

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR

DORILENE SOUSA SANTOS

AS EXPERIÊNCIAS NOS LUGARES TURÍSTICOS: um olhar sobre os projetos Quarta
do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio

São Luís

2020

DORILENE SOUSA SANTOS

AS EXPERIÊNCIAS NOS LUGARES TURÍSTICOS: um olhar sobre os projetos Quarta
do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio

Dissertação final apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade – Mestrado interdisciplinar, da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Cultura e Sociedade.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Conceição de Maria Belfort de Carvalho

São Luís

2020

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

Santos, Dorilene Sousa.

As experiências nos lugares turísticos : um olhar sobre os projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio / Dorilene Sousa Santos. - 2020.

113 f.

Orientador(a): Conceição de Maria Belfort de Carvalho.
Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade/cch, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2020.

1. Experiência Turística. 2. Pôr do Sol no Palácio.
3. Quarta do Tambor de Crioula. 4. Turismo de experiência. I. Carvalho, Conceição de Maria Belfort de.
II. Título.

DORILENE SOUSA SANTOS

AS EXPERIÊNCIAS NOS LUGARES TURÍSTICOS: um olhar sobre os projetos Quarta
do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, como requisito para obtenção do título de mestre em Cultura e Sociedade.

Aprovada em: 31/01/2020

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Conceição de Maria Belfort de Carvalho (Orientadora)
Universidade Federal do Maranhão

Profa. Dra. Kláutenys Dellene Guedes Cutrim
Universidade Federal do Maranhão

Profa. Dra. Hermeneilce Wasti Aires Pereira Cunha
Universidade Estadual do Maranhão

AGRADECIMENTOS

Nesse espaço gostaria de fazer aos agradecimentos a todos e todas que de alguma forma contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho.

À minha orientadora, Conceição Belfort, pela dedicação e paciência durante o desenvolvimento desta pesquisa. Agradeço também aos colegas que estiveram comigo no programa de pós-graduação em Cultura e Sociedade, com quem tive a oportunidade de compartilhar conhecimentos. A todos os professores do programa, especialmente, a professora Cristiane Tolomei, por sua paixão contagiante pela literatura, que me proporcionou uma disciplina maravilhosa, e que me fez apaixonar pela escritora Caroline de Jesus. Ao professor Luciano Façanha, coordenador quando entrei no mestrado e sempre muito atencioso. Aos excelentes professores Zilmara Carvalho, Mônica Teresa e Antonio Cordeiro, por toda transmissão de conhecimentos. Enfim, a todos os professores que de alguma forma ou outra contribuíram para meu crescimento intelectual. Aos funcionários da secretaria, em especial, Adriana, que sempre foi muito prestativa.

Aos colegas e coordenadoras do grupo de pesquisa em patrimônio cultural (GEPPaC), pelos debates enriquecedores. Agradeço às professoras Kláutenys Guedes (PGCult) e Hermeneilce Cunha (UEMA), que aceitaram participar da minha banca.

Gostaria de agradecer a Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (SECMA), na pessoa da sua coordenadora da unidade gestora de ação e difusão cultural, e ao diretor da Casa do Tambor de Crioula, que me receberam de forma tão receptiva. E aos entrevistados que dispensaram um pouquinho da sua hora de lazer para responder à minha entrevista, suas contribuições foram imensuráveis e serei sempre grata a todos. A CAPES, pelo importante e fundamental financiamento dessa pesquisa.

Agradecimentos especiais: ao meu amigo Jamys, seu incentivo e dicas me deram mais ânimo para enfrentar as etapas do mestrado, desde o seletivo até a finalização desta pesquisa; ao meu amigo Julio Cesar, que por diversas oportunidades me acompanhou na aplicação das entrevistas; e ao meu amigo Reginaldo, pelas várias impressões que muito me ajudaram.

E, finalmente, agradeço a toda minha família, mãe, pai, irmã, irmãos, tias, tios e sobrinhos. Minhas avós (Mocinha, Dora e Dolores) e minha tia Iracema, que muito incentivaram meus estudos, e cuja ausência ainda é muito sentida. Agradecimento especial ao meu tio e padrinho, Herbert Santos, pela valorosa contribuição na construção do meu projeto de pesquisa aprovado no mestrado, pela torcida e incentivo dispensado durante todas as etapas do seletivo.

Não se preocupe com nada, porque cada pequena
coisa ficará bem.

(BOB MARLEY)

RESUMO

No atual cenário das pesquisas em turismo, uma das questões apresentadas se configura a partir da evolução do paradigma dos serviços para o paradigma das experiências. De acordo com esse novo modelo, o turista estaria em busca de experiências memoráveis e participação ativa nos locais visitados. Este modelo, conhecido como turismo de experiência ou turismo experiencial, é tido como uma estratégia de formatação de novos produtos no turismo, respeitando a autenticidade da cultura do local. Nesse sentido, este trabalho teve por objetivo principal verificar se existe aplicação das dimensões das experiências turísticas nos projetos *Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio*, no Centro Histórico de São Luís – MA. Trata-se de uma pesquisa de caráter exploratório, que se fundamentou em um processo metodológico bibliográfico e documental, bem como na utilização de entrevistas semiestruturadas, como instrumento de coleta de dados, tendo como finalidade articular as informações obtidas com o referencial teórico abordado, identificando as dimensões e características da experiência turística. Discute-se o conceito de experiência, especialmente voltado para os estudos de Walter Benjamin (1989; 2012), e Yi-Fu Tuan (2013) e as relações desse conceito com o turismo. Discute-se, também, memória individual e coletiva, com fundamento em autores como Joel Candau (2016), Jacques Le Goff (1992) e Michael Pollak (1989; 1992). Para os debates relacionados ao turismo e o papel da comunidade na atividade, buscou-se autores como Beni (2006), Cooper (2011), Dias (2005; 2003) e Urry (2001). No que diz respeito aos assuntos referentes às experiências turísticas e dimensões das experiências, investigou-se na literatura autores como Pine II e Gilmore (1999), Marujo (2016), Trigo (2010) e Oh, Fiore e Jeoung (2007). Tendo como base os relatos dos 95 (noventa e cinco) participantes dos projetos, entrevistados nesta pesquisa, pode-se compreender as percepções geradas por meio das dimensões de sua experiência (entretenimento, estética, educação, escapismo), evidenciando-se que a aplicabilidade das experiências turísticas aos bens e serviços do turismo pode contribuir ou resultar no alargamento do conhecimento, além de proporcionar momentos memoráveis para turistas e comunidade.

Palavras-chave: Experiência Turística. Turismo de experiência. Quarta do Tambor de Crioula. Pôr do Sol no Palácio.

ABSTRACT

In the current scenario of tourism research, one of the questions presented is based on the evolution of the services paradigm to the experiences paradigm. According to this new model, tourists would be looking for memorable experiences and active participation in the places visited. This model, known as tourism of experience or experiential tourism, is seen as a strategy for formatting new products in tourism, respecting the authenticity of the local culture. In this sense, this work had as main objective to verify if there is application of the dimensions of the tourist experiences in the Tambor de Crioula's Wednesday and Sunset at the Palace projects, in the Historic Center of São Luís - MA. It is an exploratory research, which was based on a bibliographic and documentary methodological process, as well as on the use of semi-structured interviews, as a data collection instrument, with the purpose of articulating the information obtained with the theoretical framework addressed, identifying the dimensions and characteristics of the tourist experience. The concept of experience is discussed, especially focused on the studies of Walter Benjamin (1989; 2012), and Yi-Fu Tuan (2013) and the relationship of this concept with tourism. Individual and collective memory are also discussed, based on authors such as Joel Candau (2016), Jacques Le Goff (1992) and Michael Pollak (1989; 1992). For debates related to tourism and the role of the community in the activity, authors were sought, such as Beni (2006), Cooper (2011), Dias (2005; 2003) and Urry (2001). With regard to issues related to tourist experiences and dimensions of experiences, authors such as Pine II and Gilmore (1999), Marujo (2016), Trigo (2010) and Oh, Fiore and Jeoung (2007) were investigated in the literature. Based on the reports of the 95 (ninety-five) project participants, interviewed in this research, it is possible to understand the perceptions generated through the dimensions of their experience (entertainment, aesthetics, education, escapism), showing that the applicability from tourist experiences to tourism goods and services can contribute or result in the expansion of knowledge, in addition to providing memorable moments for tourists and the community.

Keywords: Tourist Experience. Experience tourism. Tambor de Crioula's Wednesday. Sunset at the Palace.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Guias turísticos do Brasil em 1977/1978	24
Figura 2 – Logotipo do Projeto Tour de Experiência	46
Figura 3 – Pinturas indígenas na Costa do Descobrimento (BA).....	46
Figura 4 – Mapa das zonas e limites de proteção cultural no Centro Histórico e os locais dos projetos	49
Figura 5 – Foto aérea de parte do Centro Histórico	49
Figura 6 – Mapa ampliado dos locais dos projetos	50
Figura 7 – Fachada da Casa do Tambor de Crioula.....	51
Figura 8 – Foto aérea da Praça Dom Pedro II	52
Figura 9 – As dimensões da experiência	56
Figura 10 – Placa de restauração e reabilitação da Casa do Tambor de Crioula.....	59
Figura 11 – Folders de divulgação da Quarta do Tambor de Crioula.....	60
Figura 12 – Pré-aquecimento das brincadeiras.....	60
Figura 13 – Itens priorizados no projeto relativos à experiência do usuário.....	65
Figura 14 – Apresentação do grupo de chorinho.....	66
Figura 15 – Momento do Pôr do Sol	66
Figura 16 – Itens priorizados no projeto relativos à experiência do usuário.....	68
Figura 17 – Apresentação de um grupo de Tambor de Crioula	79
Figura 18 – Público assistindo a grupo musical na frente do Palácio dos Leões	80
Figura 19 – Tocadores de Tambor de Crioula antes da apresentação	81
Figura 20 – Espectadores do projeto Pôr do Sol no Palácio.....	81
Figura 21 – Painel no pátio da Casa do Tambor de Crioula	83
Figura 22 – Fachada do Palácio dos Leões.....	84
Figura 23 – Dançantes do Tambor de Crioula	84
Figura 24 – Espectadores ao final da apresentação de um grupo musical	86

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Chegada de turistas ao Brasil por vias de acesso (2018)	29
Tabela 2 – Número de turistas e viagens ao Maranhão segundo a tabela FIPE	29
Tabela 3 – Participantes da pesquisa	53

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Abordagens das ciências sociais sobre experiências turísticas.....	40
Quadro 2 – Tabela criada pelo SEBRAE estabelecendo as diferenças entre o turismo tradicional e o turismo de experiência.....	43
Quadro 3 – Benefícios propiciados aos setores da Cultura, Turismo e Gestão Pública.....	61
Quadro 4 – Benefícios propiciados aos setores da Cultura, Turismo e Gestão Pública.....	67

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Exportações em 2017	28
Gráfico 2 – Procedência / Quarta do Tambor de Crioula	69
Gráfico 3 – Procedência / Pôr do Sol no Palácio	70
Gráfico 4 – Proporcionou novos conhecimentos / Aprendizagem (Comunidade)	74
Gráfico 5 - Proporcionou novos conhecimentos / Aprendizagem (Turista)	75
Gráfico 6 - Conhecia a dança Tambor de Crioula	76
Gráfico 7 – Proporcionou novos conhecimentos / Aprendizagem (Comunidade)	77
Gráfico 8 - Proporcionou novos conhecimentos / Aprendizagem (Turista)	77

LISTA DE SIGLAS

EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
MTur	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial de Turismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECMA	Secretaria de Estado da Cultura
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNWTO	World Tourism Organization

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 EXPERIÊNCIA: um conceito interdisciplinar	20
2.1 Experiência	20
3 O CONCEITO DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICA APLICADA AOS PRODUTOS TURÍSTICOS	27
3.1 Turismo: conceitos e aproximações	27
3.1.1 As motivações das viagens.....	30
3.1.2 O papel da comunidade no Turismo.....	32
3.2 A experiência nos produtos turísticos	38
3.2.1 Turismo de experiência.....	42
4 METODOLOGIA	48
4.1 Tipo de Pesquisa	48
4.2 Local da Pesquisa	48
4.3 Participantes da Pesquisa	52
4.4 Instrumentos de coleta de dados	53
4.5 Procedimentos da Pesquisa	53
4.6 Procedimentos da análise dos dados	54
5 AS DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA NOS PROJETOS QUARTA DO TAMBOR DE CRIOLA E PÔR DO SOL NO PALÁCIO	56
5.1 Projeto Quarta do Tambor	58
5.2 Projeto Pôr do Sol no Palácio	65
5.3 Análise das entrevistas	68
5.3.1 Educação.....	74
5.3.2 Entretenimento.....	78
5.3.3 Escapismo.....	80
5.3.4 Estética.....	83
5.3.5 Experiência memorável	85
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	89
REFERÊNCIAS	93
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A COORDENADORA DO SECMA	102

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O DIRETOR DA CASA DO TAMBOR DE CRIOULA	104
APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARTICIPANTE QUARTA DO TAMBOR DE CRIOULA.....	106
APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARTICIPANTE PROJETO PÔR DO SOL NO PALÁCIO	107
ANEXO A – APROVAÇÃO DO COMITÊ DE ÉTICA.....	109

1 INTRODUÇÃO

Os caminhos que me levaram a escolher este tema iniciaram ainda na graduação em Turismo, pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Durante os anos em que me envolvi em projetos de pesquisa e extensão, foi-me dada a oportunidade de participar como bolsista no Programa de Iniciação Científica (PIBIC/UFMA) e como bolsista de extensão da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), nos projetos “Turismo de experiência nos roteiros turísticos de São Luís” e “Tour pedagógico nos lugares de memória”, respectivamente. Esses envolvimento na vida acadêmica culminaram com a elaboração do trabalho de conclusão de curso intitulado “Roteiros turísticos e turismo de experiência: roteiro caminhos da diversidade cultural no bairro da Madre Deus em São Luís – MA”, defendido em 2013.

Portanto, o envolvimento da pesquisadora com o tema em questão foi algo que perpassou por toda sua vida acadêmica. Assim, a pesquisa foi justificada pela necessidade de continuidade dos estudos iniciados durante os anos de 2010 a 2013, os quais eram, principalmente, voltados para as áreas de experiências turísticas, lugares de memória e patrimônio cultural.

A pesquisadora teve a pretensão de dar continuidade a essas pesquisas, centrando-se nos projetos recentes ofertados pela Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (SECMA): “Quarta do Tambor de Crioula” e “Pôr do Sol no Palácio”. Realizados no Centro Histórico de São Luís, os projetos foram escolhidos em virtude de, teoricamente, possuírem características mais relacionais ao conceito de turismo de experiência.

A relevância desse estudo reside em atender à necessidade de aprofundamento do tema no sentido de contribuir para a construção e consolidação de um referencial teórico-metodológico acerca da temática, tendo em vista que as pesquisas no campo das experiências turísticas, em âmbito estadual, são relativamente escassas. Além disso, busca-se compreender a percepção dos turistas em relação aos produtos consumidos, e a relação da comunidade com os projetos pesquisados.

O turismo, por ser uma área multidisciplinar, nos incentiva a pensar de diversas formas, inclusive, trabalhando-se com áreas do saber como a Filosofia, a Psicologia e a Geografia. A interdisciplinaridade desse estudo se justifica a partir da busca em se tentar estabelecer um paralelo das experiências no turismo, como temas relacionados às áreas do saber citados anteriormente.

Entende-se que a experiência, assim como o turismo, é um termo abrangente; ambos são estudados por diversas áreas do saber. Para Benjamin (2012), a experiência (*Erfahrung*), em uma análise filosófica, representaria algo ligado à tradição, autêntico, ou a transmissão de conhecimentos de geração em geração. Yi-fu Tuan (2013, p. 18) também relaciona a experiência ao conhecimento, pois “[...] implica a capacidade de aprender a partir da própria vivência. Experienciar é aprender [...]”. A experiência seria algo particular e imanente ao indivíduo. A memória involuntária estaria ligada a essa experiência descrita por Benjamin (2012), pois, em oposto à memória voluntária, esta marca profundamente o indivíduo e poderia ser acionada de forma inconsciente, por meio de algum sentido, cheiro ou sabor (SOUSA, 2010).

Por sua vez, o turismo pode ser conceituado como uma atividade em que os indivíduos se deslocam de seu lugar habitual de moradia para outro, por diversos motivos, sem o intuito de exercer atividade remunerada no local. Engloba uma cadeia produtiva, que abrange os atrativos turísticos, empresas líderes, órgãos governamentais, sociedade civil organizada, profissionais, entre outros.

O turismo também se tornou uma atividade mais democratizada, tendo acesso a ele, pessoas de diversos níveis sociais. Isso ocorreu, especialmente, após a conquista dos direitos trabalhistas (MORANDI, 2001). Viajar tornou-se algo presente na vida do ser humano, uma necessidade contemporânea, e este viajante está em todos os lugares do mundo, inclusive nos mais remotos (DIAS, 2003).

De acordo com alguns teóricos como Panosso Netto (2010), Trigo (2010) e Cooper (2011), a atividade turística estaria tornando-se mais emocional, ligada aos valores das comunidades visitadas, e não somente à utilização do espaço para a visitação. Nesse contexto, a experiência, quando relacionada à atividade turística, pode suprir as aspirações dos novos viajantes de interação, de algo que fugisse do convencional e projetasse um valor agregado às suas viagens, e de uma participação mais ativa no cotidiano das comunidades locais, além de contribuir para alargar o conhecimento e proporcionar momentos memoráveis nas viagens.

Considerando que a comercialização das experiências enquanto produto turístico incide na qualidade da visitação e no nível da atratividade e competitividade do destino turístico no mercado, nosso olhar volta-se para o município de São Luís, MA, e nos suscita o seguinte questionamento: os projetos promovidos pela Secretaria de estado da Cultura, como a Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio, realizados em São Luís, aplicam as dimensões da experiência turística?

Este estudo teve como objetivo geral verificar se existe aplicação das dimensões das experiências turísticas nos projetos “Quarta do Tambor de Crioula” e “Pôr do Sol no Palácio”, no Centro Histórico de São Luís – MA. Para tanto, partiu dos objetivos específicos, que consistiram em:

- a) Compreender o conceito de experiência, especialmente voltado para o setor do turismo;
- b) Analisar quais os impactos provenientes dos projetos sobre a percepção dos seus usuários;
- c) Identificar e verificar *se* e *como* são aplicadas as dimensões da experiência nos projetos “Quarta do Tambor de Crioula” e “Pôr do sol no Palácio”.

Quanto à metodologia, o estudo consiste em uma pesquisa bibliográfica e de caráter exploratório. No primeiro momento, foi realizada a pesquisa bibliográfica para a contextualização dos temas que norteiam esse estudo, como experiência, turismo, memória e experiência turística; para a sustentação dos questionamentos apontados neste estudo, utilizou-se autores como Benjamin (1989; 2012), Yi-Fu Tuan (2013) e Panosso Netto (2010; 2011), que discorrem sobre o conceito de experiência; para a compreensão do conceito de turismo, foram pesquisados autores como Beni (2006), Cooper (2011), Dias (2005; 2003) e Urry (2001); em relação aos debates sobre as experiências turísticas, buscou-se alguns autores na literatura como Pine II & Gilmore (1999), Marujo (2016), Trigo (2010) e Oh, Fiore e Jeoung (2007); para o entendimento sobre o tema “memória”, foram utilizados neste capítulo autores como Joel Candau (2016), Jacques Le Goff (1992) e Michael Pollak (1989; 1992), permitindo definir como as memórias sociais e coletivas agem para que seja construída uma narrativa do lugar e se estas estão relacionadas com as experiências das comunidades.

Na segunda etapa foi realizada uma entrevista com a coordenadora da unidade gestora de ação e difusão cultural (UGADC), da Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (SECMA), com o intuito de identificar como foram concebidos os projetos “Quarta do Tambor de Crioula” e “Pôr do Sol no Palácio”, seus contributos para o turismo, cultura e gestão pública, e, principalmente, *se* e *como* o conceito de experiência foi pensado e implementado na concepção destes projetos. Também foi realizada uma entrevista com o diretor do Centro de referência da manifestação da cultura popular maranhense Tambor de Crioula – Casa do Tambor de Crioula, com a mesma finalidade, porém relativa somente ao projeto “Quarta do Tambor de Crioula”.

Concomitantemente, foram entrevistados os participantes dos projetos “Quarta do Tambor de Crioula” e “Pôr do Sol no Palácio”, com o objetivo de entender a percepção dos sujeitos que participaram das atividades ofertadas nos projetos, por meio de perguntas semiestruturadas, com base nas dimensões de experiência propostas por Pine II & Gilmore (1999). E com a finalidade de entender as percepções dos participantes sobre as atividades oferecidas nos centros de cultura e se estes as compreendem como experiência turística. Esses dados foram operacionalizados em uma análise qualitativo-descritiva do tema proposto, apresentando e discutindo os resultados das entrevistas realizadas com o referencial teórico adotado.

Este estudo está organizado em seis seções principais. Na primeira, de caráter introdutório, apresenta-se o tema a ser investigado, bem como um panorama geral da pesquisa. Na segunda seção, aborda-se o conceito de experiência, tenta-se compreender este conceito, principalmente, por um olhar filosófico, em Walter Benjamin, e geográfico, por Yi-Fu Tuan, e alguns de seus comentadores. Busca-se compreender como a experiência se relaciona com a particularidade do ser e a sua relação com o lugar; e, a partir disso, se faz uma relação com a memória individual e coletiva, ao passo que experiência e memória estão inter-relacionadas e como este conceito, a partir desses autores e outros estudiosos, pode ligar-se ao Turismo.

Na seção subsequente, se discute o conceito da experiência relacionado ao turismo, primeiramente buscando compreender as motivações que levam aos deslocamentos e da importância de as comunidades serem inseridas nos processos envolvendo a atividade turística. Aborda-se o novo perfil de turista que se desenha na contemporaneidade, e como as experiências turísticas, em suas várias perspectivas, podem desenvolver o olhar do turista em relação à paisagem e ao local visitado, destacando-se o turismo de experiência, que teria por finalidade propiciar uma experiência única e marcante, contribuindo com o desenvolvimento da região e inserindo a comunidade local.

Na seção quatro, apresenta-se a metodologia que será utilizada no desenvolvimento da investigação, detalhando-se o tipo da pesquisa, os participantes entrevistados, os locais da pesquisa, os instrumentos de coletas de dados desta pesquisa e como foi realizada a análise dos dados.

Na quinta seção deste estudo, será realizada a discussão dos resultados das entrevistas com a coordenadora da SECMA, com o diretor da Casa do Tambor de Crioula e com os participantes dos projetos “Quarta do Tambor de Crioula” e “Pôr do Sol no Palácio”, alinhando-se com o referencial teórico adotado. Caracteriza-se os projetos estudados e, a

partir da percepção dos entrevistados, tenta-se compreender se o conceito de experiência é aplicado nestes, e como sua aplicabilidade pode contribuir ou resultar em momentos memoráveis para os turistas e para a comunidade.

Na sexta seção, serão apresentadas, finalmente, as considerações finais deste trabalho. Importante destacar que esse estudo não tem o objetivo de criticar os projetos culturais, mas promover contributos para discussões relativas às experiências dos usuários dos serviços e produtos turísticos. Além disso, propiciar as possibilidades de analisar as experiências como um agregador de valores durante uma visitação, e avaliar o intercâmbio cultural e a valorização da cultura e da identidade local provenientes deste.

2 EXPERIÊNCIA: um conceito interdisciplinar

A experiência é um conceito amplo e discutido por diversas áreas do saber, podendo estes conceitos convergir entre si ou não, mesmo quando estudados por autores da mesma área. No subcapítulo a seguir, tenta-se compreender este conceito por um olhar filosófico, em Walter Benjamin, e geográfico, em Yi-Fu Tuan, e como este conceito, a partir desses autores e outros estudiosos, podem ligar-se ao Turismo.

2.1 Experiência

No campo filosófico, a experiência seria entendida com a transmissão de conhecimentos, “[...] ou seja, a apreensão sensível da realidade externa, cuja confirmação ou possibilidade de confirmação é empírica” (MEINERZ, 2008, p. 20).

Walter Benjamin (1892-1940), filósofo e sociólogo alemão, buscou em seus estudos definir o que seria a experiência e como ela se relacionaria com o ser. O autor trabalha dois conceitos de experiência: o primeiro, *Erfahrung*, palavra em alemão que significa “experiência”, e *Erlebnis*, que seria traduzido como vivência ou experiência vivida (SILVA, 2012). O primeiro conceito seria algo mais ligado à tradição autêntica, que estaria relacionado ao conhecimento, de algo passado de gerações e que se enraizaria no tempo, sendo alcançado, não de forma instantânea, mas de construção, por meio das realizações do indivíduo, que perpassam por toda sua vida (BENJAMIN, 1989; SILVA, 2012).

Para Trigo (2010), a experiência, geralmente, é entendida como fluxo de eventos vividos pelo sujeito. Assim, estes fluxos seriam de conhecimento somente do próprio sujeito que vive, em sua particularidade, e norteariam a vida deste indivíduo.

Tuan (2013, p. 167) relaciona experiência com lugar. Para este autor, ao fincarmos uma relação de conhecimento com um espaço indiferente, este deixaria de ser algo abstrato e se tornaria algo valoroso, pois “[...] O espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado [...]”. Esse lugar não necessariamente precisa ser o nosso local de nascença para termos uma ligação mais profunda com ele; são as experiências, a percepção, os conhecimentos, as vivências, que temos com esse “espaço indiferente”, que faria dotarmos este de valor, transformando-o em um lugar.

Para autores como Benjamin (2012), Tuan (2013) e Trigo (2010), a experiência, então, seria entendida, de uma forma geral, como aprendizagem, aquisição de conhecimentos a partir das vivências acumuladas.

A figura que melhor representaria a arte de transmitir as experiências vividas como ensinamentos, segundo Benjamin (2012), seria o narrador, e um dos motivos que faria com que determinadas histórias se fixassem e conservassem dentro das comunidades e fossem retransmitidas está no fato de o narrador não ter a necessidade de explicá-la.

Este narrador, descrito por Benjamin, somente conta e a reconta as histórias, renunciando minúcias, e isso faria com que ele tivesse mais sucesso nas suas transmissões, pois mais rapidamente essas narrativas seriam absorvidas pelo receptor e esse se tornaria outro canal de transmissão. Como a história fica gravada na memória do ouvinte, ele irá incorporar as suas próprias experiências; desta forma, as chances de o indivíduo recontá-la seriam maiores, e essa se conservaria na memória da comunidade (BENJAMIN, 1989; 2012).

O narrador seria aquele que se utiliza das histórias contadas por outros para incorporar as suas narrativas, e seria esse seu método de repetição, para o maior número de pessoas possíveis, que conservaria a sua transmissão da experiência dentro de uma determinada comunidade, pois esta se faria presente na tradição (BENJAMIN, 1989; SILVA, 2012). Assim como Benjamin, Tuan (2013, p. 180) acredita que as experiências dentro de determinados grupos humanos “[...] se superpõem o suficiente para que vínculos individuais não pareçam notórios e incompreensíveis para os seus pares [...]”. Destarte, de acordo com o autor, qualquer experiência pode ser compartilhada com outros. E são nesses compartilhamentos que residem as transmissões das experiências dentro de um grupo.

Apesar de alguns teóricos acreditarem que a arte de narrar estaria sendo extinta, principalmente, em virtude da grande afluência de informações a que somos submetidos na chamada pós-modernidade, Barreira (2012) conjectura que a sociedade contemporânea não a extinguiu, apenas a adaptou aos tempos atuais por meios de materiais de comunicações escritas e orais.

Benjamin (1989, p. 105) acredita que esta experiência é algo imanente à tradição, portanto, autêntico, como é descrito no conceito elaborado pelo autor, no qual relata que “[...] a experiência é um fato da tradição, tanto na vida privada quanto na coletiva. A experiência não consiste precisamente com acontecimentos fixados com exatidão na lembrança, e sim, em dados acumulados, frequentemente, de forma inconsciente, que afluem a memória”. Por outro lado, o conceito de vivência seria algo mais intenso vivenciado pelo indivíduo, algo que aconteceu com o mesmo, sem a necessidade ou interferência de “intermediários” na experiência vivenciada por ele e, por isso, teria um caráter mais duradouro.

Erlebnis seria algo que marca de forma veementemente o indivíduo que o experimenta, e é este sujeito que irá definir se o que passou seria uma vivência, já que as

experiências são vividas de modo particular (SILVA, 2012). Essas definições podem ser tanto no agora como no futuro, a partir das lembranças do sujeito que a viveu. Porém, apesar de a vivência ser algo avassalador na vida do indivíduo, ela não fica gravada na memória e não pode ser reproduzida como a *Erfahrung*, que são transmitidas para as sociedades tradicionais (SILVA, 2012; SOUSA, 2010).

A memória involuntária, ligada ao *Erfahrung*, guarda impressões que marcam profundamente e de forma duradoura o indivíduo, que podem ou não ser acionadas em algum momento (SOUSA, 2010). De acordo com Meinerz (2008), a experiência surgiria da memória que estaria ligada a algo de experiências passadas, pois são emersas por repetidas percepções sensoriais. E esta memória seria acionada de forma aleatória, sem que a vontade do sujeito seja requerida, pois ela está no inconsciente.

Assim, o gesto mais simples despertaria momentos que estavam no inconsciente, que, por sua vez, despertariam sensações prazerosas no indivíduo. A memória involuntária é ativada de uma forma instintiva, por meio de alguma coisa que lhe traga algo em sua consciência, como um cheiro ou um sabor (SOUSA, 2010).

Benjamin (1989, p. 108) traduz o que seria memória involuntária em Proust, como só fazer parte desta “[...] aquilo que não foi expressa e conscientemente “vivenciado”, aquilo que não sucedeu ao sujeito como vivência [...]”. Ao contrário da memória voluntária, que apesar da intensidade, seria algo sem tanto significado, a não ser fatos presentes na memória e considerada um obstáculo à memória verdadeira.

A memória involuntária constitui-se algo que marca, que rompe os costumes e a busca desgastante e sem sentido da procura no passado; atingimos “[...] um outro plano da memória humana, somos conduzidos a uma memória ‘mais elevada’, à ‘verdadeira memória’. Espontânea, ela é feita de imagens que aparecem e desaparecem independentemente de nossa vontade [...]”. Nesse sentido, a memória seria algo além do indivíduo, que o “[...] ‘atravessa’, que ‘vence obstáculos’, que ‘emerge’, que irrompe [...]”, sendo esta memória involuntária sempre ligada a uma afetividade (SEIXAS, 2004, p. 46-47).

Para Nora (1993), as memórias são um elo vivido que estará sempre presente, pela afetividade, alimentando-se até de pequenas lembranças, sem precisar ser detalhista. Essas memórias estão conectadas e enraizadas a diversos elementos que passam pela vida do indivíduo.

Em seus estudos pioneiros sobre a memória coletiva, Halbwachs (2006) enfatiza que nossas lembranças são coletivas e, mesmo que somente nós estejamos envolvidos nesses eventos, este será lembrando por outros, porque nunca estamos sós. Isso se atribui ao fato de

sermos seres sociais, que vivem em grupos. Não diferente, também nos apoiamos nas memórias dos grupos aos quais pertencemos para apoiarmos as nossas próprias memórias.

As memórias não são constituídas somente por experiências vividas pelo próprio ser, mas por experiências herdadas, aprendidas ou transmitidas pelo grupo social a que este indivíduo pertence (POLLAK, 1989, 1992; RIOS, 2013). São construídas a partir de suas vivências, convívio e aprendizagem em família, igreja, unidades de ensino, entre outros, que moldam nosso sentido de pertença, assimilando aquilo que, de alguma forma, nos habituamos.

Em virtude disso, mesmo pessoas que não estiveram presentes durante alguns eventos, retransmitem histórias não vividas por ela e não estando em seu tempo-espaço, como se fizesse parte de sua própria experiência (POLLAK, 1992). Por isso, uma pessoa que esteve na terra dos seus avôs, por exemplo, sentiria como se já estivesse estado lá. Somente pelas conversas ou informações obtidas por seus ancestrais, cria-se um elo (PANOSSO NETTO, 2010).

[...] a interação com uma situação ou coisa tem caráter de experiência (*Erfahrung*), pois desperta sensações, lembranças do passado, como se fosse possível reviver dentro de um momento uma gama de sensações já vividas e como se aquela experiência trouxesse em seu seio outros momentos para dentro do momento presente. (SOUSA, 2010, p. 87).

Os momentos em que nossa mente é conectada a acontecimentos e sensações de forma não controláveis e naturais caracterizariam a experiência propriamente dita (SOUSA, 2010). Em virtude disso, evita-se a superficialidade dos bens e serviços turísticos quando se trabalha com o conceito de experiência, ou *Erfahrung*, surge, exatamente, pela rememoração do consciente não poder ser algo forçado. Por isso, torna-se tão importante manter-se a originalidade destes produtos e não construí-los de forma artificial, com a finalidade, somente, de agradar aos turistas.

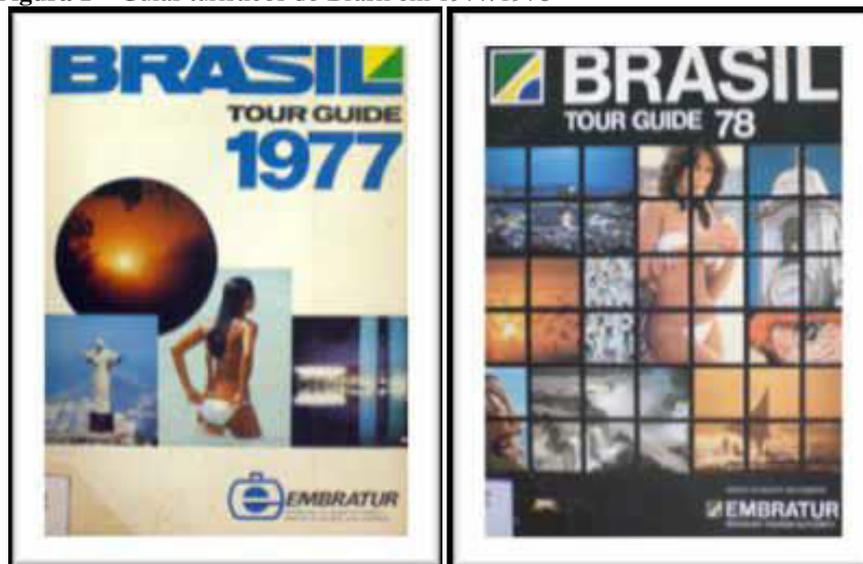
Tratando-se sobre as narrativas sem um contexto turístico atual, estas aparecem em forma de material de divulgação da localidade, assim como pela fotografia, cartões postais, *sites* especializados e outros meios de divulgação, física e virtual (BARREIRA, 2012). O turismo utiliza-se dessas narrativas de imagens para atrair e convencer o turista ao deslocamento. Para Tuan (2013, p. 15),

Os planejadores profissionais, com sua necessidade urgente de agir, apressam demais a produção de modelos e inventários. Por sua vez, o leigo aceita sem muita hesitação, dos planejadores carismáticos e dos propagandistas, *slogans* sobre o meio ambiente que tenha recebido por meio

da mídia, esquecendo facilmente da rica informação derivado da experiência da qual dependem essas abstrações.

Assim, as pessoas são mais induzidas por propagandas do que por quem vive a experiência do lugar, alimentando-se de imagens e do imaginário. Segundo Barreira (2012), a partir das suas descrições, os materiais que visam atribuir uma identidade aos locais que o diferencie de outros, muitas vezes reforçam estereótipos atribuídos aos destinos. No Brasil, por exemplo, órgãos oficiais de turismo, como a Embratur, tentaram vender a imagem de um país de sol e praia e, para isso, usou em seus guias turísticos, como pode ser visto na Figura 1, estereótipos atribuídos aos brasileiros, como estratégia de marketing para atrair turistas internacionais, mostrando corpos de mulheres seminuas em primeiro plano, para ativar o imaginário, o que contribuiu para intensificar a exploração sexual no Brasil (KAJIHARA, 2010).

Figura 1 – Guias turísticos do Brasil em 1977/1978



Fonte: Kelly Kajihara (2010)

A figura 1 é um caso extremo de tentativa de demonstrar uma imagem com a finalidade de atrair um público, que pode, na verdade, ferir a imagem do destino. Em virtude desse tipo de propaganda, ações são realizadas até hoje para tentar desvencilhar a imagem do Brasil do Turismo Sexual e coibir a exploração sexual no país¹.

¹Em 18 de maio de 2019, o Ministério do Turismo realizou o Dia Nacional de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes, que contou com ações em cidades por todo o Brasil, com o intuito de convidar órgãos governamentais, empresários e profissionais do turismo a aderirem o Código de Conduta Contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes no Turismo. Esse documento tem por objetivo “[...] orientar e regular a conduta ética de empresas e prestadores de serviços turísticos, seus funcionários e colaboradores, para que, no desempenho de suas atividades, adotem ações de enfrentamento à exploração de crianças e adolescentes

O turismo necessita vender imagens para atrair os destinos, de formar a aguçar o imaginário dos futuros viajantes. Para Oliveira (2006), o turismo vive em uma constante necessidade de recriar suas paisagens, e que o problema dessas tentativas de “limpar” sua imagem consiste em oferecer um consumo estereotipado, que distanciaria o turismo das comunidades receptoras. Seria algo construído para o turista “ver”, um espetáculo montado e que não se aproximaria da identidade do lugar.

Tuan (2013), ao discorrer sobre a necessidade de criar uma relação com o espaço e o transformar em lugar após conhecê-lo melhor, assevera que se essa paisagem recriada não condiz com a verdadeira identidade do lugar, logo, essa não seria uma relação verdadeira; por isso, a importância de trabalhar a imagem real do destino.

Outra forma de veiculação dessas tentativas de unicidade acontece pela transmissão oral “[...] por profissionais do turismo e outros atores envolvidos com intervenções variadas no espaço urbano [...]” (BARREIRA, 2012, p. 27). Estes, geralmente, são incentivados a manterem o mesmo discurso instituído, como forma de fortalecê-lo, em virtude de estes terem um contato mais direto com os turistas.

As fotografias são consideradas uma narrativa atual das viagens, apesar de alguns questionamentos relativos aos indivíduos que frequentam lugares somente para fazer registros fotográficos e não para apreciar o lugar, não vivendo, assim, uma experiência verdadeira. Le Goff (1990), por outro lado, acredita que a fotografia revolucionou a memória, multiplicando-a e democratizando-a, pois ela possibilitou, de alguma forma, recordar, eternizar e contemplar os momentos por meios das fotos tiradas. As fotografias são as memórias das viagens que são transformadas em imagens, que o indivíduo deixa para si ou pode compartilhar com outros.

As imagens podem constituir-se em uma narrativa de viagem, especialmente, em virtude da popularização da internet e das redes sociais, onde o compartilhamento de fotos e informações dos lugares pode exercer determinada influência sobre a escolha de um destino.

As fotografias dependem do olhar do espectador, que, a partir da sua percepção, dá diferentes sentidos às mesmas. Por outro lado, uma foto que manipula a realidade pode induzir a percepção errônea do turista da realidade, o que pode acarretar uma frustração sobre o real (FERRARRI, 2010).

Para Barreira (2012, p. 30), os guias turísticos também podem ser considerados expressões contemporâneas da construção das narrativas das cidades, apresentando-as de

[...]. Segundo o site do Ministério do Turismo, além dessa ação, desde 2004, o Ministério promove ações que visam sensibilizar profissionais do turismo e cidadãos contra esse tipo de crime. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019).

maneira a construir, reiterar ou afirmar a sua imagem. Essas “[...] dinâmicas de produção e recriação das imagens são fundamentais na instituição de narrativas da cidade contribuindo para a celebração de acontecimentos, instituições de heróis e tantos outros ícones a partir dos quais são gerados princípios de identificação e sentidos de pertença [...]”.

Essas tentativas de imputação das narrativas e construção de imagens, acarretando as tentativas de estabelecer o que seriam os elementos de identificação das cidades, e do que seriam constituídos o seu patrimônio cultural, podem ser questionadas a partir dos seus critérios de seletividade do que poderia ou não ser conservado ou transmitido (CANDAU, 2016).

Nesse sentido, as oralidades por meio de seus “narradores”, as memórias subterrâneas, das minorias, sobreviveram e não foram suplantadas pelas memórias oficiais (POLLAK, 1989). Esses elementos que se encontravam somente no meio dos seus grupos, foram emergidas desse “subterrâneo” para reivindicar seus lugares na memória.

Esse instrumento de dominação e poder, ambicionado por grupos que acreditam serem os detentores dos direitos sobre a memória e o esquecimento das sociedades, tem seu caráter ainda mais perceptível “[...] nas sociedades cuja memória social é sobretudo oral ou que estão em vias de constituir uma memória coletiva escrita [...]”, seriam nestas sociedades onde seriam mais visíveis perceber as lutas que são travadas “[...] pela dominação da recordação e da tradição, esta manifestação da memória” (LE GOFF, 1990, p. 477).

Por isso, quando se pensa em narrativas que compreendam as imagens das cidades, torna-se importante que as histórias a serem “narradas” contemplem todas aquelas ligadas às memórias das comunidades, e não restritas às informações instituídas por um grupo de dominância.

Os roteiros de viagem que permitem maior contato do turista com a vida local e suas especificidades, com maior tempo para fruição e observação do que o cerca, certamente poderá lhe proporcionar maiores experiências poéticas, em vez de apenas vivências, isto é, contatos rápidos e superficiais. (SOUSA, 2010, p. 87).

Em virtude disso, não há como se determinar o que fará um indivíduo se encantar por um lugar ou não; os consumidores procuram experiências pessoais e cada um encontrará uma forma de satisfazê-la. A experiência é algo subjetivo e particular (MENDES; GUERREIRO, 2010; SILVA, 2012) e elas são vividas de formas diferentes por cada indivíduo que as experiencia.

3 O CONCEITO DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICA APLICADA AOS PRODUTOS TURÍSTICOS

Antes de adentrar ao conceito de experiência turística aplicada aos produtos e serviços turísticos, é importante analisar as ações do turismo e as relações da atividade com a comunidade, cultura e costumes dos destinos receptores, bem como, as relações que podem ser estabelecidas por meio de um contato sem estereótipos entre turista e comunidade. A partir da discussão do papel agregador das comunidades e as motivações que levam o turista a deslocar-se do seu lugar de moradia, pode-se pensar em experiências turísticas muito mais memoráveis e prazerosas para o indivíduo praticante.

3.1 Turismo: conceitos e aproximações

O turismo pode ser conceituado por diversas abordagens, especialmente, por apresentar aspectos múltiplos (BENI, 2006). Frequentemente, utiliza-se o conceito da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001), que define o turismo como as atividades realizadas por pessoas em viagem, que se deslocam do local onde residem habitualmente, por um período não superior a um ano, por motivos diversos e sem a finalidade de exercer atividade remunerada no destino a ser visitado.

Por sua vez, Beni (2006, p. 37) conceitua a atividade turística “[...] como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço [...]”, que pode envolver diversos fatores para as escolhas realizadas pelos turistas. E complementa que o seu consumo é realizado “[...] por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregado em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos”.

Na visão de Guedes (2003), o turismo pode ser entendido como um fenômeno social, pois está presente na vida de todos que participam dele, independentemente de suas características socioeconômicas, pois encontra-se também na diferença. Envolve diversos atores que se reúnem entre si para formar as cadeias que englobam a atividade. Nesse setor destacam-se o Poder público, empresariado, profissionais ligados direta ou indiretamente à atividade turística e comunidade.

Importante destacar que o turismo é uma das atividades responsáveis pela principal economia de diversos países, consolidando-se como umas das economias modernas que mais geram empregos e investimentos em escala global. Segundo dados da International Tourism

Highlights – UNWTO² (2019), a atividade turística, economicamente, é a terceira maior fonte de exportação do mundo, superando categorias como produtos alimentícios e automobilísticos e ficando atrás das exportações dos produtos químicos e combustíveis, e gerando uma receita de US\$ 1.7 trilhões, em 2018, US\$ 121 bilhões a mais, comparado ao ano anterior, o que mostra uma tendência de crescimento das receitas em viagens internacionais.

Gráfico1 – Exportações em 2017



Fonte: Adaptado da OMT (2019)

No Brasil, esta atividade vem crescendo ao longo dos tempos. O país tornou-se um dos principais destinos turísticos mundiais, em decorrência do grande potencial de seus atrativos naturais e culturais (MTUR, 2010). Junta-se a esses motivos, a construção de uma imagem de um povo alegre e hospitaleiro, que é reforçada por signos de comunicação e representação. Em 2018, segundo dados oficiais da Pesquisa Demanda Turística Internacional da FIPE (2018), a entrada de turistas internacionais no Brasil foi próxima a 6,6 milhões, sendo os maiores emissores a América do Sul (61,2%), Europa (22,1%) e América do Norte (10,4%), como descrito na Tabela 1.

²World Tourism Organization (UNWTO), significado da sigla internacional da Organização Mundial do Turismo (OMT).

Tabela 1 – Chegada de turistas ao Brasil por vias de acesso (2018)

Continentes de residência permanente	Total			Via de Acesso		
	Chegadas	(%)	(%) Acumulado	Aéreo	Terrestre	Outros
América do Sul	4.050.598	61,2	61,2	2.059.307	1.846.414	144.877
Europa	1.460.740	22,1	83,2	1.259.238	159.304	42.198
América do Norte	689.583	10,4	93,7	642.993	32.387	14.203
Ásia	255.138	3,9	97,5	219.577	33.987	1.574
África	64.605	1,0	98,5	62.449	1.565	591
Oceania	54.675	0,8	99,3	43.225	10.325	1.125
América Central e Caribe	45.991	0,7	100,0	41.254	4.511	226
Continente não especificado	46	0,0	100,0	31	13	2
Total	6.621.376	100,0	-	4.328.074	2.088.506	204.796

Fonte: FIPE (2019)

Em relação às demandas domésticas, a última pesquisa foi realizada em 2012, no qual foi constatada que o número estimado de “**turistas** que realizam viagens domésticas não rotineiras é [...] de **58.915 milhões** de indivíduos”, totalizando um número médio de viagens domésticas estimadas em **190.884 milhões** (FIPE, 2012, p. 143). Desses números, **2.070 milhões** de indivíduos viajaram ao Maranhão, totalizando um número médio de viagem de **6.147 milhões**, sendo o estado o 11º estado mais visitado do Brasil e o 4º do nordeste (FIPE, 2012).

Tabela 2 – Número de Turistas e viagens ao Maranhão segundo a tabela FIPE

Descrição	Quantidade	Ranking (Regional)	Ranking (Nacional)
Número Estimado de Turista (em mil turistas)	2.070	4º	11º
Número de Viagens (em mil viagens)	6.147	4º	11º

Fonte: Adaptado FIPE (2012)

O Estado do Maranhão, segundo o Mapa do Turismo brasileiro³, possui 54 cidades com vocação turística, distribuídas em 10 regiões, ou seja, são cidades que possuem alguma tendência ou aptidão para a atividade turística, além de possuírem algum atrativo turístico que possa estimular a visitação ou uma estrutura de apoio próxima.

Entende-se que para que a atividade turística possa se estabelecer em um destino de forma satisfatória, ela precisa englobar alguns elementos como: meios de transporte e hospedagem, infraestrutura, acessibilidade, agenciamentos de viagens, equipamentos de lazer, e o desenvolvimento de políticas de turismo que visem a geração de renda e oportunidade de trabalho para as localidades (LAGE; MILONE, 2000), além, de um trabalho de marketing que possa motivar o deslocamento do turista, já que para a prática da atividade, fundamentalmente, é necessário que se haja o deslocamento do indivíduo.

3.1.1 As motivações das viagens

O turista moderno está em movimento constante. A distância e o espaço já foram conquistados, e este turista está em busca de algo novo, de sensações e experiências a serem descobertas e desfrutadas, que fazem parte do que Bauman (1999, p. 91), descreve como a “sociedade de consumo”, na qual os “[...] consumidores são primeiro e acima de tudo acumuladores de sensações [...] e buscam com todo empenho ser seduzidos” (BAUMAN, 1999, p. 91-92).

³ O Mapa do Turismo brasileiro é definido como um “[...] instrumento de ordenamento que auxilia no desenvolvimento das políticas públicas para o turismo, instituído pela Portaria MTur nº 313, de 3 de dezembro de 2013 e suas atualizações, no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo – PRT, que define o recorte territorial que deve ser trabalhado prioritariamente pelo Ministério”. (MTur, 2019, p. 01). Esses mapas do turismo são divididos em categorias (A, B, C, D e E). Analisando-se o mapa do Maranhão, identifica-se que esse possui 13 (treze) cidades distribuídas nas categorias A, B e C (sendo a cidade de São Luís a única urbe no Maranhão na categoria A), enquanto as outras 41 (quarenta e uma) se distribuem entre as outras duas categorias. As cidades que estão nas três primeiras categorias, são aquelas aptas a receber visitantes, com uma infraestrutura turística mais adequada e maior fluxo de visitação. As demais são cidades em desenvolvimento e com potencial turístico, mas sem uma infraestrutura adequada para o recebimento de visitantes e fluxo de visitação inexpressivo, podendo também fornecer insumos e mão-de-obra para o turismo. A construção dessa categorização, definida como “[...] um instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo – MTur para identificar o **desempenho da economia do setor nos municípios** que constam no Mapa do Turismo Brasileiro”, conta com a participação dos órgãos de turismo de cada estado (MTur, 2019, p. 02). São utilizadas cinco variáveis que estão relacionadas com a economia do turismo para definir quais cidades se inserem em cada categoria, que são: Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem; Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem; Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos; Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais; Arrecadação de Impostos Federais a partir dos Meios de Hospedagem. Esses dados são obtidos a partir da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, do Ministério de Economia (2017), e das pesquisas de Demanda do Turismo Doméstico e internacional da FIPE. E servem para, entre outras coisas, otimizar a distribuição de recursos públicos e orientar a elaboração de políticas específicas para cada categoria (MTur, 2019).

São várias as razões que motivam o turista a viajar para determinados destinos. Afinal, esse se configura como um momento especial, esperado, pois, de acordo com Gastal (2001), vive-se em um tempo em que se trabalha para conseguir pagar as despesas das férias. Essas motivações que levam o turista ao deslocamento, perpassam por diversos fatores, que vão desde uma busca de status social, até a busca de intercâmbio cultural, e esses deslocamentos são vistos como uma necessidade psicológica do ser humano, assim como uma motivação social (DIAS, 2003a; GOLDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002; PEREIRO; FERNANDES, 2018).

De acordo com a pesquisa da OMT (2019), as pessoas viajam, entre outras intenções, para “mudar”, em busca de um local autêntico e de transformação e para “mostrar”, dividindo seus momentos e experiências durante as viagens em busca de destino, intitulados de “instagramáveis”, ou seja, locais que podem ser compartilhados em suas redes de sociabilidades.

Segundo Vaz (2001, p. 41-42), existem algumas pressões que levam o indivíduo a viajar, que podem ser avaliadas por três aspectos: a) fonte motivadora; b) grau de escolha; c) natureza de pressão.

As fontes motivadoras podem ser de ordem: **pessoal**, quando existe o desejo pessoal do indivíduo de conhecer um lugar impulsionado por um desejo físico e psicológico; **familiar**, como visitas e eventos relacionados à família, em que o indivíduo sente-se de alguma forma obrigado a comparecer; **social**, assim, como na fonte familiar, o indivíduo se sente na obrigação de comparecer a algum evento relacionado a seus grupos sociais; **organizacional**, que, geralmente, são motivados por eventos ou compromissos profissionais.

O grau de escolha surge a partir das fontes motivadoras, que vai desde a livre escolha de viajar, passando pelas intermediárias negociáveis, até a uma obrigatoriedade imposta, na qual o indivíduo não possui mais escolhas e nem pode negociar, como nas intermediárias. A natureza da pressão, por sua vez, está ligada “[...] às necessidades e aos desejos que definem os motivos [...]” e se relaciona diretamente com a pirâmide de hierarquia de Maslow⁴ (VAZ, 2001, p. 42).

⁴ A pirâmide de Maslow categoriza as necessidades humanas, desde as mais básicas, que são primordiais para a preservação da vida humana (comer, beber, descansar, etc.), até aquela que seria o ápice da realização de uma pessoa. As necessidades fisiológicas e de segurança ficam na base, e são classificadas como as necessidades primárias, enquanto as necessidades sociais, estima e realização pessoal, enquadram-se como necessidades secundárias. Para que uma seja alcançada, a(s) outra(s), logo abaixo, devem ter sido supridas. “[...] quando uma necessidade é satisfeita, ela deixa de ser motivadora de comportamento, dando oportunidade para que um nível mais elevado de necessidade possa se manifestar” (CHIAVANETTO, 2000, p. 331).

Viajar tornou-se algo da necessidade humana. Krippendorf (2001) alega que uma das teses mais difundidas é que as pessoas viajam para realizar uma espécie de escapismo, de fuga do cotidiano e até de si mesmo. Quando viaja, o indivíduo se sente com mais liberdade, distante das amarras que lhe acometem em seu fazer habitual.

Este turista procura algo, que acredita não encontrar no lugar onde reside ou trabalha, e que encontrará em um lugar diferente daquele que está habituado. Por isso, as pessoas viajam com muitas expectativas, que podem ser geradas pela possibilidade de experimentação do novo ou, simplesmente, por um tempo de lazer (CHIAS, 2007).

Urry (2001, p. 30) corrobora com essa percepção, pois acredita que uma das motivações dos turistas em viajar, relaciona-se com as fantasias e expectativas produzidas por estes ao vislumbre de conhecer um novo ambiente, fora da sua zona de conhecimento. Para o autor, estas surgem a partir de um “[...] trabalho com propaganda e outros conjuntos de signos, gerados pela mídia, muito dos quais dizem respeito claramente a processos complexos de emulação social”. São criadas narrativas para as cidades que reforçam as imagens construídas para lhe conferir uma identidade única no intuito de conquistar o turista a direcionar-se ao destino.

O consumo realizado pelo turista caracteriza-se pela compra dos bens e serviços ligados à atividade turística, ressaltando que, diferente de outros mercados, no turismo, o consumidor deve deslocar-se até o produto desejado e a ser consumido (DIAS, 2005).

Para Dias (2003a, p. 27), esses deslocamentos constantes de pessoas por várias partes do mundo ocasionam mudanças em diversos âmbitos, como o econômico, político, cultural, social e ambiental “[...] numa proporção que poucos fenômenos sociais conseguiram gerar ao longo da história da humanidade [...]”. O turismo modifica o local, da mesma forma que ele se modifica para se adaptar aos novos desejos da sua demanda.

A atividade turística tornou-se mais democrática, usufruída por pessoas de diversas classes sociais. Mesmo ainda que um tanto reservada para pessoas que possuem maior poder econômico, deixou de ser algo praticado somente por esses cidadãos abastados, e faz parte do estilo de vida de cada vez mais pessoas no mundo (RUSCHMANN, 1997; MORANDI, 2001).

3.1.2 O papel da comunidade no Turismo

Um dos entraves do turismo refere-se à forma que as comunidades podem ser integradas nos processos do setor turístico. E como esta atividade pode se estabelecer no

destino, utilizar os bens culturais e naturais destinados à visitação, sem prejudicar o cotidiano dos destinos receptores, agregando valores aos destinos, gerando riquezas e oportunidades de empregos e buscando uma interação entre turista e comunidade?

Exatamente por ser uma atividade econômica que se utiliza dos bens culturais ou naturais de uma localidade – elementos essenciais para sua existência –, o turismo deve desempenhar um importante papel sociocultural. É importante que a atividade turística esteja cada vez mais próxima das comunidades locais, evitando que estas sejam atingidas de forma negativa pela atividade. E os produtos turísticos que sustentam o setor local podem e devem ser utilizados pela comunidade; afinal, estes fazem parte de sua convivência, sendo um legado de caráter histórico, cultural e/ou natural dos meios onde estão inseridos.

Goldner, Ritchie e McIntosh (2002) acreditam que as interações entre visitantes e visitados proporcionam um maior conhecimento entre ambos, e que essas aproximações aumentariam o sentimento de estima e respeito mútuo. Dias (2003a, p. 30) afirma que o turismo tem um

[...] importante papel socializador, pois permite o encontro entre pessoas de diferentes culturas; favorece a sociabilidade das pessoas que se encontram nas viagens numa condição psicológica altamente favorável a novos contatos sociais; contribui para o entendimento entre populações de diferentes regiões num mesmo país; incentiva a adoção de novos valores que, gradativamente, vão tornando-se universais; diminui as distâncias étnicas, permitindo maior conhecimento dos outros e de seus costumes.

Porém, Krippendorf (2001) acredita que as viagens como estão sendo praticadas atualmente pouco contribuem para essa integração entre visitantes e locais, podendo, inclusive, aumentar o distanciamento entre os mesmos, criando e reforçando preconceitos que, para o autor, partem de ambos os lados, tanto do turista, quanto do morador local. E o resultado desses encontros pode acarretar o desprezo pela cultura diferente, gerando ressentimentos.

Para Dias (2003a), uma das causas dessas ocorrências pode estar no fato de as relações fragmentadas entre turista e visitado. Para o autor, na maioria das ocasiões, os turistas criam relações artificiais com os moradores locais e, geralmente, seus contatos com as pessoas da localidade limitam-se aos que estão no setor de serviços, como taxista, o guia de turismo, o recepcionista do hotel. Eles não conseguem estabelecer contatos profundos ou conhecer os costumes da localidade; tudo é visto de forma superficial, até mesmo, os bens edificados. Nada marca, tudo flutua, e o estabelecimento de relações ou aproximações é frustrado;

Como ressalta Krippendorf (2001, p. 86), “[...] a imagem que fazemos dos outros é por vezes tão errada como a que fazem de nós [...]. Eis por que a viagem geralmente conduz à confirmação recíproca dos clichês. No geral, nem o turista, nem o autóctone sabem como é, de fato, o universo do outro”. Compreende-se que uma das causas para que as relações entre turistas e locais sejam frustradas, seja o distanciamento e a falta de conhecimento da realidade de ambos os lados. Ou seja, com o não estabelecimento dessas relações, a mudança do olhar que um tem em relação ao outro seria inviabilizada; se não há aproximação, logo, não existe conhecimento.

Por meio do contato sem ideias pré-concebidas sobre o outro, assim como respeitar o ambiente, biótico e abiótico, e os princípios do desenvolvimento sustentável, esses impactos poderiam ser atenuados. Para Goldner, Ritchie e McIntosh (2002), se houver um planejamento adequado sobre as visitas dos lugares, esse contato seria benéfico, se construiriam pontes de relacionamentos, que resultariam no aumento da autoestima dos moradores locais, destarte como o respeito por esses visitantes.

Nesse sentido, é importante trabalhar para que haja respeito, integração e trocas de valores entre visitantes e visitados de forma proveitosa e memorável para ambos. Por ser uma forte geradora de renda, o turismo tem o poder de diminuir as desigualdades nos destinos que souberem desenvolver de maneira satisfatória a atividade turística.

Almeida, Borges e Figueiredo (2008, p. 09) afirmam que buscar a inserção das comunidades no setor turístico traria benefícios para ambos, tanto em caráter econômico, como social e cultural. Isso fortaleceria a identidade cultural, a valorização das comunidades e aumento da sua autoestima.

Os profissionais de turismo, bem como as instituições públicas e privadas direcionadas às atividades turísticas, podem ser um meio para que estes distanciamentos diminuam, por meio de ações como: trabalhar a comunidade para receber o turismo; inserir os moradores locais nas atividades de geração de emprego e renda; aumentar a participação nas decisões sobre os bens culturais (MARTINS, 2006).

Ruschmann (1997, p. 28) relaciona as atribuições do Estado definidos pela OMT em 1983, que seriam garantir o direito e o lazer de sua população, preparar os cidadãos dos locais para receber o turismo, assegurar o desenvolvimento econômico e sociocultural por meio da atividade turística, bem como salvaguardar e proteger a natureza.

Essas ações seriam imprescindíveis para a fortificação do mesmo, trazendo benefícios para ambos, tanto para a atividade quanto para a comunidade receptora. Em razão disso, a atividade turística deve ser entendida, primeiramente, como algo que proporcione o

desenvolvimento das comunidades, sem que essa sofra com os impactos negativos gerados pelo turismo.

O respeito pelos costumes e tradições dos moradores pode contribuir para que estes se sintam incluídos e respeitados, e os homens, como seres simbólicos que são, tivessem a estima aumentada ou despertada por bens que compõem o seu lugar de vivência, que, de alguma forma, lhe atribuam algum sentimento de pertencimento e identificação (MARTINS, 2003). Dias (2003a) pontua que o turismo pode promover uma mudança no país visitado, além da econômica, ampliando a visão sobre a cultura local e isso, conseqüentemente, aumentaria e fortaleceria a identidade coletiva das comunidades.

Os setores públicos e as empresas que trabalham com a atividade turística são indispensáveis no organismo que forma o turismo. No entanto, o papel dos órgãos municipais é indispensável para estruturar esse destino; é ele que vai formar estratégias de dinamização da atividade, além de propiciar infraestrutura adequada para que o destino se projete como competitivo, pois um dos maiores problemas enfrentado pela atividade turística caracteriza-se pelo planejamento desordenado da atividade, acarretando a massificação do destino, bem como a não inserção das comunidades na geração de renda proveniente do setor (BARRETO, 2000; SWARBROOKE, 2000).

Esse turismo massificador, se não controlado a tempo, pode acabar destruindo os atrativos do destino receptor, pois este não se preocupa com os impactos ocasionados pela exploração desordenada do local, somente com os aspectos financeiros que a atividade pode gerar (DIAS, 2003b).

Os órgãos públicos e seus gestores devem encontrar soluções para atenuar esses problemas, investindo em infraestrutura para o suporte do desenvolvimento da atividade turística e fiscalizar possíveis extrapolações da capacidade de carga que o destino pode suportar sem impactos negativos para o local.

Por isso, a administração pública, a partir do exercício eficaz e correto das suas atribuições, fiscalizando, orientando e planejando o turismo de maneira responsável, torna-se uma das impulsionadoras do desenvolvimento sustentável da atividade, assim como tem o poder de propiciar para as comunidades, desde que assegure “[...] os espaços e os equipamentos necessários [...]”, práticas recreativas mais baratas e acessíveis que podem ser realizadas próximas aos locais de moradia. Por isso, “[...] os governos devem preocupar-se em proporcionar à população que não tem acesso às viagens turísticas, os equipamentos e espaços recreativos adequados para produzir satisfação individual, em família e na sua comunidade” (RUSCHMANN, 1997, p. 18).

Como ressalta Beni (2006, p. 106), o turismo pode ser empregado para diversos fins, que ele enumera, como

1 – Alcance de objetivos no campo econômico (desenvolvimento nacional e regional); 2 – Geração de empregos, redistribuição de renda, descanso e lazer dos assalariados (no campo social); 3 – Ampliação do conhecimento da população sobre fatos históricos e culturais (no campo cultural); 4 – Integração nacional, salvaguarda da segurança nacional, projeção da imagem do país no exterior, etc. (no campo político).

No entanto, como bem pontua Oliveira (2003, p. 50), apesar de a atividade turística em sua potencialidade ser um “multiplicador econômico”, a sua “[...] gestão não qualificada e não planejada das atividades por ele abrangidas acarreta consequências adversas para a sociedade [...]”, e algo que teria um efeito benéfico para os destinos receptores (utilizar o turismo como um gerador de renda proporcionaria resultados não desejados). Por isso, a importância do papel desempenhado pelo Estado e de sua intervenção na área do turismo (OLIVEIRA, 2003).

O planejamento para o desenvolvimento da atividade turística deve basear-se na sustentabilidade; desta forma, os benefícios seriam maximizados, bem como os custos com a atividades seriam minimizados, evitando, assim, a degradação nas localidades (LAGE e MILONE, 2000; BAHL, 2004).

Por isso, a importância de desenvolver o turismo de forma que contemple um planejamento sustentável, no qual se busque a utilização dos bens de forma consciente para que esse não se destrua. A sociedade, de uma forma geral, deve conscientizar-se do seu papel nos processos que assegurem a conservação do meio ambiente. Porém, as temáticas que se relacionam com a sustentabilidade são recentes e torna-se importante um trabalho que possa estabelecer uma cultura da sustentabilidade.

Para Feitosa (2016, p. 52-55), estas concepções de sustentabilidade ambiental são introduzidas no coletivo, como meios de solucionar uma crise que as afetas, mesmo estas não sendo as ocasionadoras de tal feito. Para o autor

[...] embora a postura das pessoas possa parecer alienação em relação a um problema que as afeta no dia-a-dia, é resultado da falta de educação formal com qualidade ou mesmo de instrução [...] A importância da cultura para a sustentabilidade ambiental vem sendo pontuada por sua influência no fortalecimento dos grupos sociais e para agregar valor às variadas expressões e manifestações, fato que contribui para a melhoria das condições econômicas, sociais e ambientais.

O turismo aporta aqui como um instrumento que pode, de alguma forma, assegurar a preservação dos locais que são necessários para o desenvolvimento econômico da atividade (SWARBROOKE, 2000). Porém, é necessária vigilância para que não haja uma exploração desses bens culturais, e isso seria de responsabilidade dos setores públicos.

A Organização Mundial do Turismo (2003, p. 104) afirma que para manter-se a sustentabilidade no “[...] turismo requer o gerenciamento dos impactos ambientais e socioeconômicos, o estabelecimento dos indicadores ambientais e a conservação da qualidade do produto e dos mercados turísticos [...]”. Para que a atividade turística seja planejada visando o desenvolvimento sustentável, esta não deve preocupar-se somente com a área econômica, mas com a manutenção da qualidade do ambiente. E isso implica em uma conscientização que perpassa pelos órgãos públicos, privados, comunidade e demais atores envolvidos na atividade.

O turista que visita um destino, por sua vez, também deve fazer sua parte, como respeitar as tradições e os costumes locais, evitar poluir ou degradar os atrativos turísticos do local de visitação e obedecer às regras que podem ser estabelecidas sobre o destino visitado. Porém, é importante que este também se sinta acolhido, respeitado como indivíduo, ter acesso a informações de fácil entendimento sobre o lugar visitado e usufruir dos bens culturais e naturais que o destino propicia para a finalidade de visitação.

Para Swarbrooke e Horner (2002, p. 308), a satisfação do consumidor do turismo é importante por três razões, que seriam: o marketing positivo – com o avanço das tecnologias, e das mídias sociais, esse famoso marketing boca a boca que antes circulava só entre amigos e parentes, pode alcançar ainda mais pessoas em diferentes lugares; fidelizar o cliente, tornando esse um consumidor recorrente; e evitar reclamações, que poderiam ser danosas para a imagem, não somente das empresas prestadoras, mas também do destino, que podem ocasionar outros custos, como pagamentos compensatórios.

A importância desse turista também se dá pelo caráter econômico. Contudo, é necessário que os comerciantes locais participem desses impactos socioeconômicos e que o dinheiro gasto pelo turista em bens e serviços circule pelo destino (LAGE; MILONE, 2000). Estas divisas podem ser convertidas em melhorias para os moradores locais e para a manutenção de uma infraestrutura básica e turística.

Por ser uma forte geradora de renda, o turismo tem a possibilidade de diminuir as desigualdades nos destinos que souberem desenvolver de maneira responsável e satisfatória a atividade turística. Nos destinos onde o turismo é bem administrado, a atividade pode proporcionar aos visitantes conhecimentos da cultura das localidades visitadas, respeito pelas

tradições e costumes locais, diminuindo a distância entre turistas e visitados, e preservação dos bens culturais e naturais do destino.

Em contrapartida, o destino onde o gerenciamento só visa o caráter econômico, sem se preocupar com a qualidade do ambiente (biótico e abiótico) a ser explorado ou com o social, tende a aumentar o distanciamento entre turista e comunidade, além da degradação do patrimônio formador do local, podendo levar ao seu desaparecimento, ou descaracterizar a cultura local, quando o intuito é só ofertar produtos para o turista ver, sem levar em conta aspectos como a originalidade.

Para Dias (2003b, p. 30-31), o turismo tem um papel de humanizador e, a partir dos contatos e interações sociais, em que se conhece os costumes e hábitos dos outros, estes deixam de ser estranhos para se tornarem diferentes. “[...] a busca do exótico, do diferente, nada mais é que a busca do homem por conhecer a si mesmo seria a razão do turismo”. Em face disso, o turismo não deve ser visto somente como geradora de renda, mas em seu caráter socializador e humanizador, além de uma atividade que é praticada por pessoas que buscam um momento de lazer, de prazer, que criam expectativas e sonhos.

3.2 A experiência nos produtos turísticos

Segundo alguns teóricos, estamos vivendo na chamada pós-modernidade (URRY, 2001), e o seu cenário apresenta “[...] um mundo que não se deseja pautar exclusivamente pela sua razão instrumental. As sensibilidades que se manifestam no mundo tornam-se o sentido de se viver uma experiência que seja significativa às pessoas e suas dimensões culturais, tais como o Turismo”. (PADILHA e AQUINO, 2012, p. 15).

Por sua vez, a atividade turística está em constante busca por novidades e ideias que possam agregar valor ao setor e suprir os desejos e os anseios dos turistas, pois esses definem o caráter que o turismo possa tomar. E é percebido que a atividade estaria se tornando mais emocional, ligada aos valores das comunidades visitadas, e não mais só à utilização do espaço. Nesse novo cenário para o turismo, teoricamente, entende-se que ele não se pautaria mais em questões que não se preocupam com a destinação turística a que se visita, pois, há uma crescente preocupação com o desenvolvimento sustentável para preservar o ambiente em que a atividade se estabelece, assim como com o respeito com a cultura local.

Nesse contexto, a experiência relacionada aos produtos turísticos⁵ surge como algo que contribuiria para esses anseios dos turistas modernos, de algo que fugisse do convencional e projetasse um valor agregado às suas viagens. Como afirma Panosso Netto (2011), o turismo, por si só, é experiência, e os turistas são seres históricos, em contínua construção e formação. Por sua vez, toda viagem é entendida como uma experiência, sejam boas ou ruins, e os contatos com uma cultura diferente se configuram como experiência; a diferença está no grau de envolvimento e imersão do turista na cultura da comunidade dos destinos visitados.

As experiências vividas por viajantes que buscam essa imersão nos locais visitados, terão um profundo efeito na vida deste indivíduo, assim como para as sociedades visitadas, pois estes farão parte das experiências turísticas e das memórias dos viajantes (LAGE e MILONE, 2000).

Quando não há envolvimento ou a imersão nos lugares visitados, distancia-se do conceito de experiência e passa a configurar-se o conceito de vivência (SOUSA, 2010). Entretanto, como pondera Avighi (2000), os turistas de consumo, que estão somente em busca de descanso, satisfazendo-se com lugares que não oferecem “algo a mais”, apenas o trivial, sempre serão bem-vindos, pois também fortalecem e movimentam o setor e os negócios locais. Contudo,

[...] é crescente o número de turistas que mantêm viva a eterna chama interior de viajante, que não se contentam com a paisagem de sempre, que anseiam pelo lugar que os recebe, pelas pessoas e seus estilos. Deixam de lado o manual de viagem, trocam a curiosidade pelas inquietações pessoais e formam um fundo de experiências [...]. (AVIGHI, 2000, p. 102).

Compreende-se que definir o conceito de experiência turística não é uma tarefa fácil, em virtude da complexidade do tema e das várias áreas que o abordam (MARUJO, 2016). No entanto, alguns teóricos acreditam que os turistas da modernidade estão saturados de viagens que não lhe oferecem algum diferencial. Esse turista estaria em busca de realização pessoal, à procura de novas sensações e experiências nos lugares que pretende conhecer, de experimentar culturas diferentes, enriquecer-se culturalmente e socialmente, e isso poderia ser proporcionado por meio dos seus contatos com os produtos oferecidos pelo Turismo (AVIGHI, 2000; COOPER, 2011; LAGE; MILONE, 2000; SEBRAE, 2015).

⁵ Os produtos turísticos são considerados bens intangíveis, ou seja, se usufruem durante as viagens e não podem ser guardados, somente sentidos, vividos, experienciados e, posteriormente, recordados. São entendidos como uma cadeia de ofertas, atrativos, equipamentos, serviços turísticos, entre outros. “[...] na qual cada ponto interfere no resultado final e se constitui com um elemento fundamental para a satisfação da necessidade do consumidor [...]” (BIGNAMI, 2001, p. 174).

Desde o começo das práticas da atividade turística, o olhar do turista está em constante modificação e desenvolvimento (URRY, 2001). O turista de hoje pode ser diferente do turista de cinquenta anos atrás, por exemplo; seus anseios e expectativas podem ser díspares. MacCannell (1976, apud Araújo, 2006), acredita que os turistas buscam algo além nos lugares visitados, que fuja da superficialidade; esse turista quer conhecer profundamente os lugares e não se contenta apenas em olhar a sua fachada.

Segundo Krippendorf (2001), o turista moderno procura experiências novas, para fugir do vazio que acomete sua vida quando está em sua rotina habitual, preso em cotidiano repetitivo do trabalho. Assertiva apoiada por Marujo (2016), que acredita que os turistas viajam com o intuito de experimentar algo diferente dos acontecimentos de sua vida rotineira.

Este consumidor do turismo estaria mais emocional, em busca de algo que lhe despertasse sensações únicas e memoráveis, procurando uma maior interação com o cotidiano do local visitado, visando conhecer as comunidades residentes e nas trocas de informações, experiência e valores (SEBRAE, 2015).

De acordo com Pereiro e Fernandes (2018, p. 263), as experiências turísticas são entendidas como “[...] uma experimentação de atividades no destino turístico diferentes do cotidiano, com significados emocionais, simbólicos e de transformação mental e social [...]”. Destarte, entende-se que a atividade turística estaria relacionada com a fuga do cotidiano, defendida por alguns autores como principal motivo da viagem do indivíduo, no qual se experimenta algo diferente do que se é habituado e tem-se contato com costumes diferentes do seu.

Urry (2001) afirma que o ambiente proporcionado pelas experiências turísticas induz sensações prazerosas diferentes das que se vivencia na rotina diária, com a família, trabalho ou amigos, e defende a necessidade dos indivíduos de vivenciarem esses momentos prazerosos, que os distancie da sua vida cotidiana.

A participação no cotidiano das comunidades pode também ser considerada uma experiência única para os turistas, pois este relacionaria o imaginário com o real (CASTRO, 2002). Haja vista que seu envolvimento seria com a realidade vivenciada e não somente transmitida por uma imagem construída, o indivíduo construiria sua própria percepção de visitação.

No quadro 1, caracteriza-se as seis abordagens das experiências turísticas pelas ciências sociais a partir dos estudos realizados por Marujo (2016), com base em diversos autores do tema, e corroborado por Pereiro e Fernandes (2018).

Quadro 1 – Abordagens das ciências sociais sobre experiências turísticas

Abordagem	Características
A da psicologia cognitiva	Esta abordagem preocupa-se com as expectativas e percepções dos turistas, e como suas experiências são influenciadas pelos acontecimentos e relacionam-se diretamente com a memória individual do turista, incorporando-se ao chamado “armazém de experiências”. As memórias relacionadas às experiências serão narradas a partir da percepção do indivíduo sobre ela, e como este as construirá de forma subjetiva e individual a sua experiência turística.
A visão benéfica ou positiva da experiência turística	Trabalha a partir da suposição da viagem como geradora de experiência positiva e benéfica para o turista, na busca da felicidade e de memória agradáveis: das sensações que perpassam por todos os momentos da viagem, desde a preparação até a pós-viagem; das recordações guardadas e das lembranças que, posteriormente, serão lembradas. A viagem como busca de uma identidade e auto realização, assim, como das relações de interação social. E o entendimento de que o turista tem diferentes desejos e diferentes experiências, mesmo que esteja realizando a mesma atividade, no mesmo lugar. Na pós-viagem, suas experiências turísticas serão construídas e moldadas a partir da compreensão com base em sua própria narrativa dos acontecimentos.
A visão mental e do envolvimento pessoal	Centrado nas “experiências ótimas”, partindo de uma questão mais espiritual, existencialista e de renovação pessoal. As experiências são envolventes e emocionalmente intensas. A antropologia considera esta experiência turística a partir de uma vivência social e cultural, o envolvimento com a comunidade anfitriã, conhecimento, crescimento pessoal, experiências memoráveis e autênticas, aprendizagem e a história do lugar.
A fenomenologia da experiência turística	Nesta abordagem, a experiência turística não se limita à realidade materialista. É analisada com base na percepção sentida pelo turista a partir da observação pessoal da sua experiência; a experiência turística é considerada uma aprendizagem experiencial. E a experiência, como aprendizagem, começa desde seu planejamento, durante e o depois da viagem, quando, então, as experiências serão lembradas e avaliadas. As experiências do turista podem ser influenciadas pela indústria do turismo, pela realidade social da localidade e pela própria percepção do turista.
A da natureza visual da experiência turística	A experiência turística a partir da visão construída pelo turista, que muda de acordo com seu contexto histórico e

	social, estando em constante mudança. E este avaliará as paisagens do destino visitado, a partir do seu lugar habitual e do seu cotidiano. As experiências dos turistas são limitadas, pois não têm a mesma vivência que os residentes; sua experiência é baseada em reflexo.
A da economia da experiência turística	Relaciona-se ao termo criado por Pine e Gilmore, sobre economia da experiência, que enfatiza o desejo do consumidor por experiências marcantes, únicas e memoráveis, composta por quatro dimensões da experiência: a) educacional; b) escapismo; c) estética; d) entretenimento. Porém, estas experiências turísticas teriam participações diferenciadas, dependendo do grau de envolvimento do indivíduo na cultura local.

Fonte: Marujo (2016); Pereira e Fernandes (2018); Autora (2019)

Nota-se, a partir das abordagens enumeradas por Marujo (2016), que as experiências turísticas como campo de pesquisa têm diversos significados, mas envolvem, fundamentalmente, a relação do turista com o ambiente com o qual entrará em contato e o deslocamento físico. No entanto, algumas abordagens consideram que a experiência turística tem início desde seu planejamento, tendo o “durante” seu ápice, quando o turista entra em contato com o destino receptor, angariando as suas experiências de viagens, por meio dos passeios, dos contatos com as comunidades e com os costumes locais, e tendo desfecho na pós-viagem, quando as memórias são lembradas, compartilhadas ou avaliadas.

As experiências variam também de acordo com o contexto situacional, uma vez que “[...] cada experiência deriva da interação entre o evento acontecido, e o estado de espírito do indivíduo, seus pensamentos e suas sensações” (PINE II e GILMORE, 1999, p. 12). Denota-se a isso o fato de as experiências serem particulares, as sensações são sentidas de maneira diversa por cada indivíduo que as vivencia e cada um responde de uma forma diferente às suas percepções.

3.2.1 Turismo de experiência

Para Gaeta (2010) e Soares (2009), o turismo moderno trouxe um novo perfil de turista, alguém que estaria mais preocupado com as experiências prazerosas durante a viagem e que não quer mais ser só um espectador de sua própria experiência, mas alguém que ativamente busca sensações, espiritualidade, de vivenciar e ter experiências únicas,

inesquecíveis e marcantes, definindo esta nova estratégia do turismo como **Turismo de Experiência**.

O turismo de experiência alinha-se com a sexta abordagem definida por Marujo (Ver Quadro 1), pois surgiu a partir do conceito de economia da experiência criado por Pine e Gilmore (1999), que acreditam em um consumidor mais presente, que estaria mais envolvido com a situação do que em seu contexto (AROEIRA; DANTAS; GOSLING, 2016). Este seria um turismo mais real, mais memorável e com lembranças que o turista levaria para a sua vida, marcando de forma significativa toda a sua experiência de viagens.

De acordo com o conceito de Turismo de experiência, os turistas atuais não querem somente ver os lugares passando em frente aos seus olhos, contemplá-los. Ele quer fazer parte da sua própria experiência, ser marcado intensamente pelo lugar, pelas paisagens, pelo convívio com as comunidades, e este abrangeria os cinco sentidos do turista (MTUR, 2010; PANOSSO NETO, 2010). Dessa forma, poderia acionar a sua memória involuntária, aquela que marca de forma mais veemente o indivíduo.

O Turismo de experiência estimularia a interação social, fazendo o turista “viver” a realidade do local, estimulando vivências e aprendizado e, por meio dessa integração com as comunidades, procurar conhecer profundamente o local que visita, a identidade, memórias, tradições, costumes, vivenciando o novo, participando de atividades dentre da comunidade receptora, diferente das práticas de seu cotidiano.

De acordo com o SEBRAE (2015, p. 08), o Turismo de experiência seria “[...] uma forma inovadora de oferta turística, baseadas nos princípios do marketing de experiências. Atende às aspirações do homem contemporâneo porque oferece o visitante de ir além da observação [...]” (SEBRAE, 2015, p. 46). Ou seja, o Turismo de experiência não é um segmento do turismo, mas sim uma estratégia de marketing que pode ser aplicada ou alinhada com todos os segmentos turísticos.

Para entender as diferenças que acometem o turismo tradicional e o turismo de experiência, o SEBRAE (2015, p. 10) criou uma tabela que demonstra algumas características atribuídas a ambos, como pode ser visto no Quadro 2:

Quadro 2 – Tabela criada pelo SEBRAE estabelecendo as diferenças entre o turismo tradicional e o turismo de experiência

Turismo tradicional	Turismo de experiência
Apresenta características funcionais	Tem foco na experiência do consumidor
É orientado pelo produto e pela concorrência	É orientado para oferecer experiências de forma integral e exclusiva

Entende que as decisões de consumo são racionais	O turista é visto como um consumidor racional e emocional
As ferramentas utilizadas são quantitativas e verbais	As ferramentas são multidisciplinares e bastante variadas

Fonte: SEBRAE (2015)

De acordo com esse quadro, o produto ofertado pelo Turismo de experiência tem um caráter mais emocional e personalizado, preocupado com as experiências que cada consumidor vivenciará em sua viagem, enquanto o turismo tradicional seria mais racional, objetivo e funcional.

Segundo Cooper (2011, p. 22), as experiências proporcionadas pelo Turismo de experiência “[...] são pessoais, especiais, evocando uma resposta emocional à medida que o turista estabelece um relacionamento multifacetado com os atores e o destino em que a experiências se dá”. As experiências alinhadas ao turismo vêm agregar valor aos produtos turísticos existentes, proporcionar a integração dos turistas com as comunidades e com o meio no qual está inserido.

Panosso Netto (2010) acredita que as experiências usufruídas pelos turistas durante suas viagens podem modificá-lo e marcá-lo de forma positiva e profunda, mudando o seu modo de pensar e gerando conhecimentos. Para o autor, a “era do vazio” estaria forçando a busca dos turistas por essas experiências e, provavelmente, já estaríamos vivendo a “era da experiência”, que se caracterizaria pela busca do ser humano por meios de se “maravilhar” e de um sentido para sua vida, com o intuito de não viver um vazio.

Os significados emocionais para a vida do indivíduo que essas experiências proporcionam colaboram para a sua conscientização de preservar o patrimônio cultural dos destinos que podem ser implantados, e na relação de respeito com as comunidades receptoras. Segundo Santos (2010, p. 119), as “[...] experiências orientadas para relacionamentos tendem a fugir do lugar comum do turismo de massa, propiciando (re)significações dos patrimônios material e imaterial”.

No entanto, pontua-se que, para que o turismo possa agregar as potencialidades de se trabalhar a experiência e que estas sejam realmente memoráveis para os turistas, é necessário que haja uma infraestrutura para recebê-lo (SEBRAE, 2015) e que a atividade seja desenvolvida de forma responsável e racional para que não se transforme em um transtorno, pois nem todo turismo pode ser considerado Turismo de Experiência, ao menos, experiências válidas para o turista (COOPER, 2011). Afirmação defendida por Trigo (2010, p. 31), que assevera que nem todo serviço ou viagem é uma experiência que marca a vida do indivíduo,

nem são surpreendentes, memoráveis, intensas, nem tampouco merecem ser repetidas. Para que a viagem se transforme em uma experiência válida para o turista, ela

[...] precisa superar a banalidade, os aspectos triviais, estereotipados e convencionais e estruturar-se como uma experiência que nasça da riqueza pessoal do viajante em busca de momentos e lugares que enriqueçam sua história. Caso contrário, sobrarão a promessa não cumprida, a frustração, uma felicidade dúbia, contaminado pela incompreensão dos paradoxos e contradições inerentes ao nosso mundo. (TRIGO, 2010, p. 31).

Por isso, todos os aspectos devem ser levados em consideração na hora de se querer proporcionar uma experiência incorporada à visitação, pois isso deve ser algo único na vida do turista, evitando-se efeitos negativos, ou frustrar as expectativas criadas. Para Urry (2001, p. 63-64), os momentos de férias são acontecimentos com significados particulares na vida do indivíduo e estes criam fantasias e expectativas, procuram o “extraordinário”. Como afirma o autor, este é o seu momento de lazer, de descanso, de fuga do cotidiano, e quando a qualidade dos serviços a serem oferecidos pode, de alguma forma, afetar suas expectativas de maneira negativa, este torna-se extremamente crítico.

De acordo com Silva (2004), quando não se é atendido em suas necessidades, geralmente o cliente não retorna ao estabelecimento ou volta a adquirir o serviço, tende a tornar-se um antigo cliente. O mesmo ocorre com o turista que não se sente de alguma forma atendido em suas expectativas – ou na expectativa que foi gerada nele ao escolher um destino –, ou não tenha emoções positivas e prazerosas em relação ao que está adquirindo: ele dificilmente retornará ao mesmo local ou irá contratar o mesmo serviço, perdendo-se, assim o cliente ou outros em potencial que possam fazer parte do círculo de comunicação do primeiro, caso esse compartilhe suas frustrações.

Uma viagem dificilmente será considerada uma boa experiência ou uma experiência memorável se não há uma boa infraestrutura turística ou produtos e serviços de qualidade (TRIGO, 2010). Suprido essas necessidades, a modalidade do Turismo de experiência tende a agregar valor ao destino em que for implantado. Cooper (2011, p. 22-23) resume, a partir de seus estudos sobre Pine e Gilmore, quais seriam os benefícios da implementação da experiência sobre bens e serviços.

Bens são tangíveis e os serviços, intangíveis, mas as experiências são memoráveis; bens são relacionáveis e serviços são sob demanda e logo vivenciados, mas experiências desdobram-se ao longo do tempo, estocadas na memória; bens são padronizáveis e serviços são personalizáveis, mas

experiências são pessoais; uma experiência teria quatro domínios: entretenimento, educação, fuga (escapismo) e estética.

Para que as experiências vividas nas viagens sejam realmente memoráveis, isso dependerá do grau de envolvimento do turista na imersão de sua experiência, no envolvimento com a cultura e as comunidades visitadas. Este poderá participar e integrar-se ao processo, participar ativamente da construção de sua experiência de viagem.

Visando formas das experiências contribuírem para propiciarem momentos únicos para a visitação nos lugares em detrimento de uma visitação mecanizada, o governo federal, através do Ministério do Turismo, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), lançaram em 2006, o Projeto Economia da Experiência que tinha como objetivo de trabalhar com os pequenos negócios, trabalhando o conceito da Economia da Experiência. Esse projeto teve início na Região da Uva e Vinho (RS) e depois foi implantado em outros destinos brasileiros, como Belém (PA); Bonito (MS); Região da Uva e Vinho (RS); Petrópolis (RJ); Costa do Descobrimento (BA).

Foi durante a realização desse projeto, que foi criada a marca “Tour da Experiência”, apresentado na figura 02, elaborada por diversos parceiros do Ministério do Turismo e que tem “[...] por objetivo valorizar e promover aqueles empreendimentos que apresentam produtos diferenciados alinhados com os conceitos concebidos pelo Projeto [...]” (MTUR, 2010, p. 15).

Figura 2 – Logotipo do Projeto Tour da Experiência



Fonte: Mtur (2010)

No projeto Tour da Experiência, são ofertados diversos tipos de serviços como: degustação de vinhos na Região da Uva e Vinho (RS); encenação com declamação de poesia com personagens históricos no Museu Imperial de Petrópolis, Contemplação da natureza em Bonito (MS), produzir uma biojóia feita de semente de Açaí em Belém (PA); experiência em uma reserva indígena na Costa do Descobrimento (BA).

Figura 3 – Pinturas indígenas na Costa do Descobrimento (BA)



Fonte: MTur (2010)

Além do projeto do Ministério do Turismo, são inúmeras as páginas na internet, de agências que tem a promessa de proporcionar experiências únicas aos usuários, um desses sites é o Favela Scene Tour de Experiência⁶, iniciativa criada em 2012, o turista pode participar de uma visita ao Morro Santa Marta, na capital do Rio de Janeiro, conhecendo lugares, vivenciando o ambiente e interagindo com pessoas da comunidade.

Outro projeto inovador é o site Airbnb⁷, criado em 2008, é um site de serviços online, que presta serviços de acomodações, onde o usuário pode se inscrever como inquilino ou para reservar uma hospedagem, mas que também oferece um serviço de “compartilhamento de experiências”, no qual visitante e um anfitrião tem oportunidade de compartilhar experiências nos destinos. Por exemplo, um morador de determinada comunidade pode se inscrever no site para servir de guia para um turista que tenha interesse em uma experiência diferenciada no destino.

O aumento do número de agências e interessados nesse tipo de experiência reforça a assertiva de Gúzman, Vieira Júnior e Santos (2011), sobre como a Economia da Experiência estaria suplantando a Economia dos Serviços, com a preocupação em propiciar momentos memoráveis e fascinar os clientes.

Quando os produtos turísticos são bem planejados para propiciar experiências aos turistas, estas podem criar sensações agradáveis, que podem ser lembradas pelos viajantes e propiciar experiências positivas.

⁶<https://business.google.com/website/favelatour>

⁷<https://www.airbnb.com.br/>

4 METODOLOGIA

4.1 Tipo de Pesquisa

A partir da análise dos objetivos desta pesquisa, ela pode ser classificada quanto aos seus fins em exploratória, pois “[...] têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado [...]” (GIL, 2002, p. 41). Para Selltzel al (1967, p. 63, apud GIL, 2002, p. 41), as pesquisas exploratórias “[...] envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que ‘estimulem a compreensão’.”.

A pesquisa bibliográfica, que de acordo com Gil (2002, p. 44) “[...] é desenvolvida com base em material já elaborado [...]”, para tanto foram utilizados fontes como livros, dissertações, monografias e artigos científicos, para as discussões de temas como experiência, turismo, memória e experiência turística. E, também a pesquisa documental, que é conceituada por Helder (2006, p. 1-2) como uma técnica que “[...] vale-se de documentos originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor. [...]”. Como coleta de dados foi utilizada, uma técnica específica como entrevistas (PRODANOV e FREITAS, 2013).

No que diz respeito à abordagem da pesquisa, considera-se qualitativa, que na perspectiva de Martins e Theóphilo (2007), as pesquisas na abordagem qualitativa requerem além de descrições, compreensões e uma análise profunda das informações levantadas (PRODANOV; FREITAS, 2013; GIL, 2010).

4.2 Local da Pesquisa

A pesquisa foi realizada nos locais onde acontecem os projetos Quarta do tambor de Crioula e Pôr do sol no Palácio, no Centro Histórico de São Luís, Maranhão. Ambos criados e executados pela Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (SECMA).

Os projetos são realizados em dois pontos turísticos inseridos na área do Centro Histórico registrado pela UNESCO como Patrimônio Cultural Mundial, como pode ser visto na Figura 04, no qual a linha amarela delimita essa área registrada dentro do Centro Histórico, e os pontos azuis marcam os locais onde os projetos são realizados. Na Figura 05, uma foto

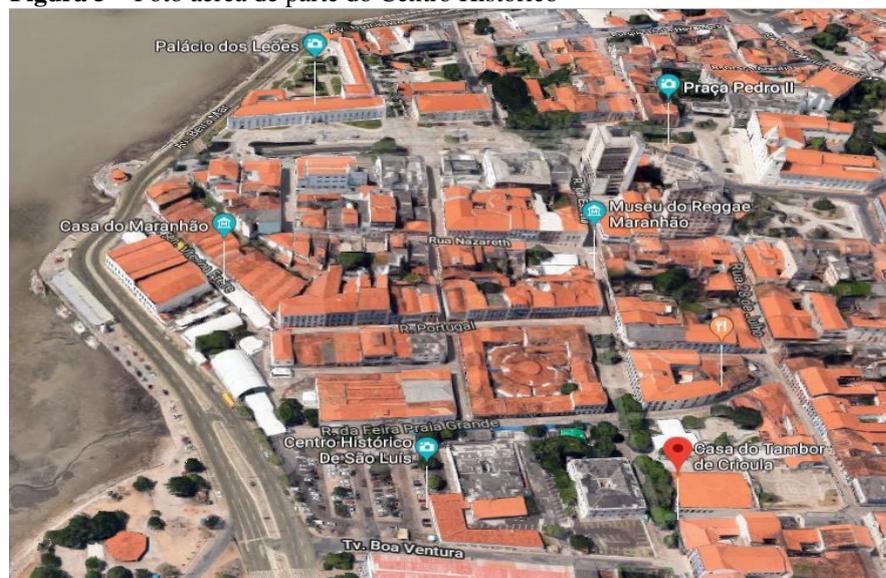
aérea em 3D de parte do Centro Histórico, onde ficam localizados os dois espaços estudados nessa pesquisa, retirado do Google Maps. Na figura 6, apresenta-se um mapa ampliado do Centro Histórico, indicando onde acontecem os projetos, sendo o ponto 1, o local onde se realiza o projeto Pôr do sol no Palácio e o ponto 2, o local onde executa-se o projeto Quarta do tambor de Crioula.

Figura 4 – Mapa das zonas e limites de proteção cultural no Centro Histórico e os locais dos projetos



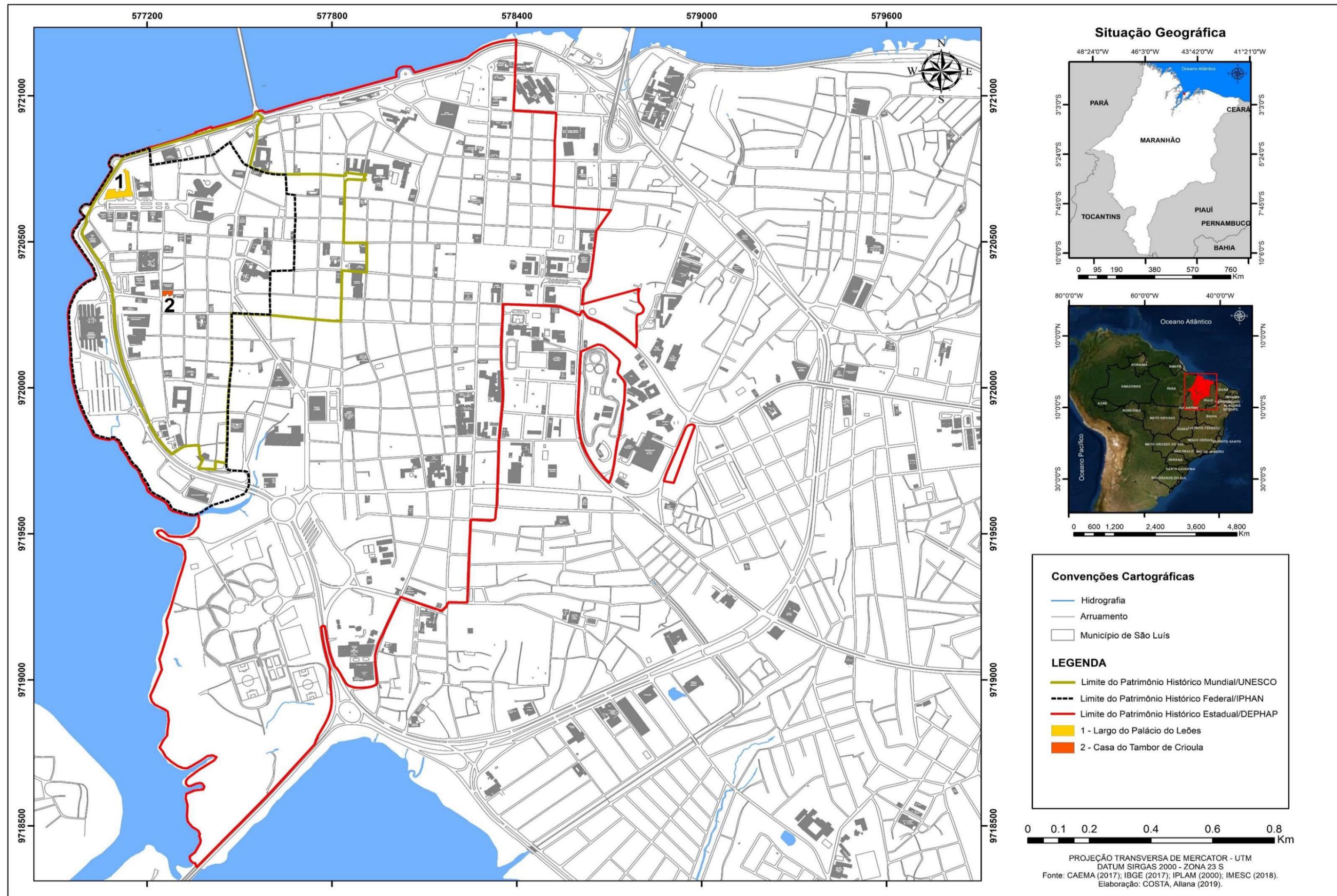
Fonte: São Luís ilha do Maranhão e Alcântara (2008); Autora (2019)

Figura 5 – Foto aérea de parte do Centro Histórico



Fonte: Google Maps (2019)

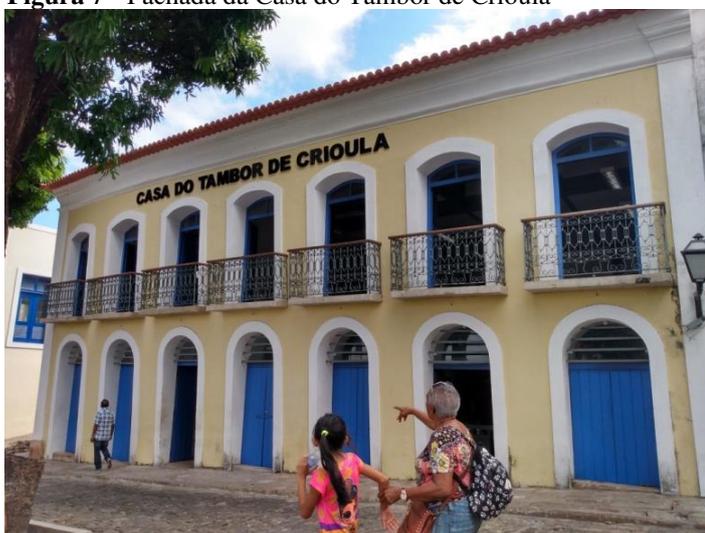
Figura 6 – Mapa ampliado dos locais dos projetos



Fonte: Autora (2019)

O Projeto Quarta do Tambor de Crioula acontece no Centro de referência da manifestação da cultura popular maranhense Tambor de Crioula – Casa do tambor de crioula, localizado na Rua da Estrela⁸, Centro. Como descrito em seu título, o projeto acontece todas as quartas a partir das 18h00min no pátio da Casa do Tambor de Crioula, onde é colocado um tablado e iluminação especial. O espaço museal foi aberto ao público em julho de 2018, dedicado à dança de origem africana, patrimônio cultural imaterial brasileiro, desde 2007. Na figura 07, a fachada do Centro de Referência, onde o projeto Quarta do Tambor de Crioula é realizado.

Figura 7 - Fachada da Casa do Tambor de Crioula

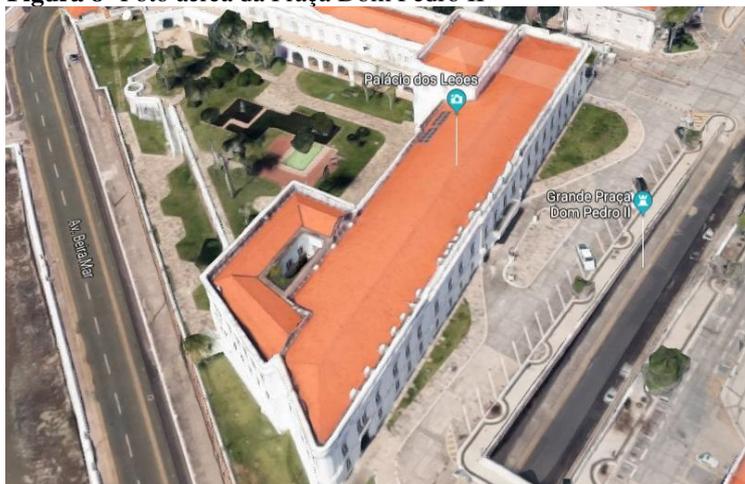


Fonte: Autora (2019)

O projeto Pôr do Sol no Palácio é realizado toda sexta-feira, por volta das 17h30min, na praça em frente ao Palácio Henrique de La Roque ou Palácio dos Leões, sede do governo do estado do Maranhão, localizado na Avenida D. Pedro II, como pode ser visto na figura 08.

⁸A Rua da Estrela é um dos locais mais frequentados, por turistas e residentes, na popular região do Centro Histórico de São Luís. Na rua, ficam lugares como o Teatro João do Vale, inaugurado em 1995, batizado em homenagem ao cantor maranhense; a Praça Nauro Machado, onde são realizadas apresentações de manifestações culturais e shows, entre outras atividades; e o Mercado da Praia Grande, construído no século XIX, é o mercado público mais antigo do Maranhão, que sofreu uma grande intervenção na década de 1980.

Figura 8- Foto aérea da Praça Dom Pedro II



Fonte: Google Maps (2019)

O local é ladeado por diversos órgãos do poder do estado, como o Palácio La Ravardiére, que abriga a sede do governo municipal, o Tribunal de Justiça do Maranhão e pela Secretaria Estadual de Turismo do Maranhão, entre outros.

4.3 Participantes da Pesquisa

Este estudo investigou sujeitos que participaram como espectadores dos Projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio, da Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (SECMA), com a finalidade de analisar *se e quais* dimensões da experiência foram percebidas pelos usuários durante sua participação nos projetos.

Ademais, foram realizadas entrevistas com a coordenadora da unidade gestora de ação e difusão cultural (UGADC), da SECMA, e com o diretor da Casa do Tambor de Crioula. A seleção dos entrevistados seguiu uma amostragem intencional, buscando entrevistar profissionais que têm acesso direto com os projetos pesquisados (PRODANOV; FREITAS, 2013). Foram realizadas 50 (cinquenta) entrevistas com os participantes do Projeto Quarta do Tambor de Crioula e 45 (quarenta e cinco) entrevistas com os espectadores do Projeto Pôr do Sol no Palácio, como pode ser visto na tabela 04. Ressaltando-se que as entrevistas foram encerradas assim que houve um ponto de saturação teórica, ou seja, foram suspensas quando as respostas dos participantes começaram a se repetir, não contribuindo mais com a pesquisa de forma significativa, e não havendo necessidade de mais coletas de dados (FONTANELLA; RICAS; TURATO, 2008)

Tabela 3 – Participantes da pesquisa

Projeto	Turista	Comunidade	Gestor (a)
Quarta do Tambor de Crioula	22	28	Coordenadora da unidade gestora de ação e difusão cultural (UGADC), da SECMA; diretor da Casa do Tambor de Crioula.
Pôr do Sol no Palácio	21	24	Coordenadora da unidade gestora de ação e difusão cultural (UGADC), da SECMA.

Fonte: Autora (2019)

4.4 Instrumentos de coleta de dados

A pesquisa utilizou entrevistas com perguntas semiestruturadas (MARCONI; LAKATOS, 2007), sendo este um dos instrumentos mais utilizados para a coleta de dados (Trigueiro *et al*, 2014).

Em um primeiro momento, foi realizado o pré-teste com uma amostra de 10 (dez) entrevistas por projeto. Após a avaliação do pré-teste e possíveis ajustes das perguntas, os instrumentos de coletas foram validados para a entrevista (GIL, 2002).

Para a etapa da entrevista, utiliza-se o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)⁹, que garante a confidencialidade do entrevistado.

4.5 Procedimentos da pesquisa

Este estudo assume a forma de uma pesquisa bibliográfica e exploratória. Na etapa do estudo bibliográfico, foram feitas pesquisas acerca dos seguintes temas: experiência, turismo, memória e experiência turística. Essas pesquisas foram realizadas por meio de consultas em livros, dissertações, monografias e artigos científicos.

Na fase da pesquisa de campo, foram realizadas visitas periódicas aos locais onde são realizados os projetos, entrevistas com a coordenada da unidade gestora de ação e difusão cultural da Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (SECMA), com o diretor da Casa do Tambor de Crioula, e com os participantes dos projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr

⁹ Inseto aqui que o Parecer de Aprovação do Comitê Ética (ANEXO A) faz parte de um projeto maior, intitulado O CONCEITO DE EXPERIÊNCIA APLICADO AOS PRODUTOS TURÍSTICOS COMERCIALIZADOS EM SÃO LUIS (MA), de responsabilidade da Profa Dra Conceição de Maria Belfort de Carvalho, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult), da Universidade Federal do Maranhão e orientadora dessa pesquisa.

do sol no Palácio, cujos roteiros são apresentados nos APÊNDICES A, B, C e D. As entrevistas foram gravadas e, posteriormente, transcritas para a etapa de análise de dados.

A entrevista com a coordenadora do SECMA foi realizada no dia 04 de setembro de 2019, na sede da Secretaria de Cultura, que teve por finalidade conhecer como foram idealizados os projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio, e quais contribuições esses projetos propiciaram para as áreas do turismo, cultura e gestão pública, e, principalmente, *se e como* o conceito de experiência foi pensado e implementado antes e durante a realização dos projetos. A entrevista com o diretor da Casa do Tambor de Crioula ocorreu no dia 11 de setembro de 2019, na Casa do Tambor de Crioula, e também teve por finalidade conhecer como foram idealizados os projetos Quarta do Tambor de Crioula, e os contributos desse projeto para as áreas do turismo, cultura e gestão pública, e, *se e como* o conceito de experiência foi pensado e implementado antes e durante a realização do projeto.

As entrevistas com os participantes do Projeto Quarta do Tambor de Crioula, iniciaram-se no mês de março de 2019 e findaram-se no mês de julho de 2019, as entrevistas com os participantes do Projeto Pôr do Sol no Palácio foram realizadas nos meses de setembro e outubro de 2019. A finalidade dessas entrevistas era compreender as percepções dos sujeitos que participaram das atividades ofertadas nos projetos, por meio de perguntas semiestruturadas, com base nas dimensões de experiência (educacional, estética, entretenimento e escapismo) proposto pelos autores Pine II e Gilmore (1999).

Esses dados foram operacionalizados em uma análise qualitativo-descritiva do tema proposto, apresentando e discutindo os resultados das entrevistas realizadas com o referencial teórico adotado.

4.6 Procedimentos de análise dos dados

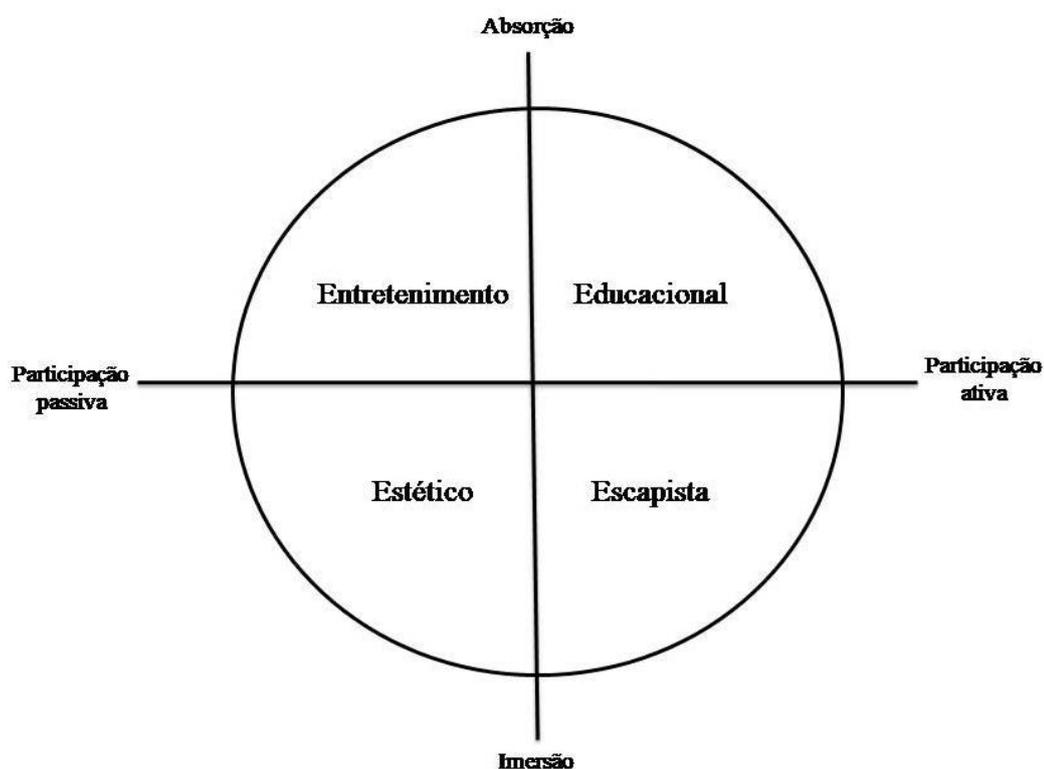
Nessa etapa, os referenciais teóricos e documentais foram analisados e sistematizados, possibilitando o desenvolvimento de uma análise qualitativa do tema proposto, discutindo e articulando as informações obtidas na pesquisa bibliográfica com os resultados das entrevistas, bem como os objetivos traçados para a investigação. Para tanto, se utiliza a técnica de análise categorial proposto por Bardin (2009), o conteúdo das entrevistas foi dividido em unidades menores ou categorias de análise relacionadas às dimensões da experiência no turismo, categorias estas definidas a partir do referencial teórico adotado a fim de melhor compreender o fenômeno em questão.

Os aspectos apontados pelos relatos dos entrevistados foram enquadrados em cada uma das categorias de análise, permitindo, dessa forma, o cruzamento dos dados a partir da descrição das falas temáticas de cada sujeito da pesquisa, por categorias (gestores, turistas e comunidade local).

5 AS DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA NOS PROJETOS “QUARTA DO TAMBOR DE CRIOLA” E “PÔR DO SOL NO PALÁCIO”

As experiências no turismo foram incorporadas como estratégias de marketing para atrair mais consumidores, haja vista que o turismo está se tornando uma atividade mais emocional. No entanto, é necessário que se tenha sensibilidade para perceber que nem todas as experiências podem ser consideradas experiências válidas em seu sentido amplo. Trigo (2010) acredita que nem toda experiência nos serviços oferecidos pelo turismo merece ser repetida e nem que proporciona algum momento marcante na vida do turista. Para o autor, nem toda viagem proporciona ao turista ou espectador a possibilidade de se perceber algum elemento da experiência como o entretenimento, educação, escapismo ou estética (TRIGO, 2010). Estes elementos são apontados por Pine e Gilmore (1998) como abrangidos pelo conceito de experiência, como apresentado na figura 09.

Figura 9 - As dimensões da experiência



Fonte: Adaptado de Pine e Gilmore (1998)

Oh, Fiore e Jeoung (2007) relacionam as principais características dos elementos da dimensão de experiência:

- a) Educacionais – absorção dos eventos; participação ativa; aumento da habilidade e conhecimentos;
- b) Estéticos – Relação harmoniosa com o ambiente do destino; sentidos influenciados pelo destino; apreciação passiva;
- c) Entretenimento – Mais antigo, desenvolvido e difundido pelo destino; absorção passiva das atividades;
- d) Escapismo – Maior imersão e participação ativa; distanciamento da vida cotidiana habitual; participar de uma experiência extraordinária.

De acordo com as pesquisas de Oh, Fiore e Jeoung (2007), alguns elementos da dimensão da experiência exigem uma maior imersão e participação que outras. Por exemplo, as experiências estéticas e de entretenimento exigem uma imersão menos ativa que a experiência educacional e escapista; por sua vez, a experiência escapista necessita de uma imersão maior que a educacional, sendo a experiência escapista considerada um dos fatores mais importantes de quem deseja viajar, experienciar o novo ou fugir da rotina cotidiana.

Na experiência educacional, os turistas emergem em busca de um aprendizado, de algo que pode agregar aos seus conhecimentos, lhe trazer algo novo; por isso, a necessidade de uma participação ativa do turista. As experiências escapistas proporcionam uma imersão do turista, de forma que este deve fugir do seu cotidiano e, ao retornar ao seu lugar de destino, voltar com forças renovadas. O entretenimento é um dos fatores de atração dos turistas para as localidades receptoras, é aquilo que o destino tem a oferecer para atrair as demandas de turistas e é utilizado para a promoção do destino. A experiência com a estética parte do pressuposto que o turista se preocupa com ambiente sem afetá-lo ou alterá-lo, usando-o de forma sustentável. Os turistas são condicionados à apreciação do lugar, contemplar, maravilhar-se com o cenário apresentado, haja vista que estética¹⁰ tem ligação com o que seria considerado belo.

Entende-se que o mais importante dentre todas as dimensões da experiência é que esta é melhor compreendida quando o indivíduo permite-se emergir nela, pois a participação dos envolvidos é importante para o êxito.

As entrevistas analisadas a seguir focaram-se em compreender como as dimensões da experiência no turismo (educação, estética, escapismo e entretenimento), estão inseridas

¹⁰ Na filosofia, a estética (ou filosofia da arte) tem como estudo o belo, sendo Kant, considerado um dos maiores contribuidores do estudo do belo na filosofia (PENNA, 2006).

dentro do projeto “Quarta do Tambor de Crioula” e do projeto “Pôr do sol no Palácio” na percepção dos turistas e daqueles que participam como espectadores dos projetos, bem como dos gestores dos projetos.

Esses projetos têm como grupos alvo a população local, visitantes e turistas. Em um primeiro momento, analisamos a entrevista da gestora da Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (SECMA) e do diretor da Casa do Tambor de Crioula, para assim, compreender *se* e *como* as experiências foram incorporadas ao projeto “Quarta do Tambor de Crioula”, desde sua concepção até a sua execução. A importância da escolha destes dois entrevistados encontra-se na participação ativa que ambos possuem ou possuíram dentro do projeto. Após, é realizada uma nova entrevista com a gestora do SECMA sobre o projeto “Pôr do sol no Palácio”, com os mesmos questionamentos realizados sobre o primeiro projeto. Concomitante, foram entrevistados os participantes do projeto, para analisamos *se* e *como* as dimensões da experiência eram percebidas pelos usuários, principal fonte receptora dessa experiência.

5.1 Projeto “Quarta do Tambor”

O registro do Tambor de Crioula como Patrimônio Imaterial do Brasil, em 2007, indiscutivelmente, proporcionou mais espaço no cenário cultural maranhense para os grupos pertencentes à manifestação cultural, com o aumento da contratação dos grupos para se apresentar nos eventos culturais promovidos pelo poder público, bem como por particulares.

Como uma das iniciativas do processo de reconhecimento da manifestação como patrimônio imaterial, culminou com a inauguração do “Centro de referência da manifestação da cultura popular maranhense Tambor de Crioula – Casa do Tambor de Crioula¹¹”, em julho de 2018. A figura 10 traz a placa da restauração e reabilitação do Centro de referência.

¹¹O Centro de referência da manifestação da cultura popular maranhense Tambor de Crioula – Casa do Tambor de Crioula, fica localizado na Rua do Giz, Centro Histórico de São Luís. Inaugurado em julho de 2018, recebe um fluxo intenso de visitantes, além, de receber exposições, promover oficinas e eventos em outros espaços da Casa de Cultura.

Figura 10 - Placa de restauração e reabilitação da Casa do Tambor de Crioula



Fonte: Autora (2019)

A Casa do Tambor de Crioula conta com um espaço dedicado à memória da manifestação cultural, além de um espaço aberto em que são realizadas atividades culturais, inclusive com apresentação de grupos de Tambor de Crioula. Para o diretor da Casa do Tambor de Crioula, a abertura do Centro de Referência, assim como as atividades realizadas pelo mesmo alcança

Uma das metas de funcionamento da Casa, que a gente conseguiu atingir foi o fato de desmistificar, desconstruir, certos conceitos anteriores da manifestação, sejam eles ligados à questão racista ou também de uma negação social, de cunho social. Então, ao entender, compreender o universo do Tambor de Crioula, sua forma de expressão, o significado de cada indumentária, cada elemento, do formato [...] aí vem à história do seu aparecimento, isso conseguiu proporcionar ao visitante ao sair, ele vai ter outro olhar sobre o Tambor de Crioula. A gente ouviu muitas declarações das pessoas falando “eu nunca pensei que fosse assim, já vou olhar de outro jeito, de outra forma”. Então, de fato, o Centro de Referência, esse espaço do Tambor de Crioula tem a função de esclarecer, informar e construir mais conceitos e valores sobre a prática tradicional. (DIRETOR DA CASA DO TAMBOR DE CRIOULA, entrevista, 2019).

No pátio do Centro de Referência, acontece o projeto “Quarta do Tambor de Crioula”, com o intuito de colaborar para a maior difusão da manifestação, bem como colaborar para o turismo local. A figura 11 apresenta o folder de divulgação do projeto, que é compartilhado por redes sociais, como *Instagram* e *WhatsApp*.

Figura 11 - Folders de divulgação da Quarta do Tambor de Crioula



Fonte: Secretaria de Estado de Cultura do Maranhão (SECMA)

De acordo com a coordenadora da unidade gestora de ação e difusão cultural, da Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (SECMA), a criação do projeto, iniciado em julho de 2018, foi percebida em vigência da abertura do Centro de Referência do Tambor de Crioula, inaugurado no mesmo mês, pois foi vista a necessidade da realização da manifestação, além da exposição fixa.

[...] realizar a manifestação pra que a população que visita o espaço possa conhecer de fato como é que acontece o Tambor de Crioula, e também para os visitantes, os turistas que vão conhecer. Então, todas as quartas podem sentir um pouquinho do que é o tambor de crioula realizado no Maranhão (GESTORA DA SECMA, entrevista, 2019).

As apresentações iniciam-se as 18h00min, com o pré-aquecimento do lado de fora do Centro de referência, com acendimento da fogueira para esquentar os tambores que serão tocados na apresentação dos grupos, como pode ser visto na Figura 12.

Figura 12 - Pré-aquecimento das brincadeiras



Fonte: Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão (2019)

O diretor da Casa do Tambor de Crioula enfatiza a importância da participação da comunidade fazedora do Tambor de Crioula no processo, o que podemos enquadrar como a dimensão de educação, haja vista que há uma transmissão de conhecimento entre os fazedores e aqueles que participam do processo de aprendizagem.

A Casa do Tambor de Crioula é resultado de todo o processo de reconhecimento [...] para auxiliar na gestão vieram protetores; então, nós temos um conselho codiretor, e eles definiram que uma das atrações, uma que poderia acontecer, dos fazedores que fazem parte do comitê gestor da salvaguarda do tambor, definiram que nas quartas-feiras deveria acontecer rodas de tambor de crioula [...] nós construímos a quarta do tambor de crioula. Foi uma experiência a partir de um resultado positivo de público e de aceitação (DIRETOR DA CASA DO TAMBOR DE CRIOULA, entrevista, 2019)

No quadro 3, elencam-se os benefícios para o turismo, cultura e gestão pública, com a inserção desse projeto nos calendários de projetos da Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão, na perspectiva do diretor da Casa do Tambor de Crioula e da gestora da SECMA.

Quadro 3 – Benefícios propiciados aos setores da Cultura, Turismo e Gestão Pública

CAMPO	Gestora do SECMA	Diretor da Casa do Tambor de Crioula
CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> - Difunde a manifestação cultural; - Oportuniza a participação de grupos de dança de tambor de crioula. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilidade e promoção da manifestação; - Torna a Casa do Tambor de Crioula um ponto de referência cultural.
TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> - Promove uma alternativa de lazer no Centro Histórico; - Forte apelo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Período fixo de apresentação do tambor de crioula em um local determinado; - Facilidade no planejamento da visita e da própria organização do <i>trade</i> turístico.
GESTÃO PÚBLICA	<ul style="list-style-type: none"> - Aproxima fazedores de cultura, os mestres de cultura, os mestres do tambor de crioula. - Possibilita que grupos escolares, grupos de visitantes, grupos de 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestão compartilhada, com a presença ativa do detentor e do fazedor do tambor de crioula; - Difusão cultural da manifestação.

	<p>turistas conheçam a manifestação.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Torna-se uma forma de difundir, fomentar e formar plateia; - Parcerias e trabalhos em conjunto com outros órgãos e com outras secretarias. 	
--	--	--

Fonte: Autora (2019)

Os grupos que participam dos projetos “Quarta do Tambor de Crioula”, assim como do “Pôr do sol no Palácio”, são selecionados a partir de editais lançados pela Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão. Para a gestora, esses editais seriam um processo de democratização na forma em que os grupos participantes são selecionados para as apresentações, pois “[...] esses grupos têm a possibilidade de encaminhar projetos, encaminhar portfólio e serem selecionados para participar, não só um chamamento, não só um convite. Então, é um processo popular e democrático” (GESTORA DA SECMA, entrevista, 2019).

De acordo com o diretor da Casa do Tambor de Crioula, o projeto “Quarta do Tambor de Crioula” passa por um processo interno do próprio Centro de Referência.

A quarta do Tambor, hoje ela resulta de um projeto que é “ocupações artísticas” da Secma. Esse processo é a partir de edital, elaborado pela equipe técnica da Secretaria com a coordenação da Casa do Tambor. Então, essas propostas são apresentadas, e os grupos que são credenciados a partir de um processo de seleção próprio da Casa, com critérios de apelo popular, tempo de existência, fidelidade a tradição. A partir desses critérios estabelecidos, os grupos se apresentam na própria Casa. Eu, como diretor, e a coordenadora técnica, definimos as apresentações [...] A gente recebe o monitoramento por esse comitê gestor de salvaguarda do tambor, que é como se fosse uma instância do controle social da Casa, feito por detentores. (DIRETOR DA CASA DO TAMBOR DE CRIOULA, entrevista, 2019)

Nota-se que os critérios para as escolhas das brincadeiras seguem uma linha de se buscar as mais próximas da manifestação “autêntica”, tradicional, podendo também configurar a busca da experiência autêntica no turismo definida por MacCannell (1989). Alinha-se ao conceito de Benjamin (2012), pois manifestações culturais, como o Tambor de Crioula, geralmente são enraizadas nas tradições do povo e seus saberes são repassados entre as gerações, por meio de alguém que carrega a memória viva.

Quando se trata da execução do projeto, segundo a gestora da SECMA, essa é de responsabilidade total da secretaria estadual em parcerias com outros órgãos do estado, para que sejam realizados de forma segura.

Quem executa é a UGADC, unidade gestora de ação e difusão cultural, que organiza, chama o fornecedor, acompanha a montagem, chama os grupos, convoca os grupos, liga, acompanha a execução como um todo. A parte de segurança, a parte de estrutura, a parte de programação, a gente que organiza [...]. Temos parceria com a SMTT, Blitz urbana [...] e a Polícia Militar, através da BPTUR, que é o batalhão da Polícia de turismo lá do Centro Histórico. (GESTORA DA SECMA, entrevista, 2019).

Sobre as questões da interação dos grupos de Tambor de Crioula e o público espectador, o diretor pondera que as interações são realizadas a partir de uma atitude das próprias brincadeiras, no qual “os grupos de tambor vêm como produto cultural [...], o público, em um primeiro momento assiste, e, posteriormente, são convidados pelos grupos a participar. Costumam (a interagir), é uma marca do tambor, às vezes interagem à força, pois eles ‘puxam’ mesmo” (DIRETOR DA CASA DO TAMBOR DE CRIOULA, entrevista, 2019). A gestora também corrobora com a afirmativa da interação entre espectadores e brincantes da dança “[...] é uma manifestação que acontece bem perto do público e permite essa participação [...]” (GESTORA DO SECMA, entrevista, 2019).

Há em um primeiro momento uma participação passiva e depois, a partir de iniciativa própria dos grupos da manifestação cultural, os espectadores são estimulados para uma participação mais ativa.

[...] quando é estrangeiro, há um direcionamento para que eles vivenciem, mesmo porque eles ficam muitos envolvidos. Quando são turistas do próprio país, a gente percebe que há uma atração de participar. Já os locais, que são da cidade mesmo, mais para observação, contemplação, público mesmo [...] A ideia é que, independentemente da origem, eles (o público) participem. (DIRETOR DA CASA DO TAMBOR DE CRIOULA, entrevista, 2019)

Percebe-se na fala do diretor que, dependendo do perfil do público, este mesmo público enxerga o entretenimento oferecido de uma maneira diferente. Os turistas estrangeiros buscam uma interação e imersão maior com os grupos participantes do que os moradores locais, que seria um público menos participativo, mas assume um caráter de contemplação. Para Oliveira (2006), cada um tem uma maneira diferente de enxergar o espaço que está localizado.

No caso do espaço turístico observa-se que determinadas porções do espaço são vivenciadas com intensidades e/ou períodos de tempo diferentes por diversos “tipos” de usuários. Estes podem ser turistas, moradores da cidade, ou promotores turísticos e o que determina a intensidade (tempo e forma de apropriação) com que estas porções do espaço são vivenciadas é a função que ela desempenha (ou não) para a realização da atividade turística. (OLIVEIRA, 2006, p. 103)

Considera-se que, teoricamente, para os moradores locais, estas manifestações seriam algo mais presente, podendo ser acessado de forma mais fácil. Enquanto que, para os turistas, estas manifestações, pautadas como produtos autênticos dos destinos turísticos, não seriam facilmente encontradas em sua vida cotidiana (OH, FIORE e JEOUNG, 2007).

A partir dos apontamentos da gestora da SECMA e do diretor da Casa do Tambor de Crioula, percebeu-se a preocupação dos articuladores do projeto “Quarta do Tambor de Crioula” com o intuito de gerar experiências mais participativas aos participantes do projeto.

[...] a coisa da vivência, de você está presenciando o grupo de tambor, vendo a punça, vendo as coreiras, vendo os cantadores, poder olhar de perto uma parilha funcionando. Então, é proporcionar essa vivência e para além da vivência de assistir, de estar perto, eles podem participar... é, também, uma manifestação muito democrática, porque é no chão, então, tu tá ali do lado (GESTORA DA SECMA, entrevista, 2019).

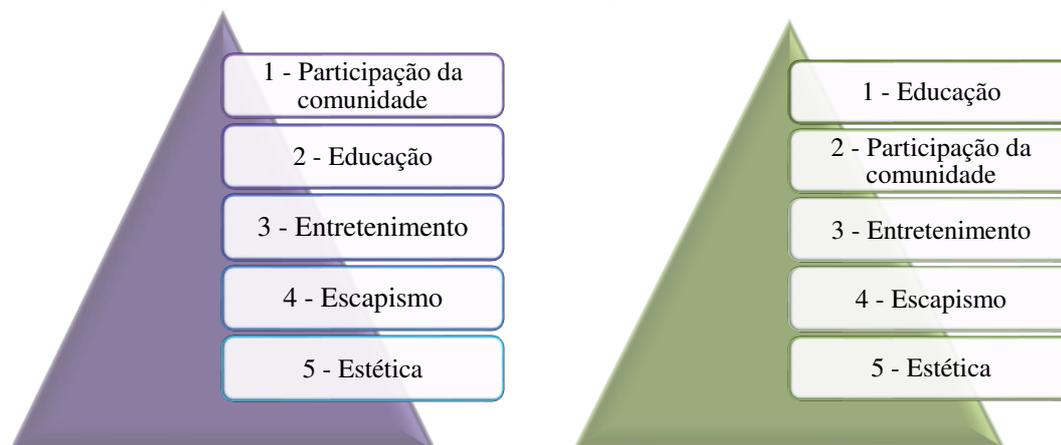
Uma das perguntas realizadas à gestora e ao diretor foi relativa à implementação da experiência turística na concepção do projeto, se houve uma preocupação em proporcionar aos participantes do projeto uma experiência memorável, obtendo respostas positivas de ambos.

A gente prepara todo espaço para receber, a gente ilumina, a gente coloca uma sonorização legal. Então, a gente quer que a experiência seja bem executada, que as pessoas consigam ouvir, consigam sentir a música, a vibração do tambor, e tudo aquilo que representa a manifestação. Então, é um evento muito representativo, mesmo, de colocar em prática ali as pessoas que realizam essas manifestações em suas comunidades. Estão levando pra lá um pouquinho de suas experiências, que elas receberam ao longo de toda a sua trajetória de vida. Então, a gente preza por uma experiência legal, por uma experiência não só **estética**, mas também de **interação**, de troca [...] E, principalmente, a **transmissão de conhecimento** que é passado ali naquele momento. (GESTORA DA SECMA, entrevista, 2019, grifo nosso).

Evidencia-se na resposta da gestora três das dimensões da experiência, como a estética, a educação e o entretenimento. A partir disso, indagou-se sobre qual seria a prioridade dessas experiências, em um ranking elaborado pela própria autora, baseado a partir do conceito da dimensão da experiência formulado por Pine II e Gilmore (1999), endossado

por autores como Trigo (2010) e Oh, Fiore e Jeoung (2007). Na figura 13, são apresentados os itens priorizados na concepção do projeto “Quarta do Tambor de Crioula”, referente às experiências por ele proporcionadas aos seus usuários, na visão da gestora da SECMA e do diretor da Casa do Tambor de Crioula, sendo que o **1** é o de maior prioridade e o **5** de menor prioridade.

Figura 13 - Itens priorizados nos projetos relativos à experiência do usuário



Fonte: Autora (2019)

Nas questões de prioridades, percebe-se que os dois entrevistados têm visões parecidas sobre os posicionamentos das prioridades durante a concepção do projeto. Nesta pergunta, foi enquadrada a participação da comunidade local, pois entende-se que integralizar as comunidades locais no processo contribui para oportunizar a democratização dos meios de lazer.

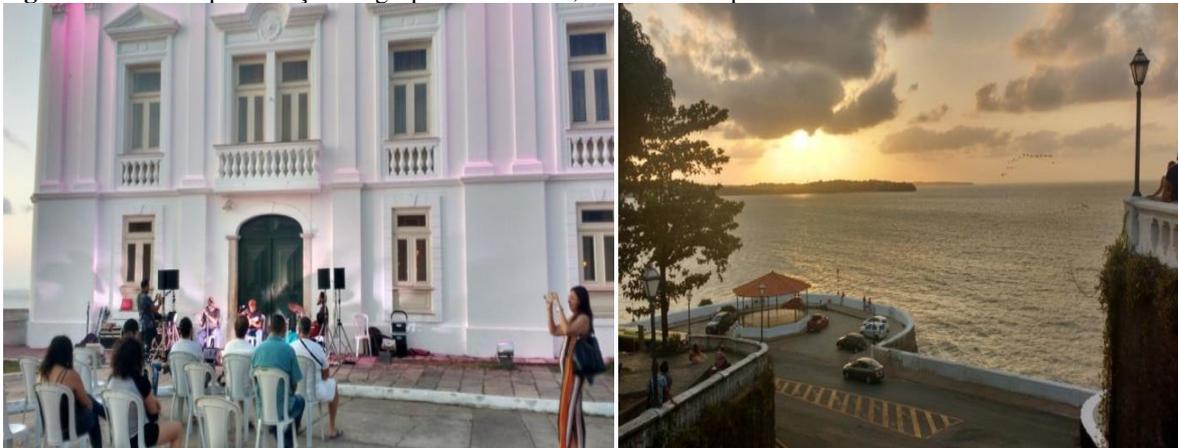
5.2 Projeto Pôr do sol no Palácio

O projeto Pôr do Sol no Palácio acontece em frente ao Palácio dos Leões, sede do governo do estado do Maranhão, localizado na Avenida D. Pedro II, s/n, no Centro de São Luís, MA. O projeto consiste na apreciação do pôr do sol com a apresentação de um grupo instrumental local¹² para compor o cenário, esses grupos, geralmente, tocam chorinho, jazz e MPB. Acontece toda sexta-feira, os grupos começam sua apresentação por volta das

¹²Conforme Edital de Credenciamento nº 02/2019 UGCAC/SECMA, os grupos que podem apresentar no projeto, devem ser instrumentais, sem a presença de interpretes vocais. Este edital contemplou as apresentações durante o período de 19 de julho a 27 de dezembro de 2019, todas as sextas-feiras.

17h30min¹³ e são dispostas algumas cadeiras para os espectadores. Também, constata-se a presença de vendedores ambulantes. Nas figuras 14 e 15 as imagens da execução do projeto.

Figuras 14 e 15- Apresentação do grupo de chorinho; Momento do pôr do sol.



Fonte: Autora (2019)

Tem uma forte apelação para as experiências estéticas, pois o ponto alto do projeto encontra-se na junção da paisagem cultural, com a apreciação do pôr do sol. O que há de se destacar consiste na utilização da arquitetura para composição do projeto, haja vista, que a Av. Dom Pedro II encontra-se circundando por casarões, igrejas e praças imponentes e seculares, e que estão na área registrada como Patrimônio Mundial pela UNESCO.

[...] como a gente já tinha ali um público voluntário, já existia uma manifestação voluntária de pessoas ali por conta da questão da paisagem, mesmo, das belezas naturais, que a gente consegue apreciar daquele ponto de observação, então, ali o fluxo já existia de pessoas ao por do sol, fotografando, indo lá pra namorar, enfim, pra passear, pra conhecer, e a partir da ocupação, a gente passa a proporcionar uma outra experiência, para além da **contemplação da paisagem**. A gente tem também **a música**, o som ambiente [...]. Som, músicos, bandas, grupos instrumentais, que tem uma outra característica que se relaciona muito bem com o espaço físico, com os **monumentos históricos** ali presentes. Então, tem toda uma característica de uma música mais tranquila, uma música que traz a gente para outras épocas, tem sempre essa característica histórica, de **contemplação**, e tudo mais. (GESTORA DO SECMA, entrevista, 2019, grifo nosso).

De acordo com a gestora da SECMA a criação do projeto Pôr do sol no Palácio surgiu como mais uma alternativa de lazer para a comunidade, além de torna-se uma forma de oportunizar aos músicos locais, que não estão nos grandes circuitos de shows, se apresentarem ao público. De uma forma democrática por meios de editais para a participação.

¹³Durante as visitas da pesquisadora ao projeto, as apresentações dos grupos começavam entre às 17h30min ou 18h00min, encerrando-se as apresentações por volta das 18h30min. Por outro lado, grande parte das pessoas que vão prestigiar o projeto chegava por volta das 17h00min, ou antes, e aproveitavam para registrar o pôr do sol.

Quando questionada sobre os benefícios que o projeto propicia para as áreas da cultura, turismo e gestão pública, a gestora assevera alguns pontos que são descritos no quadro 04:

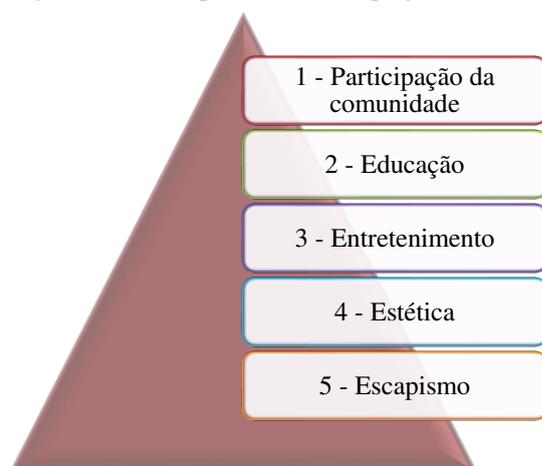
Quadro 4 – Benefícios propiciados aos setores da Cultura, Turismo e Gestão Pública

CAMPO	Gestora do SECMA
CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> - Formação de platéia; - Divulgar e abri espaço para artistas locais; - Difusão da música popular, da música erudita para o publico em geral.
TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> - Agrega a um ponto turístico existente, a Praça Dom Pedro II. - Incrementa a experiência dos participantes do projeto, propiciando aos passeantes compor o cenário com um fundo musical.
GESTÃO PÚBLICA	<ul style="list-style-type: none"> - Difundi, fomenta e formar platéia; - Possibilita que grupos escolares, grupos de visitantes, grupos de turistas conheçam a música popular e/ou erudita; - Parcerias e trabalhos coletivos com outros órgãos e com outras secretarias estaduais.

Fonte: Autora (2019)

Para potencializar as experiências dos usuários durante a execução do projeto, a gestora do SECMA, se apoia na questão estética relacionada com a música, para a gestora a experiência se baseia pela “[...] contemplação com uma música de fundo. É tentar trazer um pouquinho da história musical do estado, muitas músicas maranhenses são executadas. Tem a ver com compor o cenário, compor a viagem no tempo, a se sentir um pouco naquela época” (GESTORA DO SECMA, entrevista, 2019). Elencando-se os princípios que foram priorizados durante a concepção do projeto, relativos à experiência a gestora enumera, como descrito na figura 16, abaixo.

Figura 16 - Itens priorizados nos projetos relativos à experiência do usuário



Fonte: Autora (2019)

Apesar das respostas da gestora reportar uma maior ênfase para as experiências de estética e entretenimento, e as visitas *in loco* constatarem isso, segundo a entrevistada, a experiência da educação teve uma prioridade maior na concepção do projeto Pôr do Sol no Palácio que os itens citados, anteriormente.

A gestora assegura que todas as ações priorizadas durante a execução do projeto, como a organização, pontualidade, são alinhadas “[...] para que a experiência seja bem vivida” (GESTORA DO SECMA, entrevista, 2019). Relativo ao público que se pretende atrair com a execução do projeto, a gestora pondera que seria

[...] a população maranhense que tá ali circulando, muitos servidores que deixam seus postos de trabalho naquela área que tem os poderes ali presentes. Então, muitos servidores, saem do trabalho e vão lá contemplar. E muita gente vai pra lá pra assistir e muitos turistas a gente também recebe ali [...]. Como a Secretaria tem esse papel de fomentar a cultura, não só para o turismo, mas também para a população maranhense. O intuito não é só o turismo, também, mas a população maranhense também é contemplada, também é objetivada, tanto na concepção, quanto na execução dos projetos. (GESTORA DO SECMA, entrevista, 2019)

Entende-se que os projetos são uma forma de diversificar as opções de lazer, contribuem para o turismo cultural da cidade, bem como propiciam uma opção a mais para os moradores da comunidade, sendo assim, de alguma forma, democratizadora, a partir da sua realização em espaços gratuitos.

5.3 Análise das Entrevistas

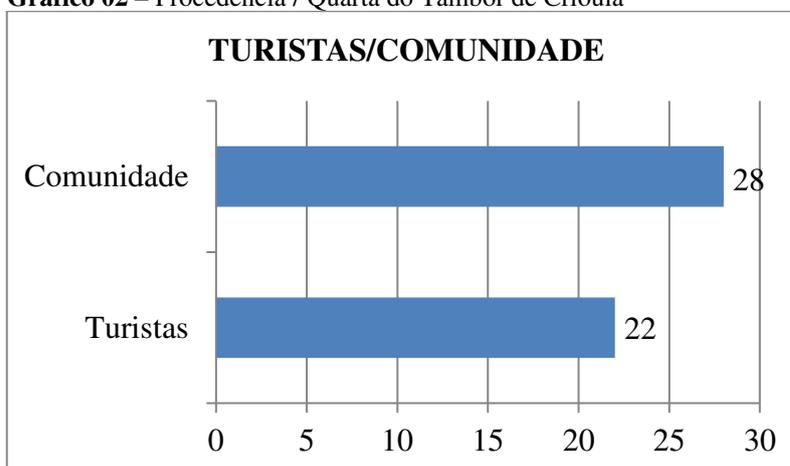
Discute-se a percepção dos turistas, baseados na sua experiência. Enfatiza-se que foram entrevistados 50 (cinquenta) participantes do projeto “Quarta do Tambor de Crioula” e

45 (quarenta e cinco) participantes do Projeto Pôr do Sol no Palácio. Ressaltando, que em relação à visão dos espectadores, foram levadas em consideração a percepção da comunidade, bem como a dos turistas, pois, segundo Gastal (2001), algumas linhas de reflexão consideram que alguns deslocamentos dentro da cidade podem ser tão complexos como de alguém que se desloca entre regiões, e que esses deslocamentos dentro da própria urbe poderiam ser enquadrados como uma forma de turismo.

Assim, seguindo essa linha de raciocínio, podemos considerar que, no caso de um morador da periferia ou de regiões mais distantes do centro da cidade, que se desloca para o Centro Histórico para participar de um dos projetos em busca de uma forma de acesso à cultura gratuita, seu acesso pode ser tão complexo como alguém que vem de outras cidades. Para Ruschmann (1997), oportunizar o acesso à cultura a pessoas de baixa renda, entendendo-se esse acesso como um direito de qualquer cidadão¹⁴, deveria ser uma preocupação dos gestores públicos, a partir da oferta de equipamentos e espaços de recreação adequados para a população.

No Gráfico 02, classificam-se os entrevistados no projeto Quarta de Tambor de Crioula, conforme sua procedência, entre turistas e moradores locais.

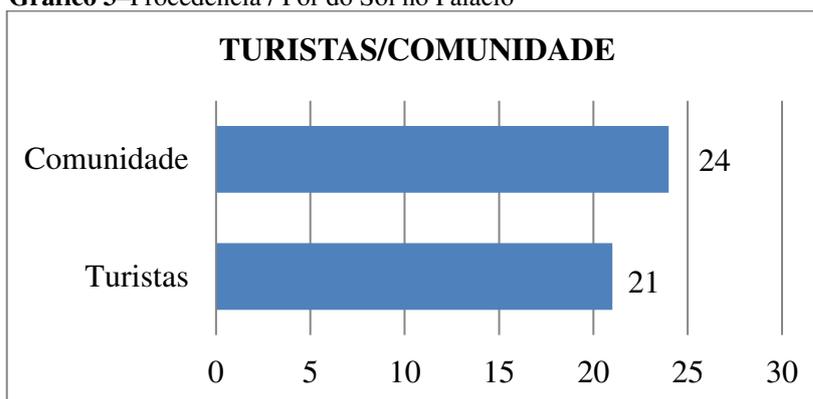
Gráfico 02 – Procedência / Quarta do Tambor de Crioula



Fonte: Autora (2019)

Dos entrevistados, 56% são de São Luís ou vivem na cidade há muitos anos, enquanto 44% são pessoas provenientes de outras localidades. No gráfico 03, por sua vez, é classificada a procedência dos participantes do projeto Pôr do Sol no Palácio.

¹⁴ Esse direito é previsto em lei, na Seção II Da cultura, no art. 215, no qual o Estado tem obrigatoriedade em fornecer à todos acesso livre à cultura.

Gráfico 3–Procedência / Pôr do Sol no Palácio

Fonte: Autora (2019)

De acordo com a procedência dos entrevistados do projeto, 53% dos entrevistados são moradores locais e 47% pessoas de outras localidades.

Quando são analisadas as entrevistas dos participantes da “Quarta do Tambor de Crioula” e “Pôr do Sol no Palácio”, destacam-se os termos mais presentes: cultura, patrimônio cultural e memória. Assim como os seus componentes como: lembranças, saudades, valorização, acesso a cultura, revitalização, preservação.

A cultura, para Santos (2007), além de uma herança, é uma forma de perceber a relação do homem com o seu meio, pois este nos dá sentido de pertencer a algum grupo, estar inserido. Couceiro (2002, p. 15) atenta que, quando se trata de cultura, deveríamos referir-se ao conceito no plural, haja vista que as culturas se constituem em um conjunto de significados, atitudes e valores partilhados que são construídos socialmente, variados e mutáveis de acordo com grupos e época. O que se percebe nos conceitos de culturas é que estes partem de uma relação de identificação de um determinado grupo com os saberes e fazeres no meio em que estão inseridos.

Notadamente, durante as entrevistas, percebeu-se uma identificação dos participantes, do Projeto Quarta do Tambor de Crioula, que fazem parte da comunidade local com a manifestação cultural do Tambor de Crioula. Mesmo que estes não tenham um relacionamento tão próximo da manifestação, a mencionam por diversas vezes como sendo algo da “nossa cultura”, o que demonstra que, mesmo sem uma participação nos grupos de dança, a comunidade identifica a manifestação como algo pertencente à cultura local.

Para os participantes do Projeto Pôr do Sol no Palácio, o projeto está muito ligado a musicalidade, ao cenário, a arquitetura, enfim, ao resgate de elementos das artes, nesse caso, sendo acessível a todos, como pode ser percebido na fala dos informantes 16 e 30:

Muito bonito, muito cativante, é importante pra cultura local, pra conservar nossas origens, nossa cultura, porque São Luís é vista muito mais pela questão do Bumba-meu-boi, mas a cultura da gente vai além disso. Então, é muito bonito esse resgate da cultura nos dias de hoje, tornando mais popular (Informante 30, entrevista, 2019).

Para o informante 16, seria também uma forma dos participantes conhecerem um ritmo da música popular, como o chorinho¹⁵, considerado a primeira música popular urbana típica do Brasil

[...] tanto musical, quanto o chorinho, a gente passa a conhecer mais a cultura do chorinho, a roda do chorinho. Não só o chorinho como também a diversidade musical que eles colocam, entra a questão da nossa cultura, nossos sotaques do bumbas-bois que tem aqui, que é muito importante isso. (Informante 16, entrevista, 2019)

A função desempenhada pelas artes, como a música, nesse sentido, pode ser a de uma “[...] ferramenta eficaz na reprodução e propagação da cultura de qualquer localidade, pois através dela é possível contar a história de um povo e reafirmar sua identidade cultural por meio de um entretenimento diferenciado e criativo” (ARAÚJO e POSENATTO, 2010, p.127). As músicas populares e o pôr do sol tornam-se elementos criativos para o turismo e para as experiências dos participantes.

Outro ponto significativo dos projetos são estes serem realizados em locais estratégicos para o turismo e a cultura local, como o Centro Histórico de São Luís, intitulada Patrimônio Cultural pela UNESCO. O turismo, nesse sentido, também assume um papel democratizador da cultura, pois propicia o acesso de forma gratuita a grupos diversos. Esse acesso aos atrativos culturais de um público cada vez mais diversificado estaria centrada na democratização dos destinos turísticos (SOUSA, 2010, p. 92).

Em relação ao patrimônio cultural, entende-se nesse estudo, que os bens que o constituem, é um dos produtos utilizados pelo Turismo, por isso a proteção e a manutenção desses locais são indispensáveis para a prosperidade da atividade turística. Segundo a Constituição Brasileira de 1988, Capítulo III, seção II, Art. 216, o Patrimônio Cultural brasileiro é constituído por “[...] bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira [...]” estão incluídos nestes bens

¹⁵ No dia da entrevista, o grupo musical que participava do projeto, tocava chorinho, por isso a relação do entrevistado com o estilo musical. No entanto, houveram apresentação de grupos de jazz e MPB, em outras oportunidades.

[...] I – as formas de expressão; II – modos de criar, fazer e viver; III – criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (BRASIL, 2017, p. 126).

Para Martins (2006, p. 41) apesar da complexidade de se elaborar uma definição do que seria patrimônio por ser um termo utilizado por diversas áreas do saber, algo conecta todos os conceitos elaborados, de que “[...] o patrimônio é algo de valor, que se transmite e do qual todos se utilizam, sejam individual ou coletivamente [...]”, e quando concerne à cultura, esse termo teria uma função muito mais globalizante, do que somente de lugares a ser conservados. A ideia de patrimônio para Barreira (2012) seria uma tentativa de contar o passado com uma nova linguagem. Guedes (2014) ressalta a importância desse patrimônio para as difusões das tradições culturais, como tentativa de conservar as identidades, mesmo estas sendo mutáveis, e reunir referências construídas.

Um dos termos mais citados pelos entrevistados do projeto Quarta do Tambor de Crioula, relacionados à cultura, está arrolado à valorização e reconhecimento do Tambor de Crioula e a visibilidade que um Centro de referência pode proporcionar à manifestação cultural, assim como uma data fixa para apresentação dos grupos de dança, pois esta não fica legada somente ao Carnaval e aos festejos juninos.

Os entrevistados mencionam a importância da apresentação dos grupos de dança em um local edificado, que tem por finalidade resguardar as histórias e a memória da manifestação cultural, haja vista que várias tradições trazidas por negros africanos – entre elas, o Tambor de Crioula – foram marginalizadas e perseguidas por muito tempo, encontrando-se no subterrâneo, buscando a sobrevivência por meio das redes de relacionamentos próximas, como familiares, amigos ou grupos remanescentes de africanos (POLLAK, 1992). Posteriormente, os grupos começaram a ser reconhecidos como manifestação cultural, culminando com a abertura pelo Estado de um local que preserva e fortalece as manifestações da cultura, representando o reconhecimento do Poder público ao Tambor de Crioula enquanto elemento cultural originário do Maranhão.

Podemos perceber nas falas das Informantes 10 e 13, a importância desse local para a manifestação, ao emitir sua opinião sobre a necessidade da abertura deste espaço, “Eu acho que é necessário. A cidade estava precisando de um local específico para essa manifestação, e é minha opinião sobre a Casa: necessária. E que já estava na hora de ter e ser construído”.

(Informante 10, entrevista, 2019). A fala da informante 13, também destaca a importância da abertura do Centro de referência e, conseqüentemente, de um local de apresentação da manifestação. “Achei muito importante. Já veio numa hora mais que necessária. O Tambor de Crioula é uma manifestação popular legítima [...]”. (Informante 13, entrevista, 2019).

Para os participantes do Projeto Pôr do Sol, as apresentações musicais trariam “vida” ao local onde é realizado o projeto, assim como a sua valorização, como pode ser compreendida na fala da informante 27, para qual o projeto com música “[...] desperta uma sensação de vida, de alegria. Porque tem movimento de pessoa, de ver que tá vivo. E é muito lindo o nosso Centro e acaba que valoriza mais, as pessoas vem, é mais uma opção de lazer” (Informante 27, entrevista, 2019).

O resgate dos lugares históricos vem se tornando uma constância, uma tentativa de resgatar o passado, para o presente e deixar um legado para o futuro. Para Serpa (2007) as tentativas de conservação do patrimônio, que seguem um padrão internacional, como das cidades históricas, utilizando-as para o consumo cultural, por meio do turismo, podem por fim, transformá-los em lugares homogêneos, sem algo singular.

Nesse sentido, as experiências turísticas, articulados com o patrimônio das cidades históricas, poderiam propicia nesses lugares, baseados na criatividade, uma forma de diferencial. Funde-se o novo com o antigo, revitaliza as áreas históricas, oportuniza novas formas de lazer e desenvolve o turismo local. O informante 38, observa a escolha do lugar em que o projeto é realizado

Aqui, eu acho, que é o melhor ambiente que poderia ter (para ser realizado o projeto), além de abraçar nós ludovicenses, abraça também os turistas, que estão sempre aqui dando uma volta por nossa cidade. E o ambiente não podia ser melhor, música, pôr do sol, tudo se complementando. (Informante 38, entrevista, 2019)

O entrevistado 23, turista de Porto Alegre, também, destaca a ocupação dos espaços públicos “Acho bom, as coisas tem que ir mais pra rua, aproveitar mais a rua e aqui é bem propicio pra isso” (Informante 23, entrevista, 2019).

No entanto, o entrevistado 28, destaca que mesmo esse sendo realizado em um espaço público, em seu ponto de vista, o acesso não seria tão acessível a pessoas de comunidades mais afastados do Centro.

Um local bom, um ponto turístico, historicamente, também. Aqui, todo mundo sabe que foi o forte São Luís e hoje é o “centro” do governo do estado, mas a gente ver que (falta) acessibilidade, eu queria, assim, que as

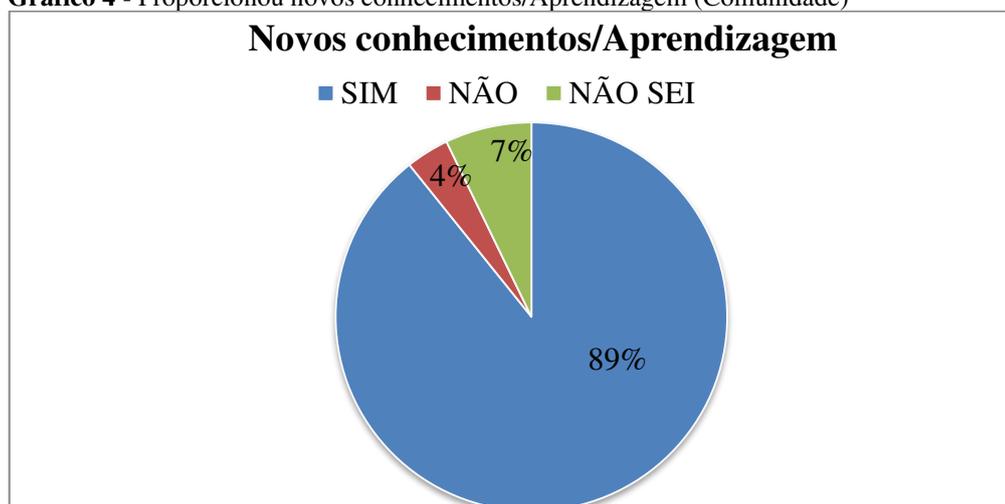
pessoas mais longe (do Centro) também pudessem vim aqui, apreciar isso. (Informante 28, entrevista, 2019)

Durante as entrevistas, especialmente, com os moradores da comunidade, alguns questionam a acessibilidade a esses projetos de moradores que residem mais distantes do Centro Histórico, nota-se que as pessoas reivindicam um direito que é seu, previsto por lei, de acesso a cultura gratuita e acessível.

5.3.1 Educação

Tuan (2013) pontua que a experiência consiste em aprender com a própria vivência. Notadamente, para Benjamin (2012), é a partir das experiências que adquirimos conhecimentos. Dentro das dimensões da experiência, a experiência educacional consiste em proporcionar novos conhecimentos aos participantes. A construção do conhecimento ocorre a partir de uma imersão, percepção mais profunda e uma participação mais ativa dos participantes (PINE e GILMORE, 1999). Foi questionado aos espectadores dos projetos se, de alguma forma, a participação nos projetos, alargava seus conhecimentos, elemento importante na concepção das experiências, conforme demonstrado nos Gráficos 04 e 05, que apresenta as respostas divididas entre comunidade e turistas, respectivamente.

Gráfico 4 - Proporcionou novos conhecimentos/Aprendizagem (Comunidade)



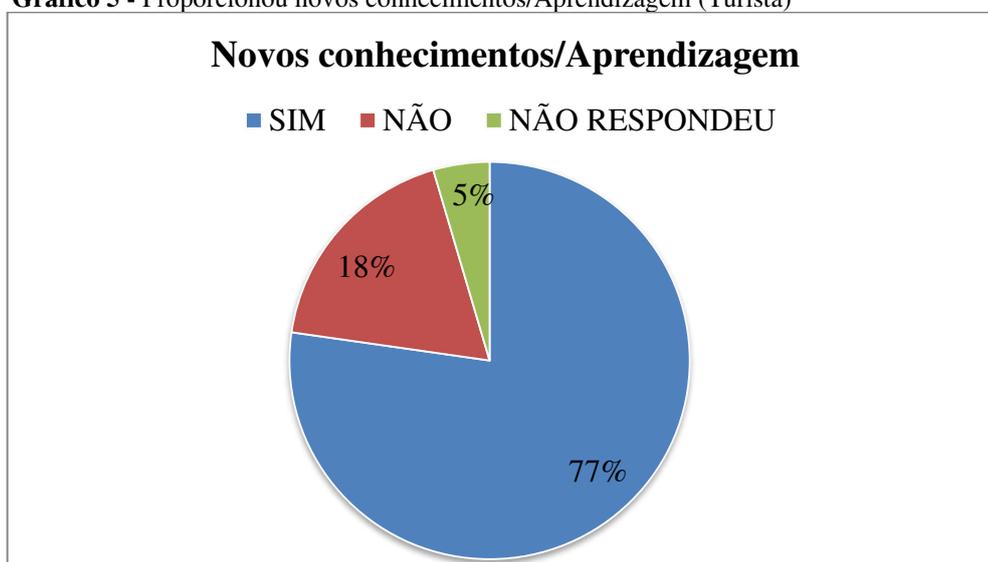
Fonte: Autora (2019)

Para 89% dos moradores de São Luís, houve uma agregação de novos conhecimentos sobre a dança, apesar de essa não ser a finalidade do projeto, como podemos destacar na opinião do informante 37.

Com certeza, ela proporciona novos conhecimentos não só pra gente que é do Estado do Maranhão e já conhece a cultura local, como também para o próprio turista que vem de outro local, é de suma importância, por conta de que valoriza a questão da nossa cultura por meio do Tambor de Crioula, que é considerado patrimônio imaterial, pela questão da diversidade, por que somente aqui no Estado do Maranhão. E a Casa, ela tem justamente esse intuito de mostrar para outras pessoas a nossa cultura local. (Informante 37, entrevista, 2019).

Em relação aos novos conhecimentos/aprendizagem, para os turistas presentes no local, esse foi menos assimilado, em comparação com os moradores locais, sendo que 77% disseram que houve uma aprendizagem, mas para 23% não houve ou não perceberam nenhum conhecimento adquirido.

Gráfico 5 - Proporcionou novos conhecimentos/Aprendizagem (Turista)



Fonte: Autora (2019)

Para o informante 20, turista do Piauí, houve uma assimilação de conhecimento, como citado em sua entrevista: “[...] todo conhecimento adquirido pela gente é uma coisa legal da gente conhecer nossa cultura, porque muita gente deixa de conhecer uma coisa que é nossa, do Brasil” (Informante 20, entrevista, 2019).

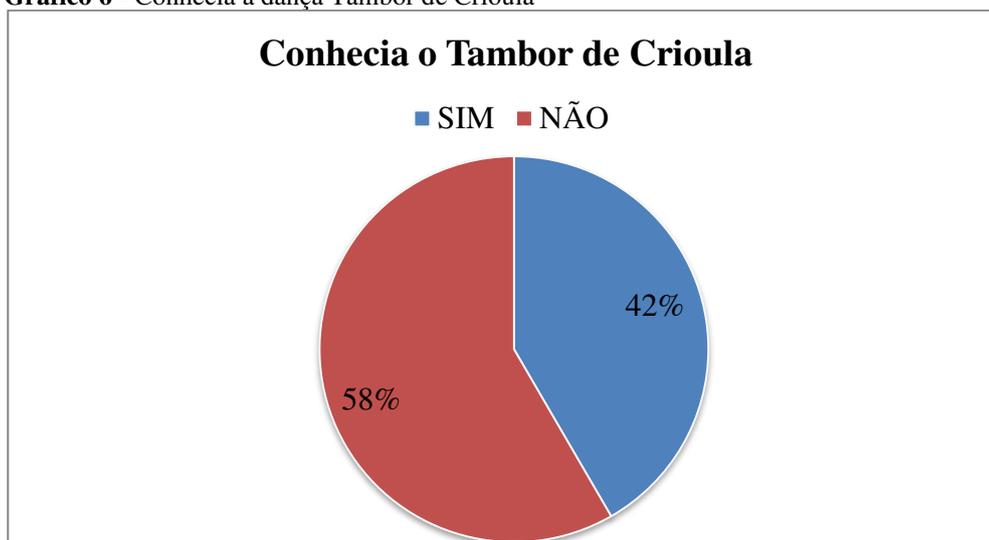
A informante 22, turista do Piauí, também destaca a aquisição de novos conhecimentos:

Sim... Poder sentir como funciona a dança, principalmente, a reação no momento da dança. Bom, a cultura brasileira é muito rica, tem muitas coisas que nós brasileiros não conhecemos. Então, é muito importante pra gente chegar aqui e ver a cultura sendo mostrada dessa forma, que a gente não conhecia. (Informante 22, entrevista, 2019).

As informantes 4 e 6, turistas da Argentina e de São Paulo, respectivamente, mencionam a relação da brincadeira com a cultura africana, “Eu ainda tô conhecendo, mas o que eu percebi é que a cultura afro-maranhense surge do movimento” (Informante 4, entrevista, 2019). A informante 6 menciona a seguinte relação: “[...] Eu já aprecio a cultura africana, não sou entendida, mas gosto bastante, então tudo que vem da África me interessa” (Informante 6, entrevista, 2019).

Para os turistas, foi indagado se esses conheciam o Tambor de Crioula antes da visita ao local, sendo que, para 58% era a primeira vez que estavam vendo uma apresentação da brincadeira, como demonstrado no Gráfico 6, o que evidencia a importância do projeto para aumentar a visibilidade da manifestação cultural, bem como para seu reconhecimento dentro de sua comunidade, além de diversificar as formas de lazer na cidade.

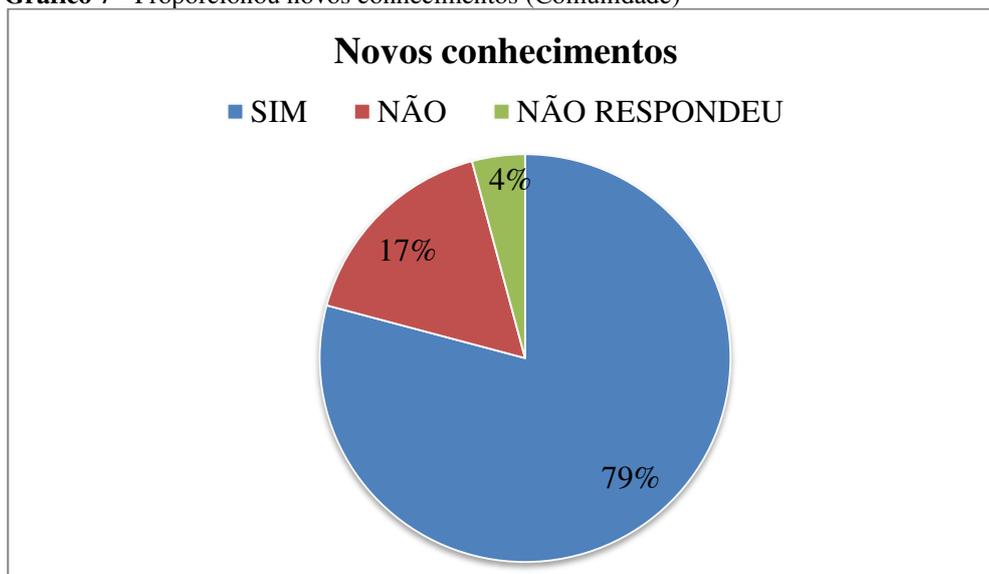
Gráfico 6 - Conhecia a dança Tambor de Crioula



Fonte: Autora (2019)

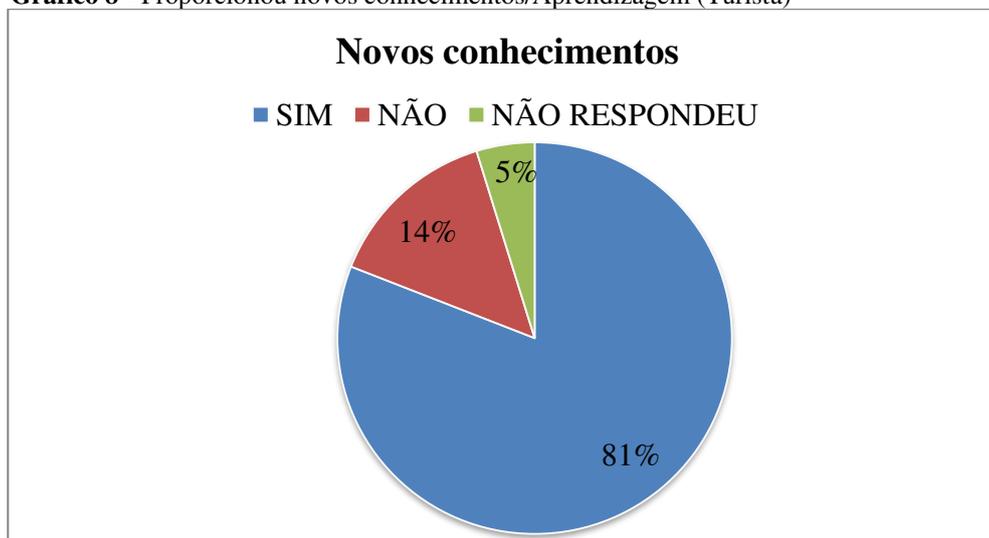
Os outros 42% entrevistados conheciam através de amigos, pela internet ou já haviam presenciado uma apresentação anteriormente.

Para os participantes do Projeto Pôr do Sol no Palácio, que fazem parte da comunidade, 79% acreditam que assimilaram algum conhecimento, enquanto 17% não respondeu e 4% não souberam responder.

Gráfico 7 - Proporcionou novos conhecimentos (Comunidade)

Fonte: Autora (2019)

Em relação aos turistas, a porcentagem dos que responderam que assimilaram algum conhecimento é um pouco maior, 81% disseram que assimilaram algum conhecimento, contra 14% que responderam não assimilar nenhum tipo de conhecimento e 5% que não responderam.

Gráfico 8 - Proporcionou novos conhecimentos/Aprendizagem (Turista)

Fonte: Autora (2019)

Este conhecimento concerne à musicalidade, sendo significativa à questão da acessibilidade para moradores da própria comunidade, como citado pelo informante 11, que

afirma, que o “[...] nosso povo de baixa renda é bem escasso de cultura, ainda mais cultura musical. Então, bem legal, é acessível a todos os públicos”. (Informante 11, entrevista, 2019).

O informante 28, também, corrobora com essa afirmativa, quando relata a importância de se viabilizar o conhecimento desse projeto para pessoas de diversos níveis sociais.

Era o que faltava, porque espaço turístico a gente tem. Nós somos uma cidade a beira mar [...], aqui na própria beira mar o que faltava era isso. Graças a Deus veio no momento certo, a gente ver que ainda falta ainda trazer as pessoas de bairro periféricos pra conhecer a música, apreciar a música, esse outro lado da música, chorinhos, MPM, MPB, a diversidade de som que às vezes aqui tem, e a gente tem que levar essa consciência para os bairros [...], é uma coisa que é encantador e tudo combina com uma boa música [...] a paisagem aqui, o pôr-do-sol, o mar, as famílias [...] (Informante 28, entrevista, 2019)

Para informante 10, turista do Piauí, a importância também se encontra através dos conhecimentos de músicas que não fazem parte de um circuito mais popular, para ela é “Sempre bom, pra quem não conhece outros ritmos que não fazem parte tanto do nordestino, é bom, enriquece culturalmente”. (Informante 10, entrevista, 2019).

5.3.2 Entretenimento

O entretenimento, dentro da dimensão da experiência, seria a atração a ser oferecida com o intuito de contemplação e para atrair os espectadores. Segundo Chauí (2006), para Arendt, o entretenimento e o lazer são algo vital para o ser humano, ou seja, faz parte de uma necessidade do corpo. A autora ressalta que o entretenimento seria um passatempo, que as sociedades se utilizam para preencher seus momentos de lazer e repouso (CHAUÍ, 2006). Indubitavelmente, em uma sociedade capitalista, as pessoas necessitam de momentos para entreter-se. Isso só destaca a importância de projetos culturais que sejam próximos e abertos ao público, acessíveis não só aos turistas com as comunidades locais.

Para a informante 6, turista, participante no projeto Quarta do Tambor de Crioula, o entretenimento acontece desde a preparação dos grupos na área externa, quando se esquentam os tambores nas fogueiras e as dançantes se organizam para entrar na Casa. Em seu relato, ela diz: “Achei muito interessante, porque na rua a gente já vê o esquentar dos tambores. Acho que aí a gente entende a expressão de ‘esquentar os tambores’ e a gente sente vontade de entrar, né? O som é contagiante, o batuque faz parte do Brasil, do brasileiro, né? Tá intrínseco” (Informante 6, entrevista, 2019). Para a turista, acompanhar esse preparo seria

parte do entretenimento, pois se vê o cenário, além da apresentação oficial, o que remonta ao afirmado por MacCannell (1976, apud Araujo, p. 59), que o turista busca algo além do que se mostra oficialmente, ele quer adentrar aos “bastidores” dos lugares. A figura 17 retrata a apresentação de um grupo de dança de Tambor de Crioula, ladeado por espectadores, que se aglomeram no térreo e nas escadas.

Figura 17 - Apresentação de um grupo de Tambor de Crioula



Fonte: Autora (2019)

Segundo Oh, Fiore e Jeoung (2007, p. 121), um projeto enquadra-se na dimensão do entretenimento, quando “[...] observam passivamente atividades e / ou performances de outras pessoas, incluindo ouvir música [...]”. Por exemplo, quando os participantes do Projeto “Pôr do Sol no Palácio”, estão observando a música e apreciando o pôr do sol, ou quando os participantes do Projeto “Quarta do Tambor de Crioula” apreciam a dança das mulheres e toque do tambor dos homens dos grupos de tambor de crioula, eles estão absorvendo a experiência de uma forma passiva, sem intercessões no que está contemplando.

Para a turista de São Paulo, as atrações chamam atenção dos transeuntes e que colaboram com uma maior permanência no local, “[...] eu não sei muito bem o que é (o projeto), mas é muito bom ver artistas daqui, eu acredito que seja daqui, tocando no cenário. Acho que se eu tivesse só passando eu não ficaria tanto tempo olhando quanto com uma atração”. (Informante 13, entrevista, 2019).

Na figura 18, o início da apresentação de um trio musical participantes do projeto Pôr-do-sol sendo assistidos pelo público presente.

Figura 18 - Público assistindo a grupo musical na frente do Palácio dos Leões



Fonte: Autora (2019)

Para a informante 1, o tipo de programação do projeto, em sua percepção, era algo inédito

Eu achei muito interessante, tinha um tempo que não tinha nada aqui pra oferecer tanto para nós, maranhenses, como para os turistas. Eu acho bem interessante, uma coisa nova, eu mesma, do Maranhão, nunca tinha visto assim, uma programação só com instrumentos musicais. (Informante 1, entrevista, 2019).

Na dimensão da experiência, o entretenimento deve ser pautado na criatividade e na inovação, que atraia e fascine o espectador, pois este se caracteriza por ser o ponto de atração do indivíduo.

5.3.3 Escapismo

Para Oh, Fiore e Jeoung (2007), o turismo já é uma maneira de o indivíduo escapar de sua vida rotineira, e esse é um dos principais motivos que levam ao deslocamento. A experiência escapista, como dito anteriormente, necessita de uma maior imersão e absorção dos participantes envolvidos, estes deverão perder “[...] a noção do tempo, absorvendo assim a experiência por meio da emoção, dos sentidos e do sonho” (GUZMÁN; VIERA JÚNIOR; SANTOS, 2011).

Alguns participantes consultados do projeto “Quarta do Tambor de Crioula” se sentiam atraídos pelo batuque que começava do lado de fora da Casa, onde a fogueira é acesa e é realizado o aquecimento dos brincantes da manifestação. E prosseguia com a apresentação das danças na área interna do Centro de Referência. Na figura 19, os tocadores de tambor da dança se preparam para iniciar a apresentação do dia.

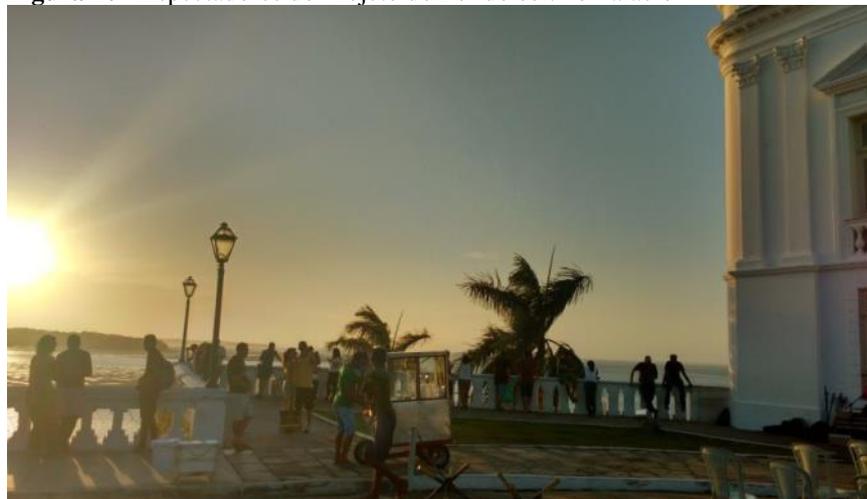
Figura 19 - Tocadores de tambor antes da apresentação



Fonte: Autora (2019)

Para o informante 18, do Projeto Pôr do Sol no Palácio, os momentos que esteve participando no projeto foi de total imersão “[...] pelo fato de eu ser músico, eu tenho um sentimento, digamos assim, de ápice, porque o pôr do sol sempre ti traz uma reflexão de alguma coisa, te traz uma energia positiva, e com a música, então, unindo esses dois valores, fica uma coisa inenarrável de se descrever”. (Informante 18, entrevista, 2019).

Figura 20 - Espectadores do Projeto do Pôr do sol. no Palácio



Fonte: Autora (2019)

Para que a dimensão escapista seja alcançada, é necessário que o indivíduo permita-se emergir na experiência vivida. “Olha, quando eu entrei e passei daquela porta e vi a roda, vi um pessoal ali tocando, as meninas dançando, até desceu uma lágrima. Eu fiquei muito emocionada, foi tão bonito, é colorido. A gente recebe um astral bem animado e pra cima”. (Informante 23, entrevista, 2019).

Pelo fato de viajar ser considerado fuga da rotina, foi indagado somente aos moradores da comunidade se de alguma forma esses eventos lhes ajudavam a fugir da rotina diária, a resposta era unanimemente positiva. Podemos perceber esse envolvimento na fala das pessoas das comunidades, para o qual a dança do tambor de crioula “[...] causa uma sensação muito boa, de ver um pouco da cultura, saber um pouco dos nossos antepassados, vivenciar a energia. Quando eles começam a se apresentar, as batidas, a gente é envolvido pela energia da dança”. (Informante 21, entrevista, 2019).

Para a informante 1, participante do projeto Pôr do Sol no Palácio, esse colaborava para “[...] tirar o estresse, com certeza, sair um pouquinho de casa, ajuda a distrair a mente, trabalhar a mente, ficar só em casa, não dá”. (Informante 1, entrevista, 2019). Mesma sensação compartilhada pelo informante 41 “(Ajuda a fugir da rotina) Demais, do trabalho diário, da rotina que a gente tem em casa. Então, presenciar esse pôr do sol é melhor coisa que existe” (Informante 41, entrevista, 2019).

Para a informante 23, do projeto Quarta do Tambor de Crioula colabora para com um escape da rotina, para a informante ”Com certeza a gente foge um pouco da rotina, vim pra cá depois do trabalho, ver a dança do tambor de Crioula, dança tão nossa maranhense, sentir a energia do local, é revigorante, energizante, mesmo sendo realizado no meio da semana, eu adoro está aqui” (Informante 23, entrevista, 2019).

Para alguns participantes a presença nos projetos vai se tornando algo habitual, alia o entretenimento oferecido com um escape do dia a dia, para a informante 16, do projeto Pôr do Sol no Palácio, a presença no projeto se torna algo prazeroso

[...] eu já to gostando tanto, que eu tô vindo sempre que dá, eu venho pra cá. Pra mim já é uma coisa prazerosa que eu venho mesmo sempre que possível [...] pra mim desperta isso, recordação, satisfação, mesmo. Alegria. Já trouxe meu neto, trago meu esposo, já trouxe minha filha, mas eu sempre venho com eles ou sem eles (Informante 16, entrevista, 2019)

O informante 29, relata um aumento da sua frequência ao local, depois que o projeto começou a ser oferecido “Antigamente, eu vinha aqui uma vez lá na vida. Às vezes quando eu passo escuto uma boa música eu venho aqui, me programo pra vim. Na verdade, essa é a quarta sexta-feira que eu venho aqui, consecutiva”.

Na imersão em sua experiência, o indivíduo deve participar de momentos extraordinários, que o distanciem do seu cotidiano. No entanto, caracteriza-se por ser uma atividade que necessita de uma participação ativa de seus participantes.

5.3.4 Estética

A experiência estética está relacionada com o consumo contemplativo do patrimônio, da cultura, sem a interferência no ambiente. Em virtude disso, o lugar em que ocorrem os projetos se configura como parte importante da composição do cenário da experiência do indivíduo, pois essa experiência busca o encantamento do indivíduo por meio do visual (GUZMÁN; VIERA JÚNIOR; SANTOS, 2011).

O projeto da Quarta de Crioula acontece em um antigo casarão, recém reformado, que fica localizado no Centro Histórico de São Luís, Maranhão. No casarão, que hoje abriga o centro de referência do Tambor de Crioula, havia funcionado um polo de açúcar no período colonial, de acordo com dados obtidos no local. No pátio do casarão, onde ocorrem as apresentações, logo acima do tablado, foi feita uma pintura em um grande painel com elementos da dança, bastante colorida, como pode ser visto na figura 21. As danças que se apresentam compõem o colorido do ambiente.

Figura 21 - Painel no pátio da Casa do Tambor de Crioula



Fonte: Autora (2019)

O projeto Pôr do Sol no Palácio, por sua vez, acontece em frente ao Palácio dos Leões, na Avenida Dom Pedro II. Possuindo sua fachada principal em estilo neoclássico (SÃO LUÍS ILHA DO MARANHÃO E ALCÂNTARA, 2008), o Palácio dos Leões, além de abrigar a sede política do governo estadual e servir de residência aos governadores do estado, possui uma agenda de visitas públicas em parte de seus espaços.

Figura 22 - Fachada do Palácio dos Leões



Fonte: Autora (2019)

Oh, Fiore e Jeoung (2007, p. 121) ressaltam que

Nas experiências estéticas, os turistas gostam de estar no ambiente de destino sem afetar ou alterar a natureza do ambiente que lhes é apresentado. Eles apreciam passivamente ou são influenciados pela maneira como o destino atrai seus sentidos, independentemente do nível de autenticidade do ambiente de destino.

Nesse sentido, quem dá sentido a experiência estética é a própria percepção do turista sobre o ambiente, independentemente de seu nível de autenticidade, esse pode ser alcançado mesmo por meio de simulacros.

A informante 22, proveniente do Piauí, faz uma análise sobre o local e a dança, na qual diz “Achei muito bacana [...] As cores são muito atrativas, as formas como é mostrado. Aqui (Centro de referência) é muito bonito pra fotografar, chama muita atenção”. (Informante 22, entrevista, 2019).

Figura 23 - Dançantes do Tambor de Crioula



Fonte: Autora (2019)

A turista, informante 46, proveniente de São Paulo, também destaca o cenário para a composição a percepção do projeto Quarta do Tambor de Crioula.

É a primeira vez que venho aqui, na cidade de São Luís, aqui neste local e estou gostando de tudo, do Centro Histórico e é um dos mais bonitos que já vi. Agora da casa, achei muito bonito o painel. A gente consegue observar de diversos ângulos a movimentação ali da cena, bem interessante, bem legal. (Informante 46, entrevista, 2019).

No projeto Por do Sol no Palácio a música faria parte da estética do projeto, bem como a paisagem cultural, no qual a natureza se funde com ações humanas, como destacam os turistas de Porto Alegre e Manaus, “Bem bonito, acho que é um local histórico, um local perto da praia, achei ótimo [...] porque o clima é bom, tem um ventinho, dá pra ver o pôr do sol, bem legal a música, também” (Informante 23, entrevista, 2019). Para a turista de Manaus, o local tem “[...] uma visão maravilhosa, panorâmica, como esse mar aí, oceano atlântico, excelente. A visão é mil, muito bom” (Informante 36, entrevista, 2019).

A paisagem também é destacada pela informante 30, para qual o local onde é realizado o projeto “[...] Além de ser um ponto turístico importante da cidade, tem toda uma questão do paisagismo, dos casarões que torna ele ainda mais encantador”. (Informante 30, entrevista, 2019).

A informante 27, evidencia a junção de música e natureza, para a entrevistada o cenário do projeto é “Fantástico, acho que não poderia ser melhor, porque aqui tem uma visão muito boa do pôr do sol. Unir o pôr do sol com música é fantástico”. (Informante 27, entrevista, 2019).

Devido à estética ser uma dimensão de contemplação, o ambiente que o compõe o projeto, bem como as atrações ofertadas, são decisivas para a percepção dos participantes sobre a sua experiência. A visão é um dos elementos mais importantes que compõe a experiência

5.3.5 Experiência memorável

Segundo Chandralal e Valenzuela (2015), compreender como as experiências turísticas podem torna-se experiências memoráveis para os viajantes que buscam lugares, culturas e tradições diversificadas nos destinos turísticos, tem sido uma indagação crescente entre os estudiosos do turismo.

Entende-se que um dos objetivos dentro das dimensões da experiência no turismo encontra-se em propiciar experiências que serão lembradas após as viagens, por isso indagou-se aos participantes, se sob sua perspectiva, se os momentos que participaram do projeto se tornariam de alguma forma marcante, memorável, para a informante 16 “[...] Com certeza, marcou e muito, porque a gente carrega isso dentro da gente e não tem como não marcar. Se estar no sangue da gente, a gente se leva pela emoção por si identificar muito”. (Informante 16, entrevista, 2019).

Ressalta-se, que para ambos os projetos, sobre o questionamento, se esse se tornaria marcante para os participantes, todos os entrevistados, entre turistas e comunidade, consideraram que as experiências vividas durante os projetos seriam marcantes.

Figura 24 – Espectadores no final da apresentação de um grupo musical



Fonte: Autora (2019)

Conforme enfatiza Benjamim (1989), a experiência se articulam com a memória e com a tradição. Os elementos presentes nos projetos acionam a memória individual dos participantes, ativado por meio da apreciação da dança do tambor de crioula ou das músicas entoadas com a visão do pôr do sol, possibilitando a apreensão da experiência, ao tempo em que possibilita aos participantes sensações diversas, e lembranças particulares para os turistas/visitantes que consumiram esse produto.

Em relação ao questionamento sobre as sensações, entendida no campo da psicologia como uma reação as forças externas sobre o indivíduo, que são propiciadas aos indivíduos pelos projetos, esse teve inúmeras respostas, as mais mencionadas, entretanto, para os turistas do projeto Quarta do Tambor de Crioula foram: alegria (16%), felicidade (13%), Acolhimento (11%), bem estar (9%) e energia (9%).

A informante 14, externa sua sensação de energia e acolhimento “[...] Toda vez que eu venho [...] eu me sinto muito bem. Eu sinto muita energia do Tambor de Crioula e quando venho pra cá, com a qualidade dos grupos, sinto as melhores energias, desde a primeira vez que vim me sinto bem acolhida” (Informante 14, entrevista, 2019).

A informante 4, também externaliza a sensação de acolhimento, “[...] acho muito acolhedor. Ele traz pra dentro da cultura do povo do Maranhão”. (Informante 4, entrevista, 2019).

As sensações mais abruptas para os moradores da comunidade local, que participaram do projeto Quarta do Tambor de Crioula eram: emoção (21%), acolhimento (10%), alegria (10%), interesse (7%) e felicidade (7%).

Para a informante 10, “[...] O que eu senti aqui foi um profundo sentimento de felicidade e admiração pelo espaço, a organização como ela está se dando, pelo menos nos primeiros momentos na casa, que é bem recente [...]. (Informante 10, entrevista, 2019). A informante 27, acredita que a sensação proporcionada é de “[...] lembrar das pessoas que já se foram, isso desperta uma emoção na gente”. (Informante 27, entrevista, 2019).

As sensações que mais se destacaram para os turistas que participaram do projeto Pôr do Sol no Palácio foram: lembranças (20%), paz (20%), aconchego (13%), alegria (13%).

Para a informante 12, turista de Fortaleza, as sensações, que o projeto lhe proporcionava, era de “[...] Paz, tranquilidade, entrosamento. Você ver as pessoas bem entrosadas, bem tranquilas, sem violência”. (Informante 12, entrevista, 2019). Enquanto a informante 17, do Piauí, destaca o cenário, que “[...] Desperta muitas alegrias, só de você ver esse mar, essa imensidão, transmite muita paz”. (Informante 17, entrevista, 2019)

A sensação que o projeto Pôr do sol no Palácio, acionava para a comunidade local, eram de: memória/lembranças (18%), tranquilidade (18%), alegria (13%), sensação de prazer (5%).

A informante 8, a sensação que a desperta é “[...] Muito boa, lembrança dos tempos antigos”. (Informante 8, entrevista, 2019). Para a informante 15, “[...] dá uma sensação de prazer, de bem estar. Traz memórias antigas, mais ou menos isso”. (Informante 15, entrevista, 2019). Para a informante 29, as sensações propiciadas são [...] boas, massageia um pouco a alma, então isso, o fim de semana já ta chegando, a semana um pouco estressante, cansativa. Então, a sexta-feira uma boa música, acalma os ânimos, massageia a alma. (Informante 29, entrevista, 2019).

As sensações que os projetos despertam são os mais diversos em seus participantes, de alguma forma, sempre associadas a sensações de positividade, de agradabilidade, Outrossim,

observa-se que a mudança no comportamento dos turistas tem redirecionado o foco para a criação de produtos turísticos com forte apelo às emoções dos visitantes, e que de acordo com a pesquisa, surtiu efeitos sobre os participantes dos projetos pesquisados.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, o turismo vem passando por uma transição, do paradigma dos serviços para o das experiências, onde articulam-se estratégias para proporcionar um diferencial nas ofertas comercializadas para os turistas, como intuito de oferecer experiências memoráveis, respeitando as tradições da cultura do local, bem como o ambiente onde o turismo acontece. Esse surgimento se deve, especialmente, em virtude da mudança do perfil dos novos consumidores do turismo, que buscam em suas experiências de viagens, a simplicidade e o valor dos locais visitados, buscando uma integração com as comunidades residentes e os sentidos intrínsecos contidos nos bens culturais e naturais das localidades.

Para que as experiências no turismo sejam exitosas e crie relações verdadeiras e momentos memoráveis, é necessária uma imersão dos visitantes no cotidiano e nas atividades oferecidas nos destinos. Os projetos ofertados pela Secretaria de Estado da Cultura do Maranhão, como a Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio, podem ser compreendidos como parte da oferta turística, formadores da experiência de seus participantes.

Baseado nos relatos dos participantes dos projetos pesquisados, entre turistas e pessoas da comunidade local, pode-se compreender as percepções destes sobre as experiências geradas pelos projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio relativas às dimensões de entretenimento, estética, educação e escapismo.

A partir das entrevistas e observação, as dimensões da experiência que mais se sobressaem, em ambos os projetos, são os de entretenimento e estética, por esses apresentarem uma maior característica de contemplação. Haja vista, que até o momento das entrevistas e visita *in loco*, os projetos não tinham um espaço definido para interação dos participantes na experiência¹⁶. No entanto, possuem um forte apelo estético e de entretenimento, que não necessitam de uma interação mais ativa dos participantes, para proporcionar experiências.

¹⁶ No final de setembro, iniciou-se a “Oficina Saberes Tradicionais” relacionado ao Projeto Quarta do Tambor de Crioula, e que tem como facilitadores mestres e mestras que pertencem alguma brincadeira de Tambor de Crioula, selecionados a partir de edital, segundo a Gestora do SECMA, essas oficinas foram criadas para potencializar as experiências do projeto, segundo seu relato “[...] pensando nessa vivência ainda, foi que a gente incluiu a partir dessa edição, as oficinas, que é pra proporcionar ainda mais uma vivência, uma questão mesmo de experiência do turista. E uma experiência não só do turista, mas da população que quer conhecer um pouco mais a manifestação, quer saber como é que toca, como é que dança [...]”. Assim, a uma tendência que as experiências nesses projetos sejam cada vez mais potencializado de forma a buscar uma maior interação dos participantes, sejam turistas ou comunidade.

Esse apelo estético caracteriza-se pelo local onde são realizados os projetos, no Centro Histórico de São Luís, Patrimônio Cultural Mundial, pela UNESCO, o que por si, se configura com um local de atratividade, possuindo uma circulação frequente de pessoas. Assim, como o patrimônio arquitetônico, a paisagem cultural, especificamente, do Projeto Pôr do Sol no Palácio, também se destaca.

Além disso, temos dois lugares com significados e representações distintas, o Palácio dos Leões, representante de um passado de uma antiga elite colonialista e do poder governamental da cidade, e o Museu do Tambor de Crioula, popular, e que remonta a uma ancestralidade negra.

O entretenimento do Projeto Quarta do Tambor de Crioula, é a apresentação da manifestação cultural Tambor de Crioula, este atrai um elevado número de turistas interessados em conhecer a manifestação cultural, patrimônio imaterial brasileiro, além de ser um patrimônio imaterial brasileiro, ser algo originário do Maranhão, e por isso, despertasse a presença de tantos turistas ao local. Por sua vez, o entretenimento do Projeto Pôr do Sol no Palácio era composto pelos grupos instrumentais, que tocam jazz, chorinho, MPB, entre outros, bem como pela apreciação do pôr do sol.

O entretenimento é que motiva o público a participar de determinado evento, durante as visitas nos projetos, percebeu-se que seu público oscilava de frequência, porém, sempre com um público razoável. Nota-se que a Casa do Tambor de Crioula, por suas dimensões não tem capacidades de suportar um público muito grande.

Projetos como a Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio democratizam a cultura, quando são em espaços abertos¹⁷, gratuitos, com acesso livre ao público. Sendo que esses espaços públicos, em tese, devem ser acessíveis a todas as classes. No entanto, é importante se destacar o distanciamento da população nas decisões dos projetos dos órgãos governamentais, pois, entendemos que as comunidades locais não são integradas nos processos de decisões sobre os projetos, e a importância se houvesse essa relação, encontra-se na proximidade com a cultura local, ofertando algo que estivesse mais próximo das tradições das comunidades, evitando, assim, que futuramente ocorra uma espetacularização, especialmente, relativo ao tambor de Crioula, manifestação natural do Maranhão

Não se pode ter uma visão romantizada da relação entre o turismo e a comunidade, a relação não deve ser unilateral, os benefícios devem ser mútuos. Ressalta-se, que os bens patrimoniais são um bem de todos, e todos deviam usufruir dele, especialmente, os que estão

¹⁷ Em relação ao Projeto Pôr do Sol no Palácio, que é realizado em uma praça, porém, apesar da Quarta do Tambor de Crioula ser em um local fechado, esse é totalmente gratuito e aberto ao público.

inseridos no contexto local. E sua utilização, de maneira consciente, pode garantir tanto o respeito às culturas, assim como a inserção das comunidades sobre as decisões que competem ao uso dos bens culturais e os benefícios econômicos provenientes da atividade turística.

A partir dessas percepções, das entrevistas e da observação nas visitas, enumera-se alguns pontos positivos e negativos notados nos projetos citados.

Pontos positivos:

- a) Diversificação das opções de lazer;
- b) Gratuidade e fácil acesso de transportes públicos;
- c) Tentativa de oferecer um produto diferenciado baseado na experiência;
- d) Participação dos grupos instrumentais e de danças por meio de editais, democratizando a participação;
- e) Organização e segurança;
- f) Ambiente.

Pontos negativos:

- a) Baixa percepção das dimensões da experiência de educação e escapista;
- b) Falta de participação da comunidade ou de grupos da sociedade civil;
- c) Distanciamento de lugares mais distantes da cidade, acarretando a falta de acessibilidades a estes meios de lazer;
- d) Falta de pontualidade no começo das apresentações¹⁸;
- e) Fraca divulgação, assegurando-se, basicamente, nas mídias sociais.

Algumas soluções para os problemas citados poderiam ser:

- Colocar elementos lúdicos nos projetos que propiciassem uma maior ênfase na dimensão educacional ou escapista;
- Articulação com representantes da sociedade civil e comunidade;
- Projetos itinerantes que pudessem levar esses projetos para comunidades mais afastadas do Centro;
- Um maior controle e organização para que os grupos iniciem as apresentações no horário;

¹⁸Baseado em algumas reclamações recorrentes dos participantes do Projeto Pôr do Sol no Palácio, pelo fato de algumas apresentações começarem depois que o céu estava começando a escurecer. Durante a participação da pesquisadora em campo, de cinco grupos que se apresentaram, dois começaram no horário estabelecido.

- Maior divulgação em mídias de comunicação de massa, como rádios, TV's e jornais, e, também, sites de entretenimento locais.

Finalizando, podemos constatar que os produtos analisados nesse estudo, a Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio, podem proporcionar experiências de entretenimento, estético, e, em um menor grau, de alargamento de conhecimento e escapista. No entanto, essas experiências podem contribuir para momentos memoráveis dos turistas, a partir do seu contato com as comunidades, costumes e tradições locais. Compreende-se que a criação de produtos baseados na experiência proporciona uma ação imersiva dos usuários dos produtos turísticos, caracterizada por interações significativas entre o visitante e o ambiente visitado, criando sensações e sentimentos que podem ser acionados na memória do turista numa próxima visita.

Pontua-se que as experiências são particulares do indivíduo, podendo ser acionadas por meio da sua memória involuntária; o turista, como indivíduo, estaria tornando-se mais emocional, em busca de uma relação mais profunda com as comunidades e com o cenário de suas viagens, preocupando-se com um contato menos estereotipado com os costumes e tradições locais, primando por um contato mais intenso com as comunidades receptoras.

São inúmeros os motivos que podem causar emoções e sensações agradáveis aos viajantes, e os produtos turísticos concebidos, planejados, comercializados e oferecidos com a finalidade de proporcionar experiências únicas para os turistas, podem ser um fator determinante para a fidelização dos mesmos e proporciona-lhe momentos memoráveis. Para os turistas, a memória de uma experiência vivida em um destino pode se eternizar.

A partir das suas experiências nos lugares turísticos, os participantes ampliarão a sua visão sobre os aspectos da história, da cultura e das tradições locais, vislumbrando sua preservação. Ressaltando por fim, que os estudos voltados para as experiências nos produtos turísticos no Maranhão ainda são escassos, ainda há muito o que ser pesquisado e discutido.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Tamara. BORGES, Leilane. FIGUEIREDO, Silvio Lima. Turismo Cultural e Comunidades: Ação e relação em uma comunidade amazônica. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**, v. 2, n. 1, 2008.

ARAÚJO, Silvana Miceli. Artificio e Autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI Jr, Álvaro; BARRETTO, Margarita (orgs). **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas, SP: Papyrus, 2006.

ARAÚJO, Richard Medeiros de; POSENATTO, Amanda F. G.; NASCIMENTO, Ana Cléia. Cultura e as manifestações artísticas como um atrativo turístico em Natal - RN: um estudo na percepção dos *stakeholders*. In: **HOLOS**, Ano 26, Vol. 3, 2010

AROEIRA, Tiago. DANTAS, Ana Carmen, GOSLING, Marlusa de Servilha. Experiência Turística memorável, percepção cognitiva, reputação e lealdade ao destino: um modelo empírico. In **Revista Turismo: Visão e Ação – Eletrônica**, v. 18, n. 3, p. 584-610, set./dez. 2016. Disponível em: www.univali.br/periodicos. Acesso: 17 de abr. 2019.

AVIGHI, Carlos Marcos. Turismo, globalização e cultura. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar (Org.). **Turismo: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000, p. 102 a 106.

BAHL, Miguel. **Legados étnicos & Oferta turística**. Curitiba: Juruá, 2004.

BARREIRA, Irllys. Cidades Narradas: Memória, representações e práticas do turismo. Campinas: Pontes Editores, 2012. Coleção Cultura & Política, vol. 4.

BARRETO, Margarita. **Turismo e Legado Cultural: as possibilidades de planejamento**. São Paulo: Papyrus, 2000.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2009. (Obra original publicada em 1977).

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1999.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora Senac, 2006.

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. Trad. José Martins Barbosa, Hermes Alves Baptista. 1ª ed – São Paulo: Brasiliense, 1989. Obras escolhidas III.

_____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e história da cultura.** Trad. Sérgio Paulo Rouanet. 8º ed. revista. São Paulo: Brasiliense, 2012. Obras escolhidas I.

BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília, DF: Senado Federal: Secretaria de Editoração e Publicações, 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo (Brasil). **Manual Tour da Experiência 2010: Conceituação.** Disponível em: <tourdaexperiencia.com>. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas.** 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CANDAU, Joel. **Memória e identidade.** Trad. Maria Leticia Ferreira. 1. Ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2016.

CASTRO, Celso Antonio Pinheiro de. **Sociologia aplicada ao turismo.** São Paulo: Atlas, 2002.

CHANDRALAL, Lalith; VALENZUELA, Fredy Roberto. Memorable Tourism Experiences: Scale Development. In: **Contemporary Management Research**, Vol. 11, N. 3, September 2015, Pages 291-310.

CHIAS, Josep. **Turismo, o negócio da felicidade: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades.** Trad. Sandra Valenzuela. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações.** 7ª ed. revista e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro de poder: uma análise da mídia.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

COOPER, Chris. **Turismo contemporâneo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CORRÊA, Roberto Lobato. Espaço, um conceito-chave da geografia. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (orgs). **Geografia: conceitos e temas.** 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014. p. 15 a 47.

COUCEIRO, Sylvia. Os desafios da história cultural. In: BURITY, Joanildo A. (rg.). **Cultura e identidades: perspectivas interdisciplinares.** Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p. 11 a 28.

DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico.** São Paulo: Atlas, 2000.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

_____. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003a.

_____. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo, Atlas, 2003b.

FEITOSA, Antônio Cordeiro. Cultura e Sustentabilidade em foco: a cultura da sustentabilidade ambiental. **Rev. Interd. em Cult. e Soc. (RICS)**, São Luís, v. 2, n. 2, jul./dez. 2016, p. 33-61.

FERRARI, Cynthia Menezes Mello. O fotógrafo-turista: simbiose perfeita na experiência de viajar. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010. p. 99 a 117.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, jan, 2008, p. 17 a 27.

GAETA Cecília. Turismo de experiência e novas demandas de formação profissional. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010. p. 133 a 149.

GASTAL, Susana. O produto cidade: caminhos da cultura, caminhos de turismo. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (org). **Turismo Urbano**. 2. ed. São Paulo. Contexto, 2001. p. 33 a 41.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002
_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo : Atlas, 2008.

GOLDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofia**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GONÇALVES, Hortência de A. NASCIMENTO Marilene B. da C. NASCIMENTO, Kathia C. S. Revisão sistemática e metanálise: níveis de evidência e validade científica. **Revista Eletrônica Debates em Educação Científica e Tecnológica**, v. 05, n. 03, p. 193-211, Nov. 2015.

GUEDES, Kláutenys. São Luís – Patrimônio Cultural da Humanidade e os discursos de preservação do patrimônio. In: CRUZ, Mônica da Silva; CUTRIM, Ilza Galvão; CABRAL, Luís Rodolfo (Orgs). **Discursos, sujeitos e sentidos: perspectivas identitárias**. 1. ed. Curitiba, PR: CRV, 2014.

GUEDES, Leonardo Condurú. O problema do Turismo na Sociedade Pós-Industrial. In: BALH, Miguel (Org.). **Perspectivas do turismo na sociedade pós-industrial**. São Paulo: Rocca, 2003. p. 3 a 10.

GÚZMAN, Sócrates Jacobo Moquete; VIEIRA JUNIOR, Astor; SANTOS, Idevaldo José dos. Turismo de Experiência: uma proposta para o atual modelo turístico em Itacaré – Bahia. **Rev.Cultur**, ano 5, n. 1/Especial – Jan/2011.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. Tradução de Beatriz Sidou. 2ª ed. São Paulo: Ed. Centauro, 2006.

HELDER, R. R. **Como fazer análise documental**. Porto: Universidade de Algarve, 2006.

KAJIHARA, Kelly. A imagem do Brasil no exterior: análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até 2008. **Observatório de Inovação do Turismo – Revista acadêmica**, v. 5, n. 3, set. 2010, p. 01-30.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Trad. Contexto traduções. São Paulo: Aleph, 2001.

LAGE, Beatriz Helena Gelas. MILONE, Paulo Cesar. Impactos Socioeconômicos globais do Turismo. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar (Org.). **Turismo: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000, p. 117 a 131.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Trad. Bernardo Leitão et al. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1990.

MACIEL, Josemar de Campos. Turismo de experiência e o sentido da vida. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência**. Ed. Senac, São Paulo, 2010. p. 57 a 77.

MARANHÃO, SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA. **Edital de Credenciamento nº 02/2019 – UGCAC/SECMA – Pôr do Sol no Palácio 2019**. São Luís: SECMA, 19 de junho de 2019.

MARANHÃO, SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA. **Edital de Credenciamento nº 05/2019 – UGCAC/SECMA – Quarta do Tambor 2019**. São Luís: SECMA, 25 de julho de 2019.

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, G. D. A.; THEOPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, Clerton. Identidade: percepção e contexto. In: MARTINS, Clerton (org.). **Turismo, Cultura e Identidade**. São Paulo: Roca, 2003. p. 39 a 48.

MARTINS, Clerton. Patrimônio Cultural e Identidade: Significado e sentido do lugar turístico. In: MARTINS, Clerton (org.). **Patrimônio Cultural: da memória ao sentido do lugar**. São Paulo: Roca, 2006. p. 39 a 50.

MARUJO, Noémi. Turismo, turistas e experiências: abordagens teóricas. **Rev. Turydes: Turismo y Desarrollo**, v. 9, n. 20, jun. 2016. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/20/turistas.html>>. Acesso: 08 mar. 2019.

MEINERZ, Andréia. **Concepção de experiência em Walter Benjamin**. Porto Alegre, 2008. 81f. Dissertação (mestrado em filosofia). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

MENDES, Júlio; GUERREIRO, Manuela. Reconstruir a experiência turística com base nas memórias perdidas. In: PANOSSO NETO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010. p. 315 a 335.

MORANDI, Sonia. **Espaço e Turismo**. São Paulo: Copidart Editora, 2001.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Projeto História, São Paulo, n.10, dez. 1993.

OH, H., FIORE, A.; JEOUNG, M. Measuring experience economy concepts: Tourism applications. In: **Journal of travel research**, 2007, 46(2), 119-132.

OLIVEIRA, Ricardo André Garroux G. de. O turismo e a atuação da administração pública. In: BAHL, Miguel (Org.). **Perspectivas do turismo na sociedade pós-industrial**. São Paulo: Rocca, 2003.

OLIVEIRA, Flávia de Moura. **Espaço, lugar, identidade e urbanização: conceitos geográficos na abordagem do Turismo**. 2006, dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais – DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, f. 119-125, Mestre em geografia. Belo Horizonte.

Organização Mundial de Turismo. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável/ Organização Mundial de Turismo**; trad. Sandra Netz. - Porto Alegre: Bookman, 2003.

Organização Mundial de Turismo. **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

PADILHA, Johnny. AQUINO, Sergio Ricardo Fernandes de. Turismo na pós-modernidade: reflexões a partir da filosofia dos valores. In: SONAGLIO, Kerlei Eniele; FABBRIS, Cristine (org.). **Turismo: reflexões e desafios de um fenômeno contemporâneo**. São Paulo: Livrus Negócios Editoriais, 2012. Pág. 15 a 41.

PANOSSO NETTO, Alexandre (Org.); GAETA, Cecília (Org.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: SENAC, 2010.

PANOSSO NETTO, Alexandre. Experiência e Turismo: uma união possível. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010. p. 43 a 55.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do turismo: Teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2011.

PEREIRO, Xerardo; FERNANDES, Filipa. **Antropologia e turismo: teorias, métodos e práxis**. La Laguna, Tenerife. PASOS: RTPC, Colección PASOS Edita nº 20. Disponível: <www.pasosonline.org>. Acesso em: 06 mar. 2019.

PINE II, B. Joseph. GILMORE, James H. **O espetáculo dos negócios: the experience economy**. Trad. Maria José Cyhlar Monteiro. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PINE II, B. Joseph. GILMORE, James H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, July-Aug. 1998. Disponível em: <<https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>>. Acesso em: 29 de out. 2019.

POLLAK, Michael. Memória, Esquecimento, Silêncio. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, vol.2. n.3, 1989, p. 3-15.

_____. Memória e Identidade Social. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, vol.5. n.10, 1992, p.200-212.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013.

RIOS, Fábio Daniel. Memória coletiva e lembranças individuais a partir das perspectivas de Maurice Halbwachs, Michael Pollak e Beatriz Sarlo. In: **Revista Intratextos**, 2-13, vol 5, nº1, p. 1-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.12957/intratextos.2013.7102>. Acesso em: 06 mar. 2019.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável: A proteção do meio ambiente.** Campinas, SP: Papirus, 1997.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Marketing turístico: um enfoque promocional.** Campinas: Papirus, 2000.

São Luís ilha do Maranhão e Alcântara: guia de arquitetura e paisagem. Sevilha: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Dirección General de Arquitectura y Vivienda, 2008.

SANTOS, Aristides Faria Lopes dos. Construir, habitar, viajar: reflexões acerca da relação comunicação - turismo comunitário. In: PANOSSO NETO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência.** São Paulo: Senac, 2010.

SANTOS, MILTON. O Espaço do Cidadão – 7 ed. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

SEBRAE. Turismo de experiência. Recife: SEBRAE, 2015. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/turismo_de_experiencia.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2019.

SEIXAS, Jacy Alves. Percursos de memórias em terras de história: problemáticas atuais. In: BRESCIANI, Stela; NAXARA, Márcia (Orgs.). **Memória e (res)sentimentos: indagações sobre uma questão sensível.** 2ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

SERPA, Angelo. **O espaço público na cidade contemporânea.** São Paulo: Contexto, 2007.

SILVA, Fernando Brasil da. **A psicologia dos serviços em Turismo e Hotelaria: entender o cliente e atender com eficácia.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SILVA, João Gabriel da. **O castelo da experiência: Walter Benjamin e a literatura medieval.** Rio de Janeiro. 2012. 168 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2012.

SOARES, Tamara Coelho. **Características do Turismo de Experiência: Estudos de Caso em Belo Horizonte e Sabará sobre Inovação e Diversidade na Valorização dos Clientes.** Belo Horizonte, 2009. 99 f. Monografia (Graduação em Turismo) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2009.

SOUSA, Cleide Aparecida Gonçalves de. Lazer e experiência estética: caminhos para pensar o turismo como experiência. In: PANOSSO NETO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência.** São Paulo: Senac, 2010. p. 79 a 97.

SWARBROOKE, Jonh. **Turismo Sustentável: Conceitos e Impacto Ambiental**. São Paulo: Ed. Aleph, 2000.

_____. **Turismo Sustentável: Turismo Cultural, Ecoturismo e Ética**. São Paulo: Ed. Aleph, 2000.

SWARBROOKE, Jonh; HORNER, Susan. O comportamento do consumidor no turismo. Trad. Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2002.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A viagem como experiência significativa. In: PANOSSO NETO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010. p. 21 a 41.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Trad. Livia de Oliveira – Londrina: Eduel, 2013.

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

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico: Receptivo e Emissivo: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A COORDENADORA DO SECMA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR

Esta entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “**AS EXPERIÊNCIAS NOS LUGARES TURÍSTICOS**: um olhar sobre os projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do sol no Palácio” de autoria de Dorilene Sousa Santos e sob orientação da Prof.^a Dr.^a Conceição de Maria Belfort de Carvalho do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA).

A pesquisa tem por objetivo geral: Verificar se existe aplicação das dimensões das experiências turísticas nos projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio, no Centro Histórico de São Luís – MA.

Desde já agradecemos sua contribuição e disponibilidade em respondê-lo.

1. Como surgiu a ideia de criação do(s) projeto(s)?

2. No que se refere aos resultados trazidos pela realização desse(s) projeto(s), o que pode ser afirmado nos âmbitos da cultura, do turismo e da gestão pública?
 - a) Cultura
 - b) Turismo
 - c) Gestão Pública

3. Qual o público alvo desse(s) projeto(s)?

4. Quais meios de divulgação desse(s) projetos(s)?

5. Como a experiência dos turistas é potencializada na execução desse(s) projeto(s)?

6. Dos princípios abaixo, quais são priorizados nas concepções do(s) projeto(s), por ordem de prioridade, sendo o número 1 o mais priorizado e o número 5 de prioridade menor?

Princípios	1	2	3	4	5
Entretenimento					
Escapismo					
Estética					
Conhecimentos/Aprendizagem					
Participação da comunidade					

7. Quais ações são priorizadas durante o processo de execução do(s) projeto(s)?

8. No processo de criação desse(s) projeto(s) de alguma forma foi pensada na experiência que este podia proporcionar aos seus participantes? Em caso de resposta positiva, de que forma?

**APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O DIRETOR DA CASA DO
TAMBOR DE CRIOULA**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR**

Esta entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “**AS EXPERIÊNCIAS NOS LUGARES TURÍSTICOS:** um olhar sobre os projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do sol no Palácio” de autoria de Dorilene Sousa Santos e sob orientação da Prof.^a Dr.^a Conceição de Maria Belfort de Carvalho do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA).

A pesquisa tem por objetivo geral: Verificar se existe aplicação das dimensões das experiências turísticas nos projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio, no Centro Histórico de São Luís – MA.

Desde já agradecemos sua contribuição e disponibilidade em respondê-lo.

1. Como surgiu a ideia de criação do projeto Quarta do Tambor de Crioula?
2. No que se refere aos resultados trazidos pela realização desse projeto, o que pode ser afirmado nos âmbitos da cultura, do turismo e da gestão pública?
 - a) Cultura
 - b) Turismo
 - c) Gestão Pública
3. Qual o público alvo desse projeto?
4. Quais meios de divulgação do Projeto Quarta do Tambor de Crioula?
5. Como a experiência dos turistas é potencializada na execução desse projeto?
6. Dos princípios abaixo, quais são priorizados nas concepções do projeto, por ordem de prioridade, sendo o número 1 o mais priorizado e o número 5 de prioridade menor?

Princípios	1	2	3	4	5
Entretenimento					
Escapismo					
Estética					
Conhecimentos/Aprendizagem					
Participação da comunidade					

7. Quais ações são priorizadas durante o processo de execução do projeto?

8. No processo de criação desse projeto de alguma forma foi pensada na experiência que este podia proporcionar aos seus participantes? Em caso de resposta positiva, de que forma?

**APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARTICIPANTE QUARTA DO TAMBOR
DE CRIOLA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR

Esta entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “**AS EXPERIÊNCIAS NOS LUGARES TURÍSTICOS**: um olhar sobre o Museu do Reggae e a Casa do Tambor de Criola” de autoria de Dorilene Sousa Santos e sob orientação da Prof.^a Dr.^a Conceição de Maria Belfort de Carvalho do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA).

A pesquisa tem por objetivo geral: Verificar se existe aplicação das dimensões das experiências turísticas nos projetos Quarta do Tambor de Criola e Pôr do Sol no Palácio, no Centro Histórico de São Luís – MA.

Desde já agradecemos sua contribuição e disponibilidade em respondê-lo.

IDENTIFICAÇÃO
PROCEDÊNCIA: () Local () Turista
SEXO: () Masculino () Feminino () Outro
NOÇÕES DE EXPERIÊNCIA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conhecía a dança do tambor de crioula? 2. O que achou do entretenimento oferecido neste local? 3. Proporcionou novos conhecimentos sobre a dança do Tambor de Criola? 4. Quais sensações este local lhe proporciona? 5. De alguma forma, este evento lhe ajuda a fugir da rotina? 6. O que achou deste local, do ambiente? 7. Este evento para você pode ser considerado algo memorável?

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARTICIPANTE PÔR DO SOL NO PALÁCIO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR

Esta entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “**AS EXPERIÊNCIAS NOS LUGARES TURÍSTICOS**: um olhar sobre o Museu do Reggae e a Casa do Tambor de Crioula” de autoria de Dorilene Sousa Santos e sob orientação da Prof.^a Dr.^a Conceição de Maria Belfort de Carvalho do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA).

A pesquisa tem por objetivo geral: Verificar se existe aplicação das dimensões das experiências turísticas nos espaços incorporados ao Museu do Reggae e na Casa do Tambor de Crioula, no Centro Histórico de São Luís – MA, bem como analisar a importância destes para a área do turismo.

Desde já agradecemos sua contribuição e disponibilidade em respondê-lo.

IDENTIFICAÇÃO
PROCEDÊNCIA: () Local () Turista
SEXO: () Masculino () Feminino () Outro
NOÇÕES DE EXPERIÊNCIA
1 O que achou do entretenimento oferecido no projeto?
2 Proporcionou algum tipo de conhecimento?
3 Quais sensações este evento lhe proporciona?
4 De alguma forma, este evento lhe ajuda a fugir da rotina?
5 O que você acha deste ambiente que está sendo realizado o evento?
6 Este evento para você pode ser considerado algo memorável?

ANEXOS

ANEXO A – APROVAÇÃO DO COMITÊ DE ÉTICA

UFMA - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO MARANHÃO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: O CONCEITO DE EXPERIÊNCIA APLICADO AOS PRODUTOS TURÍSTICOS COMERCIALIZADOS EM SÃO LUIS (MA)

Pesquisador: CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT DE CARVALHO

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 06905419.4.0000.5087

Instituição Proponente: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHAO

Patrocinador Principal: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHAO

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.140.382

Apresentação do Projeto:

As implicações do turismo no contexto contemporâneo tornam-se cada vez mais complexas, sobressaindo-se a adoção de novas tecnologias e a especialização da oferta no sentido de atender às necessidades e expectativas da demanda turística em termos de lazer, diversão e entretenimento. Reconfigurada sucessivamente, a atividade turística intervém na dinâmica sociocultural das cidades, regiões e pessoas, proporcionalmente às suas repercussões econômicas.

Acompanhando esses movimentos, as pesquisas sobre o fenômeno turístico se intensificaram, nas últimas décadas, constituindo-se um novo domínio científico que interessa a diversas disciplinas com suas inúmeras possibilidades de abordagem. Constata-se, ainda, que as implicações da prática turística, sobretudo em suas configurações mais recentes, têm atraído antropólogos, historiadores, sociólogos, administradores que estão atentos às questões sobre culturas no mercado turístico.

Dentre as questões postas no cotidiano da prática turística, destacamos a evolução do paradigma dos serviços para o paradigma das experiências (PINE & GIOMORE, 1999), que se traduz na emergência de um novo modelo de turismo, o turismo de experiência, aqui entendido como uma nova estratégia de formatação de produtos e serviços em que o turista passa a ser o protagonista da viagem. Nesse contexto, os planejamentos público e privado direcionam-se para a formatação de produtos, roteiros e serviços turísticos criativos e com apelo emocional, associando os conceitos de imaginário, individualidade, autenticidade, história e percepção multissensorial.

Endereço: Avenida dos Portugueses, 1966 CEB Velho

Bairro: Bloco C, Sala 7, Comitê de Ética

CEP: 65.080-040

UF: MA

Município: SAO LUIS

Telefone: (98)3272-8708

Fax: (98)3272-8708

E-mail: cepufma@ufma.br

Continuação do Parecer: 3.140.382

Considerando que a comercialização das experiências enquanto produto turístico incide na qualidade da visitação e no nível de atratividade e competitividade do destino turístico no mercado, nosso olhar volta-se para o município de São Luís, MA, onde o turismo passa por um processo de reformulação em termos de iniciativas voltadas para o atendimento das novas necessidades da demanda, por meio do surgimento de ofertas turísticas que tomam as dimensões da experiência como elementos-chave de sua concepção. Dentre as iniciativas, destacamos o Sarau Histórico e a Serenata Histórica promovidas pela Secretaria Municipal de Turismo; o passeio de barco pela orla marítima da cidade, iniciativa de agências de receptivo; e o tour integrado entre São Luís, São José de Ribamar e Raposa. O aparecimento de tais ofertas suscitou o seguinte questionamento: os produtos e serviços turísticos comercializados na cidade de São Luís aplicam as dimensões da experiência turística?

A relevância do estudo reside em atender a necessidade de aprofundamento do tema no sentido de contribuir para a construção e consolidação de um referencial teórico-metodológico acerca da temática, tendo em vista que as pesquisas no campo do turismo local são relativamente recentes e se detêm na percepção dos turistas em relação aos produtos consumidos. O presente estudo envereda por uma análise das estratégias adotadas pelos prestadores de serviços na concepção dos produtos turísticos comercializados em São Luís, perpassando pelo planejamento turístico, marketing de destinos, criatividade e desenvolvimento local e pretende disponibilizar um estudo abrangente que pode referendar novas reflexões, assim como aprimorar os produtos e serviços locais, inter-relacionando os elementos de criatividade, inovação, experiência e emoções.

Objetivo da Pesquisa:

OBJETIVOS E METAS A SEREM ALCANÇADOS

GERAL

Verificar se há aplicação das dimensões da experiência turística aos produtos e serviços turísticos comercializados na cidade de São Luís, MA.

ESPECÍFICOS

Entender o contexto que possibilitou o surgimento de novas formas de produção e consumo dos produtos turísticos;

Compreender a experiência como fator de atratividade dos destinos turísticos;

Identificar os produtos e serviços oferecidos em São Luís-Ma e verificar se e como eles

Endereço: Avenida dos Portugueses, 1966 CEB Velho
Bairro: Bloco C, Sala 7, Comitê de Ética **CEP:** 65.080-040
UF: MA **Município:** SAO LUIS
Telefone: (98)3272-8708 **Fax:** (98)3272-8708 **E-mail:** cepufma@ufma.br

Continuação do Parecer: 3.140.382

aplicam as dimensões do turismo de experiência.

OBJETIVOS METAS

- Identificar se há aplicação das dimensões da experiência turística aos produtos e serviços turísticos comercializados na cidade de São Luís, MA.
- Ampliar o conhecimento do Trade Turístico de São Luís em relação a turismo e experiencia turística.
- Entender o contexto que possibilitou o surgimento de novas formas de produção e consumo dos produtos turísticos;
- Compreender a experiência como fator de atratividade dos destinos turísticos;
- Participar de 04 eventos durante o período em que for bolsista produtividade para discutir as novas formas de produção e consumo dos produtos turísticos;
- Orientar pelo menos 03 alunos de graduação e 01 de pós-graduação sobre temáticas relacionadas ao tema da pesquisa.
- Identificar os produtos e serviços oferecidos em São Luís/Ma e verificar se e como eles aplicam as dimensões do turismo de experiência.
- Elaborar uma grade com os principais produtos e serviços turísticos apresentados relacionando as dimensões do turismo de experiência.
- Promover um encontro com responsáveis (gestores da administração pública municipal e estadual) pela execução desses produtos a fim de apresentar os resultados da pesquisa.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

O risco relacionado com sua participação na pesquisa poderá ser no âmbito psicológico, como desconforto frente à presença da pesquisadora durante a entrevista. Contudo, o desenvolvimento deste estudo ocorrerá de forma adequada, visando minimizar a ocorrência de tal desconforto, contando com a formação teórico-prática da pesquisadora na área. Quanto aos riscos físicos, também não haverá possibilidades de ocorrer, visto que a coleta de dados ocorrerá em espaços

Endereço: Avenida dos Portugueses, 1966 CEB Velho
Bairro: Bloco C, Sala 7, Comitê de Ética **CEP:** 65.080-040
UF: MA **Município:** SAO LUIS
Telefone: (98)3272-8708 **Fax:** (98)3272-8708 **E-mail:** cepufma@ufma.br

UFMA - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO MARANHÃO



Continuação do Parecer: 3.140.382

seguros, em espaços públicos/ou escritórios apropriados, na Secretarias de Turismo e Cultura localizadas no município de São Luís. Os participantes terão como benefícios orientações e/ou esclarecimentos a respeito de todo o processo de aplicação dos instrumentos. Caso aceite gostaria que soubesse que será realizada a coleta de dados por meio de aplicação de Entrevistas semiestruturadas. Os resultados serão utilizados exclusivamente para fins científicos, como divulgação em revistas e congressos, em que sua identidade será preservada. Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e o endereço do pesquisador principal, podendo tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação, agora ou a qualquer momento.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa tem méritos e relevância para a área do Turismo e para o Desenvolvimento Econômico e Social do Maranhão.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Os termos de apresentação obrigatória estão bem redigidos em conformidade com o que determina as resoluções da CONEP.

Recomendações:

Não há.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não há pendências.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BASICAS_DO_PROJETO_1287667.pdf	23/01/2019 16:19:01		Aceito
Folha de Rosto	folharostof.pdf	23/01/2019 16:09:07	CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT DE CARVALHO	Aceito
Outros	projeto.pdf	23/01/2019 16:05:01	CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT DE CARVALHO	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	projeto.doc	23/01/2019 16:04:24	CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT DE CARVALHO	Aceito
Declaração de Instituição e	autorizacao.pdf	23/01/2019 00:22:59	CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT	Aceito

Endereço: Avenida dos Portugueses, 1966 CEB Velho

Bairro: Bloco C, Sala 7, Comitê de Ética **CEP:** 65.080-040

UF: MA **Município:** SAO LUIS

Telefone: (98)3272-8708

Fax: (98)3272-8708

E-mail: cepufma@ufma.br

UFMA - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO MARANHÃO



Continuação do Parecer: 3.140.382

Infraestrutura	autorizacao.pdf	23/01/2019 00:22:59	CARVALHO	Aceito
Outros	lattes.pdf	23/01/2019 00:20:41	CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT DE CARVALHO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcle.docx	23/01/2019 00:16:30	CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT DE CARVALHO	Aceito
Orçamento	orcamento.pdf	22/01/2019 13:55:54	CONCEIÇÃO DE MARIA BELFORT DE CARVALHO	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

SAO LUIS, 11 de Fevereiro de 2019

Assinado por:
FRANCISCO NAVARRO
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida dos Portugueses, 1966 CEB Velho
Bairro: Bloco C, Sala 7, Comitê de Ética **CEP:** 65.080-040
UF: MA **Município:** SAO LUIS
Telefone: (98)3272-8708 **Fax:** (98)3272-8708 **E-mail:** cepufma@ufma.br