornais da mesma época, 2012, em que era o destaque principal.

Os textos turísticos sobre Porto Alegre veiculados em jornais e revistas apresentam uma variedade maior quando comparado aos guias. Primeiramente por seu lugar de enunciação, que deve corresponder a outros gêneros discursivos e outros contratos de comunicação. Temos textos de revistas de bordo, que buscam entreter passageiros e promover os destinos aéreos da empresa que patrocina a publicação, temos revistas especializadas em viagem; temos ainda suplementos de jornais, que devem comunicar-se com um público genérico embora circunscrito geograficamente a área de circulação do periódico. Há uma liberdade para o cruzamento de gêneros, tais como reportagem, entrevistas e relatos de viagem. Nesse tipo de texto não existe, como há no guia, um interesse prévio no destino, assim uma de suas missões é cativar a atenção do turista potencial. Ao inverso do guia, há um interesse em apresentar novidades e inovações sobre o lugar, mesmo que essas informações se desatualizem rapidamente. No caso de Porto Alegre isso é expresso na ênfase de alguns textos para eventos que ocorrem na cidade, como a Bienal de Artes do Mercosul, a Feira do Livro ou o Acampamento Farroupilha. Outro exemplo é o foco no campo da gastronomia, em especial na oferta de novas opções.

Isso ocorre porque esse tipo de texto está livre do *ethos* institucional dos folhetos e brochuras patrocinados pelo poder público, e, ao contrário desse, muitas vezes pode ser patrocinado pelos estabelecimentos que divulga, à diferença também da suposta isenção do guia de viagens. Essa cenografia em parte é constituída a partir do suporte em que o texto é veiculado, e que irá, em certo sentido, determinar o modo como será construído o diálogo com o leitor. Por isso a reflexão sobre o formato dessas publicações parece pertinente.

Tendo vista as diferentes cenografias e lugares de fala do discurso turístico sobre Porto Alegre, a próxima parada do roteiro é a investigação do conteúdo dessas falas. Como Porto Alegre é denotada enquanto turística?

**Quadro 7 – Cenografias do discurso turístico sobre Porto Alegre**

Classe	Autoria	Público-alvo	Uso	Formato	Circulação	Ritmo de atualização
Guias de viagem sobre o Brasil	Equipe de jornalistas independentes, exteriores ao lugar, Há linha editorial.	Turistas já interessados em conhecer o país/região. Embora não necessariamente interessados pelo destino (lugar) em particular. Algumas publicações consideram público de mobilidade corporativa.  A alteridade ou exotividade do destino é apresentada frente à procedência (língua) imaginada do público-alvo.	Planejamento do roteiro.  Descoberta in situ	Livro, compila textos de apresentação, cartografia roteiros, descrição, listagens de oferta turística.  Versões digitais	Distribuição em livrarias ou bancas, em rede polissituada, tanto na origem quanto destino.  Informação paga.	Lento. Tendência a não incluir informações de curta duração, ou apontar índice onde buscá-las.  Apresenta imagem tradicional do destino, inovações são apresentadas com cautela.
Jornal/ Revista	Equipe de jornalistas exteriores ao lugar, mas, por vezes, ciceroneados por órgão de promoção do destino.  Equipe de promoção do destino que consegue inserção no periódico.	Público geral profissionais da área em busca de novidades e tendências.  Raramente há interesse particular pelo destino, cuja apresentação necessita cativar atenção do turista potencial.	Despertar interesse inicial para o destino.  Planejamento do roteiro.  Descoberta in situ	Papel, formato padronizado. Versões digitais.	Varia de acordo com a abrangência geográfica do periódico (nacional, regional, global).  Rede de assinantes. Jornaleiros.  Revistas de bordo.  Por vezes, informação paga, por vezes acesso livre. Embora informações sobre destino não são a principal receita, sendo subsidiadas por outros interesses e textos da publicação.	Rápido. Por sua circulação diária as informações são rapidamente percebíveis.  Apresentações inovadoras e novidades sobre destino são incentivadas.

Classe	Autoria	Público-alvo	Uso	Formato	Circulação	Ritmo de atualização
Folheto	Equipe do órgão de promoção do destino, empreendedores individuais. Textos não são assinados.	Visitantes já presentes no destino que buscam descobri-lo.  Formato e distribuição permite maior segmentação do discurso de acordo com especificidades e propostas para diferentes públicos-alvo.	Descoberta in situ.  Maior pertinência da função índice.	Formato faz parte da proposta editorial, há uso misto de imagens e texto e cartografia. Preferência por baixo custo, tendo em vista a tiragem e proposta de uso descartável	Distribuição gratuita, no destino, em rede de Centros de Informação Turística e hotéis.	Misto. Existem materiais com propósito de apresentar programação cultural e eventos, cujo ciclo é mais rápido.  Existem materiais que, como nos guias, há preferência por não incluir informações de ciclo rápido ou novidades de duração incerta. Há tendência a ocultar data de produção do texto.
Brochura	Equipe do órgão de promoção do destino, empreendedores individuais. Textos não são assinados	Investidores, profissionais da área atuantes no destino, autoridades, visitantes.  Interesse em captar atenção e promover o destino, ou sua gestão.  Discurso mais genérico se comparado há especificidade do texto voltado para turistas que pretendam utilizar o material para descoberta in situ.	Apresentar para investidores, promotores de eventos, agentes de viagem e visitantes.  Planejamento de roteiro.	Formato faz parte da proposta editorial. Preferência por material de maior qualidade, tiragem menor. Preferência por imagens e texto.	Distribuição gratuita em feiras de promoção, na captação de eventos e investimentos, ocasionalmente nos Centros de Informação Turística.	Tendência de apresentação do destino de acordo com a imagem agenciada pela equipe de promoção do destino, em que há influência do ciclo político. Há tendência a ocultar data de produção do texto, salvo em publicações que apresentam dados mais detalhados sobre oferta turística.

Classe	Autoria	Público-alvo	Uso	Formato	Circulação	Ritmo de atualização	
Relato de viagem	Texto assinado por alguém que visitou a cidade. Publicação devida a suas contribuições de interesse científico ou mercantil..	Cientistas (geógrafos, naturalistas, sociólogos) interessados em conhecer sobre o local.  Comerciantes interessados em expandir seus negócios para novos mercados.  Visitantes interessados em conhecer o lugar e ter a perspectiva de alguém que já esteve lá.	Curiosidade geográfica científica  Planejamento roteiro	/  do	Narrativas de viagem e descrições geográficas de tamanhos variados publicados em livros ou periódicos científicos.	Bibliotecas.  em ou	Apresenta um retrato do local descrito, sem uma intenção de atualizá-lo. Não faz parte de um arranjo voltado ao Turismo, como outras fontes.
Trip Advisor	Visitantes e habitantes do destino, sem um interesse comercial ou político explícito.  Não há uma linha editorial, tampouco uma proposta "pedagógica" de apresentar o destino.  Não há uma autoria institucional responsável pelas informações, o leitor deve avaliar os comentários disponíveis em balanço com seus projetos.	Visitantes interessados ou já presentes no destino.  Empreendedores buscando gerenciar a imagens de seus estabelecimentos.	Planejamento roteiro  Descoberta in situ	do	Plataforma digital interativa, Internet 2.0.  Híbrido entre o 'relato de viagem' e o 'livro de visitas' dos museus.	Acesso livre por meio da Internet.	Constante. Cada comentário sobrepõe-se ao anterior.

Fonte: elaboração do autor



### 4.3 Roteiro B. Cidades invisíveis: significando Porto Alegre como turística

Como visto até aqui, uma das atribuições da literatura voltada para turistas é organizar o saber sobre determinado espaço, exibindo-o de forma condensada ao visitante. Existem outras, como publicidade e atração de investimentos, mas neste caso se trata de uma ferramenta para interpretação do que é visto. O que ali é apresentado atua como ponto de partida para organização do uso do tempo e da eleição das práticas a realizarem-se naquele local estranho. Essa literatura viabiliza, portanto, o diálogo entre turista e destinação.

Diante dessa multiplicidade de discursos sobre a mesma cidade, ou melhor, sobre mesma designação: 'Porto Alegre'; procurou-se perceber como a literatura turística a preencheu de significado. Como suporte e fonte para essa reflexão está o mesmo *corpus* documental já referido nos roteiros anteriores. Um pressuposto metodológico desta análise foi atribuir a todos os textos pesquisados um patamar de igualdade, independente de sua autoria, data e cenografia. Buscou-se percebê-los em uma espécie de superfície lisa examinando o que emergiu e o que restou plano. Assim, nesse momento não há interesse na dimensão cronológica deste *corpus* que abrange um período de cem anos, a preocupação com tal variação é objeto do próximo roteiro. Pouco importa aqui se os lugares evocados não existem mais, e sim no modo que são usados para construir a imagem de cidade e vinculá-la a ideais de urbanidade.

Esta análise faz apelo à obra "As Cidades Invisíveis" de Italo Calvino (2003), em que Marco Polo pretende apresentar ao imperador Kublai Khan as várias cidades do reino mongol. São cidades invisíveis, na medida em que se constituem desde o discurso do narrador que as descreve e que, assim, as tornam presentes, mesmo em sua ausência ou invisibilidade para o ouvinte. Um modo de introduzir novo conhecimento em um repertório já existente é fazer analogias e cotejos, vinculando o novo a determinados campos semânticos. A análise dos discursos que exibem a Porto Alegre turística recordou essa situação: apresentar um espaço ausente a quem não esteve diante de sua presença. Dizem que as várias cidades descritas por Polo eram de fato a mesma, Veneza sua terra natal. Isso aponta para a

multiplicidade de um 'mesmo' lugar, que se apresenta em variados modos, em feixes complexos que dificilmente podem ser aprendidos por uma visão unitária e disjuntiva da realidade. Essa diversidade parece ser central no que motiva as pessoas a partirem em viagem rumo a terras desconhecidas, pois lhes permite o jogo com a alteridade, que caracteriza as práticas turísticas (ÉQUIPE MIT, 2008). Todavia, a partir dessa referência ao livro de Calvino (2003), sublinha-se ainda a importância da dimensão discursiva, que atua na construção dessas diferentes imagens de cidade, que recursivamente acabam sendo, à vista do leitor, as próprias cidades. É um campo em que a distinção de uma 'cidade imaginária' de uma 'cidade real' torna-se difícil e empobrecedora, elas misturam-se como a tela e a tinta de uma pintura. Remetem ainda às origens da Geografia, ao tentar a partir da descrição de um espaço, dar-lhe sentido. Isso está sendo pontuado por não fazer parte da tarefa aqui examinar o encaixe entre 'realidade' e 'imaginário'.

Na obra de Calvino (2003) é comum a evocação de um determinado traço de uma cidade a partir do qual se desenvolve a sua descrição, tornando-a visível. Ao buscar registrar o modo como a literatura turística apresenta Porto Alegre, será utilizado expediente semelhante, pois nota-se nestes textos o uso de uma espécie de 'chave interpretativa', uma tese que designa a cidade e a partir da qual são trazidos elementos que a corroborem. A referência da literatura a tais marcadores pode ser entendida como a apresentação de uma 'chave interpretativa', ou uma 'matriz de leitura'. Essa irá atuar tanto como uma 'bússola', orientando o visitante em relação ao que buscar no destino e como interpretar as experiências que ali tem lugar, quanto como uma 'âncora', a partir da qual são aglutinadas as construções de sentido e representações daquele lugar.

O expediente desses marcadores remete à noção de mitologia, proposta por Barthes (2001), como uma fala que se inscreve em um sistema segundo de significação, ou seja, quando o conhecido valor de um significante é usado, naquela ocasião, para-se atingir outra significação. Por exemplo, o chimarrão vira um significante para tradição, o Parque Farroupilha para uma cidade verde e ecológica, a Fundação Iberê Camargo um referente de uma população culta e que aprecia as artes, etc. Também é interessante recordar a semiótica da atração turística proposta por Maccannell (2006), já apresentada quando o Turismo é indicado como um código e de uso e leitura do, ou com o espaço. Para o autor é na triangulação entre

coisa (*sight*), marcador e turista que se constitui o sentido dado à experiência turística. Neste jogo, mais importante do que o que é visto, muitas vezes, está o marcador que o descreve. Como no exemplo das filas de pessoas interessadas em conhecer uma rocha lunar, informação que a diferencia de outras rochas e que se estivesse ausente implicaria em uma relação totalmente diferente do público frente a tal objeto.

A análise dessa literatura turística sobre Porto Alegre permite, por um lado, apontar de que modo os redatores desses enunciados gostariam que o público-alvo percebesse a cidade. Ou seja, a que ideais os produtores do discurso turístico gostariam de vincular Porto Alegre. Esse discurso é realizado tendo em vista um interlocutor e, assim, elucida também sobre quem é a figura imaginada como o turista e qual posição lhe é atribuída. Apesar de já estar estabilizado o que se entende por turista e Turismo no primeiro capítulo deste trabalho, cabe ressaltar que no *corpus* dessa literatura tais significados são instáveis. O sentido turístico de um lugar, no entanto, não é atribuído apenas pelo visitante, ou pela sociedade que o recebe e lhe apresenta os espaços. É um processo de co-construção, marcado pela interação e diálogo entre esses dois pólos. Pirou (2009) comenta sobre esse processo de co-construção de um lugar<sup>XLIII</sup> turístico, que ocorre com a mediação entre atores endógenos e exógenos.

Para nós, o turista realiza uma 'balizagem de caráter exógeno', enquanto indivíduo não originário dos lugares mas que visa ali instalar-se (inicialmente) de modo temporário, tornando-se um ator transitivo (Di Méo, 1991), isto é, que sendo originalmente um ator exógeno escolhe aproximar-se dos atores endógenos para uma territorialização. Ora, a midiatização é tamanha que ele já produz uma ideia bastante precisa daquilo que busca e do que encontrará [...] esses atores originários do lugar estabelecem uma 'balizagem de caráter endógeno' e, ao fim, se opera um verdadeiro jogo de sedução, seja para compreender as práticas turísticas, seja para persuadir o turista da qualidade dos lugares, ou ambas. A dimensão regional do destino resultaria, em suma, de um jogo de atores e da qualidade dos lugares. Nos podemos então considerar que existe a co-construção da região turística<sup>71</sup> (PIRIOU, 2009, p. 43).

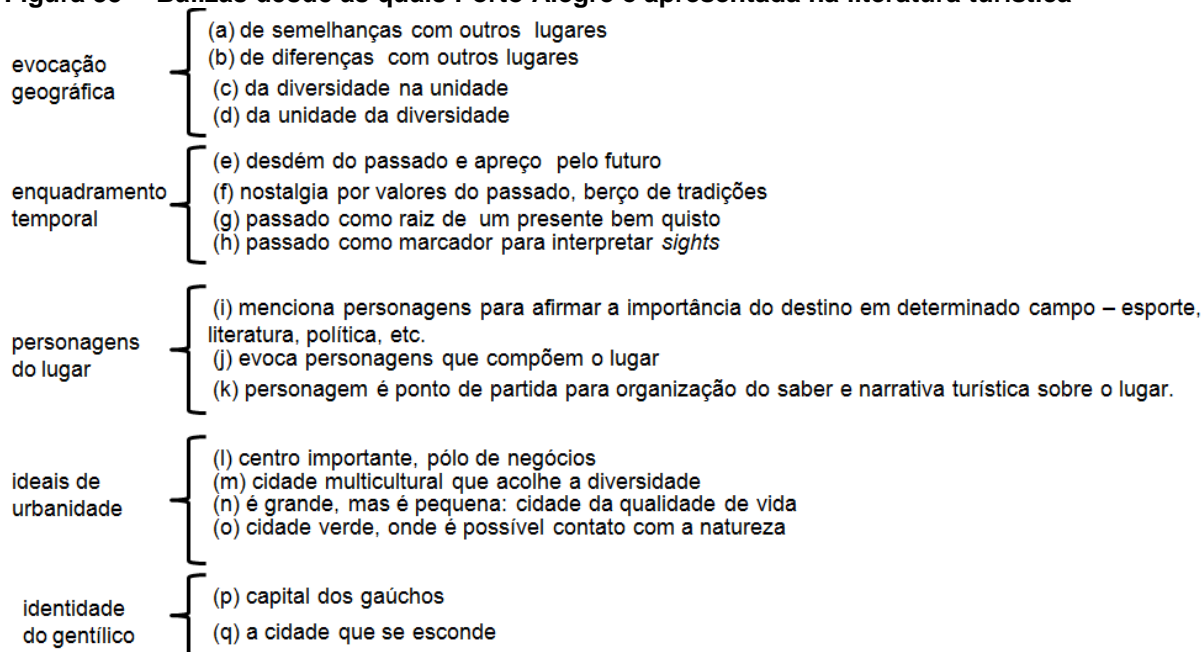
Ao buscar registrar o modo como a literatura turística apresenta Porto Alegre, identificaram-se 'balizas' a partir das quais a cidade é descrita e significada. São cinco, com suas ramificações, e que se escolheu denominar da seguinte forma:

---

<sup>XLIII</sup> O autor busca argumentos para definição de uma 'região' turística, por isso refere-se a esse conceito, mas poderíamos pensar na sua proposição referindo-se a uma escala maior como na noção de lugar.

'evocação geográfica'; 'enquadramento temporal'; 'lugar e seus personagens'; 'ideais de urbanidade' e 'identidade do gentílico'.

**Figura 35 – Balizas desde as quais Porto Alegre é apresentada na literatura turística**



**Fonte: elaborado pelo autor com base no corpus de literatura turística investigado.**

Se, como visto no primeiro capítulo, a prática do Turismo está vinculada ao jogo com a alteridade, o discurso turístico sobre Porto Alegre terá de apresentar esse lugar como possuidor de traços distintivos, de um *Ipse*, isto é, com um conjunto de qualidades ou de condições específicas que formam sua unicidade e identidade que o viabilizem enquanto destino turístico passível de ser 'descoberto', ou um território onde seja possível 'repousar' ou 'jogar' - completando a tríade das práticas turísticas. Ao mesmo tempo, tais características devem se inserir em um quadro de aspectos com os quais o visitante possa relacionar-se, ou seja, de um *Idem*, de um mesmo. É brincando com essa díade *Ipse - Idem* que o visitante insere um novo (entre) lugar em sua Geografia pessoal. Não é apenas diferença, mas também semelhança, em uma alteridade dosada que torna a descoberta turística interessante.

Será que as mitologias turísticas sobre Porto Alegre cumprem seu papel em seduzir os visitantes a interessarem-se em visitar essas terras? Será que se vinculam aos propósitos *recriativos* dos turistas? Ou estariam mais vinculados aos ideais aos quais os enunciadores e a sociedade anfitriã almejam vincular à cidade?

Sem a pretensão de resposta, são questões que merecem reflexão diante dos elementos apresentados a seguir.

#### 4.3.1 Baliza da evocação geográfica

Um modo de apresentar um espaço é referir e compará-lo com outros espaços e a carga simbólica que evocam – o que permite entendê-los como lugares. Na literatura turística sobre Porto Alegre percebemos quatro variações dessa marcação: (a) comparação que explicita semelhanças a certo lugar; (b) comparação que explicita diferenças a certo lugar; (c) afirmação da possibilidade de experiência da diversidade de muitos lugares em um só ponto; (d) afirmação de um ponto como síntese de múltiplos lugares. Os lugares são evocados por serem símbolo de alguma condição ideal pretendida, ou ainda, por se aproximarem da realidade do público-alvo a quem o texto é direcionado, permitindo assim a tradução do espaço em questão.

É possível perceber (a) nos seguintes exemplos. A matéria "*La más criolla de Brasil: Mate, asado y fútbol en las calles de esta ciudad del sur del país, que se destaca por los amplios parques y un excéntrico mercado*" (BOCANEGRA, 2011♦88){1}<sup>XLIV</sup> <sup>XLV</sup> 72. O texto é construído apontando a "*similitud entre la cuna de Ronaldinho- ídolo del fútbol verdeamarillo- y las grandes ciudades argentinas*<sup>73</sup>", em contraste ao "cliche del brasileño". São indicadas evidências para essa similaridade, como a predileção dos porto-alegrenses por elementos icônicos da identidade platina tais como o churrasco, o chimarrão e o futebol, pois em "*Porto Alegre se transpira el clásico Gremio-Inter tanto como un Boca-River.*"

Um jornal de Salvador faz a seguinte analogia: "O Guaíba, para os porto-alegrenses, é como a Baía de Todos-os-Santos para os Soteropolitanos" (DE MENEZES, 2010♦81){1}

Outra publicação, ao retratar a rua da Praia, aponta: "a rua dos Andradas é para o pôrto-alegrense, o que para o carioca é a Ouvidor, para montivideano a

<sup>XLIV</sup> Para evitar a transcrição repetida dos trechos de textos retirados do *corpus* de literatura turística estes foram indexados nos números entre chaves { }.

<sup>XLV</sup> Ao contrário da citações utilizadas na revisão teórica, em que a versão na língua original do texto está reproduzida nas em notas ao fim do documento, para conjunto de enunciados do *corpus* analisado optou-se por apresentar os textos em seu idioma e grafia originais e colocar em notas as versões para língua portuguesa.

Sarandi, para o portenho a Florida” {2} (TOURING CLUB, 1955♦4, p. 22). Feita essa vinculação o texto enuncia o que há em comum nesses espaços: “animação e vivacidade”, pois ali “em todo seu esplendor” estão “as principais lojas e magazines, cinemas e confeitarias, cafés, jornais, salões e etc.” (Ibidem). A evocação ou comparação latente esses lugares são referentes que comunicam ideais de urbanidade, em cadeia de sentido que Barthes (2001) aponta como Mitologia. Ao caracterizar a rua dos Andradas pela presença e diversidade de comércios e serviços e ao evocar as principais capitais do continente, o texto traça um paralelo. É como se a presença desses elementos indicasse a inserção de Porto Alegre nesse rol de cidades.

Na mesma publicação há outros exemplos dessa busca por um vínculo com ideais de urbanidade, como o “aspecto americano” e a “feição europeia”. O primeiro parece dizer respeito à modernidade, intensidade, movimento e uma paisagem urbana verticalizada.

[Porto Alegre] caracteriza-se pelo aspecto americano, por assim dizer, da sua fisionomia urbana. Imponentes edifícios públicos, modernos arranha-céus pontilham as belas avenidas e ruas, animadas, por uma multidão cosmopolita e tumultuosa, e o tráfego intenso, o ruído e o movimento, lembram, em certas horas, o coração de uma verdadeira metrópole. (TOURING CLUB, 1955♦4, p. 18){3}

Outra ocasião em que se faz uma analogia com a cidade americana, quarenta anos mais tarde, é em:

[...] a silhueta urbana de modernos espigões de vidro que se refletem no rio, fazendo lembrar uma pequena Manhattan. (PORTO ALEGRE, 1993-1996?♦22){3}

Já a feição e os ares ‘europeus’, apontam para a beleza de prédios históricos, o apreço aos espaços públicos e à memória, o clima com quatro estações e a colonização por migrantes daquele continente.

*Este lugar tiene el mismo encanto que el Mercado de San José, popularmente conocido como La Boquería, en Barcelona. De hecho, los porto-alegenses aman decir que su ciudad tiene un aire europeo. Quizás ello se deba al culto a las áreas verdes y el respeto a la arquitectura de los dos últimos siglos, herencia de inmigrantes italianos y alemanes.*(PERALTA, 2011♦92)<sup>74</sup> {4}

Outra matéria explícita:

A cidade tem ares europeus, a começar pelo próprio clima, que é gelado no inverno e insuportavelmente quente no verão. Há muitas livrarias, ótimos cafés, bares interessantes, casas de shows e muito verde em toda parte – há mais árvores do que gente nesta capital de 1,4 milhão de habitantes. É entre soberbos jacarandás, por exemplo, que se vê as fachadas dos edifícios neoclássicos do centro histórico. As ruas são limpas

e o trânsito flui razoavelmente bem, não demorando muito ir de um lugar a outro (AZZI, 2012♦103). {4}

No entanto, além de indicar semelhanças, podem-se evocar lugares para explicitar a sua diferença (b). É o caso do texto “Porto Alegre, uma face diferente da cultura brasileira” {5} (PORTO ALEGRE, 2012♦105). O texto apresenta um ideal de brasilidade para então desconstruir essa representação e apontar que entre suas variações existe uma que é diferente. Se ouvir do Brasil “só lembra de sol, praia, samba, caipirinha e de florestas é porque ainda tem muito a conhecer. O Brasil é um país continental que cresceu de forma diferente em cada lugar [...] O extremo Sul do Brasil é um exemplo”{5} (PORTO ALEGRE. SMTUR., 2012♦105). Outro exemplo que explicita essa diferença e particularidade do gaúcho é o Square Meter Guide (2013♦119, 2014♦127) e guias internacionais, conforme comentado na baliza 'capital dos gaúchos'.

Diferente de apelar a lugares para expressar a sua semelhança ou diferença em relação a eles, outro uso da ‘evocação geográfica’ é atestar presença de características de uma multiplicidade de ‘lugares’ no destino (c). Isso está representado no seguinte trecho: “A gastronomia reproduz muito bem a diversidade étnica de Porto Alegre, com temperos do ocidente ao oriente, da cozinha brasileira e regional” {6}. Fica claro o uso do contraste e da evocação de escalas. Esse processo é a busca por corroborar o imaginário da cidade como lugar da diversidade e copresença, onde se pode ‘conhecer/saborear o mundo sem ‘sair do lugar’. Para além da gastronomia, as origens dos imigrantes, bem como as distintas influências arquitetônicas são outros exemplos desse gênero de evocação geográfica.

Se a marcação (c) designa a diversidade de um lugar, a etiqueta (d) aponta para a unidade de uma diversidade. Afirma-se um ponto como a síntese de determinada região. Tal processo parece ocorrer em diferentes escalas, como podemos ver nos seguintes exemplos:

Localizada estrategicamente, em ponto equidistante entre o eixo RJ/SP e as capitais platinas, Buenos Aires e Montevidéu, ela assume, hoje, naturalmente, a condição de capital do Mercosul, transformando-se no principal pólo de negócios da Rota do Cone Sul (PORTO ALEGRE., 1993-1996?♦21♦22) {7}

Aqui a cidade pretende-se ‘capital do Mercosul’, por reunir traços brasileiros e platinos.

Hoje, combinando o moderno com o antigo, o jeito de metrópole com costumes provincianos, a capital dos gaúchos é a própria síntese do Rio Grande do Sul (PORTO ALEGRE, 1989-1992?♦14) {8}

Em outra escala, pretende-se perceber Porto Alegre como a síntese da Unidade Federativa da qual é capital, onde hábitos tradicionais convivem com a modernidade. Já em uma escala intraurbana é possível ver pontos do território porto-alegrense, como o Mercado Público, ou o Brique da Redenção, tidos como síntese da cidade e de seu povo.

Tendo apontado esses quatro tipos de marcadores sobre a baliza da evocação de lugares para apresentar um destino, fica a questão qual é a Geografia evocada como ponto de partida para entender Porto Alegre? Nota-se que essa varia de acordo com o autor do projeto de fala e o público ao qual se dirige. Essa necessidade de ter de situar a cidade em um quadro de referências mais amplo, é uma evidência de seu caráter periférico, de um espaço que não é um 'lugar comum' turístico, mas que precisa ser apresentado.

Na literatura observada podemos reconhecer, em linhas gerais, um anseio por se aproximar de certos ideais de lugares e afastar-se de outros. Assim, percebe-se a busca por inserir-se como importante capital americana, *status* a ser confirmado pela presença de equipamentos modernos e outros sintomas de urbanidade. Outros pontos ressaltados são sua proximidade dos países platinos e herança europeia. Afirmar esse *ipse* implica em repelir alguns estereótipos de uma cultura brasileira tropical cujos referentes não seriam adequados para ler Porto Alegre. O que, de certa forma, deixa invisível a forte herança africana da cidade<sup>XLVI</sup>. Como resultado, nota-se que a implicação para Porto Alegre enquanto destino turístico é posicioná-la em um limbo, em que não se vincula à imagem promovida de destinos brasileiros que apresentam uma alteridade desejada por um público externo, tampouco a articula aos roteiros dos países platinos, ou ainda aos destinos da Serra Gaúcha na mitologia da 'Europa brasileira'.

#### **4.3.2 Baliza do enquadramento temporal**

---

<sup>XLVI</sup> Essa controvérsia local refletida no discurso turístico também está presente em outros campos, como na música, por exemplo. Sem a pretensão de entrar integrar essa discussão, recorda-se a proposta de uma 'estética do frio' (Vitor Ramil) reivindicando uma posição contra-hegemônica ao tropical brasileiro, e de uma 'estética do mormaço' (Richard Serraria), que na mesma pauta busca resgatar elementos de influência africana mas com um traço específico, como o tambor sopapo e o candombe.



Outro ponto para apresentação de um destino é enquadrá-lo em uma perspectiva temporal. Aí se percebe o apelo para elementos de seu passado e a evocação de uma narrativa. Ou, justamente o contrário, a alusão ao novo e o entusiasmo e expectativa de um futuro próspero. A ênfase e os valores atribuídos ao passado, ao presente, ou ao futuro variam de acordo com as publicações. Percebem-se distintas evocações do passado, com propósitos e usos distintos, que variam também conforme a época de cada texto. São as que: e) lhe tem certo desdém e o contrapõe ao futuro; f) tem-lhe apreço como berço das tradições e há nostalgia de certos valores; g) o têm como raiz para uma situação presente que é benquista; h) o evocam como uma informação para interpretar a cidade, dotando-lhe de um valor intrínseco.

Vamos ao primeiro enquadramento temporal, aquele orientado para o futuro (e), tributário de uma ideia de progresso.

Não é demais dizer que Porto Alegre cresce sempre, cresce incessantemente, numa ânsia de afirmação e de progresso. Uma constata e fecunda atividade em todos os setores, dá ritmo às pulsações da sua vida diuturna. Sua transição para o ‘amanhã’ – quando ocupará lugar de honra entre as metrópoles americanas – significa apenas um novo, lógico passo natural que já começou (TOURING CLUB, 1955♦4, p. 08) {10}

Esse excerto condiz com um pensamento otimista em relação ao amanhã, em que o crescimento e importância econômica são valorizados e em que a modernidade é sinônimo de bem-estar e conforto. Essa postura também é encontrada em textos que buscam exaltar a capacidade da cidade em se renovar e seu papel de vanguarda. Assim está o texto “Porto Alegre, a cidade que se renova”, de 1935:

Cidadesinha colonial e pobre Pôrto Alegre vegetou cem anos apertada no promontório em que se iniciára, do qual apenas a vertente norte se desenvolvia lentamente [...] Mas, de facto, só em 1926 com Octavio Rocha, Pôrto Alegre entra para o Ról das cidades modernas. Rasgaram-se avenidas, calçaram-se grandes superfícies de vias públicas, deu-se-lhes iluminação e sombra de arvores, melhorou-se a água em que se tomavam banhos... de lama, novos bairros e jardins surgiram e as grandes contrucções se multiplicaram. (RIO GRANDE DO SUL, 1935♦2) {11}

O passado é aqui percebido como uma época marcada pela escassez de recursos. A transformação e melhoria de condição é motivo de orgulho, da qual o visitante será testemunho. Nesta publicação é explícito um aspecto que Duhamel (2007b) aponta como um componente da atração turística das metrópoles, a oportunidade para participar e presenciar o progresso e a modernidade. Percebe-se

ainda, como no caso de Porto Alegre, o significado de turístico está em seu vínculo ao urbano, atestando aqui a presença do anel recursivo entre esses dois elementos explicitado no segundo capítulo deste trabalho. A afirmação de uma intencionalidade turística sobre o espaço porto-alegrense é contemporânea ao seu processo de inserção da cidade na modernidade urbana.

O enquadramento temporal voltado ao progresso não é exclusivo das primeiras publicações turísticas sobre a cidade, a exemplo do trecho:

Porto Alegre pode orgulhar-se do seu alto padrão de serviços que, a exemplo das grandes metrópoles, está apoiado no avanço tecnológico dos modernos equipamentos de informática e na especialização de seus recursos humanos. (PORTO ALEGRE, 1993-1996?♦21♦22). {12}

Publicado na década de 1990, o texto segue o mesmo teor do excerto de 1935 {11}, atualizando a modernidade, que agora passa pela presença da informática e da qualidade e especialização dos serviços. Outro exemplo atual que visa atestar essa condição de vanguarda é: “Porto Alegre é a primeira capital brasileira a oferecer uma rede pública gratuita de Internet sem fio (wireless)” (PORTO ALEGRE, 2007♦60) {13}.

Outra proposta de enquadramento temporal é aquela que valoriza o passado, o folclore e as tradições (f). Talvez o melhor exemplo dessa ênfase esteja no texto “Rio Grande do Sul: roteiro Turístico-cultural de Porto Alegre e cidades vizinhas” editado pela Embratur em 1978.

Entretanto, apesar das constantes transformações e de seu dinamismo, Porto Alegre conserva ainda o encanto de antigas construções que guardam, da cidade colonial e provinciana, o ar tranquilo e recuado no tempo, com seus hábitos simples, suas velhas tradições mantidas com carinho e até com certo orgulho. (EMBRATUR., 1978♦11, p. 65) {14}

Diferente da proposta anterior, que percebe o passado colonial como vergonhoso, uma expressão do atraso e do desconforto, aqui ele é valorizado. Inclusive porque a cidade transformou-se, como vimos no capítulo três. Há neste excerto um afeto pela simplicidade e ritmo mais lento de outrora. As transformações abrem espaço para a nostalgia e apreço às tradições. Tradições tidas como produto da ancestralidade, e de um tempo ‘imemorial’, e que neste caso não estão atreladas e delimitadas em datas ou eventos.

Quando alguém escolhe Porto Alegre ou outras cidades gaúchas para passar suas férias [...] uma das motivações principais será a natural curiosidade em conhecer seus usos e costumes, suas tradições, sua música típica, enfim, os aspectos originais e característicos do Rio Grande do Sul (EMBRATUR., 1978♦11, p. 95).{15}

Aqui o turista é figurado como quem tem a ‘natural curiosidade’ sobre costumes e tradições gaúchas. Essa transformação é condizente com a emergência de novas preocupações no segundo quartel do século XX em Porto Alegre, tais como: a valorização do patrimônio e a busca por sua proteção (MEIRA, 2004), o questionamento da indubitável melhoria trazida pelas transformações realizadas em nome do progresso, a emergência do movimento tradicionalista gaúcho, gestado em certa nostalgia e idealização do rural por parte de uma população que havia migrado para a cidade. Não se pode deixar de notar a semelhança dessa valorização da tradição e da natureza com mudança de conteúdo e objeto das viagens que houve do *grand tour* clássico para o *grand tour* romântico, que comenta Urry (2001), indicando o caráter instável e dinâmico da intencionalidade turística que conecta o sistema de lugares, práticas e atores.

Em uma proposta contemporânea está a iniciativa “Turismo de Galpão”:

“que oferece um cardápio de oficinas e palestras abertas a turistas e visitantes do Acampamento farroupilha. [...] Que tal aprender a encilhar um cavalo e acompanhar como é feita a tosquia de ovelhas nas fazendas gaúchas?” (PORTO ALEGRE et al, 2013?♦118) {16}

Aqui o passado e a tradição já não são apenas objetos de contemplação e valorização, mas se quer transformá-los em experiência, em que ao turista cabe um papel mais ativo em sua (co)produção.

Todavia, existem ainda outros usos do enquadramento temporal. Um deles é o apelo ao passado como argumento ao ideal urbano da diversidade (g), como se pode ver a seguir:

Foram 60 casais açorianos os primeiros povoadores [...] Depois dos portugueses, chegaram italianos, alemães, judeus, árabes, africanos, poloneses, latino-americanos e tantas outras etnias que hoje constituem a multicultural capital do Rio Grande do Sul, que despontou no cenário nacional pelo espírito do gaúcho – desbravador, empreendedor e politizado.” (PORTO ALEGRE, 2007♦60, p. 12). {17}

Ao contrário de certa nostalgia, percebe-se nessa leitura uma convergência entre o passado e um ideal contemporâneo. Outro exemplo de evocação do passado como afirmação de um ideal contemporâneo de diversidade, multiculturalidade e hospitalidade é:

Porto Alegre, multicultural por natureza.

Porto Alegre foi fundada em 1772 por casais portugueses açorianos. Ao longo dos séculos seguintes acolheu imigrantes de todo mundo, em particular alemães, italianos, espanhóis, africanos, poloneses e libaneses, entre católicos, judeus, protestantes e muçulmanos. O resultado dessa

formação é um conjunto de múltiplas expressões, de variadas faces, origens étnicas e religiosas, que fazem da capital gaúcha um raro espaço onde os contrastes e a diferença são apreciados e sempre bem-vindos. (PORTO ALEGRE, 2012♦106) {18}

Para a valorização uma situação multicultural do presente o passado é usado como ferramenta discursiva. O trecho aponta Porto Alegre como uma cidade diversa, notável por seus contrastes, e por seu ideal de hospitalidade ao acolher todas essas expressões étnico religiosas. Essa matriz de leitura da cidade está em conformidade com a evocação geográfica da diversidade que vimos em (c).

Por fim, percebemos outro enquadramento temporal em que o passado é evocado por seu valor intrínseco (h). Nesta perspectiva, é como se a evocação de datas e fatos e seu vínculo a determinados lugares e objetos dotassem os últimos de valor, em processo de patrimonialização (BERTONCELLO, 2008; LAZZAROTTI, 2011). Um exemplo é esta proposta de prática turística:

Conhecer os prédios antigos e as ruas de uma cidade é como folhear um livro de História. Porto Alegre possui três núcleos histórico-culturais localizados no seu Centro Histórico. Através dos roteiros gratuitos [...]é possível fazer um viagem no tempo, conhecendo a capital gaúcha. (PORTO ALEGRE, 2001-2004♦38) {19}

A visitação do patrimônio arquitetônico e a leitura de sua paisagem orientada por um guia é um meio para descobrir-se em outra trama temporal. Neste sentido, a literatura turística também objetiva dotar o visitante de um repertório a partir do qual pode dar sentido ao espaço visitado, suas temporalidades e ritmos. A seguir alguns exemplos:

“Jamais sonhariam aqueles casais açorianos que da semente que lançavam ao solo nasceria o esplendor dessa cidade”. Estas são as palavras inscritas no monumento do escultor Carlos Tenius a celebrar a chegada a Porto Alegre, em 1752, de 50 casais açorianos ao abrigo do tratado de Madrid, que redefiniu as fronteiras das colônias sul-americanas. A data oficial da fundação da cidade é 1772, coincidindo com a criação da freguesia de Porto dos Casais. No ano seguinte, a localidade converte-se em capital da Capitania com o estabelecimento do governo de José Marcelino Figueiredo. No século XIX começa a receber emigrantes alemães, italianos, espanhóis, africanos, polacos, judeus e libaneses, bem como uma nova vaga de portugueses [...] (VELOSO, 2011♦91, p. 67) {20}

O enunciado atesta bem a função do monumento, de marco da memória. Há a vinculação de um objeto a uma narrativa mais ampla sobre o processo histórico de Porto Alegre. A partir da frase contida próxima à obra de arte, o texto busca fornecer ao leitor o repertório de um quadro histórico desde o qual ler a cidade. Além disso, ao ser veiculado em um periódico de origem lusitana e voltado, parcialmente, para

tal público, o texto também procura explicitar o vínculo de Porto Alegre com Portugal.

Já o 'Porto Alegre Square Meter Guide' (2013♦119, 2014♦127) apresenta uma linha do tempo, com acontecimentos situados nas escalas 'Porto Alegre', 'Brasil', 'Mundo'. A proposta busca fazer um paralelo entre a cidade e as outras duas escalas, provendo ao visitante um quadro desde o qual interpretar o desenvolvimento da cidade. No entanto, essa proposta está centrada em processos e eventos, não se vinculando a materialidade do espaço urbano, como o exemplo anterior e como o caso a seguir.

A evocação do passado é também uma proposta na publicação 'Roteiros históricos' (PORTO ALEGRE, 2000-2004?♦37). Neste caso a arquitetura é o destaque, não obstante apenas edificações 'antigas' sejam evocadas, isto é, anteriores à década de 1930. Apesar de grande parte do recorte espacial dos roteiros estar preenchido com edificações de datas posteriores, como a década de 1960, por exemplo, os rastros dessa temporalidade estão ausentes nesta proposta turística – pois é vista como moderna.

Um trecho do texto 'Roteiros Históricos' é: "Paço dos Açorianos, sede da Prefeitura de Porto Alegre. Construído em 1898, a destacar as esculturas da sua fachada [...]"(PORTO ALEGRE, 2000-2004?♦37) {21}. Nota-se neste exemplo a intenção de difundir um repertório desde o qual os visitantes pudessem apreciar e valorizar o patrimônio da cidade, direcionando a sua percepção para determinadas edificações sobre as quais são compartilhadas informações como datas e destaques a serem apreciados.

É compreensível que por vezes vejamos como natural a ocorrência do vínculo entre Turismo e patrimônio, e a intensidade de fluxos de visitantes nos sítios Patrimônio da Humanidade da Unesco são um indício (LAZZAROTTI, 2011) dessa ligação. No entanto, tal vinculação também é situada e construída. Porto Alegre apresenta um testemunho interessante da mudança de valores em relação ao passado que emerge com a noção de patrimônio (g). Aqui cabe apontar dois casos extraídos do *corpus* pesquisado, que não se reportam a uma figura mítica como a do gaúcho, mas a edificações concretas.

O primeiro é o Mercado Público, que atualmente é “uma síntese da cidade, sua história e sua diversidade” (PORTO ALEGRE, 2007♦60, p. 13), nota-se a diferença do texto de 1955 e de outro de 1999.

Mercado Público condenado a desaparecer, dando lugar a um amplo projeto de remodelação urbana da Praça 15, mas cuja visita é atraente e curiosa. Aí se encontra tudo, pois cada banca é um verdadeiro empório de gêneros e especialidades. [...]. O [portão] norte abre-se para um largo onde está o moderno Mercado Livre. (TOURING CLUB, 1955♦4, p. 24) {22}

Apesar de tido como interessante, o texto apresenta uma resignação em relação ao desaparecimento do Mercado Público em prol de um projeto de remodelação urbana. O Mercado Livre, ao contrário é tido como moderno e não sofre tal ameaça.

Recentemente restaurado, o Mercado Público é a própria história resgatada de Porto Alegre. Construído em 1869, à beira do cais, era o principal centro comercial da cidade. Ainda hoje, milhares de pessoas percorrem diariamente suas bancas em busca de carnes, pescados, importados e produtos coloniais. O restaurante Gambinus e a Banca 40 (sorvetes e salada de fruta) são tradicionais e muito frequentados. (GAZETA MERCANTIL, 1999♦26, p. 14) {23}

Parece haver certa ironia em constatar que o ‘moderno Mercado Livre’ foi derrubado para dar lugar ao progresso encarnado em uma estação de trens metropolitanos, e que o ‘condenado’ Mercado Público foi remodelado, objeto de uma modernização que percebe como um marco do passado e elemento essencial à identidade da cidade.

Outro caso de mudança em relação à valorização de um elemento do passado é a Ponte de Pedra. Vista como aspecto pitoresco, às margens do centro urbano, devido às obras de transposição do curso do riacho dilúvio perde sua função original e ganha aquela de monumento. Assim, assume alguma centralidade em publicações turísticas que a evocam como signo da cidade, em especial por seu contraste com a modernidade do centro administrativo e complemento à obra Tênius na outra margem do Parque dos Açorianos, evocando a memória de uma Porto Alegre colonial.

A partir dessas quatro perspectivas de enquadramento temporal (e), (f) e (h), percebe-se como esse é um aspecto presente no intuito do discurso turístico em atribuir sentido ao espaço enunciado e em dotar o visitante de um repertório desde o qual possa interpretar o que experiencia. No conjunto do *corpus* foi possível verificar publicações que narravam a cidade com certa ênfase no passado, recorrendo

especialmente à noção de patrimônio, outras cuja tônica estava no presente e na possibilidade de contemporaneamente vivenciar certos aspectos da cidade, e um terceiro conjunto, que se destaca por seu otimismo em relação ao futuro. Mais do que a transformação do passado em mercadoria, esses diferentes enquadramentos temporais parecem estar vinculados a movimentos mais amplos de como os enunciadores interpretam o que é cidade e o que é Turismo, buscando a isso vincular as suas descrições de Porto Alegre. Como fonte de pesquisa atestam as transformações da relação da cidade com a sua memória, ou com sua perspectiva de futuro.

#### **4.3.3 Baliza personagens ↔ do ↔ lugar**

Apelar para personalidades famosas é outra maneira de criar um vínculo entre algo desconhecido com um elemento de domínio comum e sobre o qual existe interesse. Além disso, conhecer um pouco das personalidades da cidade é uma maneira de se buscar uma compreensão sobre a própria cidade. Isso não é particular de Porto Alegre, mas um expediente utilizado em outros destinos e roteiros: a Londres de Jack estripador, a Chicago de Obama, ou de Al Capone, a África do Sul de Mandela, o Rio de Janeiro de Machado de Assis, etc. E Porto Alegre? Quais seriam seus personagens?

Na literatura turística vimos evocados: escritores, como Mario Quintana, Moacyr Scliar e Martha Medeiros; artistas, como Vasco Prado e Iberê Camargo; políticos, como Getúlio Vargas, João Goulart, Leonel Brizola, Otávio Rocha e Júlio de Castilhos; desportistas, tais como Ronaldinho Gaúcho, Dunga, Falcão, Daiane dos Santos, João Derly; músicos, como Lupicínio Rodrigues, Elis Regina, a dupla Kleiton e Kleidir; além do arquiteto Theodor Wiedersphan. Poderíamos pensar também que além dos personagens humanos existem as instituições e episódios a partir dos quais se reconhece Porto Alegre, como seus clubes esportivos, a campanha da Legalidade, Fórum Social Mundial. A escolha foi ficar apenas com os primeiros, de carne e osso.

A maneira como esses personagens povoam a narrativa turística sobre Porto Alegre é variada. Existe o caso em que são evocadas para situar o destaque da cidade em determinado campo (i). A situação em que o lugar é explicado a partir dos personagens que o fizeram (j). O uso do personagem como um tema para

roteirização turística, em que há a proposta de conhecer a cidade desde a sua perspectiva, visitar os mesmos lugares em que esteve (k). Há também um exemplo à parte, em que são convocados personagens vivos para darem dicas sobre a cidade, na busca por criar certa cumplicidade entre anfitrião e hóspede, tal qual se viu no roteiro anterior.

O excerto a seguir, por exemplo, tem por objetivo situar Porto Alegre no campo desportivo (i) e para isso faz referência aos atletas ‘que a cidade lançou’:

É a única cidade do Brasil que conta com dois clubes campeões mundiais [...] E se orgulha de ser a terra que lançou para o mundo craques como Ronaldinho, Pato, Falcão, Emerson, Dunga e o técnico Felipão. Atletas premiados internacionalmente, como Daiane do Santos, na ginástica olímpica, o bi-campeão mundial João Derly e os campeões Mayra Aguiar e Tiago Camilo no judô, também são talentos porto-alegrenses (PORTO ALEGRE, 2012♦106, p. 09) {23}

Outro exemplo deste processo é o do excerto {1} quando menciona ‘Porto Alegre é o berço do Ronaldinho’ buscando assim o vínculo entre Brasil e futebol. Além do esporte, a literatura é outro campo em que a cidade é produtora de referências que a situam. É o caso da matéria ‘Cidade das letras’ (COSTA, 2012♦104), que apresenta entrevista com Martha Medeiros, Assis Brasil e outros escritores, além de mencionar Scliar e Quintana. Existem outros textos cuja literatura produzida em Porto Alegre é um ponto destacado (DE SOUZA, 1993♦23; CIOFFI, 2004♦44; VELOSO, 2011♦91; DE MENEZES, 2010♦80♦82).

Além de colocar a cidade em determinado quadro de referências, outro processo é a menção a personalidades como uma maneira de explicar determinado espaço (j).

O bairro [Moinhos de Vento] era residência de muitos comerciantes e industriais importantes da época, como o empresário A.J. Renner. Também circulavam pelo Moinhos figuras da política brasileira, entre elas os ex-presidentes da República Getúlio Vargas e João Goulart, em visita a familiares, e o ex-governador gaúcho Leonel Brizola, que lá residiu. (PORTO ALEGRE, 2013♦114){24}

O excerto evoca ‘as figuras da política brasileira’ e um importante empresário como evidência da importância do bairro Moinhos de Vento, definido como ‘nobre’. Auxiliando assim a compreensão das particularidades e dos sentidos atribuídos aquela área da cidade.

Já o terceiro processo é quando o lugar é lido a partir das referências a esse personagem famoso (l). Observe o trecho:



Suave, alegre e misteriosa: três adjetivos para uma cidade que respira cultura e, segundo quem conheceu de perto o poeta Mário Quintana (1906-1994), também caracterizavam a sua personalidade. (DE MENEZES, 2010♦82, p. 04) {25}

A descrição da personalidade de Quintana é uma matriz a partir da qual ler a cidade em que o 'personagem' viveu: Porto Alegre. A descrição da cidade a partir de um de seus personagens traz dois sentidos. Por um lado, desperta o interesse em que aproximar-se do lugar e aproximar-se do próprio personagem, ver o mundo desde a sua perspectiva. Por outro, ao seguir os passos do personagem há uma busca em compreender a influência daquele contexto sobre a sua obra.

O Caderno Turismo da Folha de São Paulo de 17 de maio de 2009, tem Porto Alegre como destino de capa. Na matéria (PASTRE-ROSSI, 2009♦67, f6-f7) personalidades famosas da cidade são convocadas a dar suas sugestões: Moacyr Scliar, cinco lugares que remetem à infância; Manuela D'Ávila, cinco lugares para balada; Peninha, cinco lugares históricos, Wander Wildner, cinco lugares românticos, Clarah Averbuck cinco destaques arquitetônicos. Essa flexibilidade, própria do discurso turístico presente em jornais, evoca os personagens como amigos que dão dicas de sua cidade natal, buscando apresentar uma cidade "*off the beaten track*", ou aproximando-se do anseio em conhecer um destino a partir do olhar de seus habitantes. Ambas as perspectivas são bastante presentes em um discurso turístico que se contrapõe ao lugar de fala do guia, tido como formal, institucionalizado e distante do vivido.

Existem outros dois aspectos pertinentes dessa matéria que testemunham certa busca por vincular Porto Alegre a um arranjo e tendências do sistema Turismo global. O primeiro é apontar a capital gaúcha como um destino de fim de semana, para os leitores situados em São Paulo, em uma alusão aos populares *citybreaks* europeus, como também faz Azzi (2012♦103). *Citybreaks* são viagens curtas de dois a três dias em que se desvenda uma cidade, em um comportamento distinto das tradicionais longas férias de verão. Outro, é a tendência a certa especialização no modo de apresentar a cidade, em um formato em que não mais interessam tanto os pontos tradicionais a serem vistos, mas o que fazer, as práticas e sua avaliação segundo critérios de especialidade, singularidade, autenticidade que adquirem no vínculo com o lugar onde são realizadas. Nesse sentido, evocar os personagens do lugar é um modo de diferenciá-lo de outros, de criar seu *ipse* a partir de um elemento de domínio comum, um *idem*.

Espaços, tempo, personagens, são três balizas importantes no modo como a literatura turística buscou apresentar a cidade a seus visitantes. No entanto, não se comparam ao uso que se faz da próxima baliza: 'ideais de urbanidade'. Recorda-se aqui da afirmação feita no segundo capítulo deste trabalho, sobre o Turismo ser um vetor de expansão urbana e um signo de urbanidade. No caso de Porto Alegre, o Turismo parece ser um subterfúgio para apresentar uma cidade alinhada ao que se espera de uma metrópole. Mesmo que isso tenha pouca relação, talvez, com o que esperam os seus visitantes.

#### **4.3.4 Baliza ideais de urbanidade**

Um grande conjunto das chaves interpretativas de Porto Alegre na literatura turística são designações de suas qualidades urbanas, ou em ideais de cidade, desde as quais a cidade é apresentada, e talvez, lida. A exposição do Centenário Farroupilha, ocasião do primeiro testemunho de uma publicação turística escrita por porto-alegrenses, tinha justamente o propósito de exaltar o progresso: um ideal urbano de então. Recorda-se o vínculo recursivo entre Turismo e urbano.

Quais seriam, então, esses ideais de urbanidade propostos para interpretação do espaço visitado de Porto Alegre? O mais antigo e ainda persistente é o de que Porto Alegre é uma cidade que acolhe a modernidade e que tem papel de destaque no exercício de suas funções urbanas. Outro, que parece ser uma resposta ao ideário antiurbano, mas ainda assim vinculado a um imaginário de cidade, é de que Porto Alegre consegue acolher a modernidade e ao mesmo tempo ser uma cidade 'verde' e onde tem lugar a noção de 'qualidade de vida'. Um terceiro *ipse*, a designa como um local de contrastes: entre urbano e rural, tradição e modernidade, passado e presente, inverno e verão, morros e Guaíba. O que pode ser coadunado com outra matriz, que caracteriza Porto Alegre como uma cidade 'multicultural', onde a 'diversidade' é respeitada e valorizada, para assim designá-la como uma cidade 'acolhedora' e 'hospitaleira'.

#### **Centro importante, pólo de negócios**

É possível indicar que existe uma intencionalidade que descreve Porto Alegre como um centro importante, acolhedor do urbano. Por vezes essa ânsia em ser 'capital', quando contraposta à condição periférica da cidade dá aos textos um tom

narcísico. Isso é, há um discurso que reafirma o quanto a cidade é importante, o que seria redundante caso ocupasse uma posição de tamanho destaque. Busca-se espelhar como imagem de metrópoles mundiais, aspirando estar em conformidade com aspectos ideais que atestariam tal condição. Ao analisar a sensibilidade do urbano em Porto Alegre desde a literatura do início do século XX, Pesavento (1999b, p. 317) também identifica esse 'desejo de ser metrópole' em discursos que reafirmam o 'progresso e modernidade' da cidade e que pode ser visto em excertos da literatura turística já citados como em: {2}, {3}, {4}, {10}, {11}, {12}. Podemos seguir esse fio condutor pelo seguinte excerto:

Centro industrial de primeira ordem, servida por um porto moderno, acessível á navegação transatlântica de calado médio; ponto de partida de mais de 30.000km de vias férrea das melhores do paiz; cidade em que já se encontra conforto sob os mais variados aspectos, primeira a ser dotada de telefones automáticos e viação acelerada na America Latina, primeiro aeroporto comercial do Brasil, a capital rio-grandense adquiriu por conquista o título de grande cidade americana. (RIO GRANDE DO SUL, 1935♦2, p. 30) {26}

O enunciado apresenta Porto Alegre como uma grande cidade americana e indica a presença de elementos que corroboram esse *status*, compartilhado pelas capitais de igual porte. A ênfase na descrição de sua conectividade atesta-lhe o caráter de lugar central, um ponto de convergência. A presença de equipamentos urbanos símbolos da modernidade e da vanguarda parecem transferir à cidade essas características revestidas de um mérito, pois 'adquiriu por conquista' e não por alguma espécie de privilégio – talvez como capitais político-administrativas de algumas nações. Além disso, a presença de tais equipamentos diferencia Porto Alegre de outros locais que não os possuem. Essa descrição procura apontar a compatibilidade da cidade com o ideal de modernidade da época, 1935. No excerto {12} vimos como as redes informáticas, a qualidade e especialização dos serviços, bem como a eficiência do transporte público, seguem atualizando o discurso da presença de infraestrutura urbana como indicador da condição de Porto Alegre, tida como relevante e moderna.

Quase oitenta anos após esse texto, encontramos em publicações realizadas pelos órgãos de Turismo do município, um discurso semelhante:

A principal capital do sul do Brasil é o centro econômico, financeiro, político, cultural e administrativo de 31 cidades-satélites que formam a região Metropolitana de Porto Alegre – uma área com 3,9 milhões de habitantes e centro industrial e tecnológico pujante e moderno, com forte perfil exportador. Esse status é assegurado por nomes de peso nacional e

internacional, como Gerdau, General Motors, Dell Computers, Braskem, Petrobras, Doux Frangosul, Internacional, Marcopolo, Tramontina, Pirelli, Basf, All América Latina Logística, Thyssen krupp e Nestlé. Porto Alegre está entre as primeiras cidades brasileiras que oferecem mais facilidades para atividades empresariais, segundo relatório do Banco Mundial – *Doing Business no Brasil* –, elaborado em conjunto com o Movimento Brasil Competitivo (MBC). (PORTO ALEGRE, 2009♦68, p. 03;2012♦106 p. 04) {27}

Porto Alegre é aqui caracterizada por sua condição de capital, ou seja, centro de comando, que se exerce em diversas facetas – econômica, financeira, política, cultural e administrativa. A concentração populacional e a presença de empresas de diferentes setores com marcas reconhecidas em âmbito internacional seriam evidências de uma centralidade. É entendida como um ponto de convergência, bem conectado por redes comunicacionais e logísticas, de onde é possível exercer o comando e a comunicação com outros nós. Características que resultam em um bom ambiente para realização de negócios, condição confirmada pela evocação da credibilidade de uma instituição como o Banco Mundial. Outra publicação que afirma novamente a condição de centro, atestada por sua densidade populacional e pela presença de infraestrutura e serviços é:

[...] um importante centro cosmopolita. Com uma população de mais 1 milhão e 400 mil habitantes nos seus limites e 3 milhões e 700 mil habitantes na área metropolitana, Porto alegre é o quarto maior aglomerado urbano do país e a capital do estado mais meridional do Brasil, o Rio Grande do Sul. Uma completa infra-estrutura de serviços básicos, como transportes, comunicações, entre outros, torna a cidade referência nacional no que diz respeito à qualidade de vida (SMTUR, 2005-2008?♦50♦51♦52). {28}

Chama atenção o fato de em ambos os textos esta centralidade ter de ser situada, caracterizada e reafirmada, indicando que tal situação não parece estar estabelecida de modo inequívoco. Nesse trecho destacam-se as palavras ‘cosmopolita’ e ‘qualidade de vida’. A primeira reafirma a presença da diversidade e da variedade, aspecto valorizado dos lugares centrais da rede urbana e que se fará enunciado em boa parte da literatura analisada – como atesta o próximo tópico. A segunda procura ser um diferencial de Porto Alegre frente a outras centralidades. A intenção de apresentar-se como centro, embora buscando diferenciar-se de outros também é explícito em outra publicação:

Cidade boa para seus habitantes, melhor ainda para o Turismo. Porto Alegre acolhe um número significativo de visitantes, atraídos pela excelente qualidade em infra-estrutura, áreas verdes, comércio qualificado e diversificado, boa oferta gastronômica e de hospedagem e uma vida cultural com destaque dentro do país e do Mercosul. Centro referencial de saúde, é procurada para tratamentos especializados. Centro tecnológico importante, realiza inúmeros eventos na área das ciências. Centro econômico dinâmico,

atrai turistas de negócios e compras. Esta riqueza e diversidade são referências para a implantação de novos negócios em Porto Alegre, no momento em que a cidade revigora a sua política na área de Turismo. (PORTO ALEGRE, 2001-2004?♦38) {29}

Boa infraestrutura, áreas verdes, diversidade e qualidade na oferta de comércio, gastronomia e cultura, centro tecnológico e referência na área médica. Termos que preenchem o sentido de uma cidade ‘boa para seus habitantes’, e a noção da ‘qualidade de vida’ tida como diferencial de Porto Alegre.

Nesse texto é mencionada a palavra ‘Turismo’. No entanto, inicialmente não fica claro se este significante é preenchido pelos visitantes, ou pelos investidores que os têm em vista. As condições elencadas no parágrafo anterior parecem ser reputadas ao se escolher a localização de um empreendimento ou de um local para habitar, mas muito genéricas para indicar a razão de partir espontaneamente e descobrir o destino em uma visita temporária. A dúvida é esclarecida quando a evocação da riqueza e da diversidade teria como finalidade referenciar a implantação de novos negócios.

Essa insistência na condição metropolitana faz parte de uma busca por criar uma identidade de Porto Alegre como uma cidade de negócios. A proposta de divulgação turística não parece aqui comunicar-se diretamente com a percepção da cidade como destino adequado para práticas “turísticas”, entendidas como deslocamentos realizados deliberadamente e espontaneamente com o propósito de *recriação* (ÉQUIPE MIT, 2008). Parece, sim, atuar como promotora de uma imagem da cidade capaz de atrair investimentos e novos moradores – como próprio de um cenário de competição urbana instaurado desde a abertura comercial brasileira dos anos 1990. Neste sentido, o Turismo é identificado com uma série de mobilidades, como tratamentos de saúde, Turismo de negócios e compras e eventos nas áreas de ciências. Há um desencaixe no modo como o referente Turismo é preenchido: como oportunidade de negócios ou como oportunidade de férias?

A promoção dessa imagem da cidade de negócios está vinculada ao *ethos* do poder público, no entanto, em publicações de revistas e jornais que têm visitantes

a lazer como público-alvo, a condição turística de Porto Alegre é questionada<sup>XLVII</sup>. Alguns exemplos são:

*Esta ciudad es perfecta para el viajero de negocios, pero ahora busca cautivar a más turistas con su oferta cultural y gastronómica* (PERALTA, 2011♦92)<sup>75</sup>{30}

Porto Alegre, que merece um olhar mais atento do turista, foi visitada no ano passado por 1,3 milhão de pessoas. Cerca de 842 mil delas em viagem a negócios (DE MENEZES, 2010♦81, p. 02){30}

Muitos dos que desembarcam no Aeroporto Salgado Filho alugam logo um carro e seguem direto para a Serra Gaúcha, sem saber que Porto Alegre tem atrações que justificam que se largue a mala ali mesmo e se desfrute um par de dias bem agradáveis. (AZZI, 2012♦103) {30}

Nos dois primeiros excertos é explícita a oposição entre viagem de negócios e Turismo, mobilidades que parecem indicar conteúdos distintos. O terceiro aponta que enquanto a Serra Gaúcha é objeto de uma mobilidade espontânea, turística, Porto Alegre não exerce tal condição. Não obstante ser tido apenas como ponto de conexão, ou uma cidade paradoro conforme a tipologia apresentada no segundo capítulo, existiriam motivos para preencher esse espaço com um conteúdo e finalidade *recriativa*, em ‘um par de dias bem agradáveis’. Esses trechos guardam relação com outra baliza apresentada a seguir: Porto Alegre, a cidade que se esconde.

### **Cidade multicultural que acolhe a diversidade**

Outro modo de apontar o vínculo Porto Alegre a um circuito de cidades importantes além da evocação de seus equipamentos urbanos, é enunciar a sua condição pólo cultural. A presença de produções culturais, restaurantes, opções de centros de compras e de diversão noturna ganham destaque nas publicações desde a década de 1990. A emergência desses tópicos parecem apontar para um alargamento do que é compreendido como atividades turísticas no âmbito urbano. Ao revés, a menor presença, ou ausência, desses tópicos em publicações de datas anteriores aponta que tais elementos não faziam parte de um ideal de urbanidade turística.

A presença de opções cultura e entretenimento é um dos âmbitos para onde se direciona essa ampliação do turístico e a possibilidade das cidades serem

---

<sup>XLVII</sup> Exploramos a diferença entre os *ethos* e outros elementos discursivos das publicações turísticas sobre Porto Alegre no Quadro 7 – Cenografias do discurso turístico sobre Porto Alegre no capítulo oito.

conotadas como tal. Manifesta-se um novo ideal de urbanidade, a cidade festiva (GRAVARI-BARBAS, 2013). A presença dessas opções de entretenimento, assim como a dos equipamentos necessários às produções culturais encaixam-se à matriz que aponta a cidade como um centro urbano importante e distinto.

Isso sem contar o cenário de rock, já forte e tradicional na capital, o que garante a Porto Alegre estar no circuito de grandes shows internacionais. Paul McCartney, Eric Clapton e Pearl Jam passaram por lá em 2011. A cidade tem arenas de shows de dimensões variáveis, desde o Estádio Beira-Rio, onde rolam os grandes eventos, para um público de até 60 mil pessoas, até salas e teatros pra concertos menores. (AZZI, 2012♦103) {31}

Aqui os signos de urbanidade já não são mais o porto {26}, a rede informática {12} ou multinacionais {27}. A presença de equipamentos para *shows* e a capacidade de ser palco para artistas de renome internacional é aqui um atestado da importância da cidade. Enfatiza-se a presença do entretenimento e da festa como signo de urbanidade. Outro documento aponta:

Porto Alegre respira e produz cultura o ano inteiro. A cidade está no roteiro das grandes produções e é também pólo gerador de teatro, música, literatura, cinema e artes plásticas. (PORTO ALEGRE, 2007♦60, p. 03) {32}

A presença das grandes produções aponta que a cidade constitui um núcleo importante, a não ser desprezado enquanto público consumidor de produções artísticas. Mas, além disso, sua centralidade pode ser atestada em sua condição de 'pólo gerador', que é capaz de influenciar o âmbito artístico para além de seus confins. Notamos a reafirmação da designação da condição de capital, como um ponto que se diferencia ao concentrar a diversidade de opções, e que se destaca por exercer uma influência sobre outros locais e produções. O mesmo texto aponta uma série de eventos no campo artístico que testemunhariam essa condição de Porto Alegre:

Bienal de Artes Visuais do Mercosul – Maior evento mundial de arte latino-americana, a Bienal veste Porto Alegre com obras de artistas de várias partes do mundo e faz da cidade um pólo de manifestação da arte contemporânea.

Feira do Livro [...] é a mais antiga do país e maior do gênero a céu aberto da América Latina.

Porto Alegre em Cena – Em setembro, a capital gaúcha se transforma na 'cidade do teatro' com o maior festival do gênero na América Latina. Durante 20 dias, peças teatrais, espetáculos de dança e música nacionais e internacionais ocupam salas de teatro e espaços diversos, no Centro e na periferia. (PORTO ALEGRE, 2007♦60, p,7) {33}

A descrição desses eventos procura atribuir a Porto Alegre uma condição de centralidade, onde, por um lado, é possível observar a diversidade do mundo, e por

outro, irradia-se a influência de manifestações que ocorrem neste ponto para escalas mais abrangentes. Além da centralidade, outra característica com a qual se procura qualificar Porto Alegre é de ‘vanguarda’, o que vai ao encontro do intuito de afirmar o *status* de capital, ou seja, de ‘cabeça’ que influencia o restante do espaço, em especial na delimitação América Latina – citada em ocasiões.

#### Vida Cultural

A programação cultural da capital gaúcha é efervescente e qualificada. Não bastasse a recuperação do Theatro São Pedro (1858) resgatar para a cidade a condição de cultural de vanguarda do país, onde muitos dos grandes espetáculos vêm do eixo RJ/SP para fazer sua estréia, Porto Alegre ainda tem a peculiaridade de ser a capital com o maior número de salas de cinema por habitante. Boa parte delas estão ancoradas nos shopping centers, com fácil estacionamento e segurança.

Show locais, nacionais e internacionais movimentam as casas de espetáculos que, juntamente com exposições de arte, artesanato, museus, bibliotecas e dois complexos culturais, como a Usina do Gasômetro e a Casa de Cultura Mario Quintana, completam um roteiro cultural dos mais qualificados. (PORTO ALEGRE., 1993-1996?♦21♦22) {34}

Esse texto busca igualmente afirmar a condição de Porto Alegre como um centro de vanguarda na cultura. Ao apontar que essa qualidade estaria sendo ‘resgatada’, testemunha ainda busca a por um processo de transformação urbana através da cultura. Ao mesmo tempo em que registra um movimento de deslocamento dos cinemas para os *shopping centers*, em busca do estacionamento e segurança, sugere como opções turísticas o ‘histórico’ Teatro São Pedro, então recuperado, e então recentes complexos culturais, Usina do Gasômetro e a Casa de Cultura Mario Quintana, os três instalados no Centro Histórico.

Com a expansão desse âmbito do turístico para cultura, compras, gastronomia e diversão noturna, emerge outra matriz: aquela que valoriza a cidade por ser ‘multicultural’ e acolhedora da ‘diversidade’. Há um anseio em declarar-se ‘cosmopolita’ e ‘tolerante’. Os excertos {17,18 e 20} já evocam o idela da multiculturalidade a partir da imigração. Do mesmo modo faz o seguinte trecho:

Em Porto Alegre diferentes formações culturais delinearão uma cidade com traçados que deixam ver a pluralidade e a heterogeneidade étnica, cultural e social que configura e singulariza o território. O processo de criação da cidade tem nas mãos de estrangeiros a construção de uma obra – índios; tropeiros (século XVII); colonos açorianos (1752); africanos; imigrantes italianos e alemães (1820-1890), entre outros. As crenças, as lendas, os hábitos, os costumes e as tecnologias dessas diferentes etnias e culturas formam o mosaico cultural que identifica e apresenta a Porto Alegre do século XXI. (PORTO ALEGRE, 2003♦39.1, p6) {35}



A cidade é aqui vista como um mosaico em que a copresença das diferenças é que forma unidade. A valorizada pluralidade e heterogeneidade está vinculada também a um ideal de hospitalidade – de aceitação da alteridade e diferenças desses estrangeiros que fizeram a cidade. No excerto, é interessante como está narrado o processo, em que índios e africanos, os grupos aos quais não está afixada uma data, são inseridos na mesma sequência de grupos tradicionalmente valorizados pela historiografia tradicional. Parece estar presente o que Canclini (2007) designa por ‘equalização das diferenças’. Um processo que ao mesmo tempo em que as valoriza, as destitui de conflitos colocando-as como ‘cores’ de uma mesma paleta. Ou ainda como opções gastronômicas, em um contexto em que a variedade e diversidade são tidas como valor.

Porto Alegre revela sua multiculturalidade também nos sabores da gastronomia. São 3,8 mil restaurantes e fast food, bares cafés ambientados para os mais diversos públicos.[...]A começar pelo verdadeiro e succulento churrasco [...]Porto Alegre ainda oferece um requintado roteiro pela alta cozinha internacional em restaurantes étnicos que servem as culinárias japonesa, tailandesa, italiana, alemã, espanhola, portuguesa, uruguaia, árabe, chinesa e especialidades brasileiras.(PORTO ALEGRE, 2012♦106, p10) {36}

O elenco de possibilidades em número milhar apresenta-se como um cardápio das diferenças. Esse é um exemplo de (d) evocação geográfica de muitos lugares em um só, apesar de afirmar a existência de uma ‘verdade’ local: o succulento churrasco.

Além do cosmopolitismo, a valorização da noção de diversidade também dá espaço à noção de uma sociedade aberta e acolhedora de modos de vida tidos como ‘alternativos’.

Porto Alegre a capital da diversidade

[...]

Quem chega a Porto Alegre percebe seu ambiente culturalmente aberto e democrático, a convivência com a diversidade e a pluralidade de expressões, próprio de uma cidade atenta e sintonizada com o mundo e que dá valor à qualidade de vida. Porto Alegre gerou os primeiros movimentos ambientalistas no Brasil, na década de 70, e partiram daqui também posições de vanguarda na defesa das conquistas e direitos da comunidade LGBT no país. Foram da Justiça gaúcha, em 1998 e em 2001, as decisões inéditas reconhecendo a união entre casais do mesmo sexo como união estável, tema que só ganhou amplitude nacional em 2011. Sem esquecer que foi em Porto Alegre, em 1977, que aconteceu a segunda parada do orgulho gay do País, realizada todos os anos até hoje. (PORTO ALEGRE, 2013-2015♦113) {37}

Neste trecho ocorre algo relativamente raro nos discursos que buscam definir o caráter da cidade. Ela deixa de ser uma evocação genérica, ou fundamentada em estatísticas, para trazer episódios situados em Porto Alegre, como os movimentos ambientalistas e decisões jurídicas favoráveis aos direitos homossexuais que justificam a tese de cidade da diversidade e ainda apontam para a noção de ‘cidade de vanguarda’. Outro texto que atribui o caráter de cidade que acolhe a diversidade e estimula sua expressão é:

Alternativa e Mente Aberta

[...] Porto Alegre é uma das cidades do país mais amigáveis a diferentes sexualidades, classes econômicas e estilos de vida. Os lugares mais frequentados costumam receber todo o tipo de pessoa, e não é difícil ver casais de todas as preferências caminhando juntos pelo Bom Fim, o principal bairro *gay-friendly* da cidade. (SQUARE METERE GUIDE, 2013♦119; 2014♦127) {37}

A concentração dos locais ‘mais frequentados’ abre a possibilidade de expressão da individualidade por ‘todo o tipo de pessoa’. Tal situação vai ao encontro da mitologia da urbanidade como *lócus* da possibilidade de expressão, em oposição à vigilância da comunidade em localidades menores. No entanto, existe um lugar em que essa diversidade pode emergir: o bairro Bom Fim.

As noções de centro importante, de vanguarda, que abriga a diversidade e o cosmopolitismo fazem parte do ideal urbano a partir do qual os enunciados pretendem incluir Porto Alegre. Todavia, por vezes a cidade também é expressa por elementos que se afastam da urbanidade. Acolhendo características valorizadas por um discurso antiurbano, aquele que percebe as aglomerações como expressão do ruído, da poluição, da impessoalidade, da indiferença de seus habitantes. O trecho seguinte expressa bem essa intenção de abarcar urbano e antiurbano:

Com tanta gente reunida, não podia ser diferente: o que melhor define a capital dos gaúchos e mais orgulha os porto-alegrenses é a sua pluralidade. Ela está na arte e na cultura, na gastronomia, na arquitetura...

Pluralidade que está na opção dos porto-alegrenses de construir uma cidade aberta, de viver a cultura de transparência do Orçamento Participativo com a prática de uma governança solidária.

Mas o plural, em Porto Alegre, é muito singular. Cosmopolita e moderna, a cidade não perdeu os traços de seus tempos de província, que dão um dimensão humana aos lugares e imprimem ao povo um jeito de ser não encontrado em grande cidades. (PORTO ALEGRE, 2005-2007♦48).{38}

Valoriza-se a pluralidade, a concentração, a diversidade, mas faz questão de ressaltar que isso não implicou a perda de uma dimensão humana, que em outras cidades já não existe. Surge a próxima baliza.

### **É grande, mas é pequena: cidade da qualidade de vida**

As duas chaves interpretativas anteriores exaltavam Porto Alegre por sua urbanidade, pautada pela concentração, recursos, conectividade, pela presença da diversidade e por seu patrimônio. No entanto, de maneira concomitante existe uma leitura que nega a condição urbana pelos seus efeitos indesejados como estresse, indiferença, poluição, perda da capacidade de contemplação. Tal matriz é expressa na fórmula que designa Porto Alegre como “cosmopolita, mas com charme de província” (PORTO ALEGRE., 1993-1996?♦21♦22)<sup>XLVIII</sup>, ou “o jeito de metrópole com costumes provincianos” (PORTO ALEGRE, 1989-1992?♦14). Essa dualidade expressa no excerto {38} busca conjugar a visão de: um centro de negócios importante, mas com ritmo de cidade do interior. Aspecto que também está presente no excerto {14}.

Cabe apontar que esse apelo emerge nos anos 1990, quando a ONU lança o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e o IBGE propõe a metodologia para aplicá-lo em escala municipal. Naquela ocasião Porto Alegre era destaque entre as regiões metropolitanas, liderança que deixou de ocupar em medições subsequentes.

Embora essa avaliação seja resultado de índices em educação, longevidade e renda, na literatura turística analisada associou-se à noção de uma cidade arborizada e onde a mobilidade é facilitada, se comparado às metrópoles nacionais.

Porto Alegre tem um dos mais altos índices de arborização do país. Nas ruas, estão 1 milhão e 200 mil árvores. Por isso, é muito bom caminhar na cidade. (PORTO ALEGRE, 2005-2007?♦48) {39}

A alusão a esta estatística de arborização, presente com variações também em outros textos, é retrato da valorização de uma ‘cidade verde’ e as conotações a vinculadas à próxima baliza.

---

<sup>XLVIII</sup> “[...]a cidade é ao mesmo tempo, metrópole e província. A face cosmopolita se exhibe nos altos espigões, amplas perimetrais e na respeitável infra-estrutura [...] Uma visão suburbana de terra natal se apresenta, porém, quando os forasteiros se deparam com gaúchos pilchados ou com os moradores instalados em cadeiras na calçada, de chimarrão em punho, esquadrinhando o céu estrelado das noites de verão.” (PORTO ALEGRE., 1993-1996?♦21♦22))

## Cidade verde, onde é possível contato com a natureza

Nem apenas de modernidade e signos do urbano é caracterizada Porto Alegre, seu território também apresenta a possibilidade de práticas turísticas vinculadas a espaços naturais. Assim como a arborização mencionada anteriormente, faz parte de caracterização da cidade a ênfase na tríade: sítio urbano, parques e área rural.

Privilegiada pela natureza, Porto Alegre é um encontro de paisagens, Sua Geografia é composta por planalto, planícies e o Guaíba, imenso lago natural onde se vislumbra um dos mais belos espetáculos da cidade: o pôr-do-sol. (PORTO ALEGRE, 2005- 2008?♦50♦51♦52,) {40}

O destaque aqui é para seu sítio, com destaque para o Guaíba e seu pôr-do-sol. O mesmo ocorre neste outro excerto, de uma publicação espanhola:

Porto Alegre, ciudad verde

La capital del estado de Rio Grande do Sul vive en perfecta armonía con la naturaleza. Sus extensos parques y la presencia del lago Guaíba la convierten en un vergel urbano. (SANPIETRO, 2009♦75) {40}

Além de espetáculos paisagísticos, essa natureza também é cenário para a vida urbana da cidade, conforme se verifica em:

Parques expressão da cidade.

Amantes da vida ao livre, os gaúchos passam grande parte dos tempos livres nos parques com o chimarrão (para beber chá de mate) e com os amigos. Os passeios de bicicleta são muito comuns, tal como o jogging, sempre na companhia do animal de estimação. (VELOSO, 2011♦91, p. 70) {41}

Um terceiro aspecto vinculado à ideia de cidade verde são as iniciativas turísticas que têm os arrabaldes e o "outro mundo" que existe além da crista dos morros da zona sul da cidade e sua área rural<sup>XLIX</sup>. Os dois trechos a seguir lhes atestam:

O verde é uma constante na cidade. Nada de estranhar, já que Porto Alegre é a segunda capital brasileira com maior área rural. A título de curiosidade diga-se que só a zona sul da capital dispõe de 180 hospedarias de cavalos. Há ainda estâncias de agricultura familiar, sobretudo produtores de ameixas e de pêssegos, fundadas no século XIX. Nas avenidas da cidade proliferam árvores como os ipês, as paineiras, os jacarandás e as grevilhas. (VELOSO, 2011♦91,p.70) {42}

O meio rural ocupa um terço do municípios de Porto Alegre e é povoado por pequenas propriedades e áreas naturais. As propriedades produzem hortigranjeiros e frutas como o pêssego, a ameixa e as uvas.

---

<sup>XLIX</sup> Área considerada rural desde a perspectiva que ali existe produção primária, no entanto de acordo com o zoneamento do município é uma área rururbana. Categoria que permitiu nos últimos anos um avanço da urbanização e construção de condomínios sobre esta região da cidade.

Com uma história marcada pelo multiculturalismo das etnias italiana, alemã, polonesa, portuguesa e japonesa, a área rural de Porto Alegre apresenta opções de trilhas ecológicas e de compras de produtos agrícolas (PORTO ALEGRE, 2003♦39.1, p.33 {43})

No primeiro, nota-se a presença dos valores da baliza anterior, da cidade que conjuga moderno e antigo, urbano e rural. Já no segundo, essa área é uma expressão do multiculturalismo que caracteriza Porto Alegre. Além de combinar valores já presentes em balizas anteriores, o discurso turístico sobre essa região da cidade indica a incorporação de inovações do sistema Turismo como a noção de 'Turismo ecológico' e a formatação de roteiros adequadas aos interesses desse público de visitantes, em uma ideia de segmentação. O texto de um folheto testemunha:

Turismo ecológico. Roteiros ecológicos. O Porto Alegre Turismo – escritório Municipal, em parceria com entidades, desenvolveu 14 opções de roteiros ecológicos envolvendo parques, morros, Delta do Jacuí, Parque Estadual de Itapuã, Reserva Biológica do Lami, Usina de Reciclagem de Lixo, Pôr-do-sol na orla do Guaíba, entre outros. (PORTO ALEGRE, 2003♦39.1, p 30 g {44})

Na mesma área, em outro momento, foi organizado o programa Caminhos Rurais de Porto Alegre (COODERSTUR, 2010-2012♦78♦79) conjugando os atores dessa região da cidade.

São poucas as capitais que dispõem, a poucos minutos do centro, de uma rica área rural. Na Zona Sul estão os recantos surpreendentes do roteiro caminhos Rurais de Porto Alegre (PORTO ALEGRE, 2009-2010♦68, p. 09) {45}

Desde as primeiras publicações turísticas sobre Porto Alegre as excursões a seus arrabaldes eram destaque (SMITH, 1883♦0; TOURING CLUB, 1955♦4). No entanto, é possível notar uma mudança tanto na intencionalidade quanto nas práticas verificadas nesses lugares. Um exemplo são as praias do Guaíba, que tinham a função de balneário, e a perderam, passando a ser pontos para contemplação de suas águas e para a prática de esportes náuticos, como a vela ou *Stand Up Paddle*. Já em relação aos morros da cidade nota-se que a curiosidade científica inicial foi substituída pelo interesse nos panoramas da cidade que apresentavam. Posteriormente emergem as propostas de práticas esportivas, como as trilhas e o arvorismo. Todavia, há também nessas visitas um renovado interesse científico que surge com os movimentos ecológicos na segunda metade do século XX. Em ambos os casos, tanto das praias como nos morros, o Turismo acaba

competindo com outros interesses e dinâmicas da cidade, tal como a expansão do tecido urbano. Essas dinâmicas dos lugares turísticos são o objeto do roteiro D.

### Capital dos gaúchos

Outra baliza que aglutina atribuições de sentido sobre Porto Alegre é a que busca seu *ipse* nos hábitos e costumes regionais e na figura do 'gaúcho'. Essa baliza já se evidenciou nos excertos citados {14, 15, 16, 38}. Nas publicações turísticas, o principal valor atrelado a essa figura é o da hospitalidade.

A figura do gaúcho também é uma baliza indicada pelas publicações estrangeiras para caracterizar Porto Alegre e a unidade federativa da qual é capital. O excerto do guia Lonely Planet é um exemplo:

[...] residents of Rio Grande do Sul call themselves *gaúcho*, after the independent-minded ranchers and cattle herders that settled the state. [...] Grilled meat, or *churrasco*, is still the state's favorite food, and everywhere, everywhere, locals such down *chimarrão*, the distinctive tea made from the maté plant. Such traditions remain, even in the cosmopolitan capital do Porto Alegre. (LONELY PLANET, 2010♦85, p. 358)

Nos textos voltados ao público brasileiro, além do churrasco e do chimarrão outra particularidade local destacada é o sotaque dos porto-alengrenses. Uma publicação (HORCEL, 2011♦89) apresenta ao leitor um "glossário de gauchês", outro exemplo é o seguinte excerto, que aconselha ao visitante:

Comece tirando o “tu” da gaveta, pois esse negócio de dizer “você” em Porto Alegre não está com nada. [...] Logo que começar a circular pelas avenidas, o visitante vai perceber que existe um idioma próprio da capital. Só de ler as placas descobre-se que lanchonete lá é lancheria. Casa de tortas é tortaria. Banca (de jornais) é revistaria. Padaria é... padaria mesmo, mas o pão francês é chamado de cacetinho. Policial é brigadiano e semáforo é sinaleira, como no Nordeste. E, nos cardápios das cafeterias, quase sempre há o negrinho, que o Brasil todo conhece como brigadeiro. Ao final de cada frase, você pode soltar um longo “néééééé?”, caso queira a concordância do seu interlocutor, ou um “bááááá!”, que serve para tudo – e eles falam o tempo todo. (AZZI, 2012♦103, p. 4)

Nota-se na literatura turística menção à identidade regional gaúcha em diferentes situações: gastronomia, folclore, linguagem, hábitos locais. Elementos mencionados como um repertório a partir do qual o visitante pode dialogar com as peculiaridades da alteridade do local visitado.

### Cidade que se esconde

Por vezes, a literatura para visitantes de Porto Alegre também apresenta reticências sobre a possibilidade de apreender a cidade desde uma intencionalidade turística. Alguns textos a enunciam como uma cidade ‘tímida’, que necessita de tempo e boa vontade para ser descoberta. Outros são mais diretos, é o caso do Lonely Planet (2010♦85, p. 336) : "*Though not beautiful at first glance, Porto Alegre is one of Brazil's most sophisticated cities*"<sup>76</sup>. Em outras palavras, não é bonita mas é simpática. Ressalta-se então sua cena cultural e artística, a preservação do Centro Histórico, suas inovações no campo da política e seu respeito à diversidade sexual.

O trecho de outro guia internacional indica:

With a rather uninteresting feel to it, like a cross between a southern European and a North American city, most people will be tempted to move straight on from Porto Alegre, unless they're waiting to make a transport connection. Fortunately the city has considerable life, if not much visible history, and you'll find many ways to occupy yourself[...]” (CLEARY, JENKINS e MARSHALL, 2009♦76, p. 681-682)

Essa descrição do Rough Guide destaca que a cidade serve como ponto de conexão de transportes para viajantes entre países da América do Sul, que permaneceriam ali por uma contingência do roteiro e não porque a cidade tenha sido um de seus destinos escolhidos. É curioso o quanto a valoração positiva que é feita da mescla entre aspectos de cidades europeias e norte-americanas no trecho {3} é aqui tido como algo insonso, pois não apresenta uma alteridade interessante para um público acostumado a essas referências, ou que busca os elementos de uma esperada brasilidade.

O turista necessita estabelecer uma relação de apreciação da alteridade, e em Porto Alegre, essa pode ser sutil, requerendo do visitante certo esforço, como aponta o trecho da revista portuguesa:

Insólito e alegre

Porto Alegre é uma cidade inusitada. Podemos até, com algum atrevimento, compará-la ao prato culinário brasileiro Escondidinho: “nunca se sabe o que há por baixo”. Começemos pelo Solar dos Câmara, um dos edifícios mais antigos da cidade, onde funciona actualmente a Assembleia Legislativa do Estado.[...] Outro caso do insólito é que a Rua da Praia já não existe, embora o nome permaneça na boca de toda gente. A placa toponímica chama-lhe actualmente Rua dos Andradas. Acontece que o Rio Guaíba também não é rio, mas sim um lago onde confluem cinco rios....[...] Luís Fernando Veríssimo “ao contrário de cidades previsíveis como Paris, Roma (...) você precisará de tempo para decifrar Porto Alegre.” (VELOSO, 2011♦91, p. 71) {46}

Já em uma revista de viagens nacional é possível ler:

Para entender (e gostar de) Porto Alegre, basta chegar sem ansiedade. A cidade vai apresentar-se aos poucos. É só não ter pressa. Isso porque a capital gaúcha não é uma cidade de beleza fácil, dessas que escancaram a paisagem para o primeiro que chega apontando uma câmera fotográfica, tal como o Rio de Janeiro. Não há um cartão-postal muito famoso e marcante capaz de extrair suspiros imediatos. A chaminé da Usina do Gasômetro até funciona como uma espécie de Cristo Redentor local, mas não é o bastante para ilustrar painéis em agências de Turismo. O encanto está no conjunto: na vida cultural e boêmia, na gastronomia, na simpatia das pessoas e, sobretudo, nos gauchismos que tornam a cidade única e especial entre todas as outras cidades brasileiras. É como se Porto Alegre fosse uma moça bonita e elegante, de formas harmoniosas e discretas, que não para o trânsito, mas que pode fazer qualquer um se apaixonar à medida que sua personalidade é desvendada. (AZZI, 2012♦103, p. 1) {46}

Poderíamos pensar essa baliza também como um pano de fundo, subjacente às outras em que permanece o questionamento: o que faz Porto Alegre uma cidade única para ser descoberta? Ao evocar-se outros locais já se atesta sua comparação com o Prata ou metrópoles de outros lados. Ao convocar o ideal de progresso existem outros locais com projetos futuristas, assim como urbes que preservam seu patrimônio e tradições. Identificar a capital gaúcha como uma cidade moderna, onde há presença de equipamentos urbanos importantes, inclusive no campo da cultura e da festa, não a distingue de outras cidades em que tais funções são inclusive mais evidentes. Até mesmo o gentílico do gaúcho é possível encontrar-se em outras paragens. Porto Alegre é definida, portanto, como um local de encontro de diferentes paisagens, tradições, possibilidades turísticas, mas que exigem paciência do visitante em desvendar o conjunto. É uma espécie de beleza minimalista, cuja apreciação requer ao visitante despir-se da expectativa de grandes contrastes e mergulhar no ritmo suave tal qual o fluxo de seu lago e as curvas de seus morros. Aos poucos a cidade invisível vai revelando-se. Existe um apelo ao que os visitantes exercitem suas técnicas de significação e de si. O seguinte texto parece confirmar essa posição:

“Suave, alegre e misteriosa: três adjetivos perfeitos para uma cidade que respira cultura [...] Porto Alegre está aí para ser descoberta por quem tem olhos para vê-la como via um de seus maiores fãs e também um dos maiores poetas do século XX [Mario Quintana]” (DE MENEZES, 2010♦81) {46}

A partir da análise do *corpus* da literatura para visitantes investigado procurou-se verificar de que modo Porto Alegre foi apresentada como turística. Percebemos a presença de certas balizas que aglutinam as construções de sentido e representações sobre a cidade. Tais construções foram definidas a partir de seus núcleos, e não de suas fronteiras, o que indica, por vezes, certo trânsito de um



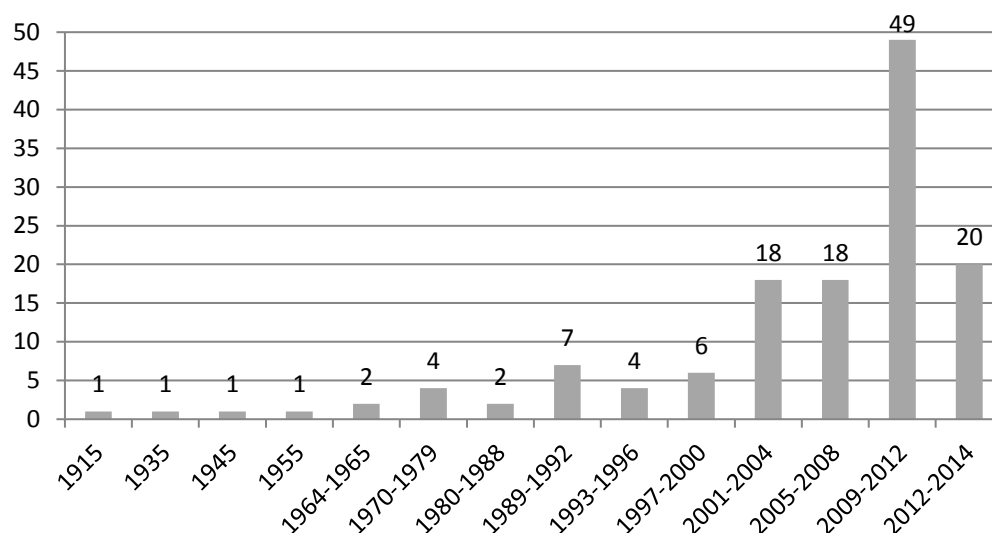
mesmo enunciado por diferentes balizas. A análise dessa literatura turística sobre Porto Alegre permite apontar as mitologias a partir das quais os redatores desses enunciados gostariam que o público-alvo percebesse a cidade. No entanto, nem sempre condizem explicitamente com uma intencionalidade turística, por vezes estando subordinadas a outras lógicas como a promoção de certa imagem de cidade útil para atrair investimentos, ou promover a administração pública. Não obstante esses enunciados são apenas pontos de partida, desde os quais cada visitante irá co-construir uma percepção própria sobre a cidade ao experienciá-la a partir do jogo entre *ipse* e *idem*.

Ao explorar esse *corpus* da literatura turística buscando essa cidade invisível, colocamos como pilar desta análise o caráter igualitário entre os diferentes textos. No próximo roteiro os mesmos documentos foram revistos, mas buscando-se outra construção: os rastros de iniciativas de turistificação e projetos turísticos que tiveram Porto Alegre por objeto.

#### **4.4 Roteiro C. Rastros das iniciativas de turistificação em Porto Alegre**

Entendendo por Turismo um sistema de práticas, lugares e atores que visa à *recriação* dos indivíduos, que emerge na Europa do século XVIII e segue em expansão / mutação global, duas questões se impõem: de que forma Porto Alegre passa a ser objeto desta intencionalidade turística? Quando a cidade se integra a tal sistema? Neste roteiro se objetiva traçar o processo dessa emergência do Turismo em Porto Alegre e suas mutações.

A literatura turística é uma tecnologia que viabiliza esse modo de lidar com o espaço que é o Turismo. Além disso, esses documentos são testemunhos dos arranjos de atores, lugares e práticas vinculados a tal intencionalidade turística sobre Porto Alegre, ou ao espaço designado como tal. Assim, o *corpus* contém pistas sobre as iniciativas e políticas do processo de *mise en tourisme* do território porto-alegrense. Por vezes, os guias, folhetos, brochuras e reportagens são os únicos rastros de projetos e iniciativas turísticas que tiveram lugar na cidade. O gráfico a seguir demonstra a distribuição dos documentos pesquisados em uma linha do tempo.

**Gráfico 8 – Distribuição temporal da literatura turística sobre Porto Alegre**

**Fonte:** elaborado pelo autor com base no corpus investigado

Optou-se em seccionar essa distribuição em cinco momentos, ou arranjos, que emergem desta análise cronológica do Turismo na cidade. A saber: de 1915 a 1935; de 1945 a 1955; de 1964 a 1978; de 1992 a 2004; de 2005 a 2015. As lacunas temporais devem-se à ausência de fontes, o que pode indicar certa intermitência do Turismo na cidade. Esses arranjos devem ser vistos à luz do desenvolvimento urbano de Porto Alegre apresentado no capítulo três.

É oportuna uma nota metodológica antes desse recorrido cronológico. Apesar de esse relato estar ancorado nos documentos do *corpus* reunido da literatura turística sobre Porto Alegre, foi complementado e influenciado de modo indireto por outras fontes. Uma delas é o relato de Osvaldo Goidanich (1992), personagem importante para o desenvolvimento do Turismo no estado no século XX. Todavia, o próprio título "A saga do Turismo no Rio Grande do Sul", já instrui uma necessária cautela, devido ao tom político e de auto-promoção da narrativa que percebe o Turismo como uma "causa a ser defendida". Ou seja, tal como na análise a partir dos indicadores aqui novamente há o risco de misturar o significado dado ao termo Turismo, que oscila de uma mobilidade, com motivações variadas, ao conjunto das instituições que tratam de sua promoção no destino. O mesmo cuidado é necessário ao examinar-se o relatório de gestão da Secretaria de Turismo entre 2007 e 2016, "Panorama de Ações". Além dessas publicações, ainda contribuíram a própria experiência do autor ao trabalhar na Secretaria Municipal de Turismo entre 2009 e

2012, e entrevistas com pessoas ligadas ao Turismo na cidade, tais como os técnicos da Secretaria Municipal de Turismo, e a diretora do Escritório de Turismo da cidade entre 1999 e 2004. No entanto, considera-se tais procedimentos como acessórios, pois apesar de inspirarem alguns pontos da narrativa, não fizeram parte da estratégia de investigação. Embora a realização de entrevistas e uma proposta de história do Turismo na cidade a partir de testemunhos seja uma possibilidade de investigação interessante, esse não foi o objetivo aqui, e escaparia o âmbito e possibilidade desta pesquisa.

#### **4.4.1 Dos primeiros visitantes à Exposição do Centenário Farroupilha (1915 – 1935)**

Na primeira parte deste trabalho apontamos o Turismo como decorrência de uma prática cuja origem é situada no tempo e no espaço, e cujos códigos e modos de perceber o mundo desenvolveram-se em paralelo a mobilidades de interesse científico, artístico e desportivo. Os primeiros visitantes da cidade que nos legaram relatos vieram em expedições científicas, comerciais e militares<sup>L</sup>. Não obstante, imiscuído a esses propósitos está o surgimento de um olhar estético sobre a Porto Alegre, seu enquadramento nos cânones turísticos e a percepção de seu espaço como um campo para descoberta. Apesar de extenso, vale a pena reproduzir a descrição da cidade publicada na revista *American Naturalist*, em abril de 1883. É interessante notar o esforço do narrador em traduzir Porto Alegre a partir de elementos de referência comum ao público leitor norteamericano do periódico.

The Guahyba is very picturesque. High granite hills skirt the eastern shore, sometimes bare and precipitous, often with grassy slopes and forest-lined ravines. A few rocky islets are scattered over the channel; one of them is used for a powder magazine and signal station, but there are no fortifications. For twenty miles above the lake the channel has an average width of five or six miles, but at Porto Alegre it is suddenly narrowed to less than a mile by two opposite projecting points. The southern point is low and bordered by swampy forest; the northern, on which the city is built, is a granitic promontory about 150 feet high. This elevation, slight as it is, adds greatly to the picturesqueness of the place; white and yellow-washed houses, with red tile roofs, are seen rising one above another, the public buildings crowning the hill with fine effect.

Of all Brazilian cities this is the least tropical in appearance, the architecture shows some traces of that degraded Roman type commonly seen in Spanish and Portuguese America, but even this is not very noticeable, and on landing we might have imagined ourselves in a seaport

---

<sup>L</sup> Propósito de visita do Hermann Wendorth cujas gravuras de Porto Alegre estão reproduzidas na página 119.

town of the United States. The streets are wide and well paved with porphyry from the surrounding hills, but they are badly drained and dirty-another reminder, perhaps, of New York and Philadelphia. For a wonder we found the hotels excellent and very reasonable in their charges; they all have French or Italian names, with what purpose it would be hard to say, for these nationalities are hardly represented in the city. There are about 35,000 inhabitants mostly white Brazilians and Germans.

[...]

We made several short excursions around the city, noting the physical peculiarities of the region and getting our first glimpses of its fauna and flora. Lines of street cars run in various directions, affording very pleasant little excursions, and beyond these there are good roads and paths by the river-shore among the hills and ravines. Everywhere there is the same mingling of tropical and temperate features; people, customs, architecture animals and plants, the very air, changing from sultry to chill in a day, showed us that we were in a border-land, partaking of the character of two regions. (SMITH, 1883♦0)<sup>78</sup>

A apreciação estética da paisagem, com ênfase em seu caráter pitoresco, a comparação com outras cidades na tentativa de interpretar o que era experimentado - recordando a baliza da evocação geográfica apresentada no roteiro anterior -, as excursões com o propósito de descobrir o espaço visitado, descritas como agradáveis, a percepção de Porto Alegre como alteridade particular, centrada no *ipse* de uma mistura entre tropical e temperado, a existência de equipamentos hoteleiros capazes de acolher visitantes; esses parecem ser elementos indicativos que estava em formação a intencionalidade turística sobre o espaço de Porto Alegre. Alguns desses aspectos, como foi visto no roteiro anterior, são reproduzidos até hoje nos textos que visam dotar o visitante de chaves para interpretar o espaço porto-alegrense.

Esse relato era voltado para um público interessado nas expedições geográficas da época. Todavia, as primeiras publicações do gênero guia de viagens intencionadas para visitantes do continente sul-americano encontradas nesta pesquisa são da primeira década do século XX, o “Land of the Southern Cross”, de 1911, e o “The Guide of South America”, de 1915. Ambas escritas em inglês para um público norte-americano e europeu a fim de realizar o *tour* no continente ou estabelecer contatos comerciais. O guia escrito por Hirst e publicado em Nova Iorque em 1915 é a primeira menção encontrada sobre Porto Alegre enquanto destino turístico. Embora qualificada como uma *'attractive town, of over 100,00 inhabitants* (HIRST, 1915, p. 142), o guia anteriormente aponta *"It is not very probable that many travellers will wish to visit Southern Brazil. The climate is good, but the objects of interest are by no means numerous"*. (HIRST, 1915♦1, p. 140)<sup>79</sup>.

Visitar a região implicaria, de certa forma, um desvio da rota mais comum para se conhecer o continente. Ambos os guias (CURRIER, 1911; HIRST, 1915) recomendam uma viagem de 120 a 180 dias, com a primeira parada no continente no porto de Pernambuco. O destaque da jornada era a Argentina - e o progresso do país então -, e depois a continuação se fazia pelo Oceano Pacífico e Canal do Panamá. O mapa a seguir ilustra a jornada:

**Figura 36 – Itinerário de viagem apresentado no guia "Lands of the Southern Cross"**



**THE AUTHOR'S ITINERARY**

Fonte: CURRIER, 1911 . Lands of the Southern Cross.

O continente era objeto de viagens turísticas organizadas por companhias como a Thomas Cook and Sons e as empresas de vapores Hamburg-Amerika, Royal Mail Steam Packet Company e Pacific Steam Navigation Company. Já então

a América do Sul era indicada àqueles que buscavam caminhos "*off the beaten track*", e percebem-se indícios da tentativa em diferenciar viajantes e turistas - controvérsia tratada no primeiro capítulo. É interessante observar como o continente é apresentado pelo Reverendo Currier em seu guia de 1911:

South America, thus far, is an untrodden field for the ordinary tourist; in fact it contains little to attract him. The ordinary tourist follows the crowd; he travels along the beaten track, and the path of least resistance. He engages passage on a fashionable transatlantic liner, and he does Europe and the 'East'.<sup>80</sup> (CURRIER, 1911, p. 15)

Ao estudar esses guias, testemunhos do arranjo do sistema turístico de sua época, depreende-se que Porto Alegre existe no quadro turístico mundial, embora se encontre como desvio de rota em um continente periférico aos grandes fluxos internacionais e caro de se visitar. À mesma época, em 1915 (GOIDANICH, 1992), ao reverso dessa situação, instala-se em Porto Alegre a Exprinter, agência de viagens e casa de câmbio vinculada ao Banco Superville com matriz em Buenos Aires, permitindo à burguesia local a possibilidade de 'conhecer o mundo' engajando-se em um *tour*. A capital era um núcleo emissor, vetor de expansão do Turismo e sua urbanização para outras regiões do Estado em práticas como o veraneio à beira-mar no Litoral Norte, a busca do refrigério na Serra, ou curas termiais em Iraí. A cidade adquire a função de centro distribuidor dos fluxos turísticos na região, como atesta o Catálogo da Exposição Farroupilha de 1935.

O Catálogo da Exposição de 1935 foi o primeiro texto encontrado dirigido a turistas escrito por porto-alegrenses. Nesta publicação comemorativa, o que é descrito como de interesse para os visitantes são as transformações urbanas promovidas pelo governo de inspiração positivista do intendente Otávio Rocha. O título da apresentação é "Porto Alegre: cidade que se transforma", ali são elencados feitos como as grandes avenidas, os novos prédios públicos, os jardins de recreação e os trabalhos de saneamento. A cidade buscava mostrar aos visitantes sua conformidade com os signos da modernidade. Lê-se ali uma explicação de como funcionam as sinaleiras de trânsito, específicas para o "tráfego a grande velocidade dos automóveis"(RIO GRANDE DO SUL, 1935♦2), um exemplo do desejo de introduzir o moderno a um público ainda não familiarizado com essas novidades. Duhamel (2007b) comenta sobre o processo de turistificação de Londres e Paris, em que o interesse turístico estava assentado na possibilidade de estar em "copresença com a modernidade", e isso significava ter contato com eventos que apresentavam

as vanguardas, tais como as exposições universais. É interessante recordar do conceito de Momento de Lugar (ÉQUIPE MIT, 2005), apresentado no primeiro capítulo deste trabalho, e pensar o processo de importação e adaptação de inovações, práticas e modelos como uma constante no desenvolvimento do Turismo em Porto Alegre.

Ao analisar a publicação de 1935 encontra-se uma diferença entre o termo *touriste*, escrito originalmente em francês, e os outros visitantes 'riograndenses', o que talvez indique o modo como esse substantivo e noção de *hosts and guests* (SMITH, 1989) foi construída e preenchida de sentido da realidade porto-alegrense. Aos primeiros, é assinalada a função de "atestar o progresso da cidade". Aos locais, visitar a exposição é tido como "dever cívico imprescriptível" (RIO GRANDE DO SUL, 1935♦2, p. 11). Como visto nas balizas do roteiro B, ainda hoje parece existir certa confusão entre a figura do turista e do investidor, ou pessoa de negócios. Parece haver ainda uma distinção entre a hospitalidade oferecida aos visitantes internacionais ocidentais e àqueles locais, ou sulamericanos.

A respeito da organização do Turismo, a exposição viu o início de uma iniciativa dedicada à função de acolher visitantes e que lhes apresentava a cidade em um escritório de informações turísticas (GOIDANICH, 1992). Os meios de hospedagem dispunham de agentes para ofertar e conduzir os turistas desde os dois portos fluviais ou da estação férrea até seus estabelecimentos. Esses meios de acesso à cidade hoje não existem mais, e os canais de distribuição da oferta hoteleira são outros. Outra diferença daquele arranjo comparado a hoje é a questão escala a partir da qual era percebida a presença de visitantes. Embora poucos numerosos para os padrões contemporâneos, esses forasteiros influenciavam a dinâmica local ao torná-lo objeto de uma intencionalidade turística.

#### **4.4.2 “Porto Alegre: cidade de Turismo”, Guia do Touring Club 1955**

Vinte anos mais tarde, a literatura turística sobre Porto Alegre testemunha outro arranjo no texto “Porto Alegre: cidade de Turismo”, publicado inicialmente no almanaque de Pimentel “Aspectos Gerais de Porto Alegre’ (1945♦3) e ampliado no guia do Touring Club de 1955. Porto Alegre é descrita como uma moderna cidade industrial, verticalizada e com um entorno pitoresco. Apresenta-se uma cidade cuja identidade se assenta no progresso e em sua modernidade,

atestados por sua importância enquanto capital e centro industrial. Além de uma apresentação da Geografia urbana de Porto Alegre em 'Retrato da cidade a 'vol d'oiseau' (TOURING CLUB, 1955♦4, p. 18), aponta-se o que deveria chamar a atenção dos visitantes: as zonas de comércio e grandes magazines, a diversão noturna e oferta cultural, a arquitetura e trabalhos de modernização. Existe ainda a proposta de dois circuitos turísticos em automóvel, um em direção às colinas da zona leste e outro às praias do Guaíba. Essas iniciativas de turistificação, assim como a compilação dos dados da oferta turística, a produção de uma cartografia dedicada a esse fim e a manutenção de um escritório de orientação e informações aos visitantes são conduzidos por uma associação privada: o Touring Club. É uma instituição que nasce para incentivar o uso do automóvel. Aí sua atuação na produção de mapas rodoviários e na sinalização viária, mas também na formação de motoristas, na busca por compatibilização legal entre as habilitações de condutores de diferentes Estados, na oferta de assistência mecânica, na promoção de eventos automobilísticos, entre outras iniciativas. Sua existência se deve em parte à influência dos Touring Clubs dos países vizinhos, Argentina e Uruguai, onde a promoção de uma cultura turística como instrumento para integração nacional, valorização patrimonial e promoção do lazer foi mais forte que no Brasil, onde até então outros meios eram mais utilizados para essa finalidade. Os clubes platinos, por sua vez, estavam federados à uma associação internacional com sede na Suíça (GOIDANICH, 1992). Assim, um sócio do Touring Club Porto Alegre poderia ser atendido por outras instituições congêneres desta rede global. Recordar-se, mais uma vez o 'Momento de Lugar', referente à migração de práticas, mitologias e cristalizações vinculadas ao turismo.

Um aspecto marcante nesse texto e na narrativa sobre os trabalhos do Touring Club no desenvolvimento do Turismo regional (GOIDANICH, 1992) é que isso, muitas vezes, é sinônimo de sinalização, traçado de roteiros, pontos de apoio para informação, elaboração de guias. Está centrada sobre o provimento de repertório e marcadores que habilitem uma intencionalidade turística sobre o espaço. Algo tão necessário quanto básico, mas que, no entanto, parece pouco presente da agenda turística atual pautada na ideia de segmentação de público.

#### **4.4.3 Embratur e os anos 1970**



As publicações da então Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR, 1978♦11), 'Guia do Rio Grande do Sul' e da Empresa Porto Alegrense de Turismo (EPATUR, 1977♦10), 'Porto Alegre: terra de gente' apresentam o Turismo como objeto de uma política estatal.

É interessante reproduzir o entendimento de Turismo expresso no prefácio da primeira publicação:

[...] Antes, a idéia de Turismo limitava-se a um símbolo conspícuo de classe, ia pouco além do lazer e do divertimento de alguns, num mundo espaçoso e, por infinitas razões, mais simples.

Na atualidade, o Turismo tem considerável importância social, política e econômica, pois, democratizando-se, transformou-se em instrumento de aproximação dos povos e meio de divulgação cultural.

Entretanto, esse instrumento carrega consigo riscos e ameaças à identidade das culturas nacionais, que precisam contar com mecanismos de defesa, preservação e promoção de seus valores culturais e de sua herança histórica.

No Brasil, essa tarefa é dever do Estado, não limitada à expressão física e territorial, mas abrangente, incluindo todos os valores que constituem a alma nacional: seu patrimônio histórico, artístico e cultural [...] (EMBRATUR, 1978♦11, p. VIII)

É um contexto de fortalecimento do estado nacional, conduzido pelo governo autoritário dos militares, que buscava com o Turismo a promoção: de um orgulho nacional, da imagem de um país alegre e harmonioso, do crescimento econômico, bem como a desconcentração do desenvolvimento. A missão de conduzir esse processo é vista como pertencente ao setor público. Há uma articulação entre as esferas de governo, a publicação, patrocinada pelo governo federal na figura da Embratur e Ministério da Indústria e Comércio:

[...] contou com a colaboração de uma equipe de especialistas, está baseado em elementos colhidos em fontes oficiais, particularmente, na Companhia Rio-Grandense de Turismo - CRTUR, órgão executivo do Sistema Estadual de Turismo, e na Empresa Portoalegrense de Turismo S.A. - EPATUR, órgão executivo da política de Turismo da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, que permitiram o acesso a seus atualizados levantamentos no setor. (EMBRATUR 1978♦11, p.1)

Ao tornar-se um programa de Estado, passam a ser funções públicas: estabelecer roteiros e itinerários turísticos, informar visitantes e manter atualizados bancos de dados oficiais sobre o setor. Além dessa atuação, desenvolver o Turismo implica em ações de maior peso, tais como: financiar e estabelecer linhas de crédito para empreendimentos hoteleiros; desapropriar terrenos para criação de parques turísticos; coordenar campanhas publicitárias e realizar a promoção turística dos destinos; fiscalizar empresas turísticas e realizar estudos técnicos que orientem a

política de desenvolvimento coordenada pelo Estado. No começo da década de 1970, a partir da Superintendência do Desenvolvimento da Região Sul (SUDESUL), foi contratada uma consultoria espanhola Tecnibéria-Engevix, que realizou um extenso levantamento e indicações para Planos de Turismo dos três estados da região sul.

Em escala local, a Empresa Pública de Turismo de Porto Alegre (EPATUR), tinha por finalidade a organização de eventos de interesse turístico, a manutenção de uma estrutura de acolhimento aos visitantes, o planejamento e promoção da oferta turística da cidade. Como imagem promovida da cidade nota-se a valorização da história e das tradições regionais, presentes nos Centros de tradições Gaúchas (CTGs), na decoração temática dos postos de informação turística - denominado *bolicho* - e também em uma fazendola criada na Estância da Harmonia, um parque junto ao centro da cidade, onde os turistas poderiam montar a cavalo e ver provas de laço entre outras habilidades do Gaúcho.

Em relação ao desenvolvimento urbano, o guia aponta o processo de descentralização de uma cidade que está se tornando polinuclear e desindustrializando-se - como indicado no capítulo três. A localização do escritório de informações turísticas, por exemplo, é uma tentativa de refuncionalização da antiga estação de bondes, que foram substituídos pelos ônibus, caracterizando essa opção do Brasil pelo rodoviarismo. Outro caso é conversão da rua principal do centro da cidade em zona peatonal, em busca de um aspecto mais 'humano' e da valorização do comércio, em um bairro que se densificou de modo acentuado, onde a mobilidade individual em automóvel colocava problemas.

Há um contraste interessante entre os guias de 1955 e de 1978. O primeiro é produto do terceiro setor, o segundo atesta explicitamente que o Estado teria um papel a cumprir frente ao Turismo. Assim, surgem o Bolicho da Epatur, como estrutura de hospitalidade, a estância da harmonia, como local de reprodução do folclore gaúcho, a pedestrialização da rua da Praia e os museus de arte e equipamentos culturais antes inexistentes, ao menos na literatura turística. Em termos da mitologia apresentada, a modernidade dá espaço à história e à tradição.

#### **4.4.4 Abertura econômica e administração popular (1990-2005)**

Em Porto Alegre, o período entre 1989 e 2004 foi marcado pela Administração Popular. A cidade foi uma espécie de laboratório para as políticas públicas de esquerda, que se tornaram mundialmente conhecidas, como o Orçamento Participativo e o Fórum Social Mundial. Elementos que foram incorporados ao imaginário turístico da cidade, como atestam as apresentações feitas pelos guias Michelin (2013♦111) e Lonely Planet (2010♦84) sobre Porto Alegre. Há um cenário em que, após certa letargia dos anos 1980, as iniciativas de ativação turística de Porto Alegre são retomadas, o que é evidenciado ao observarem-se as datas de publicação dos folhetos e catálogos presentes no *corpus* investigado.

Em certo momento o Turismo foi visto como um meio de promoção de uma imagem de cidade, sobretudo para seus próprios habitantes. Neste sentido a proposta de Porto Alegre ecoava aspectos daquela de Barcelona, cujo modelo de gestão urbana inspirou muitas cidades. Na cidade catalã havia a premissa de que *"organizar um espaço público em uma lógica de descoberta coletiva é concebê-lo como um instrumento de reapropriação de um espaço urbano por uma comunidade"* (CLARIMONT e VLÈS, 2010, p. 16).<sup>81</sup> Em relação ao Turismo existia a concepção de:

No início, neste projeto urbano [de Barcelona], o Turismo não tem um papel central. Os primeiros projetos de planejamento urbano da democracia (1979) vinculam-se menos à valorização da cidade visando ao sucesso do Turismo que a "reconstruir a cidade sobre a cidade" para seus habitantes remediando as carências de equipamentos públicos. Era conveniente então "sanear o centro e monumentalizar a periferia" (CLARIMONT e VLÈS, 2010, p. 18)<sup>82</sup>.

Em Porto Alegre, trabalhando sobre o conceito de 'Turismo cidadão' (GASTAL e MOESCH, 2007) há uma proposta de desenvolver as comunidades das periferias por meio do Turismo e de fazer com que a população dos bairros centrais conhecesse e valorizasse sua cidade, destinando um novo olhar sobre seu patrimônio. Houve esforços na turistificação do Centro, com itinerários guiados oferecidos gratuitamente pela prefeitura; a refuncionalização de edifícios patrimonializados em centros culturais (Usina do Gasômetro, Casa de Cultura Mario Quintana, Santander Cultural, Memorial do Rio Grande do Sul, Museu de Artes do Rio Grande do Sul); a reforma do Mercado Público, em 1997, e do Theatro São Pedro. Além dos bairros centrais houve iniciativas de ativação turística da comunidade de pescadores da Ilha da Pintada, das pequenas propriedade rurais ainda existentes no extremo sul do território porto-alegrense, bem como das

associações de catadores de resíduos recicláveis e de itinerários ecológicos em parques urbanos e reservas naturais municipais. A expansão de iniciativas turísticas estendeu-se para zonas periféricas da cidade, como as ilhas do Delta do Jacuí, os morros da Zona Sul, bairros Lami, Belém Velho e Belém Novo. Vê-se também a emergência da noção de segmentação turística, até então inexistente. Definem-se a Alfândega, Matriz e Mercado como pólos histórico-culturais. Políticas das quais o Guia Turístico de 2003 é um bom testemunho (PORTO ALEGRE, 2003♦133). Cumpre recordar alguns elementos discutidos no segundo capítulo em “turismo: uma trama do tecido urbano na arquitetura produtiva do capitalismo”. Nesse momento de abertura econômica do país em que à instância local cabe um papel mais ativo na interação com atores globais em busca de um melhor posicionamento nessa reestruturação da arquitetura produtiva capitalista (HARVEY, 2005; SPIROU, 2011; SELBY, 2004; DE MATTOS, 2006). A busca por atração de investimentos, a formação de uma *city brand*, as iniciativas de empresariamento urbano fazem parte de contexto com o qual essa administração busca dialogar<sup>L1</sup>. Esses elementos tornam mais evidente o papel do turismo como vetor de urbanidade, e conseqüentemente mais propícia a sua inserção como pauta da política local e na discussão sobre o projeto de cidade.

A promoção de dois eventos, a 'Semana de Porto Alegre' e a 'Semana no Turismo', em que todos esses itinerários eram ofertados pela prefeitura era a ocasião de dar visibilidade a essa diversidade. Algo que parece ter marcado este período foi a articulação entre as diferentes esferas do poder público municipal. Assim, a constituição de uma imagem turística da cidade também se valia de suas políticas culturais, tais como a descentralização dos espaços culturais, o projeto de história oral que registrou a memória de diferentes bairros, a promoção de festivais teatrais internacionais, e o surgimento da Bienal Internacional de Artes do Mercosul. Essa iniciativa de integração regional entre os países platinos aliás foi uma das marcas através das quais Porto Alegre buscou se constituir, como evidencia o texto “Assumindo a condição de capital do Mercosul” (PORTO ALEGRE, 1993-1996♦21♦22). De fato, a proximidade com o Prata ainda rende à cidade a condição de terceiro principal portão de ingresso de estrangeiros no Brasil, após os dois

---

<sup>L1</sup> Um estudo sobre essa articulação entre um governo que se propõe popular e sua relação com essas novas instâncias e atores do capitalismo global a partir de projetos vinculados à cultura e ao turismo seria pertinente, mas foge dos objetivos dessa tese.

grandes *hubs* de Guarulhos, São Paulo, e do Galeão no Rio de Janeiro. Nessa ênfase no Mercosul e na articulação de redes com cidades de outras regiões do país há uma busca por promover políticas de circulação cultural que fossem alternativas, e contornassem, à excessiva polarização exercida pelo eixo Rio / São Paulo. Um exemplo foi a edição de eventos "Porto Alegre em Buenos Aires", "Buenos Aires em Porto Alegre" (GERHMANN, 1998).

No plano administrativo há uma série de mudanças, expressas na Lei Complementar 477 de 2000, que dispõe sobre a Política Municipal de Turismo (PORTO ALEGRE, 2000). A EPATUR foi extinta e a política municipal de Turismo, produto de conferências e debates, foi conduzida por um Escritório da Secretaria de Indústria e Comércio (SMIC), sob a supervisão de um Conselho de Turismo (CONTUR) composto por diferentes entidades do setor, tais como associações hoteleiras, comerciais, de agentes de viagens, artesãos, etc. Foi criado também um Fundo Turismo (FunTurismo) para sustentar financeiramente essas iniciativas, com aportes de capital do poder público e da iniciativa privada. É interessante recordar que nesse período também na esfera federal há uma proposta de descentralização das políticas de turismo, expressa no Plano Nacional de Municipalização do Turismo.

Em busca no Arquivo Moisés Velinho, notou-se que em geral os documentos relativos à EPATUR estavam restritos à organização do Carnaval. É apenas nos anos 1990 que emergem iniciativas de roteirização. Há alinhamento com o discurso do Plano Diretor em discussão à época, e vê-se como matriz turística a reprodução de algumas metas do documento como: 'Cidade que promove a qualidade de vida e do ambiente'; 'Cidade culturalmente rica e diversificada'; 'Cidade atrativa e competitiva'.

No entanto, ressalta-se que iniciativas importantes vieram do setor privado. Notadamente, a criação do Porto Alegre Convention & Visitors Bureau, cujo principal objetivo é a captação de eventos para cidade. A ampliação da oferta de equipamentos como os centros de convenções da Federação das Indústrias (FIERGS) e da Pontifícia Universidade Católica (PUCRS), que também inaugurou um Museu de Ciências e Tecnologia totalmente interativo.

Os rastros de turistificação presentes na literatura turística de Porto Alegre estão, muitas vezes, vinculados aos eventos que a cidade sedia. São nessas

ocasiões em que parece haver uma preocupação em apresentá-la aos seus visitantes. São como molas propulsoras, catalisadores. Alguns exemplos, a publicação de 1990 “Porto Alegre capital nacional do Turismo” (PORTO ALEGRE, 1990?♦17) ao sediar o encontro da ABAV (Associação Brasileira dos Agente de Viagem). O encontro da rede Mercocidades de Turismo, cuja marca estava em materiais datados do ano 2000. Além da grande prova do Turismo em Porto Alegre nesse período: a organização do Fórum Social Mundial (FSM). Promovido em sua primeira edição em janeiro de 2001, durante o tradicional período estival de baixa ocupação hoteleira, sua maior edição foi a de 2005 que levou 150 mil pessoas à cidade, segundo os organizadores. Além de 'colocar Porto Alegre no mapa', como atesta o Guia Michelin (2013♦111), e atrair a atenção da mídia internacional, o evento foi uma ocasião de apresentar um novo olhar sobre Porto Alegre e que tornou sua visita mais fácil: o Linha Turismo. Embora cidades como Curitiba já apresentassem iniciativas similares com Jardineiras, esse foi o primeiro ônibus de dois andares (*doubledecker*) turístico a operar no país, e foi adquirido através das demandas do Orçamento Participativo. Percebe-se que o FSM foi a ocasião de sistematização de numerosas iniciativas de ativação turística cujas rastros estão presentes em guias e folhetos traduzidos em cinco idiomas, expressando a proposta de internacionalização dessa oferta. Do mesmo modo que o FSM, no corpus analisado outros eventos deixaram rastros e, portanto, estimularam discursos deliberadamente voltados aos turistas, demonstrando a centralidade desse gênero de processo, a exemplo da Exposição de 1935 e da Copa do Mundo de 2014.

#### **4.4.5 Copa do Mundo (2005-2015)**

Em 2005, mesmo ano da maior edição do FSM, houve uma mudança de orientação no governo da prefeitura e o abandono dessa imagem de cidade muito ligada à administração anterior, que ficara 16 anos no poder. No entanto, não parece claro o projeto que lhe substituiu. Em 2016, foi publicado um balanço da gestão da Secretaria Municipal de Turismo desde 2007. O título 'Panorama de Ações' (SMTUR, 2017), parece expressivo, indicando um período prolífico em iniciativas, mas carente de articulação entre elas. Houve progressivamente uma desarticulação e ruídos entre a atuação dos diversos órgãos do executivo municipal. Assim, os vínculos entre Turismo, Cultura, Mobilidade, Meio Ambiente, Planejamento Urbano,

Economia e Finanças que seriam necessários tendo em vista a finalidade de organização e promoção do espaço cidadão aos visitantes, permaneceu, por vezes, conflitual. O Turismo torna-se uma Secretaria, mas não há mais uma proposta declarada de política compartilhada entre os diferentes atores. O conselho de Turismo passa a ser o Fórum de Governança Local, com trinta entidades (SMTUR, 2017, p. 44), e adquire um caráter mais de fórum informativo, em que os membros são avisados das iniciativas do executivo. Em um terreno em que a articulação política para resolver as demandas das instituições é mais fraca, o caráter propositivo do conselho perde seu vigor. No entanto, diversos programas são lançados, em uma estratégia de segmentação da oferta turística da cidade, a exemplo do Estação Porto Alegre (PORTO ALEGRE, 2009-2012?♦74) — orientado ao público rio-grandense —; do Porto Alegre Health Care Cluster — agrupamento dos principais hospitais privados da cidade na busca de clientes internacionais —; do Porto Alegre cidade criativa (PORTO ALEGRE, 2013?♦112♦115♦116♦117) — em uma busca por articular em rede diferentes propostas de oficinas voltadas aos turistas; do Caminhos Rurais (PORTO ALEGRE, 2005-2007?♦133; COODESTUR, 2010-2012?♦78♦79), que organiza a oferta turística das propriedades rurais na zona sul da capital. Avaliar esses processos, seus sucessos e insuficiências não é o objetivo neste momento, contudo, pode-se apontar que não fizeram parte de uma estratégia geral de desenvolvimento turístico, e frequentemente não houve um monitoramento e engajamento posterior aos seus lançamentos. Essas iniciativas geraram mídia e visibilidade política em curto prazo, mas resultados pulverizados em termos de aumento da visitação ou do estabelecimento de uma imagem turística para Porto Alegre, a qual se vinculou a proposta do POA C&VB de entendê-la como ‘vocacionada para negócios e eventos’.

Exemplo dessa ausência de articulação da estratégia de desenvolvimento do Turismo para cidade, ou presença periférica, pôde ser constatada em dois projetos importantes: a Copa do Mundo de 2014 e o Programa Momumenta, que restaurou conjuntos patrimoniais importantes da cidade.

A Praça da Alfândega, reformada no âmbito daquele programa patrimonial, recuperou sua dinâmica de uso sem alterações significativas no que concerne ao Turismo. Ao analisar a literatura turística sobre a cidade encontra-se apenas um folheto que menciona o trabalho de recuperação da Praça da Alfândega, e utilização

a do jacarandá como uma marca para a qualificação do artesanato local. Essa publicação, no entanto, era vinculada à Secretaria Municipal de Cultura. Um bom exemplo da desarticulação política comentada.

O grande evento hospedado pela cidade neste período foi a Copa do Mundo FIFA em 2014. À diferença do FSM, a Copa em Porto Alegre foi organizada por uma secretaria extraordinária criada para esse fim, o que ilustra a posição periférica dada ao órgão de Turismo no plano político. Percebe-se uma internacionalização da demanda turística neste período, cujo sintoma no *corpus* analisado é a publicação de folhetos nas diferentes línguas correspondentes às equipes que jogaram na cidade. No entanto, ao contrário do FSM que ocorreu em janeiro, trazendo um crescimento na taxa de ocupação hoteleira anual, o público da Copa substituiu os visitantes corporativos e turistas das férias escolares que tradicionalmente estariam na cidade em julho. A Copa do Mundo não parece ter contribuído para uma alteração da dinâmica da cidade após a sua realização, ao menos os indicadores de ocupação hoteleira e atendimentos dos Centros de Informação Turística não apontam para a existência de uma mudança no perfil de fluxo de visitantes subsequente ao evento. À parte do sucesso na execução do evento, Porto Alegre não soube capitalizá-lo em termos de imagem. A cidade não ganhou notoriedade internacional ao sediar o evento, se compararmos com o caso do Fórum Social Mundial. O que é de certa forma esperado, pois Porto Alegre disputava atenção com outras doze cidades-sede, e não parece ter afirmado uma estratégia bem-sucedida de posicionar-se de modo destacado. Em outro sentido, as propostas de mobilidade urbana e alojamento social, tidas como grandes legados de sediar esse evento não foram concluídas passados três anos da vitória alemã.

Apesar da fraca articulação entre as instâncias de governança local e da opção pela segmentação desde a oferta, o que resultou em iniciativas pulverizadas, com poucas ações orientadas para as questões comuns ao conjunto da demanda existente, neste período os resultados para o Turismo da cidade foram positivos. Porto Alegre ganhou prêmios nacionais por algumas de suas práticas, como: a Escola Social de Turismo – programa que envolve desde educação patrimonial nos estabelecimentos de ensino municipais, à qualificação dos trabalhadores em ACTs – ; os Caminhos Rurais; a criação do Boletim Estatístico Municipal e a organização dos dados que permitem o monitoramento do setor, para citar alguns.



O cenário externo nesse período também foi bastante favorável ao crescimento do Turismo na cidade, pois houve um aumento geral do fluxo aéreo nacional, além de uma relativa estabilidade econômica, com crescimento, expansão do consumo do mercado interno nacional, e baixos índices de desemprego. Como indicador desse cenário favorável pode-se estabelecer o crescimento da oferta hoteleira – tipo de investimento que conta com a expectativa de retorno em prazo mais alargado. Os números dessa performance positiva, como fluxo no aeroporto Salgado Filho, expansão da oferta e demanda da hotelaria, crescimento no número de pessoas procurando os serviços de informações turísticas, podem ser encontrados no capítulo três. Além deles, está o próprio número de publicações que compõem o *corpus* investigado, em que se verifica uma presença maior de textos sobre Turismo em Porto Alegre.

Em especial os folhetos e catálogos que compõem o conjunto de documentos analisados, são testemunho e reflexo das iniciativas de turistificação da cidade, em especial das políticas públicas no caso dos textos que têm como enunciador o executivo municipal. Em uma área em que a documentação é rara, este tipo de fonte traz um potencial interessante para compreensão e estudo das iniciativas vinculadas ao Turismo e merece atenção no campo teórico-metodológico das investigações em Turismo.

O sistema Turismo, em seu conjunto global, é dinâmico e ao estudar a parte, Porto Alegre, nota-se o quanto as iniciativas que ali tiveram origem assentam-se e reproduzem as expectativas e entendimentos do que é mais adequado como política de turistificação em cada momento. Assim está a promoção da visita à cidade como compromisso cívico nos anos 1930, o Turismo rodoviário nos anos 1950, o forte papel do Estado na década de 1970, a busca por inserção do local em um cenário globalizado da abertura econômica dos anos 1990, a ênfase na individualidade e diferença dos anos 2000. De modo que apesar de algumas permanências, como a estratégia pautada na promoção de eventos – da exposição de 1935 à Copa de 2014 – no apreço ao contato com a modernidade – do semáforo à rede *wi-fi* – e patrimônio cultural, existe uma cronologia que não pode ser invertida, mas que aponta os parâmetros a partir dos quais é possível se estabelecer os critérios do que era entendido como Turismo em cada época e qual a posição da cidade neste sistema.

A próxima escala deste roteiro investigativo é avaliar os locais em Porto Alegre que são objeto da intencionalidade e das práticas turísticas. Tendo em vista essa cronologia apresentada, nota-se que os lugares também seguem determinadas trajetórias ao longo do tempo, tal qual os tipos turísticos apresentados no segundo capítulo.

#### **4.5 Roteiro D. Prática dos lugares, lugares das práticas.**

Ao longo desse trabalho o Turismo é referido como um sistema formado a partir de práticas exercidas ao habitar-se temporariamente um local com o propósito *recreativo*. Assim, para constituir-se em destino turístico, aquela série de qualidades e mitologias apresentadas sobre Porto Alegre como balizas do roteiro B, devem estar ancoradas em práticas vinculadas a lugares da cidade<sup>LI</sup>. Analisar esse processo de vinculação entre a imagem turística de Porto Alegre, seus atrativos e o que os visitantes ali praticam, é um dos objetivos deste roteiro. Outra proposição, é examinar os pontos mencionados sob a ótica das distintas cenografias apresentadas no roteiro A, e, das operações realizadas pelos sujeitos ao experimentar a alteridade espacial por meio do Turismo (LUSSAULT, 2007). Deste modo, neste roteiro D, as paradas previstas, ou questões pertinentes, são as seguintes:

a) Quais são os lugares turísticos de Porto Alegre? O que se pode dizer sobre tal conjunto? Há hierarquia na atribuição de sentido turístico desses lugares? Tendo em vista as diferentes cenografias da literatura turística, existe variação nos espaços da cidade evocados?

b) O que há para se fazer nesses lugares? Quais as práticas turísticas que ali acontecem? Como se dá o vínculo dos visitantes com seu destino turístico?

c) O turístico em Porto Alegre manteve-se estável ao longo do tempo? Qual a relação desses lugares com a dinâmica da cidade? Será que a taxonomia, que identifica Porto Alegre com os tipos cidade com função turística e cidade de trânsito, auxilia a entender a dinâmica desse conjunto?

---

<sup>LI</sup> Para Santos (2006, p. 322) “O lugar é o quadro de uma referência pragmática ao mundo, do qual lhe vêm solicitações e ordens precisas de ações condicionadas, mas é também o teatro insubstituível das paixões humanas, respons[aveis], através da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade.”

Com esses *sights* em vista, mergulhou-se novamente na literatura turística sobre Porto Alegre. A proposta foi realizar um inventário para examinar a distribuição espacial e a hierarquia dos pontos mencionados na literatura turística. Do conjunto de 135 documentos, escolheu-se aqueles 76<sup>LIII</sup> apropriados para essa tarefa. A lista resultante chegou a 194 pontos, sem contar restaurantes e meios de hospedagem.

Desta vez, além do *corpus* de publicações já apresentado, os depoimentos da plataforma *Trip Advisor* foram objeto de maior atenção. Graças ao programa *Horus*<sup>LIV</sup> foi possível acessar a base de dados, com 34.038 comentários realizados entre 14 de novembro de 2011 e 12 de março de 2015, distribuídos entre 396 pontos indicando atrativos, hotéis, restaurantes, bares e casas de espetáculos. A partir dessa fonte obteve-se tanto dados qualitativos, a exemplo dos depoimentos sobre os lugares da cidade, quanto alguns indicadores, a exemplo da distribuição do número de comentários por local, notas que os visitantes lhe atribuíram, a procedência de quem deixou os testemunhos, bem como a proporção entre comentários de porto-alegrenses e de visitantes.

A elaboração desse rol de pontos turísticos e de sua representação cartográfica impôs uma série de desafios metodológicos, que exigiram escolhas e posicionamentos. No roteiro A já foi comentada a diversidade da literatura turística. Aqui, isso se manifesta na falta de um padrão para referenciar os locais. Muitas publicações trabalham com escalas diferentes e sem precisão quanto à localização. Há publicações que citam o Parque da Redenção, e outras, que explicitam os pontos interessantes dentro do parque. Os bairros Cidade Baixa e Moinhos de Vento às vezes são citados genericamente por seus estabelecimentos de diversão noturna, e às vezes narrados em maior detalhe em roteiros específicos. Há ocasiões em que as publicações turísticas indicam certa hierarquia espacial, distinguindo um atrativo de uma via importante para acessá-lo, mas muitas vezes não o fazem atribuindo um *status* semelhante a todos. Outra questão, são as diferentes toponímias para os mesmos pontos, embora, por vezes, realmente se refiram a locais distintos. É o caso daqueles que trocam de função mas continuam sendo evocados — como o prédio da Delegacia Fiscal, que hoje abriga o Museu de Artes Ado Malagoli. Diante desse

---

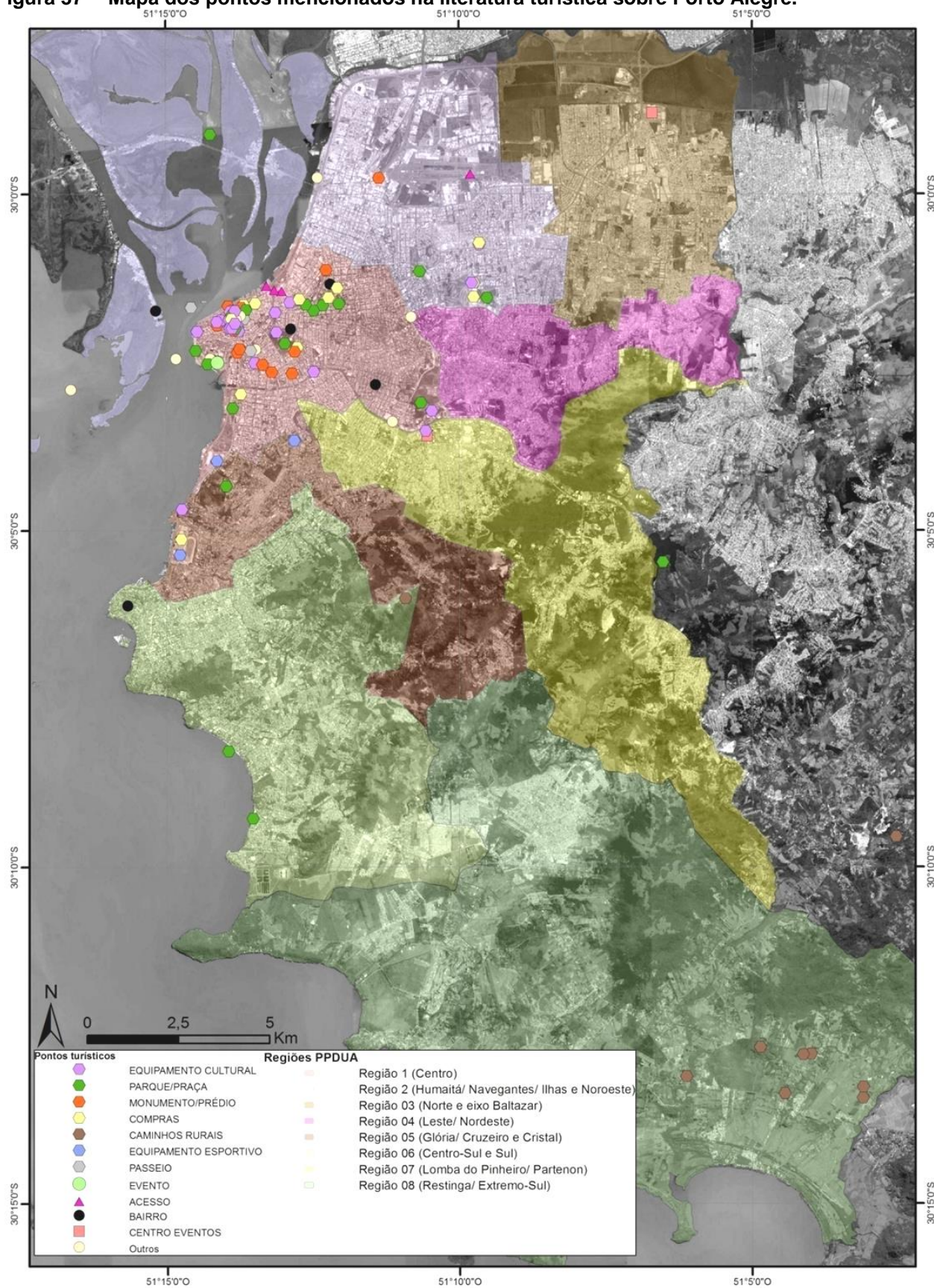
<sup>LIII</sup>Em apêndice estão as referências aos documentos do *corpus*, aqueles que foram incluídos nesta contagem estão marcados como símbolo \*.

<sup>LIV</sup> Agradeço à Sébastien Jacquot e Gael Chareyron que permitiram o uso deste programa que captura os dados da plataforma e à transforma em base de dados.

contexto, algumas decisões foram necessárias, por exemplo: agrupar os textos que mencionavam diversão noturna no bairro Moinhos de Vento no ponto Padre Chagas; marcar no mesmo local, tanto as menções iniciais ao prédio dos Correios e Telégrafos, quanto às ao Memorial do Rio Grande do Sul; contar todas as referências ao estádio do Grêmio no local do Olímpico; bem como inserir um ponto no Guaíba representando o pôr-do-sol.

O mapa a seguir busca responder à questão: onde estão os lugares turísticos de Porto Alegre? Os pontos estão classificados de acordo com sua função, embora seja necessário admitir que essa divisão comporte certa arbitrariedade. Isso porque, existem locais que são múltiplos, a exemplo do Mercado Público, prédio histórico, memorial, local de compras, lugar de significado religioso. O zoneamento do Plano Diretor permite avaliar as regiões da cidade investidas, ou não, pelo turismo. O segundo mapa é um recorte dos bairros da área central e indica a frequência com que os pontos foram mencionados, dado que permite avaliar uma hierarquia do turismo em Porto Alegre.

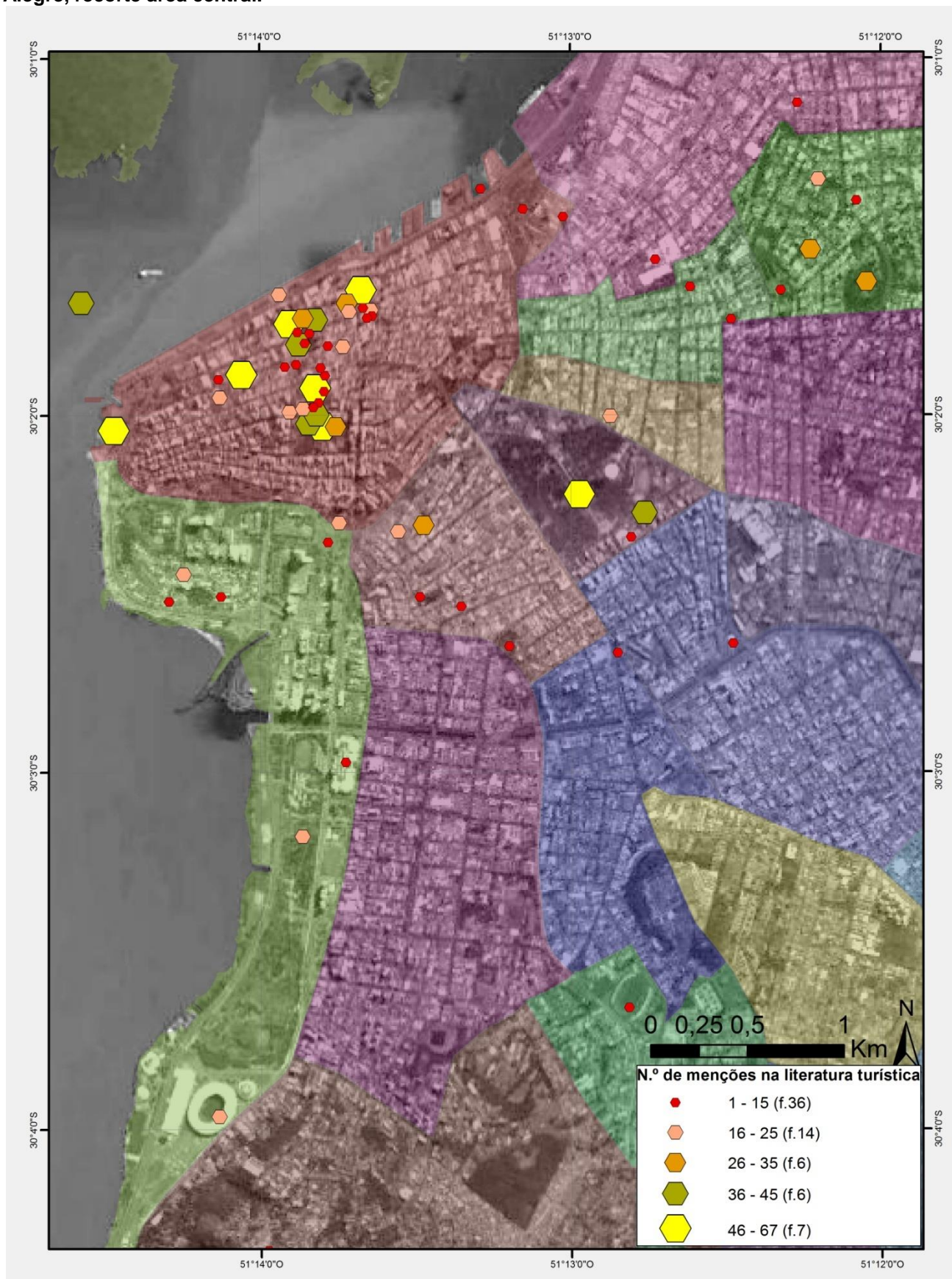
Figura 37 – Mapa dos pontos mencionados na literatura turística sobre Porto Alegre.



Fonte: elaborado pelo autor com base no corpus analisado



**Figura 38 – Mapa da frequência de menção dos pontos na literatura turística sobre Porto Alegre, recorte área central.**



Fonte: elaborado pelo autor com base no corpus analisado

A constatação que emerge ao verificar esses mapas é que Porto Alegre não é um vazio turístico — como insinuam declarações que a comparam com locais em que a turisticidade é mais evidente, tais como Gramado, ou estações balneárias. Além disso, percebe-se que o Turismo se encontra desigualmente distribuído no território do município, concentrando-se na região do centro, apesar das iniciativas existentes de ativação turística de sua periferia.

No Centro Histórico estão: o conjunto do Mercado Público, Praça XV e Paço Municipal; o patrimônio e as instituições culturais no entorno da Praça da Matriz e da Praça da Alfândega; a Rua da Praia, com a Igreja das Dores, área dos quartéis e a Casa de Cultura Mario Quintana; o Centro Cultural Usina do Gasômetro, junto ao Guaíba, de onde partem passeios de barco, também disponíveis no Cais do Porto. Próximo dali está o Parque Harmonia, onde funciona um dos CTGs que oferecem culinária local e espetáculos de danças folclóricas.

No Centro, a principal concentração de pontos turísticos está na área que inclui a Praça da Alfândega e a Praça da Matriz. Dois espaços públicos aglutinadores de monumentos e instituições que expressam a história e o desenvolvimento urbano da cidade. A primeira praça, por muitos anos, foi considerada a vitrine de Porto Alegre. Ponto de entrada na capital, era o espaço público privilegiado da sociabilidade e ao redor do qual se estruturou o seu centro financeiro. A segunda é o seu centro político, congrega as instituições dos três poderes, o Teatro São Pedro, a Catedral Metropolitana, além de estar cercada por referências patrimoniais, como o prédio mais antigo da cidade (Casa da Junta), o Solar dos Câmara, o centenário Museu Júlio de Castilhos, a Biblioteca Pública e, obras de arte como os painéis de Vasco Prado e a homenagem a Júlio de Castilhos. A partir do centro é possível verificar quatro radiais no mapa, o eixo da avenida Independência e bairro Moinhos de Vento; o Parque Farroupilha; o bairro Cidade Baixa; e a Orla do Guaíba, junto ao bairro Praia de Belas.

O Bom Fim, assim como a Cidade Baixa, são bairros reconhecidos por sua vida noturna e boêmia. No último, está o ponto de partida da Linha Turismo. Entre os dois, fica o Parque da Redenção, aonde acontece uma feira dominical, o “brique”, citado como característico da cidade.

O bairro Moinhos de Vento, reconhecido como zona nobre, é citado genericamente, ou de modo específico em lugares como o Parcão (Parque Moinhos

de Vento), e a rua Padre Chagas, reputada por seu comércio de luxo e diversão noturna.

Mais ao leste, está o conjunto formado pelo Parque Germânia e os *Shopping Centers*, que incluem equipamentos de entretenimento, como Iguatemi, Bourbon Country, Bourbon Wallig. Outro agrupamento ao leste é aquele do Jardim Botânico e campus da PUCRS, com seu centro de eventos e Museu de Ciência e Tecnologia.

Na Zona Sul, estão o estádio Beira Rio, o museu de arte Fundação Iberê Camargo, o belvedere no Morro Santa Teresa e a Praia de Ipanema. Percebem-se ainda as iniciativas de turistificação da zona extremo sul, nos morros da cidade e no roteiro dos Caminhos Rurais.

Uma leitura alternativa desses mapas é a partir de seus vazios, que indicam áreas periféricas da cidade não investidas pelo turismo, como Região 3 (Norte e eixo Baltazar), Região 4 (Leste e Nordeste), Região 7 (Lomba do Pinheiro / Partenon), bem como a área da Região 6 (Centro-Sul e Sul) afastada da orla.

Ao comparar esse mapa com aquele da oferta hoteleira do município, evidenciam-se duas descoincidências. Uma é a concentração de hospedagem na zona de Navegantes, com poucos pontos mencionados na literatura turística. O que se explica pela incidência ali dos principais acessos à cidade. Outra, é a ausência de hotéis próximos ao conjunto formado pelo Parque Germânia e os Shoppings ao seu redor, ausência também vista em uma literatura turística mais tradicional sobre a cidade. Esse caso merece investigação, será que a hotelaria irá seguir esse novo núcleo de alta renda da cidade, como foi com a zona do Moinhos de Vento, ou haverá alguma particularidade aí? Talvez seja um caso que confirma a hipótese de que à diferença de outras metrópoles brasileiras, particularmente as litorâneas, em Porto Alegre o turismo tem seguido os movimentos de urbanização da cidade ao invés ser a vanguarda desse processo.

Dando sequência ao roteiro D, se os mapas nos permitem identificar onde está o turismo em Porto Alegre, a tabela a seguir possibilita conhecer quais são os pontos mencionados na literatura turística sobre a cidade. É interessante perceber que a hierarquia espacial dos pontos turísticos de Porto Alegre, traduzida a partir da densidade de citações, varia de acordo com o tipo de publicação, refletindo diferenças de seus contratos de comunicação – explicados no roteiro A.



Tabela 19 – Pontos mencionados na literatura turística sobre Porto Alegre.

PONTO TURÍSTICO	Conjunto literatura turística, sem Trip Advisor		Trip Advisor - visitantes		Jornais/ Revistas		Catálogo/ Guia local		Folheto		Guias nacionais		Guias internacionais	
	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem
	MERCADO PÚBLICO	65	1º.	1340	1º.	15	1º.	14	2º.	19	2º.	6	2º.	11
PARQUE DA REDENÇÃO	54	3º.	889	2º.	13	3º.	8	19º.	22	1º.	5	6º.	6	12º.
MARGS	54	3º.	92	18º.	9	12º.	14	2º.	12	12º.	7	1º.	12	1º.
TEATRO SÃO PEDRO	50	4º.	0	127º.	12	5º.	12	7º.	15	5º.	5	6º.	6	12º.
CCMQ	49	5º.	482	6º.	12	5º.	9	15º.	14	9º.	5	6º.	9	4º.
USINA DO GASÔMETRO	48	6º.	274	9º.	5	24º.	12	7º.	17	3º.	5	6º.	9	4º.
CATEDRAL METROPOLITANA	47	7º.	304	8º.	8	16º.	13	5º.	14	9º.	5	6º.	7	8º.
PRAÇA DA ÂLFANDEGA	45	8º.	64	21º.	6	21º.	14	2º.	15	5º.	2	26º.	8	6º.
BRIQUE DA REDENÇÃO	44	9º.	72	20º.	10	8º.	7	22º.	15	5º.	5	6º.	7	8º.
PALÁCIO DO GOVERNO	42	10º.	47	24º.	7	19º.	11	9º.	14	9º.	4	12º.	6	12º.
SANTANDER CULTURAL	38	12º.	269	10º.	9	12º.	9	15º.	10	16º.	4	12º.	6	12º.
PASSEIO DE BARCO	38	12º.	0	127º.	10	8º.	9	15º.	11	14º.	4	12º.	4	17º.
PRAÇA DA MATRIZ	37	13º.	0	127º.	8	16º.	10	11º.	12	12º.	1	40º.	6	12º.
CORREIOS E TELÉGRAFOS - MEMORIAL RS	35	14º.	15	35º.	5	24º.	13	5º.	7	34º.	3	18º.	7	8º.
MUSEU JÚLIO DE CASTILHOS	34	15º.	19	33º.	3	33º.	10	11º.	9	20º.	4	12º.	8	6º.
POR DO SOL	32	17º.	0	127º.	13	3º.	9	15º.	9	20º.	1	40º.	0	71º.
PARQUE MOINHOS DE VENTO	32	17º.	563	4º.	9	12º.	6	28º.	12	12º.	3	18º.	2	25º.
PAÇO DOS AÇORIANOS	32	17º.	13	36º.	2	42º.	12	7º.	14	9º.	2	26º.	2	25º.
CIDADE BAIXA	29	19º.	0	127º.	9	12º.	5	35º.	10	16º.	3	18º.	2	25º.
FUNDAÇÃO IBERE CAMARGO	25	21º.	341	7º.	9	12º.	5	35º.	7	34º.	3	18º.	1	40º.
CHALÉ DA PRAÇA XV	25	21º.	0	127º.	3	33º.	9	15º.	8	27º.	2	26º.	3	19º.
PADRE CHAGAS	24	22º.	0	127º.	10	8º.	3	60º.	10	16º.	1	40º.	0	71º.
GUAÍBA	23	25º.	0	127º.	12	5º.	5	35º.	6	39º.	0	71º.	0	71º.
MCT - PUCRS	23	25º.	623	3º.	8	16º.	5	35º.	6	39º.	2	26º.	2	25º.
CAIS DO PORTO	23	25º.	0	127º.	7	19º.	5	35º.	9	20º.	2	26º.	0	71º.

PONTO TURÍSTICO	Conjunto literatura turística, sem Trip Advisor		Trip Advisor - visitantes		Jornais/ Revistas		Catálogo/ Guia local		Folheto		Guias nacionais		Guias internacionais	
	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem
RUA DA PRAIA	23	25º.	0	127º.	4	28º.	5	35º.	7	34º.	2	26º.	5	16º.
PRAIA DE IPANEMA	22	27º.	0	127º.	5	24º.	5	35º.	8	27º.	3	18º.	1	40º.
MOINHOS DE VENTO	21	30º.	0	127º.	7	19º.	6	28º.	8	27º.	0	71º.	0	71º.
LINHA TURISMO	21	30º.	107	13º.	4	28º.	4	45º.	7	34º.	1	40º.	5	16º.
CTG	21	30º.	0	127º.	4	28º.	3	60º.	8	27º.	4	12º.	2	25º.
SOLAR DOS CÂMARA	21	30º.	7	45º.	2	42º.	7	22º.	9	20º.	2	26º.	1	40º.
BOM FIM	20	32º.	0	127º.	5	24º.	4	45º.	8	27º.	2	26º.	1	40º.
BEIRA RIO	18	34º.	521	5º.	3	33º.	4	45º.	6	39º.	4	12º.	1	40º.
PONTE DE PEDRA	18	34º.	0	127º.	2	42º.	8	19º.	8	27º.	0	71º.	0	71º.
JARDIM BOTÂNICO	18	34º.	100	16º.	2	42º.	4	45º.	9	20º.	2	26º.	1	40º.
PARQUE MARINHA DO BRASIL	17	37º.	28	29º.	4	28º.	3	60º.	8	27º.	1	40º.	1	40º.
FONTE TALAVERA	17	37º.	0	127º.	0	80º.	7	22º.	8	27º.	1	40º.	1	40º.
IGREJA DAS DORES	16	39º.	0	127º.	1	58º.	6	28º.	7	34º.	0	71º.	2	25º.
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA	16	39º.	0	127º.	2	42º.	7	22º.	6	39º.	0	71º.	1	40º.
BIBLIOTECA PÚBLICA	15	41º.	5	47º.	2	42º.	6	28º.	5	47º.	0	71º.	2	25º.
MONUMENTO JÚLIO DE CASTILHOS	15	41º.	0	127º.	2	42º.	9	15º.	3	62º.	1	40º.	0	71º.
CAMINHOS RURAIS	14	43º.	0	127º.	4	28º.	4	45º.	5	47º.	1	40º.	0	71º.
BELVEDERE MORRO SANTA TERESA	14	43º.	12	38º.	1	58º.	6	28º.	4	55º.	0	71º.	3	19º.
PARQUE DA HARMONIA	14	43º.	8	43º.	1	58º.	5	35º.	6	39º.	1	40º.	1	40º.
CHURRASCARIAS	13	45º.	0	127º.	3	33º.	6	28º.	2	72º.	2	26º.	0	71º.
OLÍMPICO-ARENA	11	47º.	143	11º.	2	42º.	3	60º.	5	47º.	1	40º.	0	71º.
PRAÇA XV DE NOVEMBRO	11	47º.	0	127º.	0	80º.	4	45º.	4	55º.	0	71º.	3	19º.
MONUMENTO AOS AÇORIANOS	11	47º.	0	127º.	1	58º.	4	45º.	5	47º.	1	40º.	0	71º.
LAÇADOR	10	51º.	53	22º.	2	42º.	4	45º.	1	81º.	3	18º.	0	71º.
IGUATEMI SHOPPING	10	51º.	100	16º.	2	42º.	3	60º.	2	72º.	1	40º.	2	25º.
SHOPPING TOTAL	10	51º.	98	17º.	1	58º.	2	74º.	7	34º.	0	71º.	0	71º.
MUSEU DA COMUNICAÇÃO SOCIAL	10	51º.	11	39º.	0	80º.	4	45º.	5	47º.	0	71º.	1	40º.

PONTO TURÍSTICO	Conjunto literatura turística, sem Trip Advisor		Trip Advisor - visitantes		Jornais/ Revistas		Catálogo/ Guia local		Folheto		Guias nacionais		Guias internacionais	
	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem
MUSEU JOAQUIM JOSÉ FELIZARDO	9	54º.	9	41º.	1	58º.	3	60º.	3	62º.	1	40º.	1	40º.
ILHA DA PINTADA	9	54º.	9	41º.	0	80º.	3	60º.	5	47º.	0	71º.	1	40º.
FEIRA DO LIVRO	8	59º.	0	127º.	2	42º.	4	45º.	1	81º.	1	40º.	0	71º.
MORRO DO OSSO	8	59º.	0	127º.	1	58º.	2	74º.	4	55º.	0	71º.	1	40º.
MONUMENTO GAL. OSÓRIO	8	59º.	0	127º.	0	80º.	7	22º.	1	81º.	0	71º.	0	71º.
PRAIA DE BELAS SHOPPING	8	59º.	110	12º.	1	58º.	3	60º.	3	62º.	0	71º.	1	40º.
LARGO GLENIO PERES	8	59º.	5	47º.	0	80º.	3	60º.	4	55º.	1	40º.	0	71º.
JOCKEY CLUB CRISTAL	8	59º.	2	56º.	0	80º.	4	45º.	3	62º.	1	40º.	0	71º.
PLANETÁRIO	8	59º.	8	43º.	0	80º.	3	60º.	5	47º.	0	71º.	0	71º.
CENTRO MUNICIPAL DE CULTURA	8	59º.	2	56º.	0	80º.	3	60º.	5	47º.	0	71º.	0	71º.
CENTRO CULTURAL CEEE	7	67º.	0	127º.	2	42º.	3	60º.	2	72º.	0	71º.	0	71º.
TRAVESSA VENEZIANOS	7	67º.	5	47º.	1	58º.	2	74º.	3	62º.	0	71º.	1	40º.
PETRÓPOLIS	7	67º.	0	127º.	1	58º.	4	45º.	2	72º.	0	71º.	0	71º.
PALÁCIO DA JUSTIÇA	7	67º.	2	56º.	1	58º.	4	45º.	2	72º.	0	71º.	0	71º.
ZOOLOGICO SAPUCAIA	7	67º.	19	33º.	0	80º.	2	74º.	3	62º.	0	71º.	2	25º.
OSPA	7	67º.	1	58º.	1	58º.	2	74º.	4	55º.	0	71º.	0	71º.
CINE IMPERIAL	7	67º.	0	127º.	0	80º.	2	74º.	5	47º.	0	71º.	0	71º.
EPATUR - TV DO CARMO 84	7	67º.	0	127º.	0	80º.	2	74º.	5	47º.	0	71º.	0	71º.
COLÉGIO MILITAR	6	72º.	0	127º.	2	42º.	3	60º.	1	81º.	0	71º.	0	71º.
MOINHOS SHOPPING	6	72º.	83	19º.	1	58º.	2	74º.	1	81º.	1	40º.	1	40º.
BIENAL MERCOSUL	5	74º.	0	127º.	2	42º.	0	91º.	2	72º.	1	40º.	0	71º.
FEIRA ECOLÓGICA DO BOM FIM	5	74º.	0	127º.	1	58º.	1	85º.	3	62º.	0	71º.	0	71º.
HIDRÁULICA MOINHOS DE VENTO	5	74º.	12	38º.	0	80º.	3	60º.	2	72º.	0	71º.	0	71º.
MORRO SANTANA	4	80º.	2	56º.	1	58º.	3	60º.	0	89º.	0	71º.	0	71º.
CAMINHO DOS ANTIQUÁRIOS	4	80º.	0	127º.	0	80º.	0	91º.	4	55º.	0	71º.	0	71º.
GONÇALO DE CARVALHO	4	80º.	44	26º.	0	80º.	3	60º.	1	81º.	0	71º.	0	71º.
ITAPUÃ	4	80º.	23	31º.	0	80º.	1	85º.	2	72º.	0	71º.	1	40º.

PONTO TURÍSTICO	Conjunto literatura turística, sem Trip Advisor		Trip Advisor - visitantes		Jornais/ Revistas		Catálogo/ Guia local		Folheto		Guias nacionais		Guias internacionais	
	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem	f.	Ordem
MUSEU DE CIÊNCIAS NATURAIS	4	80º.	7	45º.	0	80º.	1	85º.	2	72º.	0	71º.	1	40º.
DC NAVEGANTES	4	80º.	4	51º.	0	80º.	1	85º.	3	62º.	0	71º.	0	71º.
MUSEU MILITAR	4	80º.	30	28º.	0	80º.	2	74º.	2	72º.	0	71º.	0	71º.
SANTUARIO	4	80º.	26	30º.	0	80º.	1	85º.	3	62º.	0	71º.	0	71º.
PAINÉIS DE VASCO PRADO	3	85º.	0	127º.	1	58º.	2	74º.	0	89º.	0	71º.	0	71º.
SHOPPING RUA DA PRAIA	3	85º.	16	34º.	1	58º.	2	74º.	0	89º.	0	71º.	0	71º.
SHOPPING LINDOIA	3	85º.	4	51º.	1	58º.	1	85º.	1	81º.	0	71º.	0	71º.
CIDADE UNIVERSITARIA	2	89º.	44	26º.	0	80º.	1	85º.	1	81º.	0	71º.	0	71º.
MUSEU VARIG	2	89º.	4	51º.	0	80º.	1	85º.	0	89º.	0	71º.	1	40º.
PARQUE GERMÂNIA	2	89º.	37	27º.	0	80º.	2	74º.	0	89º.	0	71º.	0	71º.
BARRA SHOPPING SUL	2	89º.	104	14º.	1	58º.	0	91º.	0	89º.	1	40º.	0	71º.
SANTA CASA	1	92º.	4	51º.	0	80º.	1	85º.	0	89º.	0	71º.	0	71º.
TEATRO BOURBON COUNTRY	1	92º.	47	24º.	0	80º.	1	85º.	0	89º.	0	71º.	0	71º.

Fonte: elaborado pelo autor com base no corpus analisado

Existe uma correlação forte<sup>LV</sup> entre as propostas do que visitar em Porto Alegre de acordo com as distintas cenografias do discurso turístico. No entanto, ao analisar o ordenamento da menção dos pontos em cada tipo de fonte, percebem-se algumas preferências que marcam os distintos contratos de comunicação assumidos.

No interior do conjunto da literatura turística é possível perceber variações entre os destaques dados a certos programas de visita na cidade. Um exemplo é a diferença do ordenamento dos pontos turísticos de Porto Alegre presente nos guias de viagem internacionais e aquele visto em publicações da imprensa (jornais e revistas especializadas, ou de bordo). Os guias internacionais possuem um ritmo de atualização mais lento e têm o compromisso de difundir pontos consolidados da cidade para um público com pouca familiaridade com o país. Assim, em publicações de 2011 a 2015, nota-se a baixa frequência da Fundação Iberê Camargo, inaugurada em 2005, bem como a presença de pontos como o Morro Santa Teresa, a Usina do Gasômetro e o Zoológico de Sapucaia do Sul. Tais itens estão ausentes da lista de publicações da imprensa no mesmo período, visto que nessa cenografia há o compromisso de se apresentar um retrato mais fresco da cidade, mesmo que efêmero. No primeiro conjunto — dos guias internacionais — percebe-se uma Porto Alegre mais vinculada a práticas de consumo cultural, e no segundo — imprensa — uma cidade a ser vista ao ar livre, em seus parques, orla e nos espaços públicos que permitem o contato com sua população.

O maior contraste, entretanto, está entre o conjunto da literatura turística, cuja narrativa parte de um *ethos* como poder público, jornalistas ou especialistas em viagem, e aquele dos depoimentos da plataforma Trip Advisor, em que os visitantes espontaneamente comentam o que experienciaram. Além do *ethos*, outro fator para essa diferença é o recorte temporal das fontes, o segundo conjunto é recente, enquanto o primeiro reflete uma longa trajetória. Desse modo, locais antes investidos pelo Turismo, como Fonte de Talavera, Morro Santa Teresa, Doca Turística, Centro Municipal de Cultura estão quase ausentes nos comentários dos visitantes de hoje. Outra diferença nesse sentido, é que mesmo com o destaque do Mercado Público, os depoimentos da *Trip Advisor* evidenciam certa preferência para

---

<sup>LV</sup> Realizou-se o teste de Spearman-Rho entre os ordenamentos das diferentes categorias de literatura turística, em todos os casos o resultado foi  $p < 0,00$  indicando tal correlação.

as atrações que estão fora do Centro Histórico, vide estádio Beira Rio, parque Moinhos de Vento, Museu de Ciência e Tecnologia e Shopping Centers. É possível questionar em que medida as enunciações turísticas feitas pelos anfitriões condizem com as práticas e fluxos dos visitantes. A literatura turística muitas vezes parece expressar mais os anseios da sociedade anfitriã que os dos turistas propriamente, sem contar que a dinâmica de visita à cidade é bastante variada e complexa, o que nem sempre parece ser considerado nos folhetos e catálogos.

Além das diferenças vinculadas aos contratos de comunicação, existem outros elementos para compreender essa variação de preferências entre os pontos turísticos. Porto Alegre é destino de deslocamentos com fim *recreativo*, mas a essa função turística associam-se outros tipos de mobilidade. Por exemplo as viagens corporativas, ou motivadas por eventos, em que há tempo disponível para descobertas. A visita de amigos e parentes, onde a cidade passa a ser cenário para convivência e momentos de lazer. A condição de parada em uma viagem com múltiplos destinos, onde é possível deter-se para conhecer algo digno de interesse. A procedência dos visitantes e sua bagagem de experiências enquanto turistas são aspectos cuja variação resulta em modos distintos de perceber Porto Alegre como alteridade onde recriar-se. Isso fica claro nos depoimentos de turistas sobre a cidade apresentados na plataforma *Trip Advisor*.

Imagine uma família argentina rumo à Santa Catarina que se detém em Porto Alegre, um casal nordestino que inclui Porto Alegre em sua visita romântica à Serra Gaúcha, os colegas de São Paulo que visitam à cidade após um dia de trabalho em uma filial, o grupo escolar do interior que vem à capital conhecer os museus e um *shopping center*, e outras possíveis variações. A cidade recebe mobilidades com propósitos diversos, permitindo projetos de visita a um público heterogêneo. A diferença no modo como são hierarquizados os pontos turísticos parece ser reflexo dessa heterogeneidade. Por outro lado, tal variação indica que Porto Alegre não dispõe de um elemento, ou conjunto de elementos, polarizador. Isto é, um ícone da cidade que se imponha como incontornável para quem a visita. Nas publicações turísticas percebem-se tentativas individuais de se conferir destaque a determinado ponto, como a Usina do Gasômetro, o Pôr-do-Sol no Guaíba, o Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS, a Fundação Iberê Camargo, o estádio Beira Rio, o Mercado Público... O consenso, entretanto, não existe, e cada texto enfatiza o que lhe parece

mais apropriado no momento, de acordo com a mitologia adotada para apresentar a cidade. Isso contribui para a percepção do Turismo em Porto Alegre como algo difuso.

A partir dos comentários da plataforma *Trip Advisor*, se buscou classificar em categorias a diversidade dos projetos de visitação a cidade. A distribuição obtida dos testemunhos, de acordo com o tipo de item referido, e com a procedência de seus autores, foi a seguinte:

**Tabela 20 – Distribuição dos comentários do Trip Advisor por procedência do comentador e categoria de local comentado**

Procedência / Categoria	Brasil (f.13.397)	Exterior (f.1.485)	Porto Alegre (f.19.156)
Cultura	30%	23%	23%
Ar livre	13%	11%	12%
Compras	4%	3%	1%
Futebol	4%	4%	3%
Restaurantes / diversão noturna	48%	59%	61%

**Fonte: elaborado pelo autor a partir da base de dados da plataforma Trip Advisor gerada pelo software Horus.**

Nota-se aqui a presença de restaurantes e estabelecimentos de diversão noturna, que compõem parte importante da oferta da cidade aos visitantes, mas que por uma questão de *ethos* é pouco visível em outras fontes da literatura turística, como os catálogos e folhetos de responsabilidade do poder público, ou guias internacionais, por exemplo. Sob a categoria 'Ar livre' estão agrupadas visitas a parques, morros, orla, ilhas e passeios de barco. Em cultura além de museus e centros culturais, estão os teatros e prédios históricos. Em 'compras' incluem-se os *shoppings centers*, o Mercado Público e as feiras. Em 'futebol' estão os estádios dos dois principais times da cidade.

A base de dados *Trip Advisor* é rica em possibilidades de análise, em especial de cunho estatístico. No entanto, as limitações e particularidades dessa fonte não permitem tomá-la como um reflexo do universo de visitantes da cidade. A sua maior contribuição para a pesquisa foi fornecer depoimentos vivos em impressões e reações de quem visitou Porto Alegre, com uma franqueza difícil de ser obtida por outros métodos, como as entrevistas realizadas em uma abordagem preliminar. A seguir, busca-se apresentar algumas práticas dos visitantes em Porto Alegre e seu

vínculo a lugares que se tornaram um *ipse* da cidade. O critério para escolha foi a diversidade de opiniões, de práticas e de origem dos comentadores. Escolheu-se, assim, os seguintes lugares: Mercado Público, Parque e Brique da Redenção, Casa de Cultura Mario Quintana, Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS e o Shopping Iguatemi. Antes de analisar qualitativamente cada lugar, convém apresentar o número de comentários realizados por visitantes (procedências identificadas como não sendo de Porto Alegre) e qual nota atribuíram a esses espaços.

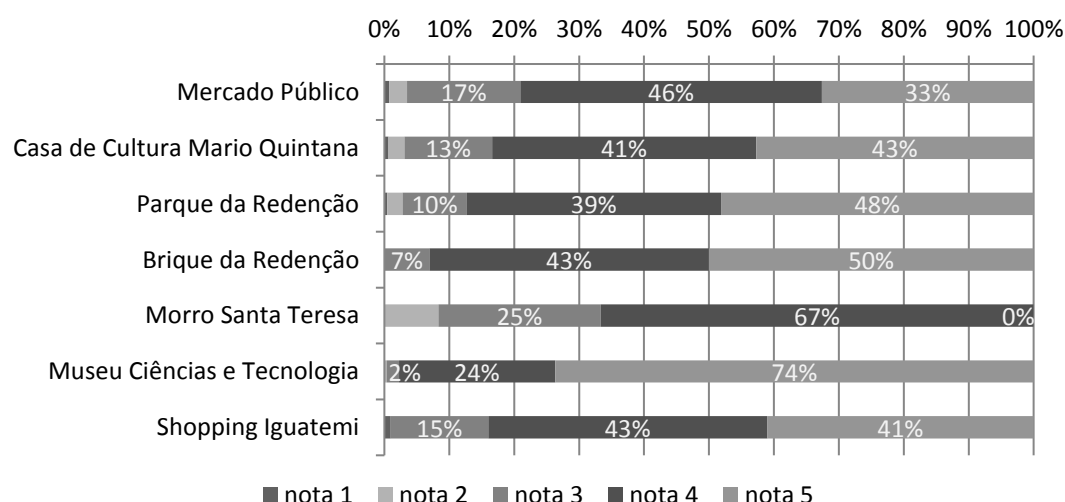
**Tabela 21 – Notas atribuídas a lugares turísticos de Porto Alegre na plataforma TripAdvisor**

Lugar	f.	nota 1	nota 2	nota 3	nota 4	nota 5	Média
Mercado Público	1340	10	37	234	622	437	4,07
Casa de Cultura Mario Quintana	482	3	12	65	196	206	4,22
Parque da Redenção	889	4	21	88	348	428	4,32
Brique da Redenção	72			5	31	36	4,43
Museu Ciências e Tecnologia	623		2	12	150	459	4,71
Shopping Iguatemi	100	1		15	43	41	4,23

Fonte: elaborado pelo autor a partir da base de dados da plataforma *Trip Advisor* gerada pelo *software* Horus.

O gráfico a seguir é a representação visual dos mesmos dados:

**Gráfico 9 – Distribuição das notas atribuídas aos locais turísticos de Porto Alegre pelos comentadores da plataforma *Trip Advisor***



Fonte elaborado pelo autor a partir da base de dados da plataforma *Trip Advisor* gerada pelo *software* Horus.



De modo geral, esses locais são avaliados positivamente pelos usuários da plataforma. O número de postagens para cada atrativo é algo que varia bastante, e talvez seja um indicativo do que é considerado turístico em Porto Alegre.

#### 4.5.1 Mercado Público

O Mercado Público é de responsabilidade da Prefeitura Municipal e sua Secretaria de Indústria e Comércio, não obstante existe ainda uma associação dos permissionários que exploram comercialmente o espaço.

O Mercado Público é o lugar mais comentado de Porto Alegre na base de dados do Trip Advisor, com 2.854 depoimentos, dos quais 1.340 (47%) de visitantes. No restante do *corpus* da literatura turística, o Mercado também assume a primeira posição, com menção em 67 publicações, em um total de 72. No quadro a seguir, escolheu-se os títulos de alguns comentários de visitantes, a nota que atribuem ao lugar, bem como a data de sua visita e sua procedência.

**Quadro 8 – Comentários selecionados sobre o Mercado Público**  
**Mercado Público**

n.	Título do comentário	Nota	Data	Procedência
1	Autêntico mercado brasileiro com influência gaúcha.	5	24/02/2014	Rio de Janeiro, RJ
2	Raízes de Porto Alegre	5	04/01/2014	S. J. dos Campos, SP
3	Visita imperdível	5	23/01/2014	Brasília, DF
4	A cultura gaúcha reunida em um só lugar	5	24/11/2013	Fortaleza, CE
5	Where Gods, Saints, Nuts and Gauchos Mingle	5	05/12/2014	New York, EUA
6	Authentic experience, aesthetic appearance and excellent culinary	5	15/08/2014	Tel Aviv, Israel
7	Várias opções de alimentação	5	18/02/2014	Macaé, RJ
8	Diversidade cultural	5	17/02/2014	Rio de Janeiro, RJ
9	Excelente para comprar souvenirs	4	17/02/2014	Manaus, AM
10	Linda arquitetura	4	09/01/2014	Belo Horizonte, MG
11	Organização e simpatia.	4	16/02/2014	Bayeux, PB
12	Prédio bonito, de conteúdo acanhado	3	08/02/2014	Rio de Janeiro, RJ
13	Merece reforma...	3	06/02/2014	Recife, PE
14	Não era o que eu esperava...	3	06/01/2014	Curitiba, PR
15	Vale só uma conferida	3	07/07/2013	Rio de Janeiro, RJ
16	Is this an attraction?	2	05/12/2013	Mexico, México

17	Pouca variedade e sem graça	2	29/01/2014	Ararangua, SC
18	Pesimo y sucio. Nada interessante	2	02/12/2013	Inca, Espanha
19	Decepcionante pela falta de diversidade e desleixo no entorno	2	06/10/2013	São Paulo, SP
20	Nada pra ver	2	23/09/2013	Fortaleza, CE

**Fonte: elaborado pelo autor a partir da base de dados da plataforma *Trip Advisor* gerada pelo software Horus.**

Os visitantes vão ao Mercado Público apreciar sua arquitetura, saborear sua oferta gastronômica, comprar lembranças características do Rio Grande do Sul e presenciar um lugar entendido como autêntico, em que é possível vivenciar as "raízes de Porto Alegre" e sua "diversidade cultural" expressa nos produtos coloniais, nas lojas de artigos religiosos e na história deste patrimônio da cidade. Percepção acurada, se considerarmos o papel de centro articulador do comércio que exerce Porto Alegre desde o século XIX, conforme visto no capítulo três.

A apreciação desse conjunto, no entanto, não é unânime. Ao contrário, alguns visitantes entendem que ali não há "nada para ver", que o prédio está malcuidado, que a oferta das bancas é repetitiva. Essa variedade de opiniões parece estar ligada ao repertório a partir do qual cada visitante interpreta o Mercado Público. Nesse sentido, é um lugar que, apesar de sua alta significação cultural para cidade, parece oferecer uma escassa mediação ao visitante, valendo-se muito dos repertórios individuais de cada pessoa e de seu projeto de visita. Ademais, em que pese sua unicidade, Mercados Públicos são atrações comuns em outras cidades, e turistas buscam conhecê-los como um meio de compreender as peculiaridades de cada urbe. A visita ao Mercado de Porto Alegre está inscrita em um sistema de práticas mais amplo que é o Turismo, e faz com que seja muitas vezes entendido a partir de comparações e analogias a outros estabelecimentos ao redor do globo. Alguns depoimentos citam o Mercado de São Paulo, o Mercado del Puerto em Montevideu, o Mercado Público de Budapeste, entre outros. Assim como existem visitantes que criticam o mercado porto-alegrense por não estar organizado e necessitar de maiores cuidados, outros o elogiam justamente por continuar praticando preços justos, e pelo fato deste permanecer um mercado que exerce sua função original, não tendo "perdido sua alma" ao subverter-se em atração turística. É interessante ver esse contraste nos seguintes depoimentos completos que no quadro 08 são número cinco e dezoito respectivamente:

To get the feel of a place, whether it s in Paris, Kyoto, or Rome, I always head straight for the market, not the supermarket, where all is covered in a plastic shroud, but the covered or outdoor market, where vendors cry out the virtues of their wares, and scents and sights tug at the nose and eyes. Porto Alegre, in the Brazilian province of Rio Grande do Sul, is no different in this regard. In a busy city with an otherwise bland downtown, the Mercado Publico in a 19th century covered structure conjures up all the flavor and contradictions of colonial Brazil. African gods and goddesses shared shelf space and dance sultry sambas with seemingly austere Catholic saints. The scent of coffee mingles with that of miracle cures and dried cod fish bacalao."(5 dez. 2014, New York, EUA).<sup>83</sup>

Mercado con diferentes tiendas de comida y demás. Bastante sucio, y lleno de gente donde es imposible pasear o comprar tranquilamente. Los baños públicos están muy sucios a pesar de que antes de entrar tienes que pagar por un misero trozo de papel higiénico. En resumen, poco recomendable de visitar (2 dez. 2013, Inca, Espanha)<sup>84</sup>

Enquanto um visitante percebe o Mercado como expressão das contradições do Brasil colonial, para outro a sujeira e o movimento excessivo foram a impressão causada, em uma visita frustrada em sua proposta original.

Tendo em vista o conjunto da literatura turística pesquisada, verifica-se que o Mercado Público de Porto Alegre é um lugar que está presente desde o início desse tipo de discurso sobre a cidade. No entanto, apesar de sua permanência no Turismo nota-se pelos testemunhos dos visitantes que a interpretação e a leitura do lugar fica por conta do repertório de cada um. Não é mencionado o uso da literatura turística, de visitas guiadas, ou de um roteiro estabelecido de coisas a se perceber.

#### **4.5.2 Casa de Cultura Mario Quintana (CCMQ)**

Projetado como um hotel de luxo, o antigo Majestic, situado entre a Rua da Praia e a avenida Sete de Setembro, é testemunho do desenvolvimento do Turismo em Porto Alegre e suas transformações. Realizado na primeira metade do século XX, o prédio de Theodor Wiederspahn, arquiteto autor de outras construções importantes na paisagem da cidade, abrigava viajantes, mercadores e a elite riograndense em seus negócios na capital. Com o passar do tempo ficou obsoleto frente às novas demandas dos visitantes, em termos de instalações e de sua própria localização. Em 1990, o prédio restaurado foi refuncionalizado como um centro cultural, abrigando salas de cinema, de exposição, teatros, cafés e acervos diversos como bibliotecas, discoteca e brinquedoteca. Há ainda a reprodução do quarto do poeta Mario Quintana, que lá morou. O prédio pertence ao Estado do Rio Grande do

Sul, sendo sua manutenção e gestão vinculadas ao órgão responsável pela política estadual para a cultura.

Na base de dados da plataforma *Trip Advisor* a CCMQ conta com 839 comentários, 43% são testemunhos feitos por porto-alegrenses, 54% foram realizados por visitantes residentes no Brasil e 3% por estrangeiros. A nota geral atribuída ao lugar pelos visitantes é de 4,22. Em algumas publicações, a Casa de Cultura (DE MENEZES, 2010♦81) é considerada o destaque turístico da cidade.

O título dos depoimentos a seguir indica como os visitantes atribuíram sentido a sua visita na CCMQ.

**Quadro 9 – Comentários selecionados sobre a Casa de Cultura Mario Quintana**  
Casa de Cultura Mario Quintana

n.	Título dos comentários	Nota	Data	Procedência
1	Lovely place to get a feel of Porto Alegre	5	10/11/2013	Johannesburg, África do Sul
2	Edifício lindo e cultural! Veja as banheiras!	5	25/01/2014	São Paulo, SP
3	Antigo hotel, hoje centro cultural	5	28/02/2013	Brasília, DF
4	Um cineminha ou um cafezinho...	5	21/08/2013	Novo Hamburgo, RS
5	Minha melhor lembrança de Porto Alegre	5	20/12/2013	São Paulo, SP
6	Inspirador	5	13/10/2014	São Paulo, SP
7	Várias opções culturais	4	13/01/2015	Caxias Do Sul, Brazil
8	História e poesia	4	23/09/2014	Rio de Janeiro, RJ
9	Visita muito interessante!	4	22/10/2013	Ribeirão Preto, SP
10	Nice building and exhibitions	4	17/06/2011	São Paulo, SP
11	Visite o quarto que morou Mário Quintana	4	29/12/2014	São Paulo, SP
12	Under renovation, but worth it!	4	18/10/2013	São Paulo, SP
13	Bom local para happy hour	4	14/05/2013	Rio de Janeiro, RJ
14	Respirando Cultura!	4	19/08/2013	Olinda, PE
15	A vista do último andar!	4	18/08/2014	Brasília, DF
16	Preservando a memória do Poeta	4	25/09/2013	Rio de Janeiro, RJ
17	Da curiosidade à decepção	3	06/05/2012	Curitiba, PR
18	Um desserviço ao Poeta	3	23/08/2013	Recife, PE
19	Eternamente em Reforma	2	04/11/2014	Curitiba, PR Conceição do Mato Dentro, MG
20	Galeria de arte, nada de extraordinário	2	22/09/2013	MG
21	Abandono	2	03/06/2014	Brasília, DF

**Fonte: elaborado pelo autor a partir da base de dados da plataforma Trip Advisor gerada pelo software Horus.**

A CCMQ inspira diferentes projetos de visitação vinculados a práticas culturais, que vão desde o interesse pela arquitetura, ou pela a poesia de Mario Quintana, até fazer *happy hour*, tomar um café, visitar uma exposição artística ou ir

ao cinema. Para os turistas de locais mais distantes a CCMQ é considerada um *ipse* de Porto Alegre, cuja visita é a oportunidade para adquirir uma impressão da cidade.

Embora para alguns visitantes a Casa de Cultura seja um lugar inspirador e um destaque da cidade, essa não é uma posição unânime. Para isso contribui a dissonância entre projeto de visita, expectativas e capital turístico / cultural de cada sujeito, e o seu encontro com o lugar. Alguns 'respiram cultura' (n.14), outros vêm 'nada de extraordinário' (n.20). As constantes reformas e percepção da falta de cuidado com o local são os destaques negativos. O depoimento completo número 19 da tabela anterior parece testemunhar esse diálogo:

Desde que foi inaugurada, sempre tive vontade de visitar a CCMQ quando viesse à POA. Vi um prédio decadente, sem equipes pró-ativas de suporte ao turista, circulei sem cruzar com nenhum funcionário por todos os pavimentos. O jardim do 5o andar, que é bastante interessante, se perde com a falta de cuidado do uso por parte de outros visitantes, pessoas jogadas pelos cantos parecendo usar o local para queimar uns baseados. Poderia ser fortemente uma casa que mostrasse a importância dos artistas gaúchos (poetas, escritores, pintores, enfim todos) na arte do país. Lamentável a perda de usufruir desta oportunidade. Sugiro fortemente às instituições mantenedoras que façam que a instituição e o edifício sejam valorizados como merecem.

Nota-se aqui a expectativa de um visitante familiarizado com a visita de instituições culturais, para quem a CCMQ não cumpriu com a expectativa.

#### 4.5.3 Parque Farroupilha e Brique da Redenção

O Parque da Redenção e sua feira dominical, com 961 comentários de visitantes na base do *Trip Advisor* e presentes em 65% das publicações do *corpus* de literatura turística, também são pontos altos na hierarquia turística de Porto Alegre. A gestão do parque é de responsabilidade da Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SMAM), já a feira está vinculada à Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (SMIC).

**Quadro 10 – Comentários selecionados sobre o Parque Farroupilha  
Parque da Redenção (Parque Farroupilha)**

n.	Título	Nota	Data	Procedência
1	Programa de domingo!!!	4	21/10/2013	Campo Grande, MS
2	Para todos os tipos de pessoa!	5	25/01/2014	São Paulo, SP
3	Não pode faltar no roteiro turístico	5	28/08/2013	Manaus, AM
4	A cara de Porto Alegre!	4	18/07/2013	Florianópolis, SC

5	Lindo! (porém, não leve bolsa...)	5	27/01/2014	Fortaleza, CE
6	Local ótimo para respirar e descansar	5	21/01/2014	Londrina, PR
7	Um parque família e de tradição	5	04/01/2014	S. J. dos Campos, SP
8	Un buen paseo para un domingo con sol	4	05/11/2013	Buenos Aires, Argentina
9	Mate ao ar livre e pedalar de bike	5	06/11/2013	Rio de Janeiro, RJ
10	parque democrático	4	18/10/2013	São Paulo, SP
11	Lugar mais democrático da cidade	5	29/04/2014	Braga, Portugal
12	Buen lugar para pasear con una linda feria	4	20/11/2009	Montevideo, Uruguai
13	Eclético e pluralizado	5	02/03/2015	Rio de Janeiro, RJ
14	Convívio com a natureza	4	07/09/2013	Santa Maria, RS
15	Tradicionalíssimo!	5	28/10/2014	Manaus, AM
16	Central Park dos Pampas...	4	09/09/2013	Rio de Janeiro, RJ
17	un oasi nel centro della città	4	08/11/2011	Napoli, Italia
18	Um parque qualquer..	3	30/08/2012	Quito, Equador
19	Somente até às 18h00	3	12/09/2014	Barcelona, Espanha
20	keep away from this place.	1	28/10/2011	Guntersville, AL, EUA

**Fonte: elaborado pelo autor a partir da base de dados da plataforma *Trip Advisor* gerada pelo software Horus.**

**Quadro 11 – Comentários selecionados sobre o Brique da Redenção**  
**Brique da Redenção**

n.	Título	Nota	Data	Procedência
1	Nice flea market and a good place to wander around	5	14/07/2014	London, Reino Unido
2	mercado de artesanía, antiguedades, artes, comidas típicas	5	02/12/2014	Concepcion, Chile
3	One of the most popular attractions from porto Alegre: flea market Brique da Redenção	4	11/09/2013	Amsterdam, Holanda
4	Atração Tradicional em Porto Alegre!! Imersão Cultural Garantida!!	3	01/02/2014	Brasília, DF
5	Se não foi no Brique, não foi a PoA	5	17/08/2013	São Paulo, SP
6	Animado e surpreendente	5	17/08/2013	Belo Horizonte, MG
7	Bonito, mas com preços muito salgados...	4	06/12/2014	Brasília, DF
8	Mais do mesmo	4	22/07/2014	Joinville, SC
9	Oportunidade de ter uma foto lambe lambe	4	10/12/2013	Pirassununga, SP
10	Feira super bonita	4	19/12/2014	Rio de Janeiro, RJ

**Fonte: elaborado pelo autor a partir da base de dados da plataforma *Trip Advisor* gerada pelo software Horus.**

O Parque e o Brique da Redenção são reputados como lugares tradicionais de Porto Alegre. Adjetivos como democrático, plural, eclético, ‘para todo tipo de pessoa’, são utilizados para caracterizar esta área verde, que é reputada como um lugar para se ter contato com a alteridade que possa vir a representar os hábitos dos porto-alegrenses. Como sugere o visitante de Brasília, é a oportunidade para uma “imersão cultural”. Alguns afirmam que essa é uma atração popular da cidade, como

testemunha o visitante holandês, outros vão mais longe ao indicar que sem uma visita à Redenção e sua feira dominical não é possível ter uma percepção de Porto Alegre. Todavia, a atribuição de sentido ao parque varia, podendo ser tanto “um oásis no centro da cidade” quanto “um parque qualquer”. Talvez um dos motivos dessa variação esteja na indicação de que o parque é um “programa de domingo”, atestando a mudança da atmosfera local nos outros dias da semana.

A fonte de preocupação dos visitantes em relação ao Parque da Redenção é com a segurança. O turista norte-americano que testemunhou um assalto e a venda de drogas recomenda: “mantenham distância deste lugar”, o espanhol sugere evitar o parque à noite e outra recomenda não levar a bolsa. Já em relação ao Brique há quem reclame do preço praticado pelas bancas, ou quem perceba pouca variedade em sua oferta.

Os diferentes testemunhos, tanto positivos quanto negativos, apontam mais uma vez para a variedade de projetos *recriativos* que o lugar permite e que o fazem objeto de uma intencionalidade turística. Prática de esportes, relaxar e ter contato com o verde, passear com a família, tomar chimarrão, fazer um retrato em lambe-lambe, fotografar, perambular pela feira apreciando, além das bancas, os músicos e artistas de rua que ali se apresentam. Os depoimentos completos a seguir atestam essa relação dos visitantes e a Redenção e a diversidade de percepções:

Impressionante por sua beleza e tamanho. Bem cuidado, com atrações para todas as idades. Pode-se passear, sentar e ler um bom livro, acompanhar uma partida de bocha, brincar com crianças...afinal, qualquer atividade fica interessante no Parque da Redenção. (10/07/2013 Belo Horizonte, MG)

Parque belíssimo, onde dá para relaxar, conhecer pessoas e principalmente apreciar (e tirar muitas fotos) os monumentos e a natureza em si... Recomendo (17/08/2013 São Paulo, SP)

Os relatos anteriores atestam um vínculo positivo do parque enquanto local para *recriação*, o que não ocorre nos testemunhos a seguir:

Como em muitos parques localizados em cidades de médio/grande porte, o Redenção transmite insegurança aos seus visitantes - principalmente para aqueles que o visitam durante a semana. Vale a pena conhecer mais pelo significado que tem para a cidade do que por suas atrações. (21/01/2013 Sorocaba, SP)

Infelizmente, o parque está abandonado. Apesar de contar com árvores seculares e grande diversidade de plantas, está totalmente sem manutenção e as peças existentes, tais como bancos, gazebos, etc estão se deteriorando. Muitos moradores de rua. Dá medo de caminhar pelo parque. 21/03/2014 Niterói, RJ

Fui passear no parque e fiquei apreensiva notei que muitas pessoas estavam vivendo por lá (fazendo suas necessidades fisiológicas em locais inadequados). Na verdade não é só o parque que necessita de atenção, mas as pessoas que estão por lá. Sinceramente, fiquei triste com o que vi. Não adianta tirar o pessoal dali, eles têm que ir para outro lugar, não tem pra onde ir. Não recomendo irem sozinhos ou em horários de escuridão. 1(3/11/2014 Campinas, SP)

Esse contraste de opiniões indica ainda as escolhas de cada um ao enunciar a sua percepção sobre o parque. Fica evidente que ocorre um diálogo entre sujeitos e lugar, sendo uma oportunidade para a reflexão. Conhecimentos prévios e repertórios são mobilizados para dar sentido e analisar o que se está vivenciando, ou ainda, aperfeiçoar determinada habilidade, como a fotografia.

À diferença do Mercado Público que é o único local a exercer sua função na cidade, a Redenção forma parte de um conjunto de parques existentes na cidade. Assim, outra maneira de examinar o valor turístico da Redenção é contrastar esses depoimentos com aqueles feitos sobre outros parques tradicionais da cidade, como o Marinha do Brasil e o Parque Moinhos de Vento (Parcão).

Sobre o primeiro:

Nossa que experiência gostosa, poder estar em um lugar limpo, seguro, organizado, silencioso e no meio de uma grande cidade como Porto Alegre. Nossa é muito bonito este lugar, unir uma orla com um parque e com certeza uma ideia genial, adorei a experiência de final do dia. (18 maio 2014, Macapá, AP)

O Parque me lembrou um pouco o aterro do flamengo porque é um parque bem comprido, que começa numa beiradinha do shopping praia de belas e segue até bem próximo ao estádio do Beira Rio e ginásio Gigantinho . Tem pista tipo half-pipe onde se aventuram ciclistas e skatistas. Percebi em pontos diferentes uma garotada fazendo uso de ilícitos e isso pode afastar famílias do local, embora tenha visto também muitos pais e mães e suas crianças. (16 dez 2014, Rio de Janeiro, RJ)

Mais uma boa opção de parque em Porto Alegre. Muito bem arborizado. É um programa legal para uma caminhada ou um chimarrão, mas ainda prefiro a Redenção e o Parcão. (14 nov. 2014, Santa Maria, RS)

Já o Parque Moinhos de Vento, também conhecido como Parcão é enunciado como:

Lugar lindo. Tem lago, mini cascata, replica de um moinho de vento e pista para caminhadas. Ao redor tem bares, lojas, cinemas e academias. Perfeito.(29/12/2013 Belém PA)

All the handsome people, walking, jogging, stay, in the best park and in the best neiborhood, I love and in the saturday and sunday uffftttttttt, lots of fantastic people (12/03/2013 França)<sup>85</sup>



Estive neste parque por Porto Alegre num domingo de manhã. Lugar maravilhoso. Lindo, super familiar. Não queria ir embora de lá. (27/8/2013 São Paulo, SP)

Realmente nada especial, yo pasaría este tiempo en el parque FARROUPILHA conocido como parque da redenção, pues es mucho mejor!!!! (25/01/2015 Uruguai)

Nota-se o mesmo movimento de buscar inserir os locais em um repertório de referências conhecidas e além disso uma disposição a comparar os parques, embora sejam caracterizados de modo distinto.

#### **4.5.4 Museu de Ciências e Tecnologia da Pontifícia Universidade Católica (MC&T)**

A PUCRS abriga um museu de ciências desde a década de 1960, no entanto, é 1998 com a reinauguração da área de exposições e sua proposta de interatividade que a instituição passa a figurar no itinerário turístico da cidade. É a única atração cinco estrelas da cidade de acordo com o Guia 4 Rodas (ABRIL, 2000♦25; 2012♦102). São três pavimentos e um mezanino dedicados à descoberta da ciência, destacam-se os experimentos de física e matemática, além das coleções de Zoologia, Botânica, Paleontologia e Arqueologia. Além dos experimentos e exposições de longa duração o museu apresenta programas e atividades de educação ambiental, visitas encenadas e mostras temporárias.

O Museu de Ciências e Tecnologia (MCT) encontra-se na zona leste da capital, afastado do centro e da concentração da oferta hoteleira da cidade. No entanto, está em um pólo importante em conjunto com o Centro de Eventos e o Hospital, além da própria Universidade Católica. A manutenção e administração do MCT é privada, e está vinculada à Universidade que goza de um *status* filantrópico.

#### **Quadro 12 – Comentários selecionados sobre o Museu de Ciências e Tecnologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul**

##### **Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS**

<b>n.</b>	<b>Título dos comentários</b>	<b>Nota</b>	<b>Data</b>	<b>Procedência</b>
1	Um museu divertido e interativo	5	21/09/2012	Niterói, RJ
2	Diversão e Conhecimento	5	26/06/2013	Rio Grande, RS
3	Qualidade Internacional	5	21/11/2013	Sorocaba, SP
4	Ótimo para crianças e adultos	5	17/02/2015	Belo Horizonte, MG
5	Instigante! Criativo! Fascinante!	5	09/12/2013	Cambe, PR
6	Todo se puede tocar	5	01/12/2013	Palma de Majorca, Espanha
7	Decepcionante para um adulto	2	04/11/2013	Rio de Janeiro, RJ

**Fonte:** elaborado pelo autor a partir da base de dados da plataforma *Trip Advisor* gerada pelo software Horus.

O MCT é reputado por sua qualidade, comparado a museus internacionais. Pelos depoimentos a instituição parece cumprir a sua missão de tornar a aprendizagem e conhecimento divertidos. As críticas apontam para a ênfase em comunicar-se com um público infantil ao sacrifício de atividades voltadas para adultos. A obsolescência do museu desde sua inauguração há mais de 15 anos é outra crítica. Os testemunhos a seguir contêm, em maior riqueza de detalhes, exemplos de como os visitantes avaliam sua experiência no museu.

INCRÍVEL, um dia lá é pouco. Dica: vá de tenis! Inúmeros experimentos que vão do corpo humano à matemática, tudo isso de forma muito lúdica, vc sai de lá cheio de conhecimento, sabendo de coisas muito variadas, amei! Achei muito interessante e tudo muito bem feito, perfeito. Fiquei tão empolgado que voltei no dia seguinte para poder ler com calma quaaase tudo. (Itacaré, BA, 7 fev. 2014)

Esse museu é bem infantil, se você já é adulto, não vá esperando nada de muito interessante. O filme 3D que eles passam é bem bobo e talvez uma coisa que valha a pena é o mini planetário que tem dentro do museu. Tanto para o filme 3D quanto para o planetário você tem que pagar uns dois reais a mais no ingresso de entrada. Eu não recomendaria o filme, pois é bem bobo mesmo, para crianças de dez anos, mas o planetário é legalzinho. Se você não tiver nada melhor pra fazer, vale a visita. (Rio de Janeiro, RJ, 16 jul. 2013)

O museu tem uma proposta bem interessante... Ele tem todos aqueles experimentos e descobertas que nossos livros de ensino médio nos contam que alguém um dia descobriu, mas nunca vimos ao vivo. Tem tudo lá! Experimentos de física, imagens de Geografia, brincadeiras com espelhos enormes... Tudo tudo tudo. Seria mais divino se não estivesse muito sucateado. Alguns [aparelhos de experimentos] não funcionavam ou estavam quebrados... Uma tristeza só. Fui a muitos anos atrás, quando era uma aluna de pré vest, e mesmo assim acho que todo mundo deveria ter uma experiência dessa. Leve seu filho, sobrinho, amiguinho...Uma delicia! E ainda ajuda nos estudos.(4 jan.2014, Brasília, DF)

#### **4.5.5 Shopping Center Iguatemi**

Afastado do centro da cidade, o Shopping Center Iguatemi influenciou o desenvolvimento urbano recente de Porto Alegre, como foi visto no capítulo três. Inaugurado em 1983, o centro comercial já passou por diversas ampliações e reformas. Apesar de estar ausente de muitas publicações turísticas sobre a cidade, na plataforma *tripadvisor* 68,5% dos comentários foram feitos por visitantes. Considerando os locais de procedência do conjunto de testemunhos essa distribuição apresenta um valor diferente, inclusive considerando o teste estatístico do qui-quadrado, cujo valor obtido para foi 0,00. À diferença do MCT o *Shopping* é

um local de livre acesso. Esse resultado leva a questionar a coincidência entre os locais presentes na difusão do discurso turístico sobre a cidade, e os locais praticados pelos visitantes. Em outras palavras, certas vezes o discurso turístico parece desconsiderar os próprios visitantes, refletindo o que os enunciadores percebem ser digno de nota.

Apesar de os Shoppings Centers não serem considerados elementos que dão identidade a uma cidade, pois se espera que sejam lugares padronizados segundo uma lógica global, os comentários a seguir demonstram que também ali é possível um encontro com a alteridade. Além disso, ressalta-se o caráter relativo e pragmático do modo como um lugar torna-se turístico, pois isso ocorre na medida em que se torna adequado ao projeto dos turistas de uso do tempo e suas práticas, como já apontado por Stock (2003, p. 18).<sup>86</sup>

Os depoimentos a seguir auxiliam a ilustrar essa relação:

This large shopping centre is one of the oldest and popular in Porto Alegre, RS, BR. It s not the most modern for world travelers but it is large and has a variety of shops. If you are a European traveler, do not expect to find cheap things. You will be shocked at the high prices of some well-know European stores, like Zara and C&A. But this is an overall misconception most travelers have about this beautiful country anyway - it s not cheap. This shopping centre is well-worth the visit. The food court and the large supermarket have a good variety. At the food court try local fast foods like pastel - these are savory pasties with various fillings. And highly recommend beer - it s ice cold and light. It s immaculately decorated during festivities, so enjoy these. This shopping centre has a huge paid parking which is a one-for-all fee. For such a large centre it s actually worth it. and it s close enough to another centre across the street - Bourbon Country. So plan to spend a few hours to get your money s worth. (27 out. 2013, Reino Unido)<sup>87</sup>

Visitamos este shopping/ centro comercial hace muy pocos dias.Tiene una diversidad de tiendas con precios accesibles.La plaza de comidas es MAGNÍFICA! Recomiendo comer el un restaurante que creo se llamaba Lalo o algo asi. Muy rico todo! Hay un Mc Donalds y un Burguer King para los chicos.Los sanitarios son de primera! Estan construyendo un nuevo sector que es casi 3 veces mas grande de lo que actualmente es el shopping!!Increible!ReCOMENDADO TOTALMENTE! (26 jun. 2014, Uruguai)<sup>88</sup>

A enormidade do Iguatemi é assombrosa, e a diversidade de lojas também. Tenho minhas dúvidas de qual o melhor Shopping de Porto Alegre, se este ou o Praia de Belas. Fico com dois, já que ambos são inesquecíveis, apesar de achar q a praça de alimentação do Iguatemi é um pouco inferior do que o Praia de Belas. O Relógio d água é um ponto de encontro para se apreciar as maravilhas que o ser humano é capaz de construir 07/03/2015 São Borja, RS

O britânico avalia a diferença dos *shoppings* europeus com o porto-alegrense e encontra oportunidade de saborear algo diferente na praça de alimentação, um

pastel. Já o depoimento do visitante Uruguaio como sublinha justamente a possibilidade de ofertar a seus filhos a chance de comer *fastfood* de cadeias globais. O depoimento do sujeito de São Borja, seu assombro com o tamanho do Shopping, diversidade de lojas e admiração do relógio d'água recorda o surgimento do Turismo nos espaços metropolitanos e sua característica de ser uma oportunidade para o convívio com a modernidade.

O relato a seguir é de outro estabelecimento, o Barra Shopping Sul, no entanto, parece pertinente ao testemunhar o quanto o vínculo *recreativo* e turístico com um lugar podem ser fortuitos e situacionais:

Tendo perdido o vôo de volta, sem ideia do que fazer em POA por um dia inteiro, acabei encontrando justamente o que eu precisava no Barra Shopping Sul: boas opções para comer e fazer compras, um bom estacionamento e a melhor localização possível! Comprei o que precisava, almocei, fui andar de bike pela orla, voltei para jantar, peguei o carro e fui para o hotel descansar. Minha salvação em POA. (31 jan. 2014 São Paulo, SP)

Esse testemunho é interessante por apresentar uma situação em que a presença em Porto Alegre não tinha inicialmente um propósito *recreativo*, mas dada uma contingência isso foi possível. Ilustra assim o movimento contemporâneo em que as mobilidades de lazer e trabalho tornam-se imiscuídas, hibridizadas. Outro destaque é o quanto as práticas elencadas e as exigências demandadas do local — opções gastronômicas, de compras, estacionamento, localização, paisagem, descanso — podem divergir das propostas difundidas na literatura turística, restritas em certo sentido a uma proposta de descoberta da cidade a partir de seu patrimônio.

A partir dessa breve análise de testemunhos dados por visitantes sobre sua experiência de habitar temporário e diálogo com a alteridade representada pelo espaço de Porto Alegre, cabem algumas considerações. A primeira é a importância do contato em primeira mão, da geograficidade, da corporeidade do encontro, da *performance* (CROUCH, 2008). A segunda é que essas práticas turísticas, ou modos de experimentação urbana, relatadas como tendo lugar em Porto Alegre vinculam-se a um modo de habitar que é o turismo. Isto é, seguem repertórios e modos de agir também utilizados para experienciar outras cidades, tais como os apontados na revisão teórica do capítulo dois, em noções como: para conhecer uma cidade é preciso imiscuir-se em sua trama, estar na rua, conviver com os locais (URBAIN, 2002), se visita cidades para experimentar suas misturas de diferença humana e a variação simbólica da 'alteridade urbana' (MACCANNELL, 2010), a tríade patrimônio,

modernidade e eventos (DUHAMEL, 2007b), ou ainda, a praça, monumento e palco (GASTAL, 2006).

Outra consideração é sobre a plataforma *tripadvisor*, tal como os guias de viagem e folhetos, pode ser considerada uma tecnologia espacial. A plataforma é uma inovação que expressa uma mudança no turismo como forma de lidar com o espaço, pois permite não apenas o acesso ao repertório de locais a serem visitados, bem como a possibilidade de avaliar a opinião de outros sujeitos (habitantes temporários ou permanentes), e de publicizar seu próprio julgamento sobre determinado ponto. Isso vai ao encontro da noção de que as práticas turísticas mudam ao longo do tempo, para além das mudanças do local a visitação do Mercado Público em 1940 seria semelhante à visitação do Mercado Público hoje? Dificilmente, pois como vimos o interesse pelo patrimônio, pelo pitoresco do regionalismo gaúcho, pelos sabores da gastronomia, pelos mistérios religiosos são alguns aspectos que parecem diferenciar a sensibilidade eminente em cada época. Outro aspecto é que ao apresentar relatos de pessoas com origens em diversos países evidencia-se uma globalização do turismo, logo uma diversidade de 'alteridades' em diálogo com o espaço porto-alegrense ausente em outras épocas. Esse uso da plataforma também implica turismo como um agente desse processo de globalização, um "gênero em comum" (LUSSAULT, 2007), certo modo de lidar com a dimensão espacial comum' compartilhado por sujeitos de diferentes partes do globo. Essa ferramenta compõe um arranjo em que possível aos sujeitos a comparação e troca de percepção do mundo e de si em dada a experiência de coabitar temporariamente outra trama espacial entre pessoas com origens e projetos diversos. Em sua obra "Tourismes 3: La Révolution durable", a Equipe MIT (2011) reporta-se a um modo de habitar turisticamente, e algumas operações fundamentais desenvolvidas nas práticas turísticas, como: apropriação, distanciamento, simbolização, identificação, rejeição. Operações essas presentes nos relatos apresentados e que expressam diálogo dos sujeitos com uma alteridade, mesmo que dosada. Distinto de uma intencionalidade produtiva, militar, científica, comercial o que se apresenta ali são relatos vinculados ao uso e a vivência do espaço a partir da estética, da fruição, do encontro, da reflexão, do lúdico, enfim, de um projeto recreativo – mesmo que, por vezes, esse tenha sido frustrado.

Nesse processo, a bagagem e o ponto de referência de cada sujeito fazem com que esse diálogo seja único: uma interação situacional. Evidencia-se como cada um é produtor de sentido, afastando-se do lugar comum que percebe o turista como consumidor passivo, alienado e dominado pelas construções de um discurso para visitantes. Embora se constate essa autonomia, também fica evidente algumas recorrências e opiniões em comum. O turismo é um código de leitura do mundo que requer certo 'capital espacial' (LÉVY, 1999), competências geográficas e envolve o aprendizado de ser turista (LÖFGREN, 2006). Mas, além de um repertório individual, esse aprendizado, leitura e experiência no existe a partir daquilo que o território visitado apresenta, ou seja, do modo como se estrutura para acolher seus habitantes (temporários e permanentes) e permitir que produzam, signifiquem e dominem sua atuação naquele espaço (LUSSAULT, 2007). Considerando a importância da recriação como um signo da urbanidade contemporânea, e a presença de turistas um indicativo do ideal cosmopolita e da adesão dessa cidade terciária pós-industrial simbolizada pela festa, multiculturalidade e poder em que. Um processo em que a existência de serviços turísticos e a capacidade de atrair visitantes torna-se uma medida de sua importância enquanto nó de uma rede global.

É possível perceber em Porto Alegre a presença de algumas iniciativas nesse sentido, como: a refuncionalização de prédios indústrias em centros culturais e de consumo, como a Usina do Gasômetro e Shopping Total, a criação de ícones arquitetônico como Iberê Camargo e a reforma do Beira-Rio, a realização de eventos, como a Copa do Mundo e Fórum Social Mundial. No entanto, atualmente parece haver pouco consenso sobre uma imagem da cidade enquanto destino o que passa pelo cuidado, neste caso a falta, com seu patrimônio e na articulação de uma governança que promova seu território para capturar o "Olhar do Turista" (URRY, 2001). A obsolescência e falta de mediação para o visitante evidencia-se nos depoimentos sobre Mercado Público, Casa de Cultura Mario Quintana, Parque da Redenção e Museu da PUCRS. Isso faz de Porto Alegre uma cidade hospitaleira? Qual a preocupação que existe para com seus visitantes? A partir do turismo emergem algumas questões sobre a própria cidade, recorda-se das placas de sinalização turística instaladas em 2012, prontamente vandalizadas, ou, de modo inverso, das tentativas dos moradores em difundir adesivos pela cidade indicando a

circulação das linhas de ônibus e que foram rechaçadas pelo poder público como atos de vandalismo (ZERO HORA, 2014).

A materialidade indicada por essa (não) sinalização, sua influência nas *performances* turísticas, os relatos disponibilizados no *Tripadvisor*, a constatação de cada encontro individual com o espaço porto-alegrense, são alguns dos elementos que permitem visualizar a emergência de um arranjo e suas conexões, denominado turismo. Isso vai ao encontro dos pressupostos perspectiva sistêmica assumida neste trabalho de fundamentá-lo nos achados da pesquisa de campo e da Teoria-Ator-Rede de rastrear e indicar as conexões que formam um social sem trazer "agentes (conceitos) estranhos" à trama. Dessa maneira, esses projetos de *recriação* e aquilo que articulam (hotéis, avenidas, aeroporto, centros culturais, barcos, ônibus *double-decker*, museus de arte e de ciências, órgãos públicos, financiamentos, guias de viagem, famílias em férias, etc.) parecem traduzir e preencher de significado o substantivo turismo, remediando o problema de sua flutuação semântica e de sua multiplicação através do uso de adjetivos - adequados à segmentação mercadológica, mas pouco aptos à compreensão do que há em comum entre essas denominações e usos do termo turismo. Evidencia-se o caráter situado desse arranjo, que se altera ao longo do espaço-tempo e que se articula de modo particular nas especificidades de cada local. As especificidades e as tramas do turismo em Porto Alegre tecem um nó em um tapete que é o sistema turismo global, e apesar da semelhança com outros entrelaçamentos, cada elo da tessitura é único.

Tendo em vista esse caráter dinâmico das práticas turísticas, do sistema que emerge a partir delas e de seus efeitos sobre os locais, uma proposta é analisar a trajetória dos diferentes locais evocados na literatura turística ao longo do tempo.

#### **4.5.6 Trajetórias dos lugares turísticos de Porto Alegre**

A partir da análise sobre os locais de Porto Alegre mencionados na literatura turística, percebe-se que não foram construídos com essa finalidade, mas agregaram tal função ao ser palco de projetos e práticas de visitação. São expressões de outras funções urbanas pelas quais Porto Alegre se afirmou — financeira, política, comercial, culturalmente — e que, ao se tornarem representativos de um *ipse* da cidade, passam a ser objeto desse Olhar do Turista. Uma questão

importante é saberem que medida essa função agregou-se de modo complementar às existentes, ou foi forte o suficiente para subverter os lugares pelo Turismo; recorda-se a tipologia exposta no capítulo dois, que aponta ser esse o caso de muitas cidades históricas. Em Porto Alegre, a intensidade e sucesso dessa *mise en tourisme* variou de acordo com cada lugar identificado no mapa, embora algumas trajetórias em comum possam ser diagnosticadas. São dinâmicas que parecem expressar o vínculo entre um sistema de práticas turísticas e as possibilidades de práticas ofertadas pelos lugares. Em algumas cidades, como em Buenos Aires, também é possível perceber uma relativa continuidade entre os elementos da cidade que são objetos de turistificação. Em outras, como no Rio de Janeiro, se verificam mudanças importantes no que é considerado turístico ao longo do tempo. Castro (1999) narra seu estranhamento ao observar o mapa turístico de 1937 da então capital federal e constatar a ênfase atribuída aos monumentos do centro histórico em contraste com a ausência dos balneários da Zona Sul, que a partir dos anos 1960 viriam a se tornar os seus principais pontos turísticos.

Em Porto Alegre, não obstante o passar do tempo e das transformações do espaço urbano, e da própria dinâmica dos lugares mencionados, esses conjuntos centrais seguem sendo aqueles elencados como os representativos da identidade da cidade. Como avaliar essa continuidade? O que essas dinâmicas expressam sobre o Turismo? O que representam para o espaço das cidades? E, mais especificamente, o que significam para Porto Alegre e sua turistificação?

Mais do que uma turisticidade abstrata, ou da ideia que vincula o Turismo exclusivamente à existência de consumo, a qualidade turística dos locais parece estar ligada a sua adequação às mitologias e às propostas de vivenciá-los no tempo livre de quem não os conhece. Permitindo assim que os sujeitos turistas, em seus projetos, identifiquem-se e criem um sentido de pertencimento ao espaço vivido temporariamente: transformando-o em (entre)lugar (CASTROGIOVANNI, 2004). Projetos que, via de regra, estão ligados ao desejo de experimentar a alteridade, o que é algo relativo à bagagem de cada um, como se evidencia nas distintas percepções sobre os locais da cidade.

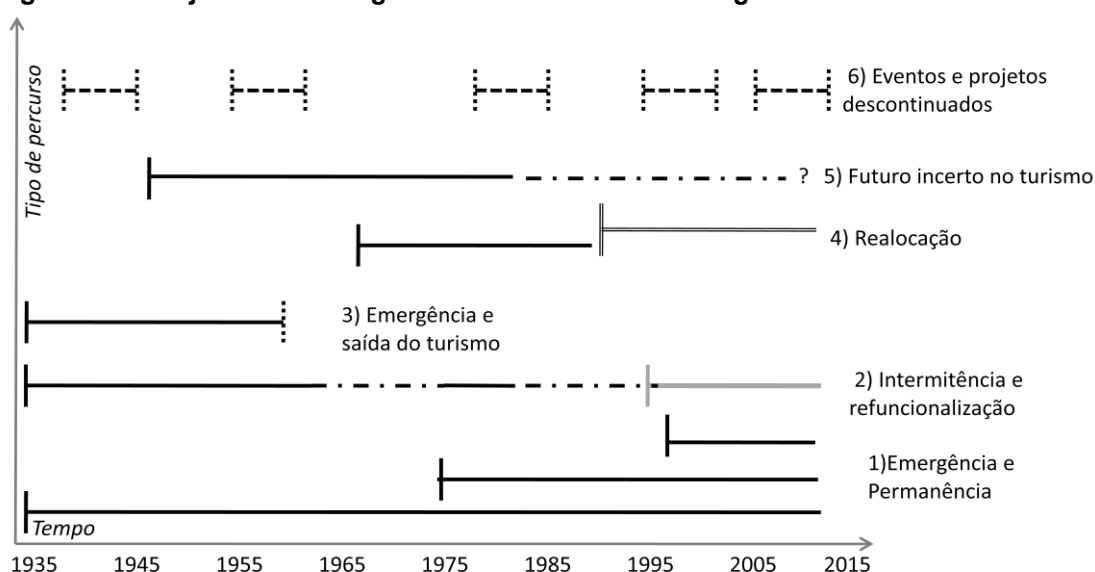
Uma peculiaridade que percebemos no caso de Porto Alegre é a recorrente constatação da obsolescência dos locais emblemáticos à visita na cidade, traduzida em julgamentos como: falta de cuidado, abandonado, perigoso. Embora



frustre as expectativas de alguns visitantes, esses pontos continuam procurados e reconhecidos, pois, assim como a construção do *status* turístico é algo que ocorre paulatinamente, a sua desconstrução e saída do Turismo também não é automática. Outra constatação, portanto, é a existência de uma dinâmica do Turismo, que comporta a emergência de novos locais turísticos, o abandono dessa função em outros, ou os casos de intermitência, em que essa enfraquece embora continue presente.

Com inspiração na proposta de Stock (2014), sobre o percurso dos destinos no sistema Turismo (1750-2000), buscou-se identificar e construir uma representação das trajetórias turísticas dos pontos turísticos de Porto Alegre. A partir do estudo da literatura turística da cidade, identificaram-se seis trajetórias: 1) emergência e permanência no Turismo, 2) intermitência e posterior refuncionalização; 3) emergência e saída do Turismo; 4) realocação; 5) intermitência e futuro incerto no Turismo; e, 6) eventos ou projetos descontinuados.

**Figura 39 – Trajetórias dos lugares turísticos de Porto Alegre**



**Fonte: elaborado pelo autor**

Existem pontos que estão presentes desde as primeiras publicações sobre a cidade voltadas para visitantes, ou desde que foram criados. Exemplos que ilustram a primeira trajetória: o Mercado Público, do Parque da Redenção e dos museus de Ciência e Tecnologia da PUCRS e da Fundação Iberê Camargo - esses últimos criações relativamente recentes (1998 e 2005, respectivamente). No caso dos

lugares mais antigos, esse caráter de permanência é apenas aparente, visto que se trata de uma continuidade em meio a transformações do espaço urbano em que estão situados, bem como em meio a mudanças das conexões e práticas que o articulam no sistema Turismo. Recordar-se aqui a valorização inicial da Praça da Matriz por sua modernidade e a continuidade dessa apreciação pelo valor histórico daquele conjunto patrimonial.

Uma segunda trajetória é aquela em que há permanência existe, mas o local foi refuncionalizado, passando por transformações que lhe inserem no Turismo de outro modo. É o caso dos prédios da Praça da Alfândega (Delegacia Fiscal e Correios e Telégrafos), que, nas primeiras publicações, eram destaque pelas instituições que abrigavam e por sua arquitetura, que segue sendo apreciada, mas agora os edifícios são museus. Outros casos exemplares desta trajetória são: o edifício construído para abrigar o Hotel Majestic e transformado em Casa de Cultura Mario Quintana; a Usina do Gasômetro, termoelétrica reconvertida em centro cultural; ou ainda, o prédio da Cervejaria Bopp, depois Brahma, e hoje Shopping Total. Esses, referentes a um patrimônio industrial que inicialmente estava presente em publicações turísticas por simbolizar a modernidade e o progresso. Outro exemplo da trajetória de intermitência e refuncionalização é a Praia de Ipanema. Inicialmente apreciada por ser lugar apropriado ao banhismo, perde essa função com a poluição das águas do Guaíba. Posteriormente, é reincorporada ao Turismo a partir da instalação de um calçadão e ciclovia apropriados às práticas esportivas, à contemplação do pôr-do-sol e à frequência aos restaurantes e bares estabelecidos defronte à orla.

Essa reconversão não foi o mesmo destino da Praia da Pedra Redonda que, apesar de bastante reputada e presente em fotografias e pinturas na primeira metade do século XX, hoje não é mais mencionada. Esse é um exemplo da terceira trajetória, de pontos inicialmente mencionados nas publicações turísticas, mas que deixaram de sê-lo, indicando uma saída do Turismo. Outro caso desses é o da Câmara de Comércio, onde funcionava a bolsa de valores, indicada como instituição importante no discurso turístico dos guias de 1935 e 1955 e que não foi mais referida. Assim como à menção de alguns clubes e associações desportivas da cidade. Um exemplo mais contemporâneo é o do Centro de Cultura Municipal Érico Veríssimo (Renascença), presença frequente nos folhetos assinados pela

Administração Popular e que se encontra ausente das publicações turísticas mais recentes, o que possivelmente esteja vinculado à própria mudança da política de uso daquele equipamento.

Nessa trajetória de saída do turismo podem se notar duas dinâmicas. A primeira parece indicar que o sentido do que é considerado turístico transforma-se ao longo do tempo. É o caso da evocação de instituições importantes para a vida social portoalegrense – bolsa de valores, clubes de ginástica, instituições de ensino... –, que tende a estar vinculada a certo *ethos* e cenografia da literatura de viagem nos quais as menções indicam mais os interesses de anfitriões do que propriamente um vínculo a projetos de habitar temporário por parte dos turistas. Nesse caso, ao não serem apropriados em projetos de visita não se perpetuaram em diferentes cenografias e contextos espaço-temporais. A segunda dinâmica indica uma alteração das qualidades do local que leva há uma perda, ou enfraquecimento, daquilo que lhe habilitava como cenário de projetos de *recriação* dos visitantes. Essa saída do turismo não quer dizer que o local deixe de existir, mas que passa ser dominado por outras lógicas e funções não vinculadas às práticas turísticas, que ficam ausentes ou ocorrem em caráter residual. O planetário e sua opção por concentrar-se em atividades educativas inibindo sua visita turística é um exemplo. Outro caso dessa segunda dinâmica são as praias do Guaíba, bem como os morros de Porto Alegre.

Os morros eram associados à prática de visita para a apreciação de seu “pitoresco panorama”. Em alguns casos, como o do Morro Ricaldone, a verticalização da cidade inviabilizou essa possibilidade. Foi essa competição com outras atividades, como o avanço da urbanização - Alto Petrópolis - ou a instalação de antenas - Morro da Polícia - que levaram esses lugares a saírem do Turismo. No entanto, o morro em que o Turismo era mais presente, atestado inclusive pela instalação de um belvedere, era o Santa Teresa, que hoje, devido ao relato de assaltos e agressões frequentes (COSTA, 2015), tornam incerta a sua permanência como lugar turístico de Porto Alegre.

Uma quarta trajetória observada neste exame da literatura de viagem é quando práticas turísticas permanecem, mas mudam de localização. É o caso dos passeios de barco, instalados na década de 1970 na Doca Turística. Esse local, que incluía um atracadouro e restaurante, teve seu uso descontinuado e hoje se

encontra abandonado. Os passeios em barcos turísticos, no entanto, continuam sendo ofertados em outros pontos da orla do Guaíba. A troca de estádio pelo Grêmio, do Olímpico para Arena, seria outro exemplo, embora para alguns torcedores o primeiro siga sendo um lugar de memória. O Museu de Artes do Rio Grande do Sul é outro caso de realocação; inicialmente instalado no Teatro São Pedro passou a ocupar o prédio da Antiga Delegacia Fiscal na Praça da Alfândega. Percebe-se aqui o cruzamento dessas trajetórias, em que um local é refuncionalizado e em que pese no outro o Turismo continue, mesmo com a perda de uma das possibilidades que o tornava atraente aos visitantes.

Em meio a essas múltiplas trajetórias, uma que parece ter importância fundamental no processo de turistificação de Porto Alegre é aquela dos eventos. Os eventos cumprem um papel interessante para articulação de diferentes atores em prol de um objetivo comum de apresentar a cidade para os visitantes. A Exposição de 1935, o Bicentenário de 1940, o Fórum da ABAV em 1990, o Fórum Social Mundial 2001, 2002, 2003 e 2005, o Mundial de Atletismo Master em 2013, a Copa do Mundo em 2014. Seguindo outra escala e ritmo estão a Semana do Turismo e a Semana de Porto Alegre, o Acampamento Farroupilha.

Essas diferentes trajetórias dos lugares turísticos de Porto Alegre ressaltam o caráter contingente e instável do arranjo que o turismo. O quadro a seguir foi elaborado com intuito de ilustrar alguns casos dessas diferentes trajetórias.

**Quadro 13 - Exemplos das trajetórias dos lugares turísticos de Porto Alegre**

<b>Trajетória</b>	<b>Casos</b>
1) Emergência e permanência no turismo	Mercado Público Parque da Redenção Museu de Ciências e Tecnologia PUCRS
2) Intermitência e refuncionalização	Delegacia Fiscal/ MARGS Correios e Telégrafos/ Memorial RS Usina do Gasômetro / Centro Cultural Usina do Gasômetro Hotel Majestic / Casa de Cultura Mario Quintana Balneário de Ipanema / Calçadão de Ipanema Cervejaria Bopp / Shopping Total
3) Emergência e saída do turismo	Praia da Pedra Redonda Belvedere Morro Ricaldone Solar da Travessa Paraíso Prédio Federasul

	SOGIPA Restaurante e mirante no Morro da Polícia Centro Municipal de Cultura
4) Realocação	Passeios de barco (de Doca Turística para Cais do Porto e Usina do Gasômetro) Estádio do Grêmio (do Olímpico para Arena)
5) Futuro incerto no turismo	Belvedere Rui Ramos no Morro Santa Teresa Planetário Cemitério da Santa Casa Cais do Porto
6) Eventos e projetos descontinuados	Exposição Universal de 1935 Comemorações do Bi-centenário de Porto Alegre em 1940 Encontro da ABAV em 1990 Encontros Mercocidades 2002 e 2006 Copa do Mundo 2014 Turismo de base comunitária na Ilha da Pintada Semana do Turismo

**Fonte: elaborado pelo autor**

Ao considerar esse quadro de trajetórias, uma agenda de pesquisas que parece promissora é a investigação pormenorizada dos pontos evocados na literatura para visitantes e evolução das práticas turísticas a eles associadas. No entanto, é uma proposta para o futuro, visto que foge ao escopo desta tese. Além de entender o porquê alguns lugares permanecem e outros saem do turismo, seria interessante considerar as variações de intensidades e os diferentes ritmos com que cada local se articula no sistema turismo. Parece haver uma gradação. Por exemplo, a Usina do Gasômetro, abandonada até os anos 1990, transforma-se em centro cultural, além dos eventos e programação que acolhe, associa-se a sua visitação a prática de observar o pôr-do-sol desde seu terraço, instala-se ali o ponto de embarque dos passeios náuticos pelo Guaíba e da Linha Turismo, é um ponto central nas atividades do Fórum Social Mundial a ponto de virar um dos ícones dessa imagem de Porto Alegre para o mundo. Isto é, há uma convergência de possibilidades de projetos de práticas turísticas que a tornam cada vez mais importante nas propostas de roteiro que visem à descoberta da cidade. Após esse certo "apogeu", a programação cultural ali presente perde intensidade, a manutenção do prédio fica defasada, deixa de ser ponto de embarque da Linha Turismo, o terraço é fechado para manutenção, a Orla do Guaíba bloqueada para

reformas, temporariamente dali deixam de partir embarcações turísticas e aos poucos a Usina do Gasômetro vai ficando menos importante no quadro do turismo na cidade - ao ponto do autor presenciar relatos de visitantes indicando que aquele não deveria ser um local recomendado à visita. Seguindo a metáfora de Violier (2008), parece que "a maionese desandou". Será que adicionando mais azeite e batendo mais ela volta ao ponto? O caso da Usina parece indicar uma trajetória de intermitência, visto que com a conclusão das obras de "revitalização" da Orla e reformas no prédio, há uma tendência que esse ponto volte a estar presente nos roteiros dos visitantes. Ao menos se espera. Já na condição do Morro Santa Teresa essa recondução ao Turismo assemelha-se menos provável. Outro caso é o do Mercado Público, cujo segundo piso foi incendiado em 2013 e permanece fechado desde então, poderia se perguntar: que efeitos isso tem no diálogo dos visitantes com o espaço? O que permite que ainda esteja nos projetos dos habitantes temporários de Porto Alegre? Qual sua influência dessa perda para a intensidade do vínculo de Porto Alegre ao Sistema Turismo? Mas, que fique claro que não se trata apenas de perdas, pois essas são questões pertinentes também em casos com maior chance de respostas positivas, como a reforma do Estádio Beira-Rio e a urbanização da faixa central da Orla do Guaíba, por exemplo.

## 5. CONSIDERAÇÕES (NÃO TÃO) FINAIS. É HORA DE VOLTAR PARA CASA

A viagem chegou ao seu término. É chegada a hora de retornar à casa. Organizar as fotos mais bonitas para mostrá-las aos amigos. Sumarizar o que foi visto e sentido. Relatar o que se aprendeu. Reconhecer o que estava no roteiro, mas teve de ser preterido. Dar dicas para futuros viajantes que ousarem se aventurar por trajeto semelhante. O destino foi o Turismo em Porto Alegre por meio de uma abordagem geográfica.

A primeira parada do roteiro foram as controvérsias de definição de Turismo. A instabilidade em relação ao significado deste termo e à ontologia a que se refere é um dos grandes obstáculos à sua compreensão, bem como à sua consolidação e crescimento como campo de estudos. No entanto, uma das riquezas do estudo do Turismo é justamente a necessidade de uma abordagem interdisciplinar. Seu entendimento exige que cada disciplina se abra, reconheça o seu caráter parcial e se disponha ao diálogo com outras epistemes. Como todo diálogo, além da melhor compreensão do objeto “Turismo”, essas trocas também permitem questionamentos sobre o próprio cerne de ferramentas e conceitos de cada matéria.

O entendimento do Turismo enquanto prática do deslocamento e do habitar temporário visando à *recriação*, proposta por autores como Stock (2003), Violier (2008) e Equipe MIT (2008; 2005; 2011) é uma plataforma que permite a estabilização, mesmo que temporária, dessas controvérsias e, então, a colaboração, ao invés de disputa, entre as disciplinas na direção de uma melhor compreensão do Turismo, entendido como sistema. Essa proposta afasta-se, assim, da proposição atualmente hegemônica de atribuir ao Turismo a natureza de mercado, que entende os lugares como produtos e os turistas como consumidores. A última compreensão traz uma série de limitações, como: negar o caráter turístico de deslocamentos *recreativos* que acontecem à margem de um sistema de trocas remunerado e empresarial; denotar como turísticas mobilidades cujas características são outras, tais como negócios ou tratamentos médicos; tornar opaco o papel ativo dos turistas na co-produção de seu objeto de consumo, em que a matéria-prima muitas vezes são externalidades e fatores “irracionais” do ponto de vista econômico, como representações do mundo, estética, valores e expectativas de comportamento.

Todavia, a leitura do Turismo como um sistema de práticas *recriativas*, cuja emergência e evolução podem ser situadas no espaço-tempo, não implica em dizer que a partir delas não se tenha formado um mercado, em que existem empresas, consumidores e cujas atuações influenciam o conjunto global. Da mesma forma é necessário considerar o atual hibridismo entre lazer e trabalho, cotidiano e não-cotidiano.

Essa perspectiva apresenta uma inovação frente a outras epistemes do Turismo que é retirar a noção do turismo como encontro da oferta e da demanda, passa a ver a partir da prática do sujeito que se desloca e o seu projeto de se recriar e sentir-se em uma trama espacial diferente. Assim como é possível uma leitura econômica deste sistema de atores, locais e práticas que é o Turismo, também é possível uma leitura geográfica – a segunda parada deste roteiro. Uma abordagem geográfica do Turismo, tal qual proposta nesta tese, difere de uma Geografia do Turismo. Essa última, mais preocupada em entender o Turismo a partir de seus efeitos, como a distribuição dos fluxos de visitantes, a necessidade de controle e gerenciamento do uso turístico do ambiente, tal qual a denúncia da desestruturação dos laços tradicionais em comunidades que até a chegada do Turismo estavam pouco vinculadas à modernidade em uma economia globalizada. Embora reconheça a pertinência e a relevância dessas contribuições, a abordagem geográfica do Turismo aqui sugerida traz outro ponto de vista: centrado nos turistas, atores deste sistema, e no que implica essa intencionalidade, enquanto modo de habitar o mundo e de se relacionar com a realidade espacial. Esta abordagem geográfica do Turismo em Porto Alegre, não esquecendo sua inserção em um sistema global, permitiu a articulação de diferentes ferramentas e conceitos geográficos. Exemplo dessa conexão foi considerar Di Méo & Buleón (2007) em sua proposta de uma ontologia tripla do espaço – racional, social e subjetivo. A primeira, presente quando se tratou da distribuição espacial do Turismo, em distintas escalas, mundial, nacional e local. A segunda, quando o alvo foi a emergência da intencionalidade e do discurso turístico sobre Porto Alegre, que comporta mitologias, códigos de uso do espaço e de significação da paisagem da cidade. Aspectos que, outrossim, pertencem a uma rede tramada por atores e interesses que ultrapassam o Turismo. A terceira, evidenciada na relação particular que cada visitante estabelece a partir de seu projeto de vivência e de diálogo com o espaço visitado e sua relativa alteridade.



Situação que permite perceber o Turismo também como uma oportunidade de aprendizagem geográfica. Assim é possível considerar que há um aprendizado da condição de ser turista, e que o fornecimento de informações que ajudem a significar / traduzir a alteridade do território visitado é um ato hospitaleiro necessário - embora menos presente do que poderia ser no caso portoalegrense - à sua compreensão como turístico .

O terceiro ponto de parada do roteiro que essa proposta de abordagem geográfica do Turismo implicou foi o exame da relação entre Turismo e urbano. Apesar de constituídos como campos de estudo distintos, é necessário reconhecer que: primeiro, o Turismo emerge e é produto de uma sociedade urbana; segundo, o Turismo é um modo de operar o espaço que atua tanto como um vetor da urbanização, a levando a locais onde não havia chegado, quanto no seio da própria metrópole, como signo de urbanidade. Há, portanto, um anel recursivo entre Turismo e urbano.

O Turismo, outrossim, produz uma diversidade de tipos espaciais urbanos, que não podem ser tomados indistintamente sob o rótulo genérico de espaços turísticos. Abstração que muitas vezes é feita tendo em mente um tipo particular de local turístico: a estação. E negando, assim, o caráter turístico de outros tipos, como a cidade-paradouro, por exemplo. Ao examinar-se os locais criados, investidos e subvertidos pelo Turismo constatam-se diferenças importantes, que levam à proposta de uma tipologia de locais turísticos. Tal tipologia está ancorada em três critérios, que são a presença, ou ausência, de: meios de hospedagem, população permanente e outras funções urbanas além do Turismo. Essa tipologia permite uma leitura diacrônica da dinâmica e evolução dos distintos tipos de locais turísticos desde a emergência desse sistema no século XVIII. Também permite a compreensão do sistema Turismo como um todo. Isso ocorre à diferença de propostas de diferenciação que adjetivam os espaços turísticos a partir das características morfológicas do espaço visitado, ou do projeto de visitação, tais como Turismo urbano, Turismo cultural ou Ecoturismo. Diferenciando-os, sem atentar para o que têm de comum: a finalidade *recreativa*.

Dentre as oito espécies de espaços da tipologia adotada, duas apresentam possibilidades de leitura interessantes para a compreensão do Turismo em Porto Alegre: a cidade com função turística e a cidade de trânsito. Em ambos os casos o

Turismo exerce um papel coadjuvante na dinâmica local. Distinto, portanto, de tipos como a estação turística ou a cidade turistificada em que esse é o principal motor de atividades do local. Em Porto Alegre, o uso turístico de seus espaços sofre concorrência com outros projetos. Além dessa concorrência interna, há concorrência externa, já que a cidade está em um sistema global de destinos turísticos. De tal modo, pode-se atestar que o Turismo em Porto Alegre existe de modo periférico e intermitente.

A cidade exerce um papel fundamental como pólo emissor de visitantes do Rio Grande do Sul, sendo responsável pela *mise en tourisme* e urbanização de outras regiões do estado, como a Serra Gaúcha e o Litoral Norte. Todavia, a proposta deste trabalho foi considerar a capital gaúcha enquanto palco de práticas turísticas. A intencionalidade turística sobre seu espaço se constituiu aos poucos, derivando de mobilidades inscritas em outros projetos de visitação, como expedições científicas, militares e comerciais. Ao examinar o processo de evolução urbana da cidade, nota-se que o Turismo não parece ter subvertido a dinâmica já impressa por outras atividades, como o comércio, a indústria, serviços administrativos, financeiros, médicos e educacionais. No entanto, essa constatação sobre o todo não é válida para alguns bairros que se urbanizaram como balneários, a exemplo de Ipanema e Pedra Redonda, mas que, posteriormente, se incorporaram à dinâmica predominante do conjunto.

É um guia de viagens inglês de 1915, o primeiro testemunho encontrado que inscreve a cidade em um sistema global de destinos turísticos. Desde então Porto Alegre se apresenta de maneira periférica no conjunto deste sistema. Por que periférica? Em um primeiro aspecto porque a maior concentração e densidade de destinos e de visitantes está em regiões onde, além da cultura de viagens, há mais renda disponível e um sistema de transportes mais eficiente, como Europa e América do Norte – embora, perceba-se a expansão da Ásia e Oriente Médio neste conjunto nos últimos anos. Desde cedo a América do Sul foi percebida como *off the beaten track*. Existe o caso de locais onde mesmo sem um número expressivo de visitantes em termos absolutos, o Turismo exerce um papel central. É o caso de economias pouco diversificadas, onde os fluxos de visitantes são uma fonte de riqueza importantes. Situação que também não corresponde à do Brasil e de Porto Alegre. O Brasil é periférico a esse sistema mundial de destinos turísticos,

recebendo 0,5% dos fluxos mundiais. O país mais envia visitantes para os grandes palcos do Turismo mundial do que recebe visitantes interessados em descobri-lo.

O principal público para os destinos turísticos brasileiros, são, portanto, os visitantes domésticos. Neste subconjunto, Porto Alegre também pode ser considerado um destino, de certa forma, periférico. Isso porque, apesar de nomeado em boa parte dos guias de viagem e de ter uma concentração importante de empregos em Atividades Características do Turismo, o fluxo de visitantes à cidade é o resultado de um conjunto diverso de mobilidades motivadas por viagens corporativas, eventos, visita a amigos e parentes, tratamentos de saúde, e também por Turismo. A definição aqui adotada de Turismo como um deslocamento motivado por práticas de *recriação*, difere do vale-tudo das definições oficiais, e é crucial para a compreensão dessa constatação e do entendimento da dinâmica turística do destino que dela decorre. Embora, como se tenha evidenciado nos testemunhos sobre a experiência dos visitantes na cidade, existem muitos casos híbridos - de visitantes que não optaram por vir à Porto Alegre, mas lá estando buscam descobri-la. Isso não necessariamente implica na perda do caráter *recreativo* da experiência, mas na sua inscrição no seio de outro projeto de habitar temporário (como a visita a negócios ou a escala rumo a um destino mais distante).

A economia de Porto Alegre é diversificada a tal ponto de o Turismo competir com outras atividades e com outros discursos que buscam atribuir sentido ao seu território, como o discurso da cidade de negócios que visa atrair investimentos, ou o da cidade da violência (Fobópole), que esvazia os espaços públicos em prol da sociabilidade em centros comerciais semi-públicos e condomínios fechados. Isso além do vandalismo, que imprime uma curta duração às iniciativas de valorização, e turistificação, dos espaços públicos. Não apenas o Turismo compete, como ocorre de maneira subalterna, diante da dinâmica de outros setores. É o que se constata ao observar a preferência, a reboque, de os estabelecimentos hoteleiros na cidade se localizarem em direção à nova centralidade de negócios da cidade; ou dos hostels, em se instalarem na área preferida para diversão noturna. Tal comportamento difere de outras metrópoles brasileiras, como as do Nordeste (DANTAS, FERREIRA e CLEMENTINO, 2010) em que o Turismo é um vetor para a urbanização e deslocamento da centralidade para novas áreas. Outro exemplo dessa condição dominada do Turismo é quando as iniciativas de sua promoção são subterfúgios

para outros fins, como a propaganda política ou a expressão de um orgulho regional, cujos interlocutores não parecem ser os visitantes ávidos em descobrir a cidade.

Ao examinar os lugares investidos pelo Turismo em Porto Alegre, constata-se que a maior parte é objeto de um uso misto – turístico e não-turístico. O que condiz com a situação de outras metrópoles nacionais, a exemplo de São Paulo (ALLIS, 2012) Neste sentido, nota-se que as práticas turísticas em Porto Alegre não exercem um papel importante a ponto de subverter os lugares, e estruturar um sistema de ordenamento do território centrado neste uso. Existem iniciativas, mas que acabam gerando um movimento intermitente e cuja obsolescência muitas vezes é rápida. Analisando a dinâmica dos lugares turísticos da cidade ao longo do tempo, nota-se certa continuidade nesse período dos locais apreciados como turísticos, embora a cidade tenha se transformado, ou os locais tenham sido refuncionalizados. Outras trajetórias são a realocação e a intermitência.

O sistema turístico de Porto Alegre é intermitente e vulnerável, no sentido em que dependendo da conjuntura local e extra-local podem haver movimentos que o fortalecem, ou o debilitam. Por exemplo, no ciclo de 2010 a 2015 - com o crescimento da economia nacional, aumento do fluxo de passageiros do transporte aéreo, Copa do Mundo – havia um contexto externo favorável que implicou em uma maior presença do Turismo na cidade, apesar da pouca articulação dos atores locais. No entanto, passado esse momento, o sistema tende a se enfraquecer, e, à diferença de destinos em que o Turismo tem um papel mais central para a dinâmica local, não se percebe uma coordenação de diferentes atores em buscar uma atuação e regulação autônoma em face de essas variações do todo sistema Turismo. Existiram, no entanto, outras conjunturas espaço-temporais em que as iniciativas de turistificação da cidade emergiram desde os interesses e a articulação locais. Parece ter sido o caso da década de 1970, com o alinhamento entre EPATUR, EMBRATUR e CRTUR, ou no período da Administração Popular, no final dos anos 1990 e começo do terceiro milênio.

No entanto, apesar de periférica ao sistema turístico global e de apresentar um caráter intermitente das iniciativas de turistificação em seu território, não há como se negar que Porto Alegre é uma cidade turística. Seus 3,5 milhões de visitantes anuais não podem ser desprezados. Seu espaço é objeto dessa intencionalidade, existem visitantes que cumprem seus projetos de descoberta da

cidade, mais numerosos que em muitos locais com maior reputação turística. Entretanto, como uma metrópole, nela o Turismo é menos evidente por estar disperso e imiscuir-se às outras dinâmicas da cidade. Situação que é comum entre as cidades com função turística.

Nesse sentido, este exame sobre Porto Alegre é parcial e pode ser ampliado de outras formas. Seria interessante, por exemplo, ampliar o número de cidades brasileiras estudadas, para avaliar as semelhanças e particularidades da dinâmica do Turismo – esse gênero comum – em tal conjunto. Neste sentido, a literatura turística, em especial os guias de viagem, se provaram um recurso interessante. O próprio estudo do conjunto do sistema Turismo nacional que o quadro teórico, a tipologia de espaços turísticos e o uso da literatura para visitantes permite é um campo bastante amplo para novas investigações.

Este estudo também se propôs como uma avaliação sobre o conjunto de Porto Alegre, a análise específica da dinâmica de certos lugares turísticos da cidade – a exemplo daqueles que foram objeto de refuncionalização – poderia nos aportar detalhes sobre a articulação dos diferentes atores e dinâmicas urbanas e como se vinculam, ou não, ao Turismo – recordando seu papel de subterfúgio para legitimar certas intervenções. Ao avaliar os lugares investidos pelo Turismo em Porto Alegre também se nota a diversidade de atores e instâncias administrativas responsáveis por sua gestão, uma análise avaliando o conjunto deste quadro difuso e buscando a compreensão de suas (des)conexões é outra possibilidade interessante de contribuição. Da mesma forma a análise da trajetória desses pontos turísticos, as práticas e os arranjos de atores, ações e objetos a eles vinculados é outra agenda pertinente.

Por fim, cabe a pergunta: o que o Turismo revela sobre Porto Alegre? Ao considerá-lo um fenômeno social total é possível ver como esse perpassa uma série questões sobre a cidade tais como sua identidade, governança, hospitalidade, infraestrutura, cultura, economia, patrimônio, sociabilidade, política, entre tantas outras. Tal como os quadros renascentistas que ao representar a paisagem buscavam representar o bom governo sobre determinado território, o turismo e percepção dos visitantes parece refletir projeto para a cidade por parte de sua governança, visto que o acolhimento e mediação de seu território para o outro exige a sua articulação. Será que representações e propostas turísticas para Porto Alegre cumprem, ou

alguma vez já cumpriram, seu papel em seduzir os visitantes? Qual efeito do entendimento de Turismo como subterfúgio para outras intencionalidades sobre a cidade, como discurso político, captação de investimentos, afirmação de identidade local?

Esse trabalho reflete um esforço epistemológico em não atribuir ao turismo um sentido imanente ou automático, mas de procurar analisar as conexões que emergem dos diferentes arranjos conectados em prol dessa intencionalidade sobre o espaço. Nesse sentido, cumpre dizer que a condição metropolitana de Porto Alegre e sua inserção em um mundo globalizado faz com que seja palco de mobilidades variadas. Considerar essa diversidade, muitas vezes dispersa e oculta, ao não corresponder às expectativas locais sobre a figura do turista, parece ser um ponto importante para iniciativas que a tornem mais hospitaleira e valorizem o turismo como signo de uma urbanidade contemporânea - isto é, como uma cidade cujo espaço público é lugar de encontro, de descoberta, de afirmação de identidades, de experiência da alteridade e do recriar-se como sujeito, em um contato mais profundo que extrapola o sentido de consumo, embora não o negue. Reconhecer o sentido do Turismo como, além de atividade econômica, um modo leitura e vivência do espaço urbano é permite considerá-lo um instrumento de acesso à cidade que possibilita sua apreensão a partir das diferentes pautas de mediação e proposições para (re)conhecê-la em sua diversidade. No entanto, mais do que rótulos ou marcas tão comuns em adjetivações do turismo (turismo criativo, turismo inteligente, turismo social, etc) essas propostas devem ter como cerne: o acolhimento aos visitantes - uma demanda muitas vezes já presente na cidade -; a atenção às necessidades de mediação que esses têm para lidar com a alteridade representada por Porto Alegre; enfim, auxiliá-los a desvendar essa "cidade que se esconde" e estimular que desse encontro surja sentimento de pertencimento à cidade, que esses "habitantes temporários" lhe atribuam um *status* de entre-lugar (CASTROGIOVANNI, 2004),

A análise do *corpus* de 135 documentos do período de 1915 a 2015 evidencia as transformações da postura de Porto Alegre frente a seus visitantes, das propostas do que fazer, dos distintos arranjos institucionais e dos valores usados como código para leitura da cidade. Ao traduzir essas formas de organizar o saber sobre a cidade e de propor práticas turísticas em seu território, este trabalho dá acesso a um repertório que convida à reflexão sobre à cidade, à sua gestão, à sua

relação com ideais de urbanidade, à organização do turismo em seu território e ao lugar que atribui a seus visitantes conforme sua procedência.

Ao retornar dessa viagem e seus diferentes roteiros percebe-se o quanto as possibilidades de pesquisa são vastas e que ela é na verdade o ponto de partida para muitos novos destinos a serem visitados.

Até a próxima viagem!

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, M. A. O estudo geográfico da cidade no Brasil: evolução e avaliação. In: CARLOS, A. F. **Os caminhos da reflexão sobre a cidade e o urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

ALLIS, T. **Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo**. São Paulo: Tese de doutorado FAU/ USP, 2012. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-02072012-140450/pt-br.php> Acesso em 21 jun. 2017.

ALONSO, J. F.; BANDEIRA, P. S. A "desindustrialização" de Porto Alegre: causas e perspectivas. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 3-28, 1988. Disponível em: <http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaio/article/view/1167/1525> Acesso em 12 abr. 2017.

ANTONESCU, A.; STOCK, M. Une méthodologie pour reconstruire la mondialisation du tourisme. **Mondes du Tourisme**, v. 9, p. 2-18, 2014. Disponível em: <https://tourisme.revues.org/124> Acesso em 12 abr. 2017.

ARAÚJO, I. L. **Do signo ao discurso: introdução à filosofia da linguagem**. São Paulo: Parábola, 2004.

BAGNOLI, L. **Manuale di geografia del turismo: dal Grand Tour ai sistemi turistici**. Torino: UTET, 2006.

BARBERANI, S. **Antropologia e Turismo: scambi e complicità culturali nell'area mediterranea**. Milano: Guerini, 2006.

BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BENEVIDES, I. P.; GARCÍA, F. E. S. Imagens urbanas depuradas pelo turismo: Curitiba e Fortaleza. In: RODRIGUES, A. B. **Turismo. Modernidade. Globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997.

BERQUE, A. **Les raison du paysage**: de la Chine antique aux environnements de synthèse. Paris: Ed. Házan, 1995.

BERQUE, A. Paisagem-Marca, Paisagem-Matriz: Elementos da Problemática para uma Geografia Cultural. In: CORRÊA, R. L.; ROZENDAHL, Z. **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998.

BERTONCELLO, R. **Turismo y geografia**: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina. Buenos Aires: Ciccus, 2008.

BOULLÓN, R. **Planificación del espacio turístico**. Mexico: Trillas, 1990.

BOYER, M. **História do Turismo de Massa**. Bauru: EDUSC, 2003.

BRUNER, J. **Atos de significação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

BUTLER, R. The concept of a tourist area cycle evolution implications for management of resources. **Canadian Geographer**, v. 24, n. 1, p. 5 -12, março 1980.

CALLON, M. Actor-Network Theory: the market test. In: LAW, J.; HASSARD, J. **Actor Network Theory and After**. Oxford: Blackwell, 1998.

CALVINO, I. **As Cidades Inviáveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

CANCLINI, N. G. **A Globalização Imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

CARLOS, A. F. **Os Caminhos da reflexão sobre a cidade e o urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

CASTRO, C. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, G. **Antropologia Urbana**: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

CASTROGIOVANNI, A. C. **Turismo uma construção complexa da comunicação**. Porto Alegre: Tese de Doutorado PPG em Comunicação PUCRS, 2004.

CASTROGIOVANNI, A. C. O lugar da Geografia no entre-lugar do espaço turístico: uma viagem complexa que ainda continua. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 1, n. 0, jul.-dez. 2009. Disponível em:



<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/359/298> Acesso em 14 ago. 2017.

CAZES, G. **Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs**. Paris: Bréal, 1992.

CAZES, G. **Tourisme et tiers monde un bilan controversé: les nouvelles colonies de vacances?** Paris: Harmattan, 1992.

CAZES, G. Table- Ronde II: conception et élaboration d'un guide de tourisme de nos jours. In: CHABAUD, G., et al. **Les guides imprimés du XVI au XX siècle: villes, paysages, voyages**. Paris: Belin, 2000.

CAZES, G.; POITIER, F. **Tourisme et villes: expériences européennes**. Paris: Harmattan, 1998.

CHABAUD. Préliminaires. In: CHABAUD, G., et al. **Les guides imprimés du XVI au XX siècle: villes, paysages, voyages**. Paris: Belin, 2000.

CHARAPANI, M. Monumentos recuperados são destruídos em menos de um mês. **Jornal Já**, Porto Alegre, 19 agosto 2016. Disponível em <http://www.jornalja.com.br/monumentos-recuperados-sao-destruidos-em-menos-de-um-mes/> Acesso em 16 maio 2017.

CHARAUDEAU, P. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: UNESP, 2006.

CLARIMONT, S.; VLÈS, V. Espaces publics touristiques urbains et développement durable : principes d'aménagement, usages et tensions. Une analyse à partir du cas de Barcelone (Espagne). **Urbia: les cahiers du développement urbain durable**, Lausanne, v. 10, p. 11-28, jun 2010. Disponível em: [https://www.unil.ch/files/live/sites/ouvdd/files/shared/URBIA/urbia\\_10/Clarimont\\_Vles.pdf](https://www.unil.ch/files/live/sites/ouvdd/files/shared/URBIA/urbia_10/Clarimont_Vles.pdf) Acesso em 15 maio 2017.

CLAVAL, P. **Epistemologia da Geografia**. Florianópolis: UFSC, 2011.

CLERGEAU, C.; VIOLIER, P. Le concept de cluster est-il soluble dans le tourisme? **Téoros**, v. 31, n. 2, p. 60-71, 2012. Disponível em <http://teoros.revues.org/2332> Acesso em 12 abr. 2017.

COËFFE, V. Le Tourisme, fabrique d'urbanité: matériaux pour une théorie de l'urbain. **Mondes du Tourisme**, Paris, v.2, 2010. 57-69. Disponível em <https://tourisme.revues.org/277> Acesso em 21 jun. 2017.

COLEMAN, S.; CRANG, M. Grouded Tourists, Travelling Theory. In: \_\_\_\_\_ **Tourism: Between Place and Performance**. Oxford: Berghahn, 2008.

CORBIN, A. **Territoires du vide**. Paris: Flammarion, 1990.

CORBIN, A. **L'Avènement des loisirs: 1850 -1960**. Paris: Champs histoire, 2009.

CÔRREA, R. L. **A Rede Urbana**. São Paulo: Ática, 1989.

COSTA, J. L. Crimes e medo marcam rotina no Morro Santa Tereza, na capital. **Zero Hora**, Porto Alegre, 19 set. 2015. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/09/crimes-e-medo-marcam-rotina-no-morro-santa-tereza-na-capital-4851307.html> Acesso em 15 jun. 2017.

CRANG, M. Geografias culturais do turismo. In: LEW, A.; HALL, M.; WILLIAMS, A. **Compêndio de Turismo**. Lisboa: Piaget, 2004. p. 97-108.

CROUCH, D. Surrounded by place: embodied encounters. In: COLEMAN, S.; CRANG, M. **Tourism: Between Place and Performance**. Oxford: Berghahn, 2008.

CRUZ, R. C. A. O nordeste que turismo(ta) não vê. In: RODRIGUES, A. B. (. ). **Turismo Modernidade e globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997.

CRUZ, R. C. A. Os paradoxos do turismo na cidade de São Paulo.. In: CARLOS, A. F.; OLIVEIRA, A. U. (. ). **Geografias das metrópoles**. São Paulo: Contexto, 2006.

CURRIER, C. W. **Lands of the Southern Cross**. Washington D.C.: Spanish American Publication Society, 1911.

CUVELIER, P. **Anciennes et nouvelles formes de tourisme: une approche socio-économique**. Paris: Harmattan, 2010.

DANTAS, E. W.; FERREIRA, A. L.; CLEMENTINO, M. L. M. **Turismo imobiliário as metrópoles**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010.

DAROIT, F. Mercado Público de Porto Alegre amanhece com paredes pichadas. **Gaúcha ClicRBS**, Porto Alegre, 23 fev. 2017. <http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/noticia-aberta/mercado-publico-de-porto-alegre-amanhece-com-paredes-pichadas-189256.html> Acesso em 16 maio 2017.

DE MATTOS, C. Modernización capitalista y transformación metropolitana em América Latina: cinco tendências constitutivas. In: GERAIGES; ARROYO; SILVEIRA **América Latina: cidade campo e turismo**. Buenos Aires/ São Paulo: Clacso, 2006.

DE SOUZA, C. F.; MÜLLER, D. M. **Porto Alegre e sua evolução urbana**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2007.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEPREST, F. **Inquérito ao turismo de massa: ecologia face ao território**. Lisboa: Piaget, 2004.

DEWAILLY, J. M.; FLAMENT, É. **Le Tourisme [collection Campus Géographie]**. Paris: Sedes, 2000.

DI MÉO, G.; BULÉON, P. **L'espace social: une lecture géographique des sociétés**. Paris: Armand Colin, 2007.

DREYFUS-SIGNOLE, C. **L'espace touristique**. Rosny (França): Bréal, 2002.

DUHAMEL, P. Les lieux touristiques. In: STOCK, M. **Le Tourisme: acteurs, lieux et enjeux**. Paris: Belin, 2003. p. 33-82.

DUHAMEL, P. Alors, un énième livre sur le « tourisme urbain »? In: DUHAMEL, P.; KNAFOU, R. **Mondes urbains du tourisme**. Paris: Belin, 2007a.

DUHAMEL, P. Patrimoine et modernité: double logique de la production et du renouvellement des villes touristiques. In: DUHAMEL, P.; KNAFOU, R. **Mondes Urbain du Tourisme**. Paris: Belin, 2007b.

DUHAMEL, P. **Le Tourisme: lecture géographique**. Paris: La Documentation Française, 2013.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

DURAND. **La Systémique**. Paris: PUF, 2013.

ÉQUIPE MIT. **Tourismes 2: moments de lieux**. Paris: Belin, 2005.

ÉQUIPE MIT. **Tourisme 1: Lieux Communs**. Paris: Belin, 2008.

ÉQUIPE MIT. **Tourisme 3: révolution durable**. Paris: Belin, 2011.

FALK, J. H. et al. (2012). "Travel and Learning: A Neglected Tourism Research Area.", 39 (2): 908-27. **Annals of Tourism Research**, v. 39, Abr 2012. 908-927.

FEE. Tabela 1 – Produto Interno Bruto (PIB) total e per capita, estrutura do Valor Adicionado Bruto (VAB) e população dos municípios do Rio Grande do Sul – 2014, 2014. Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/indicadores/pib-rs/municipal/destaques/>>. Acesso em: 10 maio 2017.

FIPE. Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil 2010/2011, São Paulo, 2012.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRANKLIN, A. Tourism as an ordering: towards a new ontology of tourism. **Tourist Studies**, 4, 2004.

FRANKLIN, A.; CRANG, M. The trouble with tourism and travel theory? **Tourist Studies**, v.1, 1 jun 2001. 5-22.

FRIJHOFF, W. Les guides universitaires (XVI<sup>o</sup>-XVII<sup>o</sup> siècles). In: CHABAUD, G., et al. **Les Guides Imprimés du XVI<sup>o</sup> au XX<sup>o</sup> siècle: villes, paysages, voyages**. Paris: Belin, 2000.

FUSTER, F. **Teoría y técnica del turismo. Tomo I**. Madrid: Nacional, 1974.

GASTAL, S. **Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio**. Campinas: Papyrus, 2006.

GASTAL, S.; MOESCH, M. M. **Turismo e políticas públicas**. São Paulo: Aleph, 2007.

GEIGER, P. **Evolução da rede urbana brasileira**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Pesquisas Educacionais, 1963.

GERHMANN, L. Porto Alegre apresenta sua cultura a Buenos Aires. **Folha de São Paulo. Ilustrada**, São Paulo, 3 mar. 1998. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq03039816.htm> Acesso em 04 out. 2017.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GOIDANICH, O. A saga do turismo no Rio Grande do Sul. In: FLORES, H. (. ). **Turismo no RS: 50 anos de pioneirismo no Brasil**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 1992.

GOMES, P. C. C. **A Geografia do 'olhar'**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

GOOGLE. Google Earth Pro 7.1.8.3036 (32-bit). **Imagem de satélite da Região Metropolitana de Porto Alegre**, 17 jan. 2017. Acesso em 14 jun. 2017.

GRAVARI-BARBAS, M. **Aménager la ville par la culture et le tourisme**. Paris: Grupe Moniteur, 2013.

GUERRA, A. T. Serra. In: GUERRA, A. T. **Novo dicionário geológico-geomorfológico**. 7a. ed. Rio de Janeiro: Bertrand-Brasil, 2009.

HAIR JR, J. et al. In: \_\_\_\_\_. **Multivariate data analysis**. 7a. ed. Englewood Cliffs: Pearson Prentice Hall, 2010.

HARVEY, D. **A justiça social e a cidade**. São Paulo: Hucitec, 1980.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HAYLLAR, B.; GRIFFIN, T. E. A. **Turismo em cidades: espaços urbanos lugares turísticos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

HIRST. **A Guide to South America**. Nova Iorque: The Macmillan Company, 1915.

IBGE. **Regiões de Influência das Cidades 2007**. IBGE. Rio de Janeiro. 2008. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv40677.pdf> acesso em 29 maio 2017.

IBGE. **Pesquisa de Serviços de Hospedagem - ano base 2011**. Rio de Janeiro. 2011. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/comercioeservico/psh/2011/default.shtm> Acesso em 06 abr. 2015.

IBGE. Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009. **Estudos & Pesquisas: Informação Econômica**, Rio de Janeiro, 18, 2012. Disponível em <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv61658.pdf> acesso em 29 maio 2017.

JAFARI, J. La científicaci3n del turismo. **Contribuciones a la Economía**, Julio 2005. Disponível em: <<http://www.eumed.net/ce/Acesso>>. Acesso em: 04 abril 2015.

KADRI, B.; AL, E. Le concept de destination: diversité sémantique et réalité organizationnelle. **Téoros**, Québec, 30, 2011. 12-24. Disponível em: <http://teoros.revues.org/1229> Acesso em 30 set. 2015.

KNAFOU. Introduction au Atelier thématique IV: espaces régionaux, espaces touristiques. In: \_\_\_\_\_. **Les guides imprimés du XVI au XX siècle: villes, paysages, voyages**. Paris: Belin, 2000.

- KNAFOU, R. L'urbain et le tourisme : une construction labourieuse. In: DUHAMEL, P.; KNAFOU, R. **Mondes Urbain du Tourisme**. Paris: Belin, 2007.
- KNAFOU, R.; STOCK, M. Tourisme. In: LÉVY, P.; LUSSAULT, M. **Dictionnaire de la Géographie**. Paris: Belin, 2013.
- LATOUR, B. **Reassembling the social: an introduction to actor-network.theory**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2007.
- LATOUR, B. **Ciência em ação**. São Paulo: UNESP, 2011.
- LAZZAROTTI, O. Tourisme et géographie: le grand dérangement. In: STOCK, M. **Le Tourisme: acteurs, lieux et enjeux**. Paris: Belin, 2003. p. 259-282.
- LAZZAROTTI, O. Tourisme et géographie: le grand dérangement. In: STOCK, M. **Le Tourisme: acteurs, lieux et enjeux**. Paris: Belin, 2003. p. 259-282.
- LAZZAROTTI, O. **Patrimoine et Tourisme: histoires, lieux, acteurs, enjeux**. Paris: Belin, 2011.
- LE MOIGNE, J. L. **Les épistémologies constructivistes**. Paris: PUF, 2012.
- LEFEBVRE, H. **A Revolução Urbana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002.
- LEOTTA, N. **Approcci visuali di turismo urbano**. Milano: Hoepli, 2005.
- LÉVY, J. **Le Tournant Géographique: penser l'espace pour lire le monde**. Paris: Belin, 1999.
- LÉVY, J. **Le Tournant Géographique: penser l'espace pour lire le monde**. Paris: Belin, 1999.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **L'esthétisation du monde: vire à l'age du capitalisme artiste**. Paris: Gallimard, 2013.
- LÖFGREN, O. **Storie delle vacanze**. Milano: Bruno Mondadori, 2006.
- LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teorias do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2012.
- LOZATO-GIOTART, J. P. **Geografia del Turismo: dallo spazio visitato allo spazio consumato**. Milano: Franco Angeli, 2002.
- LUSSAULT. Urbain. In: LÉVY, J.; LUSSAULT, M. **Dictionnaire de la Géographie et de l'espace des sociétés**. Paris: Belin, 2013.

LUSSAULT, M. Le tourisme, un genre commun. In: DUHAMEL, P.; KNAFOU, R. **Les mondes urbains du tourisme**. Paris: Belin, 2007.

LUSSAULT, M.; STOCK, M. Tourisme et urbanité. In: KNAFOU, R.; DUHAMEL, P. **Mondes Urbains du Tourisme**. Paris: Belin, 2007.

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1982.

MACCANNELL, D. **The Tourist: theory of new leisure class**. Berkeley: University of California Press, 2006.

MACCANNELL, D. **The ethics of sightseeing**. Berkeley: University of California Press, 2010.

MAINGUENAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2011.

MASSEY, D. **Pelo Espaço: uma Nova Política da Espacialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MEIRA, A. L. **O passado no futuro da cidade: políticas públicas e participação popular na preservação do patrimônio cultural de Porto Alegre**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2004.

MELLO, G.; GOLDSTEIN, M. Perspectivas da hotelaria no Brasil. **BNDES Setorial**, v. 33, p. 5-42, 2011. Disponível em m: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3301.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3301.pdf) acesso em 15 abr. 2015.

MIOSSEC, J. M. L'Image touristique comme introduction à la Géographie du Tourisme. **Annales de Géographie**, 86, n. 473, 1977. 55-69. Disponível em: <[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geo\\_0003-4010\\_1977\\_num\\_86\\_473\\_17568](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geo_0003-4010_1977_num_86_473_17568)>. Acesso em: 12 mar 2015.

MONTE-MÓR, R.; LIMONAD, E. O Urbano e o Rural frente à Urbanização da Sociedade. In: RANDOLPH, R.; SOUTHERN, B. **Expansão metropolitana e transformação das interfaces entre cidade, campo e região na América Latina**. São Paulo: Max Limonad, 2011.

MORIN, E. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MENEZES, F.; MACHADO, J. (. ). **Para Navegar no Século XXI**. 3a. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003a.

MORIN, E. **A cabeça bem feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003b.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. 5a. ed. Lisboa: Piaget, 2008.

MUSEU JOAQUIM JOSÉ FELIZARDO. **Transformações urbanas**: Porto Alegre de Montauray a Loureiro. Porto Alegre: Secretaria Municipal da Cultura/ IEL, 2008.

OBSERVAPOA. Porto Alegre em Análise. **Responsáveis com renda maior que 10 salários mínimos.**, Porto Alegre, 2010. [http://portoalegreemanalise.procempa.com.br/?analises=9\\_159\\_regiao](http://portoalegreemanalise.procempa.com.br/?analises=9_159_regiao) Acesso em 14 jun. 2017.

OBSERVAPOA. Porto Alegre em mapas. Rede Metropolitana, configuração territorial dos 34 municípios., Porto Alegre, 2012. [http://www.observapoa.com.br/default.php?p\\_secao=46](http://www.observapoa.com.br/default.php?p_secao=46) Acesso em 14 jun. 2017.

PANOSSO-NETTO, A. **Filosofia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2005.

PAQUOT, T.; LUSSAULT, M.; BODY-GENDROT, S. **Ville et urbain états des savoirs**. Paris: La Découverte, 2000.

PEARCE, D. **Tourism Today**: a geographical analysis. Nova Iorque: Longman, 1987.

PESAVENTO, S. **Memória Porto Alegre**: espaços e vivências. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1999a.

PESAVENTO, S. **O imaginário da cidade**: visões literária do urbano : Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1999b.

PIMENTEL, . M. R.; DORFMAN, A. Colocar-se diante do mundo. **Cadernos do Colégio de Aplicação**, Porto Alegre, 23, 2011. 245-255.

PIMENTEL, M. R. A sociedade urbana e a espacialidade turística. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 2, out. 2009. 128-143. Disponível em <http://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/15832> Acesso em 21 jun. 2017.

PIMENTEL, M. R. **Cataratas do Iguaçu**: experiências e registros de uma paisagem turística. Porto Alegre: Dissertação de Mestrado PPG em Geografia UFRGS, 2010. <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/27007>. Acesso em 14 de out. de 2012.



PIMENTEL, M. R. A experiência turística e a imaginabilidade da paisagem urbana. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, 5, jul-set 2013. 421-438. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/2224/1382>>. Acesso em: 15 abril 2015.

PIMENTEL, M. R. **Onde está o turismo no Brasil? Uma exploração da distribuição espacial das ACTs a partir da RAIS**. XI ENANPEGE. Presidente Prudente (SP): [s.n.]. 2015. Disponível em: <http://www.enanpege.ggf.br/2015/anais/arquivos/10/304.pdf> Acesso em 21 jun. 2017.

PIMENTEL, M. R.; PERES, M. Paisagens do olhar turístico brasileiro: uma análise do Caderno Turismo da Folha de São Paulo em 2013. **Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo**, Curitiba, v. 4, jul./dez. 2015. pp. 122-146. Disponível em: <http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/turismo?dd1=15828&dd99=view&dd98=pb> Acesso em 21 jun. 2017.

PIRIOU, J. Une approche régionale de la destination touristique: étude des cas de la vallée de la Loire et du bassin Lémanique. In: LEMASSON, J. P.; VIOLIER, P. **Destinations et Territoires Coprésence à l'oeuvre**. Québec: PUQ, 2009.

PORTO ALEGRE. **Lei Complementar 477 de 12 de maio de 2000**. Porto Alegre: SIREL, 2000. Disponível em : <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/cgi-bin/nph-brs?s1=000023011.DOCN.&l=20&u=%2Fnetahtml%2Fsirel%2Fsimples.html&p=1&r=1&f=G&d=atos&SECT1=TEXT>. Acesso em 08 ago. 2017.

PORTO ALEGRE.SMTUR. SMC. SECOPA. 1ª REGIÃO TRADICIONALISTA DA FUNDAÇÃO CULTURAL GAÚCHA. **Turismo de Galpão: venha viver a cultura gaúcha - Guia de oficina e atividades abertas**. [S.l.]: [s.n.], 2013?.

PORTUGUEZ, A. **Consumo e espaço - turismo, lazer e outros temas**. São Paulo: Roca, 2001.

RAUCH, A. Les guides, une manière d'être dans la ville touristique: visiter Florence avec le Baedeker, le Guide Autrement et le Routard. In: DUHAMEL, P.; KNAFOU, R. **Monde Urbains du Tourisme**. Paris: Belin, 2007.

REVEL, J. Discours. In: REVEL, J. **Dictionnaire Foucault**. Paris: Ellipses, 2008.

RICOUER, P. **Tempo e Narrativa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

ROSSETO, T. Embodying the Map: tourism practices in Berlin. **Tourist Studies**, v.12, 2012. p.28-51.

SANTOS, M. **Manual de Geografia Urbana**. São Paulo: Hucitec, 1981.

SANTOS, M. **A urbanização brasileira**. São Paulo: EDUSP, 2005.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Edusp, 2006.

SELBY, M. **Understanding urban tourism: image, culture and experience**. Nova Iorque: I. B. Tauris, 2004.

SERPA, A. **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo: Contexto, 2007.

SILVEIRA, M. L. Da fetichização dos lugares à produção local do turismo. In: RODRIGUES, A. B. ( ). **Turismo, Modernidade e globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SIMON, G. O tempo em que Porto Alegre ousava. **Blog Porto Imagem**, Porto Alegre, 14 maio 2011. Disponível em <https://portoimagem.wordpress.com/2011/05/14/especial-1-o-tempo-em-que-porto-alegre-ousava/> Acesso em 14 jul. 2017.

SINGER, P. Porto Alegre. In: SINGER, P. **Desenvolvimento econômico e evolução urbana**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968.

SINGER, P. **Economia política da urbanização**. São Paulo: Contexto, 2012.

SMITH, H. **American Naturalist**, abril, 1883.

SMITH, V. **Hosts and Guests: the anthropology of tourism**. Pennsylvania: UPP, 1989.

SMTUR. **Boletim Estatístico do Turismo - ano base 2010**. Porto Alegre: [s.n.], 2011. Disponível em: [http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/turismo/usu\\_doc/boletim\\_estatisticofev2011.pdf](http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/turismo/usu_doc/boletim_estatisticofev2011.pdf) Acesso 21 jun. 2017.

SMTUR. **Boletim Estatístico Municipal do Turismo - ano base 2012**. Porto Alegre: [s.n.], 2013. Disponível em: <http://www.portoalegre.travel/download/category/portugues/bemtur-boletim-estatistico-municipal-do-turismo-em-porto-alegre/> Acesso em: 21 jun. 2017.

SMTUR. **Boletim Estatístico Municipal de Turismo de Porto Alegre - ano base2014.** [S.l.]: [s.n.], 2015. Disponível em: <http://www.portoalegre.travel/download/category/portugues/bemtur-boletim-estatistico-municipal-do-turismo-em-porto-alegre/> Acesso 21 jun 2016.

SMTUR. **Base de dados dos atendimentos prestados no Centros de Informações Turísticas entre 2010 e 2015.** Porto Alegre: SMTur, 2016.

SMTUR. **Panorama de Ações.** Porto Alegre. 2017.

SMTUR. FARGS. **Pesquisa Perfil do Turista Nacional em Porto Alegre.** Porto Alegre. 2010. Disponível em: [http://proweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/turismo/usu\\_doc/perfilnac2010\\_-\\_relatorio\\_final.pdf](http://proweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/turismo/usu_doc/perfilnac2010_-_relatorio_final.pdf) Acesso 21 jun 2017.

SMTUR. UFRGS. **Pesquisa de perfil do visitante doméstico.** Porto Alegre: [s.n.], 2007.

SOARES, P. R. A região metropolitana de Porto Alegre nos (des) caminhos da metropolização brasileira. In: FEDOZZI, L.; SOARES, P. R. **Porto Alegre: transformações na ordem urbana.** Rio de Janeiro: Letra Capital / Observatório das Metrôpoles, 2014. p. pp. 42-72. Disponível em : [http://www.observatoriodasmetrolopes.net/new/images/abook\\_file/serie\\_ordemurbana\\_portoalegre.pdf](http://www.observatoriodasmetrolopes.net/new/images/abook_file/serie_ordemurbana_portoalegre.pdf) Acesso em 21 jun. 2017.

SOUZA, M. L. **Fobópole: o medo generalizado e a militarização da questão urbana.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

SPIROU, C. **Urban tourism and urban change: cities in a global economy.** New York: Routledge, 2011.

STAGL, J. Un système de littérature normatrice des voyages au XVI siècle. In: CHABAUD, G., et al. **Les guides imprimés du XVI au XX siècle: villes, paysages, voyages.** Paris: Belin, 2000.

STOCK, A. &. **Une methodology pour reconstruire la mondialisation du tourisme.** [S.l.]: [s.n.], 2014.

STOCK, M. Le Tourisme: acteurs, lieux et enjeux. In: STOCK, M. **Le Tourisme.** Paris: Belin, 2003.

STOCK, M. Habiter touristiquement la ville. In: DUHAMEL, P.; KNAFOU, R. **Mondes Urbains du Tourisme**. Paris: Belin, 2007.

SULAIMAN, M. Z. Translating the Style of Tourism Promotional Discourse: A Cross Cultural Journey into Stylescapes. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 514, 2014, 503-510. [https://www.researchgate.net/publication/275245621\\_Translating\\_the\\_Style\\_of\\_Tourism\\_Promotional\\_Discourse\\_A\\_Cross\\_](https://www.researchgate.net/publication/275245621_Translating_the_Style_of_Tourism_Promotional_Discourse_A_Cross_Cultural_Journey_into_Stylescapes/fulltext/5551533508ae956a5d25f16d/275245621_Translating_the_Style_of_Tourism_Promotional_Discourse_A_Cross_)

TARDE, G. **Monadologia e Sociologia: e outros ensaios**. São Paulo: Cosac Naïf, 2007.

TELLES, P. Capítulo 3.. In: TELLES, P. **Os territórios (sociais) da mobilidade**. Porto: Lugar do Plano, 2005.

TUAN, Y. **Paisagens do Medo**. [S.l.]: [s.n.], 2005.

TURISMO. **Anuário estatístico**. [S.l.]: [s.n.], 2016.

TURISMO. Anuário Estatístico do Turismo 2016 - Ano base 2015, Brasília, 2016.

UNWTO. **International Recommendations for Tourism Statistics 2008**. Nova Iorque. 2010. Disponível em: [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf#page=21](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21) Acesso em 21 jun. 2017.

UNWTO. **Global Report on City Tourism. Cities, 2012 Project**. Madri: [s.n.], 2012. Disponível em: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am6\\_city\\_platma.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf) Acesso em 5 jun. 2017.

UNWTO. International tourism, number of arrivals. In: UNWTO **Yearbook of tourism statistics. Compendium of Tourism Statistics and data files**. [S.l.]: [s.n.], 2014a. Disponível em <http://data.worldbank.org/> acesso em 6 fev. 2017.

UNWTO. International tourism, receipts (% of total exports). In: UNWTO **Yearbook of tourism statistics. Compendium of Tourism Statistics and data files**. [S.l.]: [s.n.], 2014b. Disponível em: <http://data.worldbank.org/> acesso em 6 fev. 2017.

UNWTO. International tourism, expenditures (% of total imports). In: **UNWTO Yearbook of Tourism Statistics, Compendium of Tourism Statistics and data files, and IMF and World Bank imports estimates**. [S.l.]: [s.n.], 2014c. Disponível em: <http://data.worldbank.org> Acesso em 6 fev. 2017.

URBAIN, J. D. **L'idiote du voyage**: histoires du touriste. Paris: Payot, 2002.

URRY, J. **O Olhar do Turista**. São Paulo: SENAC, 2001.

VAN DER DUIM, R.; REN, C.; JÓHANNESSON, G. T. Ordering, materiality, and multiplicity: enacting Actor-Network Theory in tourism. **Tourist Studies**, 13, 2013. 03-20.

VARA, E. Foto de Flor de Xico Stockinger instalado no Jardim das Esculturas do Parque Marinha do Brasil. **1ª Bienal de Artes do Mercosul**, Porto Alegre, 1997. Disponível em: <http://www.fundacaobienal.art.br/site/pt/imprensa/banco-de-imagens?bienal=1> Acesso em 14 jun 2017.

VARA, E. Foto da obra SuperCuia de Saint Clair Simon instalada no largo Hely Lopes Meirelles. **4ª Bienal de Artes do Mercosul**, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <http://www.fundacaobienal.art.br/site/pt/imprensa/banco-de-imagens?bienal=4> Acesso em 14 jun. 2017.

VERÍSSIMO, E. **O Retrato**. Porto Alegre: Globo, 1968.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Novel/ FAPESP/ Lincoln Institute, 2001.

VIOLIER, P. **Tourisme et développement local**. Paris: Belin, 2008.

VIOLIER, P. Proposition pour un modèle d'analyse de la dynamique des lieux touristiques. In: VIOLIER, P.; LEMASSON, J. P. **Destinations et territoires: Coprésence à l'oeuvre**. Québec: Presses de l'Université du Québec, 2009.

VIOLIER, P. **Le tourisme**: un phénomène économique. Paris: La documentation Française, 2013.

VIOLIER, P.; ZARATE, M. Politiques urbaines du tourisme. In: DUHAMEL, P.; KNAFOU, R. **Mondes Urbains du Tourisme**. Paris: Belin, 2007.

ZERO HORA. Abandonados em Porto Alegre, adesivos em paradas de ônibus vencem prêmio e podem voltar. **Zero Hora**, Porto Alegre, 28 ago. 2014. Disponível

em: Abandonados em Porto Alegre, adesivos em paradas de ônibus vencem prêmio e podem voltar Acesso em 06 out. 2017.

ZONIN, C.; TRÉMÉLO, M. L. **Savoir faire une carte**: aide à la conception et à la réalisation d'une carte thématique univariée. Paris: Belin, 2002.

## 7. APÊNDICE. TABELA DE REFERÊNCIAS DO CORPUS INVESTIGADO.

**Autor (Data Ano) Título do texto. Título da publicação. Local de edição. Editora.  
Observação[citado como ♦n texto]**

SMITH, H. (abril 1883) Paper 1 - From Rio de Janeiro to Porto Alegre. American Naturalist. Chicago. JSTOR. v 27 n.4[citado como ♦0]

HIRST, W.A. ( 1915) Porto Alegre. A guide to South America. New York. MACCMILLAN CO. pp.141-143[citado como ♦1]

\*RIO GRANDE DO SUL ( 1935) . Catálogo da Exposição do Centenário Farroupilha. Porto Alegre. STAR Gráfica. [citado como ♦2]

PIMENTEL, F. ( 1945) . Aspectos de Porto Alegre.. Porto Alegre. . [citado como ♦3]

\*TOURING CLUB. GOIDANICH, O (Org.) ( 1955) . Guia de Porto Alegre. Porto Alegre. Livraria do Globo. [citado como ♦4]

REDAÇÃO (18 de dez. 1964) Capital do Rio Grande do Sul é símbolo do progresso gaúcho. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p.5[citado como ♦5]

\*ABRIL. CIVITA, V (Ed. e Dir.) (set. 1965) Porto Alegre. Guia 4 Rodas 1965. São Paulo. Abril. [citado como ♦6]

ALVARES, T. ( 1970?) . Guia informativo e turístico de Porto Alegre. Porto Alegre. D'Armas. [citado como ♦7]

\*NEVES, H. (ed.) (06 de jul. 1973) Rio Grande do Sul. Um roteiro para as férias. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . [citado como ♦8]

\*NEVES, H. (ed.) (06 de jul. 1973) Rio Grande do Sul. Do bom vinho de Caxias às hortênsias de Gramado. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo.. p. 21[citado como ♦9]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto Alegrense de Turismo. BARBOSA LESSA, Luiz Carlos (textos) ( 1977) Porto Alegre Terra Gente. Porto Alegre. EPATUR. 2a ed.[citado como ♦10]

\*EMBRATUR. ROSENBLATT, M. (Coord.) ( 1978) Porto Alegre. Roteiro turístico-cultural de Porto Alegre e cidades vizinhas, Rio Grande do Sul: na terra dos gaúchos. Rio de Janeiro. AGGS. pp.57-100[citado como ♦11]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto-alegrense de Turismo. EGINTUR, Editora de guias informativos de Turismo LTDA. ( 1980?) Porto Alegre Tierra Gente. Guia Turístico -1980 - Roteiro de Compras.. . Porto Alegre. EPATUR / EGINTUR. [citado como ♦12]

\*TOURING CLUB ( 1983?) Porto Alegre: guia de bolso - distribuição gratuita - edição especial 60 anos. [citado como ♦13]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto-alegrense de Turismo S/A. ( 1989-1992?) 'Capital da qualidade de vida' Porto Alegre Guia SOS Turista. EPATUR. Administração Popular[citado como ♦14]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto-alegrense de Turismo S/A. ( 1989-1992?) Porto Alegre Guia de Bolso - Pocket Guide . Porto Alegre. EPATUR. Mais cidade, mais cidadania[citado como ♦15]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto-alegrense de Turismo S/A. ( 1990?) Porto Alegre Guia SOS Turista.XVIII Congresso Brasileiro de Agências de Viagens. . . EPATUR. Administração Popular[citado como ♦16]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto-alegrense de Turismo S/A. BARBOSA, Luiz Carlos (textos) ( 1990?) Porto Alegre pra Turista ver. Capital Nacional do Turismo ABAV 90. . . EPATUR. Administração Popular[citado como ♦17]

\*CAMUS,D; MANONCOURT,C. ( 1991) Porto Alegre. Guide Arthaud Brésil. Paris. Éditions Arthaud. p. 363-366[citado como ♦18]

\*L&PM, Editores. MACHADO, Ivan Pinheiro (ed.) ( 1992) . Guia L&PM Porto Alegre. 1992/93 Apoio CRTur. Porto Alegre. L&PM/CRTur. [citado como ♦19]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto-alegrense de Turismo S/A. ( 1989-1992?) Porto Alegre no bolso. De bolsilo/ in your pocket. . Porto Alegre. EPATUR. Administração Popular[citado como ♦20]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto-alegrense de Turismo S/A. ( 1993-1996?) Mapa Panorâmico de Porto Alegre. Assumindo a condição de capital do Mercosul. . . Porto Alegre. EPATUR. Mais cidade, mais cidadania[citado como ♦21]



\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Empresa Porto-alegrense de Turismo S/A. ( 1993-1996?) Mapa Turístico de Porto Alegre. Assumindo a condição de capital do Mercosul. . . Porto Alegre. EPATUR. Mais cidade, mais cidadania[citado como ♦22]

\*DE SOUZA, C. A. (19 de maio 1994) Porto Alegre respira poesia de Quintana. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p.6-17[citado como ♦23]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Secretaria Municipal de Indústria e Comércio. Escritório Municipal de Turismo. ( 1997-2000?) Mapa Turístico de Porto Alegre.. . Porto Alegre. ESTUR. Onde a participação faz democracia[citado como ♦24]

\*ABRIL. CAMILO, R. (Dir.) ( 1999) Porto Alegre RS E-18. Guia 4 Rodas 2000. São Paulo. Abril. pp.292-297[citado como ♦25]

\*GAZETA MERCANTIL ( 1999) . Guia do Executivo Gazeta Mercantil: Porto Alegre & Serra Gaúcha. São Paulo. Gazeta Mercantil S.A.. atualização nov. 1998[citado como ♦26]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Secretaria Municipal de Indústria e Comércio. Escritório Municipal de Turismo. ( 1999?) Bienvenido Porto Alegre. . Porto Alegre. ESTur. Onde a participação faz Democracia[citado como ♦27]

\*PUBLIFOLHA (atualização jul. out 1999 1999) Porto Alegre. O melhor do Brasil: uma seleção de atrações turísticas e passeios imperdíveis. São Paulo. Publifolha. pp. 169-172[citado como ♦28]

\*VELEDA, C. (15 de nov. 1999) Porto Alegre associa beleza a cultura. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p.6-8[citado como ♦29]

\*Artes e Ofícios. LÜDTKE, S. (Ed.) ( 2000) . Porto Alegre de A a Z. Coleção bagagem de mão. Porto Alegre. Artes e Ofícios. [citado como ♦30]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau ( 2000-2004?) 15 sugerencias para disfrutar de Porto Alegre. 15 tips to enjoy Porto Alegre. . Porto Alegre. ESTur/ POAC&VB. Administração Popular[citado como ♦31]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau ( 2000-2004?) 15 Dicas para curtir Porto Alegre. . Porto Alegre. ESTur/ POAC&VB. Administração Popular[citado como ♦32]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau ( 2000-2004?) 15 Dicas para conhecer Porto Alegre. . Porto Alegre. ESTur/ POAC&VB. Administração Popular[citado como ♦33]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Secretaria Municipal de Indústria e Comércio. Escritório Municipal de Turismo. GASTAL, Susana (Texto) (inverno 2000) Porto Alegre, aromas, sons, texturas, cores e sabores. Porto Alegre, aromas, sonidos, texturas, colores e sabores. Porto Alegre, flavours, sounds, textures, colours and tastes. . Porto Alegre. ESTur/ Mercociudades. [citado como ♦34]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Secretaria Municipal de Indústria e Comércio. Escritório Municipal de Turismo. GASTAL, Susana (Texto) ( 2000?) Turismo Ecológico. Ecological Tourism. Ilha da Pintada Porto Alegre, RS, Brasil. . Porto Alegre. ESTur/ Mercociudades. Onde a participação faz Democracia [citado como ♦35]

\*PORTO ALEGRE, Convention & Visitors Bureau ( 2001-2007?) Aprecie Porto Alegre. O brilho das emoções. O calor de uma história.. . Porto Alegre. POAC&VB. [citado como ♦36]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Escritório Municipal de Turismo. ( 2001-2004?) Roteiros históricos. Roteiro Praça da Alfândega. . . Porto Alegre. ESTUR. [citado como ♦37]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Indústria e Comércio. Escritório Municipal de Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau. ( 2001-2004?) Porto Alegre: cidade que conquista.. . Porto Alegre. ESTUR/POAC&VB. Administração Popular [citado como ♦38]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Escritório Municipal de Turismo. ( 2003) . Porto Alegre: guia turístico 2003. Porto Alegre. ESTUR. [citado como ♦133]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Escritório Municipal de Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau. ( 2003-2004?) 16 dicas para curtir Porto Alegre. . Porto Alegre. SMTur/POAC&VB. [citado como ♦39]

\*CIOFFI, S. (1 de mar. 2004) Cidade vai de bar 'hypado' a 'espeto corrido'. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f5 [citado como ♦40]

CIOFFI, S. (1 de mar. 2004) Rotas fluviais originaram Porto Alegre. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f6 [citado como ♦41]

\*CIOFFI, S. (1 de mar. 2004) Porto Alegre. Restaurações transformam prédios em centro de compra e de cultura. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f1, [citado como ♦42]

\*CIOFFI, S. (1 de mar. 2004) Ora, Porto Alegre se revigora. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f2 [citado como ♦43]

CIOFFI, S. (1 de mar. 2004) Memória do poeta fica hospedada em hotel. Folha de São Paulo.

Caderno Turismo. São Paulo. . p. f4[citado como ♦44]

\*LET'S GO. Rego, L (Ed.) (atualização ago.2003 2004) Porto Alegre. Let's Go Brazil. Cambridge (EUA). MACCMILLAN CO. pp. 262-266[citado como ♦45]

\*LONELY PLANET. LOUIS, R. (Coord.) ( 2005) Porto Alegre. Lonely Planet Brazil. Singapura. Lonely Planet. 6a ed. pp.335-340[citado como ♦46]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Escritório Municipal de Turismo. ( 2005?) Dicas para curtir Porto Alegre, Rio Grande do Sul - Brasil. . Porto Alegre. SMTur/POAC&VB. [citado como ♦47]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Escritório Municipal de Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau. ( 2005-2007?) Você se encontra em Porto Alegre. . Porto Alegre. ESTur/POAC&VB. [citado como ♦48]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Escritório Municipal de Turismo. RIO GRANDE DO SUL, Governo do Estado. Secretaria da Agricultura e Abastecimento. EMTAER/RS. ASCAR, Associação Sulina de Crédito e Assistência Rural. ( 2005?) Turismo Caminhos Rurais Porto Alegre- RS. . Porto Alegre. ESTur/EMATER. Estado que trabalha unido[citado como ♦49]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau ( 2005-2008?) Porto Alegre Bienvenido. . Porto Alegre. PMPA/ POAC&VB. Preservando Conquistas, construindo mudanças[citado como ♦50]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau ( 2005-2008?) Porto Alegre Welcome. . Porto Alegre. PMPA/ POAC&VB. Preservando Conquistas, construindo mudanças[citado como ♦51]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau ( 2005-2008?) Porto Alegre. . Porto Alegre. PMPA/ POAC&VB. Preservando Conquistas, construindo mudanças[citado como ♦52]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Porto Alegre Turismo. Secretaria Municipal de Indústria e Comércio. Escritório Municipal de Turismo. ( 2005?) Semana do Turismo Porto Alegre. . Porto Alegre. ESTur. [citado como ♦53]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Associação Brasileira da Indústria de Hotéis Rio Grande do Sul ( 2005-2008?) Dicas para curtir. Sugerencias para tomar em cuenta. Tips for Enjoy - Porto Alegre. . Porto Alegre. SMTur/ ABIHRS. Preservando Conquistas, construindo mudanças[citado como ♦54]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Empresa Carris Porto-alegrense ( 2005-2008?) Linha Turismo Tradicional Zona Sul. . Porto Alegre. SMTur/Carris. Preservando Conquistas, construindo mudanças[citado como ♦55]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Empresa Carris Porto-alegrense ( 2005-2008?) Linha Turismo tradicional. . Porto Alegre. SMTur/Carris. Preservando Conquistas, construindo mudanças[citado como ♦56]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. RIO GRANDE DO SUL, Governo do Estado. Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer. LOPES, Jorge (resp.) ( 2005-2008?) Terra dos gaúchos: descubra o extremo sul do Brasil. Tierra de los Gauchos - Descubra el extremo sur de Brasil. Land of the Gauchos - Discover the brazilian far south. . Porto Alegre. SMTur/SETur/LIG Comunicação. Preservando Conquistas, construindo mudanças[citado como ♦57]

IGLESIAS, S. (1 de nov. 2007) Mercadão em Porto Alegre (RS), cercado por histórias, Mercado Público tem chimarrão e religião. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f1[citado como ♦58]

IGLESIAS, S. (1 de nov. 2007) Orixá define face religiosa de mercado gaúcho. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f14-f15[citado como ♦59]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. BALDINO, Angêla (Ed.); ZARPELON, Eliana (texto) (out. 2007) Turismo/ Tourism Porto Alegre. . Porto Alegre. SMTur/Aracruz. Preservando Conquistas, construindo mudanças[citado como ♦60]

BARCO Porto Alegre 10 ( 2008-2015?) Barco Porto Alegre 10: porque Porto Alegre é demais. . Porto Alegre. Porto Alegre 10. [citado como ♦61]

BARCO Porto Alegre 10 ( 2008-2015?) Passeio de barco - Boat Ride. . Porto Alegre. Porto Alegre 10. [citado como ♦62]

\*PASTRE-ROSSI, P. (14 de maio 2009) Porto Alegre: roteiros na capital gaúcha contem de charme, "pé no chão" e culturais. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f1[citado como ♦63]

\*PASTRE-ROSSI, P. (14 de maio 2009) Veja roteiros de final de semana em Porto Alegre. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f2[citado como ♦64]

\*PASTRE-ROSSI, P. (14 de maio 2009) Passeio 'pé no chão' prova iguarias famosas na cidade. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f4[citado como ♦65]

\*PASTRE-ROSSI, P. (14 de maio 2009) Roteiro cultura inclui arte e refeições regadas a MPB. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . p. f5[citado como ♦66]

\*PASTRE-ROSSI, P. (14 de maio 2009) Cinco personalidade gaúchas dão cinco dicas temáticas. Folha de São Paulo. Caderno Turismo. São Paulo. . pp. f6-f7[citado como ♦67]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau. ZARPELON, Eliana (textos) ( 2009-2010?) RS/ Brasil Porto Alegre. . Porto Alegre. SMTur/POAC&VB. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦68]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. ( 2009-2010?) Dicas para curtir Porto Alegre, Rio Grande do Sul - Brasil. Tips for enjoy. Consejos para divertirse. . Porto Alegre. SMTur. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦69]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. ( 2009-2012?) Estação Porto Alegre. . Porto Alegre. SMTur. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦70]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Empresa Carris Porto-alegrense ( 2009-2010?) Linha Turismo Tradicional Zona Sul. . Porto Alegre. SMTur/Carris. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦71]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Secretaria Municipal de Esportes, Recreação e Lazer. Federação Gaúcha de Futebol ( 2009-2012?) Porto Alegre Resort Futebol Tur. . Porto Alegre. SMTur/SME. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦72]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Secretaria Municipal de Esportes, Recreação e Lazer. Federação Gaúcha de Futebol ( 2009-2012?) Porto Alegre Resort Futebol Tur. Entre em Campo. . Porto Alegre. SMTur/SME. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦73]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Viação Ouro e Prata ( 2009-2012?) Estação Porto Alegre. Pacotes de viagem. . Porto Alegre. SMTur. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦74]

\*SAMPEDRO, I. (set. 2009) Porto Alegre, ciudad verde. El Mundo. Viajes. Madri. . v.7 n.89[citado como ♦75]

\*CLEARY, D.; JENKINS, D; MARSHALL, O. ( 2009) Porto Alegre. Rough Guide to Brazil. ?. Rough Guides/Penguin. 7a ed. pp. 680-687[citado como ♦76]

\*RAMOS, T. (03 de nov. 2009) Porto Alegre e Viamão: tradições europeias com a evolução da

modernidade. O Tempo. Viagem. Brasil.. Belo Horizonte (MG). . v.3[citado como ♦77]

COODESTUR, Cooperativo de Desenvolvimento Turístico. PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Associação Poa rural Caminhos Rurais. BRASIL. Ministério do Turismo. ( 2010-2012?) Na mesma cidade, um outro mundo. Caminhos Rurais Porto Alegre - RS. . Porto Alegre. Coodestur. País rico é país sem pobreza[citado como ♦78]

\*COODESTUR, Cooperativo de Desenvolvimento Turístico. PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Associação Poa rural Caminhos Rurais. BRASIL. Ministério do Turismo. ( 2010-2012?) Na mesma cidade, um outro mundo. Caminhos Rurais Porto Alegre - RS. Turismo de base comunitária. EcoTurismo. Turismo Rura. Turismo Cultural. Turismo de estudos e intercâmbio. . Porto Alegre. Coodestur. País rico é país sem pobreza[citado como ♦79]

\*DE MENEZES, B. (17 de jun. 2010) Porto Alegre sob a inspiração de Quintana. A Tarde. Turismo.. Salvador (BA). . Capa[citado como ♦80]

\*DE MENEZES, B. (17 de jun. 2010) Desafio: dar mais visibilidade ao cardápio cultural de Porto Alegre. A Tarde. Turismo.. Salvador (BA). . p.02[citado como ♦81]

\*DE MENEZES, B. (17 de jun. 2010) História e Poesia se encontram nas ruas e praças do Centro. A Tarde. Turismo.. Salvador (BA). . p.04[citado como ♦82]

\*DE MENEZES, B. (17 de jun. 2010) Redenção: poético, antigo, romântico e a cara do gaúcho. A Tarde. Turismo.. Salvador (BA). . p.06[citado como ♦83]

\*LONELY PLANET. LOUIS, R. (Coord.) ( 2010) Porto Alegre. Lonely Planet. South America on a shoestring, big trips on small budgets. Singapura. Lonely Planet. 11a. ed. pp. 302-304[citado como ♦84]

\*LONELY PLANET. LOUIS, R. (Coord.) ( 2010) Porto Alegre. Lonely Planet Brazil. Singapura. Lonely Planet. 8a ed. pp. 360-363[citado como ♦85]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Empresa Carris Porto-alegrense ( 2011-2012) Porto Alegre RS/ Brasil - Linha Turismo. Bus Tour. Bus Turístico. . Porto Alegre. SMTur/Carris. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦86]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. PHOTOMUNDI. RAIZLER, Henrique (coord.) ( 2010-2012?) Porto Alegre Rs-Brasil. Mapa Turístico. . Porto Alegre. SMTur. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦87]

\*BOCANEGRA, M. (25 de set. 2011) Porto Alegre: la más criolla de Brasil. La Nación. Turismo..

Buenos Aires. . [citado como ♦88]

\*HORCEL, L. (8 de set. 2011) Roteiro cultural. História inspira visita a Porto Alegre. Gazeta do Povo. Turismo. Curitiba (PR). . p.4-5[citado como ♦89]

\*MELLO, M. (set. 2011) Turismo em Porto Alegre?. Vamos Lá Viagens. São Paulo. Panrotas. [citado como ♦90]

\*VELOSO, M.J. (nov. 2011) 10 básicos de Porto Alegre. UP Magazine - TAP Portugal. Lisboa. . v.49 pp.66-75[citado como ♦91]

\*PERALTA, N. L. (19 jul. 2011) Porto Alegre: el lado gaúcho de Brasil. El Comercio. Lima. . [citado como ♦92]

\*MORTARA, F. (1 de nov. 2011) Porto Alegre: novembro concorrido na cena cultural gaúcha. O Estado de São Paulo. Viagem. São Paulo. . v.11[citado como ♦93]

\*MORTARA, F. (1 de nov. 2011) Porto Alegre: das margens do Guaíba aos sabores típicos. O Estado de São Paulo. Viagem. São Paulo. . v.12[citado como ♦94]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. ( 2011) Porto Alegre RS/Brasil - Dicas para curtir. . Porto Alegre. SMTur. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦95]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. ( 2011) Porto Alegre RS/Brasil - Tips for your enjoyment. . Porto Alegre. SMTur. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦96]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. ( 2011-2012?) Porto Alegre RS/Brasil - Segunda-feira em Porto Alegre. . Porto Alegre. SMTur. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦97]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. ( 2011-2012?) Porto Alegre RS/Brasil - Roteiros pelo Centro Histórico. . Porto Alegre. SMTur. Nossa cidade, nosso futuro[citado como ♦98]

\*ROBINSON, A.& ROBINSON, G. (fev. 2011) Porto Alegre. Footprint Travel Guides Brazil. India. Footprint Handbooks. 7a ed. pp.358-361[citado como ♦99]

\*DIÁRIO DO NORDESTE (24 nov. 2011) Multicultural por natureza. Porto Alegre Encanto na vida da gente. Diário do Nordeste. Turismo. Fortaleza (CE). . [citado como ♦100]

\*TUÑEZ, Gabriel (fev. 2011) Porto Alegre: cercana y natural. Alta. Revista de bordo de Aerolíneas Argentinas. Buenos Aires. . [citado como ♦101]

\*ABRIL ( 2012) Porto Alegre. Guia 4 Rodas 2013. São Paulo. Abril. [citado como ♦102]

\*AZZI, T. (03 de maio 2012) Porto Alegre: uma viagem trilegal. Viaje Mais. Seção Fim de Semana. São Paulo. Editora Europa. v.127 pp.3-13[citado como ♦103]

\*COSTA, C. (nov. 2012) Cidade das Letras. Tam nas nuvens, 5(59), 102-117. . . v.5 n.59 pp.102-117[citado como ♦104]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. (jan 2012) Porto Alegre RS/Brasil (versão em inglês). . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦105]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. (jan 2012) Porto Alegre RS/Brasil. . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦106]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Porto Alegre Convention & Visitors Bureau (jan 2012) Porto Alegre RS/Brasil - Mapa de Porto Alegre. . Porto Alegre. SMTur/POAC&VB. [citado como ♦107]

\*DK. GHOSE, A. (Ed.) ( 2012) Porto Alegre. DK Eyewitness travel: Brazil. Londres. Penguin. 3a ed. pp.352-353[citado como ♦108]

\*BLORE, S.; DE VRIES, A. ( 2012) Porto Alegre. Frommer's Brazil. Hoboken (EUA). John Wiley & Sons. 6a ed. pp; 449-456[citado como ♦109]

\* (12 de set. 2012) Brasil. Porto Alegre: cidade fundada por açorianos. Caras Viagens.. Lisboa. . [citado como ♦110]

\*MICHELIN ( 2013) Une vitrine des progrès sociaux. Brésil. Le Guide Vert. Paris. Michelin. pp. 308-313[citado como ♦111]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Creative Tourism Network. ( 2013?) Porto Alegre Turismo Criativo. Porto Alegre, um Brasil diferente. . . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦112]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. ( 2013-2015?) Porto Alegre LGBT. . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦113]



PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. (maio 2013) Cruzando el Paralelo 30ºS. Recorrido por el Moinhos de Vento. . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦114]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Creative Tourism Network ( 2013?) www.Porto Alegre criativa.info - Cursos e oficinas para turistas.. Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦115]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Creative Tourism Network ( 2013?) www.Porto Alegre criativa.info - Cours et ateliers pour les touristes. . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦116]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Creative Tourism Network ( 2013?) www.Porto Alegre criativa.info - Courses and workshops for tourists. . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦117]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Secretaria Municipal de Cultura. Secretaria Especial da Copa. TRADICIONALISTA GAÚCHO, Movimento. 1ª Região Tradicionalista da Fundação Cultural Gaúcha ( 2013?) Turismo de Galpão: venha viver a cultura gaúcha - Guia de oficina e atividades abertas. . Porto Alegre. SMTur/SMC/SECOPA/MTG. [citado como ♦118]

\*SQUARE METER GUIDES ( 2013) Porto Alegre guide - guia gratuito feito para viajantes independentes por viajantes locais. . Porto Alegre. . [citado como ♦119]

\*FODOR`S ( 2014) Rio Grande do Sul. Porto Alegre.. Fodor's Brazil 2014. New York. Random House. pp.267-274[citado como ♦120]

PORTO ALEGRE & Região Metropolitana, Convention & Visitors Bureau ( 2014-2015?) Aprecie Porto Alegre e região metropolitana. . Porto Alegre. POAC&VB. [citado como ♦121]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. (abr 2014) Cruzando o Paralelo 30º Roteiro pela Cidade Baixa. . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦122]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. (abr 2014) Porto Alegre RS/Brasil - Tips for your enjoyment. . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦123]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. (abr 2014) Porto Alegre RS/Brasil - Dicas para curtir. . Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦124]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. ( 2014?) Porto Alegre RS-Brasil (versão holandês). Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦125]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. (abr. 2014) Cruzando o Paralelo 30º. Roteiro pelo Moinhos de Vento.. Porto Alegre. SMTur. [citado como ♦126]

\*SQUARE METER GUIDES ( 2014) Porto Alegre guide - guia gratuito feito para viajantes independentes por viajantes locais. [citado como ♦127]

\*HINCHBERGER, B.; SOMMERS, M.; IZZO-ORTOLANO, A. (mar 2014) Porto Alegre. National Geographic Brésil. Espanha. National Geographic Society. pp.158-159[citado como ♦128]

\*HINCHBERGER, B.; SOMMERS, M.; IZZO-ORTOLANO, A. ( 2014) Porto Alegre. Libros de Viajero National Geographic: Brasil, las sedes Porto Alegre y Curitiba. Buenos Aires. Clarin. [citado como ♦129]

\*EMBRATUR. ABRIL. CASAGRANDE, F. (ed.) ( 2010?) Tour 1 - Porto Alegre. Brazil Guide. . pp.20[citado como ♦130]

\*PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Turismo. Secretaria Especial da Copa ( 2014) Porto Alegre -Guia do Espectador da Copa do Mundo . Porto Alegre. SMTur/ Secopa. [citado como ♦131]

\*RIO GRANDE DO SUL, Governo do Estado do. Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Social. Companhia Rio-Grandense de Turismo. ( 1990-1994?) Rio Grande do Sul te espera: Porto Alegre e Região Metropolitana. . Porto Alegre. CRTur. [citado como ♦132]

PORTO ALEGRE, Prefeitura Municipal. Escritório Municipal de Turismo; EMATER;ASCAR, Associação Sulina de Crédito e Assistência Rural; RIO GRANDE DO SUL, Governo do Estado do. Secretaria da Agricultura e Abastecimento. (2005-2007?) Turismo Caminhos Rurais: Porto Alegre -RS. Porto Alegre. Estur. Estado que trabalha unido. [citado como ♦134]

\* indica textos considerados nos mapas e tabelas do capítulo 11.

## 8. APÊNDICE. NOTAS DE TRADUÇÃO.

### Introdução - Originais dos trechos traduzidos:

<sup>1</sup>: La posture créative associe plus étroitement la cohérence à la pertinence, la posture réflexive, la cohérence à l'accessibilité, la posture productive, l'accessibilité à la pertinence. Toutes trois sont utiles si elles sont compensées par les autres. La création tourne à vide si elle devient une machine dont personne ne comprend l'usage; la production perd beaucoup de son efficacité si elle renonce à la réflexivité, et donc à l'esprit critique; la réflexion manque son but si elle oublie qu'elle doit servir à faciliter de nouvelles productions.

<sup>2</sup> A good text is never an unmediated portrait of what it describes—nor for that matter is a portrait. It is always part of an artificial experiment to replicate and emphasize the traces generated by trials in which actors become mediators or mediators are turned into faithful intermediaries. There is nothing less natural than to go into fieldwork and remain a fly on the wall, pass out questionnaires, draw maps, dig up archives, record interviews, play the role of a participant-observer, compile statistics, and 'Google' one's way around the Internet. De-scribing, inscribing, narrating, and writing final reports are as unnatural, complex, and painstaking as dissecting fruit flies or sending a telescope into space.

<sup>3</sup>: Traiter l'information, c'est la simplifier, la résumer et donc accepter une certaine perte. La perte relative d'information est compensée par l'émergence de concepts plus formellement mémorisables.

<sup>4</sup> La multiplicité des informations, leurs imbrications peuvent donner une image d'ensemble difficilement mémorisable si le message est trop dense ou non organisé. Si une carte retient tous les détails, sa lecture sera obligatoirement parcellaire.

### Capítulo 1 - Originais dos trechos traduzidos:

<sup>5</sup> Turismo es, por un lado, conjunto de turistas, que cada vez son más numerosos; por el otro, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, transportes, espectáculos, guías-intérpretes, etcétera, que el núcleo debe habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden [...] Turismo es las organizaciones privadas o públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; las campañas de propaganda [...]; la creación de escuelas para la enseñanza del Turismo [...] También es Turismo los efectos negativos o positivos que se producen en las poblaciones receptoras [...] (FUSTER, 1974, p.28-29).

<sup>6</sup> .Tourism is a social, cultural and economic phenomenon related to the movement of people to places outside their usual place of residence, pleasure being the usual motivation.

<sup>7</sup>: The present focus is on the economic perspective and from this perspective tourism is defined as the activities of persons, identified as visitors. A visitor is someone who is travelling under certain conditions (see. 2.9), namely, for holiday, leisure and recreation, business, health, education or other purposes (see. 3.14). 1.10. Tourism comprises the activities of all these categories of visitors. This scope is much wider than the traditional perception of tourists, which includes only those travelling for leisure.

<sup>8</sup> Le tourisme est défini comme l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leur séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. L'utilisation de ce concept, suffisamment large, permet d'identifier aussi bien le tourisme entre différents pays qu'à l'intérieur d'un

même paus. Le terme 'tourisme' couvre toutes les activités des visiteurs incluant à la fois les 'touristes' (visiteurs qui passent la nuit) et les 'visiteurs de la journée' (excursionnistes).

<sup>9</sup> "tourist studies has been dominated by policy led and industry sponsored work so the analysis tends to internalize industry led priorities and perspectives, leaving the research subject to the imperatives of policy, in the sense that one expects the researcher to assume as his own an objective of social control that will allow the tourist product to be more finely tuned to the demands of the international market."

<sup>10</sup> "Questa mania delle tassonomie è frutto di un infelice connubio fra ricerca di mercato e ambizioni positiviste di etichettamento scientifico. I vacanzieri, tuttavia, continuano a muoversi dentro e fuori da queste nette gabbie e riescono a ingannare o a sottrarsi a diversi atteggiamenti mentali e interessi. Una delle attrattive principali dell'essere in vacanza consiste nella possibilità di scegliere fra varie attività o stati mentali [...]."

<sup>11</sup> "lorsqu'une personne pratique une activité, elle n'abandonne pas pour autant ses autres identités, et ne se réduit pas à l'identité que lui confère momentanément sa pratique touristique" (ÉQUIPE MIT, 2002 apud STOCK 2003, p. 22)

<sup>12</sup> Ce système est constitué d'entreprises (proposant différents services, allant de l'agence de voyage aux restaurateurs et hôteliers, en passant par les transporteurs et les tour-opérateurs), de normes et de valeurs (pour certains, le tourisme est positif, pour d'autres, il est négatif et surtout, il existe différentes manières, socialement et culturellement différenciées, d'être touriste), de lois (sur la nationalité, les congés payés, la fiscalité, etc.), de touristes (qui sont temporairement dans des lieux autres et se distinguent par leurs pratiques), de lieux touristiques de qualités différentes (pouvant être classés selon des types: station touristique, site touristique, lieu de villégiature, ville touristique, métropole touristique, etc.) de marchés (plus ou moins segmentés) et de relations non-marchandes (prêter ou échanger un logement, regarder un paysage, etc.) Ce système est aussi informé par les autres institutions sociales (la famille, comme lieu d'apprentissage des pratiques touristiques, le mariage, comme voyage de noce, etc.) d'imaginaire (le paradis change: de la Suisse aux mers du Sud), d'images (véhiculées par les catalogues, la télévision, les photos et les diapositives des autres touristes, etc.), et de discours (les guides, les scientifiques, les émissions radiophoniques ou télévisées, etc.).

<sup>13</sup> Tourisme (*tourism*, 1811; tourisme, 1841) : système d'acteurs, de pratiques, et de lieux qui a pour objectif de permettre aux individus de se déplacer pour leur recreation hors de leur lieu de vie habituel, en allant habiter temporairement dans d'autres lieux. C'est une des formes de recreation avec des loisirs.

<sup>14</sup> Si nous distinguons les voyages d'affaires du tourisme, cela ne signifie pas pour autant qu'il faille négliger l'importance économique et géographique de ce phénomène ni ses liens étroits avec le tourisme.

<sup>15</sup> elles sont différentes dans l'intention, dans ce qui est mis en oeuvre à l'arrivée et dans les jeux d'acteurs qui s'y construisent.

<sup>16</sup> elle s'inscrit dans la volonté de voir se constituer un temps 'intégralement utile' d'où tous les temps dits 'morts' sont bannis; à ce titre elle fait, avec l'histoire de la mesure et de la nouvelle conscience du temps, partie intégrante de l'histoire de la modernisation.

<sup>17</sup> C'est dans ce dernier [temps hors travail] à la fois opposé et indissociable du temps de travail, que l'aristocratie, exclue de la vie économique, a inventé le tourisme dans la filiation du Tour et de la villégiature"

<sup>18</sup>: Dans la logique du profit, la société bourgeoise se veut 'jouissance de sa richesse', pour l'accumulation des biens matériels comme des biens intangibles. Ainsi en va-t-il du plaisir, qui dégagé de

---

son ancien statu de mollesse et de vaine oisieté, se voit savouré, en toute légitimité, comme un activité monayble, fruit de l'enrichissement par le travail et expression du boheur dans la sociabilité

<sup>19</sup> Il Turismo ha avuto um ruolo fondamentale nel creare spazio per la modernità e soprattutto per le nuove sensibilità. I primi pionieri scoprirono e coltivarono la loro soggettività, riflettendo su nuove esperienze sensuale e visive, contemparono le loro reazioni emotive ai nuovi ambienti e mantennero un dialogo constante con se stessi.

<sup>20</sup> La *recreation* deviendrait non seulement le centre de la vie en société, mais l'une des logiques constitutives du capitalisme. Cette idée est confortée para l'augmentation du temps de non-travail dans les pratiques humaines et la prise en compte par l'industrie de ce phénomène. L'affirmation de la *recreation* est alors une conséquence directe de l'organisation capitalistique du salariat, de la division du travail qui y est associé, et de la mise à disposition du 'temps' comme unité de mesure pour la vie personnelle.

<sup>21</sup> les pratiques touristiques comme des pratiques de recreation choisies, effectuées par un déplacement du lieu de résidence vers un lieu autre. (STOCK, 2003, p.23).

<sup>22</sup> Pratiques touristiques - ce que fait un tourist pendant son déplacement, combinaison de la mise en acte de ses intentions et des réponses qu'il apporte aux suggestions du lieux. (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 300)

<sup>23</sup> On ne naît pas touriste, on le devient par un apprentissage qui se fait frâce à la famille, l'école, les colonies de vacances, les séjours scolaires ou linguistiques à l'étranger, ou encore le voyage organisé tant décrié, qui constitue cependant un sas epermettant aux individus qui ne sont jamais partis à l'étranger de vaincre leur peur de l'inconnu (STOCK, 2003, p.26).

<sup>24</sup> Mais en s'appuyant sur des 'évidences géographiques', on crée la différence là où elle n'existe pas, ou du moins, là où elle n'est pas nécessairement la plus porteuse de sens (

<sup>25</sup> ce n'est pas le lieu en lui-même qui attire les touristes, mais ce sont les touristes qui chossissent les lieux en fonction de leurs besoins et de leurs pratiques, celles-ci changeant au cours du temps selon l'évolution des sociétés.

<sup>26</sup> On peut le qualifier leui-même de complexe en ce qu'il met l'accent sur les relations et sur les interactions, sur la dynamique et le mouvement, sur le contradictions, sur la nature indissociable de l'espace et du temps, sur le caractère multidimensionnel des spatialités et de temporalités.

<sup>27</sup> Ora, qualunque sai l'atto turistico, esso si svolge in uno spazio che non è mai veramente neutro nei riguardi del Turismo, di cui catalizza o esprime l'impatto. La mostra analisi del Turismo passa attraverso il fato spaziale, dall'osservazione ala spiegazione che ne è la traduzione concreta. La Geografia del Turismo, a nostro modo di vedere, dovrebbe essere lo studio dei rapporti tra lo spazio e le attività turistiche, dallo spazio visitato allo spazio consumato, senza trascurare però gli altri fattori che intervengono nel processo turistico.

<sup>28</sup> Lo spazio non è più solamente visitato: è organizzato (rimodellato, ristrutturato) e anche consumato (l'inquinamento e la degradazione dei siti sono tra le più gravi cuase di destrutturazione degli ambiente ricettivi resi grafili da un'affluenza turistica a volte mal controllata).

<sup>29</sup> to show a geographical perspective can contribute to its planning, development and management

<sup>30</sup> "Une géographie du tourisme d'un nouveau genre se dessine alors. Elle vise à saisir, grâce au détour par l'espace, non pas le tourisme considéré em lui-même et por lui-même, mais le mode contemporains d'organisation de l'espace et d'usage de la ressource spatiale par les operateurs que ce genre comum révèle.

---

<sup>31</sup> [...] il constitue un opérateur de la construction et du fonctionnement du Monde mondialisé comme réalité partagée, comme horizon de toute société.

<sup>32</sup> S'exprime dans des espaces et des pratiques spécifiques, mais aussi et surtout devient présent au sein même des situations qui apparemment ne sont pas touristiques.

<sup>33</sup> "Dès lors, il importe moins d'observer la "géographie" d'un espace touristique donné, que de saisir tout à la fois ce qu'une activité touristique signifie pour quelqu'un, un opérateur qui la construit et la vit, comment pour ceux qui interagissent avec lui, les actes qu'elle demande et autorise, les effets spatiaux qui en résultent."

<sup>34</sup> Il convient donc de replacer la mobilité touristique dans le concert des circulations et de montrer que le touriste n'est pas seulement un être mobile comme les autres. Le touriste se déplace pour se recréer là où d'autres êtres mobiles ont d'autres projets dans d'autres conditions spatiales.

<sup>35</sup> La définition du touriste n'a donc pas de sens en soi, mais ne devient significative que rapportée à des lieux, des temps et des activités qui participent à la recreation de l'homme eux-mêmes. Le touriste est donc un homme dans un certain rapport au Monde, y prenant, à un moment donné, une certaine place. On peut ainsi proposer une définition du touriste non plus seulement par ses seules activités qui ne sont qu'un aspect du tourisme, mais par cette pratique géographique, c'est-à-dire par l'ensemble des actes mis en oeuvre comme touriste et qui, dans cette totalité et par rapport aux lieux où ils se déroulent, prend un sens.

<sup>36</sup> "moment de lieu" désigne l'espace de temps plus ou moins précis où un endroit donné un lieu, mais aussi un espace, voire un itinéraire ou un réseau de lieux) incarne une situation de portée générale, dépassant l'enjeu du lieu lui-même; donc, le moment où le lieu a constitué et constitue une référence, voire un modèle pour les autres lieux."

<sup>37</sup> Maps became not only products within which ideologies and marketing strategies were coded, but necessary tools for openly performing my encounter with the urban space. [...] It is not a matter of freedom to explore the city space in contrast with the map's impositions. I suggest that following the map's routes in their intent to explain the evolution of the shape of the city becomes in itself an act of freedom. [...] Moving through Berlin's map space, tourists organise their knowledge and imagination about the city, acquiring a spatial competence that can make their encounter with the city simultaneously more lucid and enchanting. Even in this sense, we might think that '[map] technologies become empowering instead of controlling' (Perkins, 2009, 132).

## Capítulo 2- Originais dos trechos traduzidos

<sup>38</sup> La ville et le tourisme se sont historiquement constitués en champs distincts : les spécialistes de la ville ignorent généralement le tourisme et les spécialistes du tourisme n'ont pas toujours assimilé le caractère fondamentalement urbain de l'activité qu'ils étudient, réservant le qualificatif d'urbains au tourisme – et plus généralement à toutes les visites, car on sait que les statistiques sont généralement englobantes – en « ville »

<sup>39</sup> Le tourisme, comme l'industrie dont le développement a été contemporain, est l'une des activités humaines qui a produit et produit encore des lieux spécifiques. Mais, jusqu'ici, les espaces industriels ont davantage attiré l'attention que les espaces touristiques.

<sup>40</sup> [...] des lieux touristiques dont certains ne sont pas forcément des villes au sens où on l'entend ordinairement, mais qui contiennent de la substance urbaine dans la mesure où ils sont d'abord habités par des touristes, acteurs portant une culture urbaine, dotés d'intentionnalité et actualisant leur projet à travers leurs pratiques (Deprest, 1997 ; Equipe Mit, 2002 ; Stock, 2004).

---

<sup>41</sup> Modalité contemporaine dominante des réponses organisationnelles possibles apportées par les groupes humains à la question de la séparation et de la distance.

<sup>42</sup> La forte densité des lieux touristiques n'est pas un accident de l'histoire, le résultat d'un moment d'aberration des sociétés qui nous ont précédé, ou seulement d'un simple processus d'accumulation réalisée au fil des siècles. Elle résulte de nécessités d'ordre très différent et de nécessités qui pour deux d'entre elles au moins sont constitutives du mouvement touristique. La première tient à la recherche par les touristes d'une vie de société. La seconde est plus complexe et n'a, jusqu'à présent jamais été identifiée: les lieux élus par les touristes se trouvent dans des configurations spatiales qui ont très tôt favorisé la concentration. Autrement dit, les raisons mêmes qui pouvaient attirer les touristes en un lieu contenaient en germe les causes des fortes densités.

<sup>43</sup> Ce constat premier n'exclut pas l'existence de lieux touristiques à faible densité, mais ils ne sont pas les plus représentatifs, du passé comme du présent. Et rien, pour l'instant, ne nous autorise à penser qu'ils puissent être un jour les lieux touristiques de demain, sauf à se densifier

<sup>44</sup> pressent qu'ils contiennent de la centralité tout en relevant généralement de situations périphériques et d'un rang éloigné dans la hiérarchie urbaine considérée selon le nombre d'habitants.

<sup>45</sup> les lieux touristiques ne sont pas pour autant des lieux centraux, mais ce sont des lieux qui bénéficient de la centralité, qui en sont des relais et, de ce fait, contribuent à arrimer la périphérie au "centre",

<sup>46</sup> Ce choix se justifie par la découverte que a) le tourisme est intrinsèquement urbain, car fait de citadins – donc pas besoin d'épithète, b) mal nommé, car « tourisme urbain » signifie « tourisme en ville », et ne rend donc pas compte de la diversité des situations urbaines provoquées par le tourisme: stations touristiques, communautés vacancières, sites touristiques, spots, métropoles touristiques, villes-stations, etc. De même, on évitera de parler d'attraction ou de vocation des lieux, car généralement ces termes, employés après la mise en tourisme, ne rendent pas compte des raisons qui ont présidé à leur transformation.

<sup>47</sup> [...] nous proposons une typologie des lieux du tourisme qui poursuit le double objectif d'avoir plus de sens que celle des espaces ou des types de tourisme, et de rendre compte de la nature des différenciations entre les lieux touristiques.

<sup>48</sup> La mise en place d'un système d'observation des trajectoires des lieux touristiques permet d'identifier deux logiques principales: un changement de la qualité du lieu allant dans le sens d'un renforcement des attributs touristiques du lieu, ou allant dans le sens d'un gain d'urbanité, cohabitant voire supplantant le tourisme

<sup>49</sup> un lieu traversé par le tourisme n'est pas touristique de manière définitive: il est susceptible d'aller vers une "sortie du tourisme"

<sup>50</sup> L'itinéraire des lieux résulte des conflits opposant des intérêts contradictoires.

<sup>51</sup> La dynamique de la destination sera donc influencée par le poids du tourisme dans le lieu, qui dimensionne la présence des acteurs professionnels, et par la conscience et les représentations que les habitants ont du rôle du tourisme dans le lieu

<sup>52</sup> Dans quatre types de lieu (le site, le comptoir, la station et la ville ou le village touristifié), la place du tourisme est essentielle, mais le système des acteurs est plus simple et davantage sous le contrôle des entrepreneurs du tourisme, au contraire de la ville touristique où les acteurs du tourisme ne maîtrisent pas tous les leviers et doivent composer avec d'autres, portés par d'autres fonctions. (

<sup>53</sup>“Être touriste en ville, c’est venir ‘découvrir’ tout autant les traces du passé que la richesse du présent à travers la rencontre des citadins et vivre avec eux des événements.

<sup>54</sup>We visit cities to experience their distinction mixes of human difference, their design (neighborhoods, parks, architectural and other monuments), the ways they have adapted themselves to technologies and to their natural settings, their manifestations of wealth and poverty, how much human difference and even deviation they tolerate, the distinction of they restaurants and lodging, the cultural institutions they support, the warmth, coldness and other mannerisms of their residents. From the perspective of the tourist, all this is symbolic variation on the theme of urban ‘otherness’.

<sup>55</sup>Le tourisme et l’urbain s’inventent mutuellement et réciproquement en permanence.

<sup>56</sup> Dans ce contexte troublé, la ville apparaît donc comme une ‘curiosité’ ambiguë. Attractive et répulsive, on constate aujourd’hui qu’elle s’inscrit dans l’univers du touriste davantage comme une antidestination. Sa première qualité est d’être désormais un entité centrifuge : la ville inspire maintenant des comportements collectifs de fuite plutôt que des mouvements touristiques de quête.

<sup>57</sup> En effet, la ville est caractérisée par la diversité de ses habitants si bien que l’on ne distingue pas nécessairement la mobilité touristique des autres, notamment de celles liées aux fonctions métropolitaines ou plus modestement régionales. Il faut un degré de touristicité élevé pour que le tourisme soit visible, une fréquentation internationale par exemple, révèle le tourisme aux yeux des habitants. Cela tient aussi aux représentations de acteurs urbains qui voient le tourisme à travers leurs propres pratiques, ou qui ne songent pas spontanément que le tourisme puisse être un facteur important de l’urbanité

<sup>58</sup>“Les villes sont fréquentées par d’autres populations que leurs habitants parce qu’elles sont des lieux de concentration, d’accumulation et d’échanges. Et, au-delà, parce qu’elles sont œuvres humains sans arrêt refaites par les populations qui s’y succèdent” (KNAFOU, 2007, p.10).

<sup>59</sup> “Si les villes appel à cette même «boîte à outils», elles le font toutes de manière différente, en fonction de la gouvernance locale, des héritages matériels et immatériels dont elles disposent, de leur capital humain et du leadership politique, de la situation économique et sociale dans laquelle elles se trouvent.”(GRAVARI BARBAS, 2013, p.107)

<sup>60</sup> “[...]the development of tourism requires the production of mythical places and hosts, and these myths are underpinned by politico-economic and cultural dependencies Selwyn (1996) also demonstrates that there is no simple and universal process in the production and consumption of tourist myths”(SELBY, 2004, p.23)

<sup>61</sup> “A dialectical process seems to operate, between the physical production of the urban landscape, and the cultural production of symbolic value.”(SELBY, 2004, p.23)

### Capítulo 3 - Originais dos trechos traduzidos

<sup>62</sup> International inbound tourists (overnight visitors) are the number of tourists who travel to a country other than that in which they have their usual residence, but outside their usual environment, for a period not exceeding 12 months and whose main purpose in visiting is other than an activity remunerated from within the country visited. When data on number of tourists are not available, the number of visitors, which includes tourists, same-day visitors, cruise passengers, and crew members, is shown instead. Sources and collection methods for arrivals differ across countries. In some cases data are from border statistics (police, immigration, and the like) and supplemented by border surveys. In other cases data are from tourism accommodation establishments. For some countries number of arrivals is limited to arrivals by air and for others to arrivals staying in hotels. Some countries include arrivals of nationals residing abroad while others do not. Caution should thus be used in comparing arrivals across countries. The data on inbound tourists refer to the number of arrivals, not to the



---

number of people traveling. Thus a person who makes several trips to a country during a given period is counted each time as a new arrival.

<sup>63</sup> International tourism receipts for travel items are expenditures by international inbound visitors in the reporting economy. The goods and services are purchased by, or on behalf of, the traveler or provided, without a quid pro quo, for the traveler to use or give away. These receipts should include any other prepayment made for goods or services received in the destination country. They also may include receipts from same-day visitors, except in cases where these are so important as to justify a separate classification. Excluded is the international carriage of travelers, which is covered in passenger travel items. Data are in current U.S. dollars.

<sup>64</sup> International tourism expenditures are expenditures of international outbound visitors in other countries. The goods and services are purchased by, or on behalf of, the traveler or provided, without a quid pro quo, for the traveler to use or give away. These may include expenditures by residents traveling abroad as same-day visitors, except in cases where these are so important as to justify a separate classification. Excluded is the international carriage of travelers, which is covered in passenger travel items. Data are in current U.S. dollars.

#### **Capítulo 4 - Originais dos trechos traduzidos e versões em português das fontes citadas em língua estrangeira**

<sup>65</sup> “un ensemble d'énoncés qui peuvent appartenir à des champs différents mais qui obéissent malgré tout à des règles de fonctionnement communes. Ces règles ne sont pas seulement linguistiques ou formelles, mais reproduisent un certain nombre de partages historiquement déterminés: 'l'ordre du discours' propre à une période particulière possède donc une fonction normative et réglée et met en œuvre des mécanismes d'organisation du réel à travers la production de savoirs, de stratégies et de pratiques”

<sup>66</sup>le moment où la fonction touristique d'un lieu est confirmée par un document. Plus précisément, nous définissons le moment de mise en tourisme d'un lieu comme un événement publié dans un guide de voyage. (STOCK, 2014, p. 5)[...] la reconnaissance, par une configuration sociale constituée de touristes, d'éditeurs et de rédacteurs, d'un lieu comme étant touristique.

<sup>67</sup>guide touristique permet donc d'historiciser le tourisme et de reconstruire la façon dont l'espace touristique a été imaginé à un moment donné. Il s'agit de jugements sur des lieux géographiques qui sont contingents mais non arbitraires, et changeants au fil du temps

<sup>68</sup> Frustes nomenclatures ou choix d'itinéraires, énumération de renseignements ou descriptions détaillées, simples outils de repérage ou instruments sophistiqués, les guides imprimés ne cessent de se référer à l'espace et de représenter des espaces. Leur fonction même se justifie par la tension qu'ils s'efforcent de réduire, *pour le lecteur*, entre la diversité topique de leur objet et l'unité qu'ils lui supposent et qu'ils recomposent, celle d'un espace de conduite et de découverte dont ils articulent les différentes dimensions géographiques, historiques, politiques, institutionnelles, sociales, économiques, etc.

Quels que soient les moyens utilisés et le niveau d'élaboration du discours, le souci de représentation topographique s'inscrit comme allant de soi dans une perspective d'introduction pratique du lecteur à la connaissance et des informations sur l'espace (routes et paysages, rues et monuments), semble difficilement dissociable de l'étude du "code de perception" qu'ils constituent et de l'invention de l'espace à laquelle ils participent.

<sup>69</sup> L'accès à l'information revêt une dimension stratégique essentielle. Elle peut amener le touriste à s'en remettre à un voyageur, réputé capable de maîtriser l'incertitude, pour réaliser son projet, voire à mettre en œuvre des pratiques routinières, au moins en apparence, aller toujours au même endroit,

---

ce qui réduit l'inconnu mais aussi des écarts impossibles ailleurs dans un espace inconnu. (VIOLIER, 2009)

<sup>70</sup> j'appelle la scénographie, c'est-à-dire la nécessité pour une énonciation de se valider en captant les pouvoirs d'une autre, ou d'une série d'autres, déjà installées dans l'univers des destinataires

<sup>71</sup> Selon nous, le touriste réalise un 'balisage à caractère exogène', en tant qu'individu non originaire des lieux mais envisageant de s'y installer (initialement) de manière temporaire, devenant un acteur transitionnel (Di Méo, 1991), c'est-à-dire qu'étant à l'origine un acteurs exogène, il choisit par une territorialisation de se rapprocher des acteurs endogènes. Or, la médiatisation est telle qu'il se forge forcément une idée très précise de ce qu'il cherche et de ce qu'il trouvera [...] ces acteurs originaires du lieu, établissent un 'balisage à caractère endogène' et, au final, il s'opère un véritable jeu de séduction, soit pour comprendre les pratiques touristiques, soit pour persuader le touriste de la qualité des lieux, soit même les deux. La dimension régionale de la destination résulterait, en somme, d'un jeu d'acteurs et de la qualité des lieux. Nous pouvons alors considérer qu'il y a co-construction de la région touristique.

<sup>72</sup> A mais crioula [argentina] do Brasil: chimarrão, churrasco e futebol nas ruas desta cidade do sul do país, que se destaca pelos amplos parques e um excêntrico mercado.

<sup>73</sup> semelhança entre o berço de Ronaldinho - ídolo do futebol verde-amarelo - e as grandes cidades argentinas.

<sup>74</sup> O lugar tem o mesmo encanto que o Mercado de San José, popularmente conhecido como La Boquería, em Barcelona. De fato, os porto-alegrenses amam dizer que sua cidade tem um ar europeu. Talvez isso se deva ao culto às áreas verdes e ao respeito à arquitetura dos últimos séculos, herança de imigrantes italianos e alemães.

<sup>75</sup> Esta cidade é perfeita para o viajante de negócios, mas agora busca cativar mais turistas com sua oferta cultural e gastronômica.

<sup>76</sup> Apesar de não ser bonita à primeira vista, Porto Alegre é uma das cidades mais sofisticadas do Brasil.

<sup>77</sup> Com um certo tom de desinteresse, como um cruzamento entre uma cidade do sul da Europa e outra norte-americana, a maior parte das pessoas será tentada a passar reto por Porto Alegre, a não ser que estejam esperando para fazer uma conexão de transporte. Felizmente, a cidade tem bastante vida, e também alguma história visível, e você encontra muitas maneiras de se ocupar.

<sup>78</sup> Tradução livre: O Guaíba é muito pitoresco. Altos morros graníticos circundam a margem leste, por vezes despidos e precipitados, frequentemente com encostas gramadas e ravinas pontilhadas por florestas. Umhas poucas ilhotas rochosas estão espalhadas sobre o canal, uma delas é usada como armazém de pólvora e estação de sinalização náutica, mas não existem fortificações. Em torno de vinte milhas acima do lago o canal tem uma largura média de cinco ou seis milhas, mas em Porto Alegre é repentinamente afunilado em menos de uma milha considerando dois pontos de projeção opostos. O ponto sul é baixo e margeado por uma floresta pantanosa; o ponto norte, sobre o qual a cidade está construída, é um promontório granítico com certa de 150 pés de altura. Essa elevação, embora pequena, muito contribui para o caráter pitoresco do lugar; casas brancas e amareladas, com telhados vermelhos, são visitas elevando-se uma sobre a outra, e os prédios públicos coroam o morro com belo efeito.

Das cidades brasileiras essa é a menos tropical em aparência, a arquitetura mostra alguns traços daquele tipo romano degradado comumente visto na América espanhola e portuguesa, mas mesmo isso não é muito notável, na chegada nos poderíamos nos imaginar em uma cidade portuária dos Estados Unidos. As ruas são largas e bem pavimentadas com pórfiro dos morros adjacentes, mas eles são mal drenados e sujos - outro lembrete, talvez, de Nova Iorque e Filadélfia. Casualmente encontramos hotéis excelentes e muito razoáveis em suas taxas; todos tem nomes italianos ou

---

franceses, com que propósito seria difícil dizer, pois essas nacionalidades mal estão representadas na cidade. Existem ao redor de 35.000 habitantes, na maioria brasileiros brancos e alemães.

[...]

Fizemos várias pequenas excursões ao entorno da cidade, notando as peculiaridades físicas da região e tomando nosso primeiro vislumbre de sua fauna e flora. Linhas de bondes correm em várias direções, permitindo pequenas excursões muito agradáveis, e além dessas existem boas estradas e caminhos pela beira do rio entre os morros e ravinas. Por toda parte há a mesma mescla de aspectos tropicais e temperados; pessoas, costumes, arquitetura, animais e plantas, o próprio ar, mudando de abafado para gelado no mesmo dia, mostrou-nos que estávamos em uma fronteira, que compartilha características de duas regiões.

<sup>79</sup> Não é muito provável que muitos viajantes queiram visitar o sul do Brasil. O clima é bom mas os objetos de interesse não são numerosos.

<sup>80</sup> A América do Sul, tão longe, é um campo inexplorado pelo turista comum; na verdade contém pouco para atraí-lo. O turista comum segue a multidão; ele viaja pelos circuitos habituais, e caminho de menor resistência. Ele contrata a passagem em um transatlântico da moda, e faz Europa e o 'Oriente'.

<sup>81</sup> Aménager un espace public dans une logique de découverte collective, c'est le concevoir comme un instrument de réappropriation d'un espace urbain par une communauté.

<sup>82</sup> Au départ, dans ce projet urbain, le tourisme n'a pas un rôle central. Les premiers projets d'aménagement urbain de la démocratie (1979) s'attachent moins à valoriser la ville pour un essor du tourisme qu'à « reconstruire la ville sur la ville » pour ses habitants en palliant les carences en équipements publics. Il convient alors d'« assainir le centre et monumentaliser la périphérie »

<sup>83</sup> Para ter a sensação sobre um lugar, seja em Paris, Kyoto ou Roma, eu sempre vou direto ao mercado, não o supermercado, onde tudo é embalado com plástico, mas no mercado coberto ou de rua, onde os vendedores gritam as virtudes dos seus produtos, os aromas e visual batem nariz e olhos. Porto Alegre, na província brasileira do Rio Grande do Sul, não é diferente neste sentido. Em uma cidade movimentada com um centro de resto sem graça, o Mercado Público é uma estrutura coberta do século XIX que combina todos os sabores e contradições do Brasil colonial. Deuses e deusas africanos dividem a prateleira e dançam sambas ardentes com aparentemente austeros santos católicos. O aroma de café se mistura com aquele de curas milagrosas e bacalhão seco.

<sup>84</sup> Mercado com diferentes lojas de comida e tudo mais. Bem sujo e cheio de gente, onde é impossível passear ou comprar tranquilamente. Os banheiros públicos estão muito sujos e apesar de antes de entrar ter que pagar por um mísero pedaço de papel higiênico. Resumindo, pouco recomendável a visita.

<sup>85</sup> Toda gente bonita caminhando, correndo, fique. No melhor parque e na melhor vizinhança. Eu adoro no sábado e domingo, uffff muita gente fantástica.

<sup>86</sup> ce n'est pas le lieu en lui-même qui attire les touristes, mais ce sont les touristes qui chossissent les lieux en fonction de leurs besoins et de leurs pratiques, celles-ci changeant au cours du temps selon l'évolution des sociétés.

<sup>87</sup> Este grande Shopping Center é um dos mais antigos e populares em Porto Alegre, RS, BR. Não é o mais moderno para quem costuma viajar pelo mundo, mas é grande e tem uma variedade de lojas. Se você é um viajante europeu, não espere encontrarr coisas baratas. Você ficará chocado com preços altos de algumas lojas europeias bem conhecidas, como Zara e C&A. Mas, de qualquer forma, isso é um malentendido que a maioria dos visitantes têm sobre esse bonito país - não é barato. Esse Shopping Center bem vale a visita. A praça de alimentação e um grande supermercado tem uma boa variedade. Na praça de alimentação experimente os *fast foods* locais como pastel - essas massinhas saborosas com diversos recheios. E altamente recomendado cerveja - é gelada como gelo e leve. O

---

local é imaculadamente decorado durante as festas de fim ano, então aproveite essas. Esse Shopping Center tem um estacionamento pago gigante com preço único. Para um local tão grande vale a pena, e é perto de outro centro que fica no outro lado da rua - Bourbon Country. Então planeja ficar algumas horas para fazer valer seu dinheiro<sup>27</sup> out. 2013, Reino Unido)

<sup>88</sup> Visitamos este Shopping / Centro comercial faz poucos dias. Tem uma diversidade de lojas com preços acessíveis. A praça de alimentação é MAGNÍFICA! Recomendo comer em um restaurante que acho que chamava Lalo ou algo assim. Muito bom tudo!. Tem um Mc Donalds e um Burger King para as crianças. Os banheiros são de primeira! Estão construindo um novo setor que é quase três vezes maior do que é Shopping atualmente! Incrível! Recomendo totalmente! (26 jun. 2014, Uruguai)