



A Visão dos Lojistas do Mercado Central de Pelotas acerca da Hospitalidade e a Realização do Evento “Samba no Mercado”

Andrey de Soares Gomes Junior
Jéssica Viana Peres
Leonardo Reichert
Vanessa Conceição Rezende

Resumo: O Mercado Central é um dos principais patrimônios públicos do município de Pelotas/RS. Como alternativa para fomentar a atividade turística, vem sendo desenvolvido no local o evento “Samba no Mercado”, que conta com a presença de um público variado. Tendo isso em vista, o presente artigo busca identificar a visão dos lojistas do Mercado Central de Pelotas acerca da hospitalidade e da realização deste evento. Para tanto, foi realizada uma visita *in loco*, com a disponibilização de um questionário contendo perguntas referentes a esta temática. A partir deste estudo, verificou-se que, no geral, os lojistas acreditam que o evento “Samba no Mercado” colabora com a revitalização do Mercado Central de Pelotas e pode contribuir para o fomento do turismo no município.

Palavras-chave: Mercado Central de Pelotas; Hospitalidade; “Samba no Mercado”; Lojistas.

Abstract: Mercado Central is one of the main public patrimonies in the city of Pelotas/RS. As an alternative to increase tourist activity, the "Samba no Mercado" event has developed in the place, with presence of a varied public. In this view, this article identify the vision of the sellers of the Mercado Central de Pelotas about the hospitality and the accomplishment of this event. Thus, an *in loco* visit was carried out, where was realized a questionnaire containing questions related to this theme. From this study, it have evidenced, generally, the sellers believe in the success of event "Samba no Mercado" collaborating with the revitalization of the Pelotas Central Market and can contribute to the promotion of tourism in the municipality.

Key-Words: Mercado Central de Pelotas; Hospitality; “Samba no Mercado”; Sellers.

Introdução

O Mercado Central é um dos principais patrimônios públicos do município de Pelotas, Rio Grande do Sul. Localizado no centro urbano da cidade é considerado um atrativo entre os visitantes da região turística Costa Doce. Apesar das reformulações, o prédio mantém as mesmas características da sua construção no século XIX. A principal reforma ocorreu entre os anos de 1911 e 1914, onde foi introduzida uma armação de ferro importada da Alemanha. Inspirada na Torre Eiffel, a torre de ferro é hoje uma das principais características do Mercado Central (PELOTAS, 2017).

Atualmente, após o processo de revitalização iniciado em 2008, o Mercado possui características que se assemelham a um centro comercial. Contando com 36 bancas internas e externas, possui empreendimentos de vários segmentos. Entre as bancas internas destacam-se empreendimentos de vestuário, estética, lojas de doces, entre outros. Já na parte externa estão

28,29 e 30 de junho de 2017
Foz do Iguaçu – Paraná - Brasil

localizados, além dos serviços de barbearia, empreendimentos voltados especificamente para a gastronomia como restaurantes, lancherias e bares com música ao vivo.

Como alternativa para fomentar a atividade turística no Mercado Central vem sido desenvolvido o evento “Samba no Mercado”, uma roda de samba promovida todos os sábados das 18h às 21h, contando com a presença de um público variado.

Para receber bem o visitante, compreender o conceito de hospitalidade é de suma importância no desenvolvimento da atividade turística, especialmente, neste caso, no Mercado Central de Pelotas, objeto deste estudo. Baptista (2002) define a hospitalidade como um encontro interpessoal marcado pela atitude de acolhimento em relação ao outro. A autora afirma ainda que a hospitalidade deve abarcar o próximo, seja este um vizinho ou até um desconhecido, e não ficar restrita apenas à disponibilidade para receber o turista.

O presente artigo busca identificar a visão dos lojistas do Mercado Central de Pelotas acerca da hospitalidade e da realização do evento “Samba no Mercado”. Para tanto, foi realizada uma visita *in loco*, com a disponibilização de um questionário contendo perguntas referentes a esta temática. A partir da análise deste questionário podem-se tecer algumas considerações acerca desta temática, sob a perspectiva dos lojistas do Mercado Central.

Hospitalidade e o Turismo

De acordo com a OMT – Organização Mundial do Turismo (2001), o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo. Barreto (2003), neste sentido, afirma que Turismo é tanto o ato praticado pelos turistas, quanto o sistema comercial montado para trasladá-los, hospedá-los e entretê-los. A autora afirma ainda que todos os serviços prestados neste sistema estão relacionados a uma série de relações comerciais, políticas e sociais que acontecem a partir desse ato praticado pelo turista. Desta forma, se faz necessário compreender os processos que



envolvem a atividade turística, bem como estudá-los, pois através do conhecimento gerado pela produção científica será possível humanizar uma atividade muitas vezes associada apenas ao viés econômico.

A hospitalidade turística é uma manifestação carregada de aspectos importantes, denotando a complexidade do fenômeno turístico. Logo, jamais poderia estar desvinculada deste fenômeno, pois se trata de uma peça indissociável do desenvolvimento e diferencial turístico de qualquer região (PLENTZ, 2007).

Para Gotman (2001), a hospitalidade é o ato de acolher e prestar serviços a alguém que por qualquer motivo esteja fora de seu local de domicílio, envolvendo duas partes: a que visita e a que é visitada. A hospitalidade, do ponto de vista do visitado, é um processo marcado por três momentos distintos: boas vindas, atendimento durante a estada e despedida.

Já, Grinover (2007, 2009) teoriza sobre a hospitalidade como a relação entre hóspedes e instituições, pessoas e organizações integradas em um sistema de natureza institucional, pública, privada ou familiar. Por sua vez, (DALPIAZ et al., 2012) afirma que a hospitalidade evidencia-se muito mais ampla do que se costuma imaginar, pois, deve estar presente em todas as atividades relacionadas com o turismo. Segundo estes autores, a hospitalidade deve estar presente desde a facilitação (ingresso, permanência e saída dos visitantes), o desenvolvimento da infraestrutura (rodovias, aeroportos, saneamento, energia), os transportes e comunicações (terrestres, aéreos, marítimos, fluvial e telecomunicações), a educação e capacitação (formação de recursos humanos para o setor em níveis distintos) e prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes e similares, diversão e entretenimento, agências de viagens e locadoras).

Sendo assim, a partir do exposto, verifica-se que é de suma importância para o Turismo e a Hospitalidade, compreender seus conceitos e aplicações bem como primar pela capacitação dos profissionais que fazem parte dessa cadeia, para que se qualifiquem, visando atender a satisfação das necessidades e dos desejos dos visitantes, a partir da prestação de seus serviços.

O Mercado Central de Pelotas e o Evento “Samba no Mercado”

O Mercado Central de Pelotas se destaca entre os principais pontos turísticos do município. A principal motivação dos visitantes do Mercado, além da gastronomia¹ e dos bares ali presentes, está relacionada com a realização de eventos culturais públicos no local.

A seguir será brevemente apresentada a história do Mercado Central. Segundo Bruno (2010), em junho de 1839, o jurista fluminense Saturnino de Souza e Oliveira Coutinho observou que não existia Mercados Públicos nas cidades do Rio Grande do Sul imperial, surpreendendo-se especialmente com Porto Alegre e Rio Grande. Após esta constatação, ele ordenou a construção do Mercado Público de Porto Alegre entre os anos de 1842 e 1844. Alguns anos depois, em 1946, o presidente da Província de Rio Grande de São Pedro, Patrício José Correia da Câmara, autorizou a construção da Praça do Mercado na cidade de Pelotas.

No entanto, até sua concretização, a Câmara Municipal de Pelotas acabou enfrentando dificuldades para encontrar empreiteiros interessados em edificar e explorar a construção. Desta forma, somente entre os anos de 1849 e 1953, com a planta da obra tirada por Roberto Offer, a Praça do Mercado Central de Pelotas foi construída. O projeto apresentava um prédio quadrado com acesso pelas esquinas. Além do espaço para os lojistas, o pátio era destinado ao comércio informal e no centro havia a torre do relógio, de material, com abóbada e mirante (PELOTAS, 2017; MONQUELAT, 2017).

No período entre 1911 e 1914, o Mercado sofreu uma reformulação profunda em termos de plantas e fachadas, obras dirigidas pelo engenheiro Manoel Itaqui. As principais mudanças estão relacionadas com a introdução da nova torre do relógio e o farol de ferro, importados de Hamburgo, na Alemanha, fazendo uma alusão a Torre Eiffel. Outra mudança significativa teve relação com os acessos, que inicialmente se davam pelas esquinas e nesta reformulação foram centralizados nas fachadas. O prédio também recebe

¹ Destaca-se que no Mercado Central, além de restaurantes e bares, estão localizadas lojas de Doces Tradicionais de Pelotas.

platibanda, arcabouço central apoiado em 74 colunas de ferro e ornamentos com guirlandas de flores e frutas em relevo, ao estilo Art-Nouveau (PELOTAS, 2017).

No ano de 1985, o Mercado Central foi tombado pelo Conselho Municipal de Patrimônio Histórico e em 2002, fez parte do rol dos prédios que foram contemplados com recursos do Programa Monumenta² – Ministério da Cultura e Instituto do Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN). Nesta revitalização, que ocorreu entre os anos de 2008 e 2012, as bancas foram requalificadas, a instalação de uma nova cobertura translúcida foi proposta e o pátio e as fachadas foram recuperadas (IPHAN, 2012).

De acordo com Xavier (2016) que estuda a ressignificação social do Mercado Público, antes da reforma, o Mercado possuía corredores menores, bancas e lojas de tamanhos diversos e sem qualquer organização. Além disso, o local apresentava problemas de limpeza e iluminação. Ainda segundo a autora, após a revitalização, houve uma padronização nas bancas do Mercado e os corredores receberam uma aparência mais arejada e renovada. No entanto, com a revitalização do local, os lojistas e ocupantes do Mercado não são mais os mesmos. Também é notório que as classes menos abastadas e as chamadas classes perigosas foram excluídas (prostitutas, mendigos, moradores de rua).

Atualmente o Mercado Central tornou-se um espaço de sociabilidade destinado ao comércio e a gastronomia, bem como atividades culturais e de lazer. Merecem destaque os eventos culturais como “Sexta Black³”, “Clube do Choro⁴”, “Mercado das Pulgas⁵” e “Samba no Mercado”.

Este último, objeto deste estudo, conta com apresentações do Grupo Renascença e Mercado Samba Clube. A tradicional roda de samba é realizada todos os sábados das 18h às 21h, tornando-se uma alternativa para os moradores e visitantes que desejam prestigiar artistas locais, valorizando a

² O Programa Monumenta (IPHAN) trata-se de um projeto de recuperação de bens imóveis em Centros Históricos.

³ Evento de Black Music realizado no Mercado Central.

⁴ Evento de Choro realizado no Mercado Central.

⁵ Feira de bens (antigos ou usados), artesanato, cerâmica, móveis, livros, roupas e coleções diversas.

cultura pelotense. Os resultados, que serão apresentados em seguida, apontam que, embora o “Samba no Mercado” não seja bem visto por todos, a maioria dos lojistas concorda que o evento é benéfico para o desenvolvimento do Mercado Central e da atividade turística.

Metodologia

Este estudo apresenta uma abordagem qualiquantitativa com o objetivo de identificar a visão dos lojistas do Mercado Central de Pelotas acerca da hospitalidade e sua relação com o evento “Samba no Mercado”. Para tanto, foi realizada uma visita *in loco* em 11 de fevereiro de 2017 (dia de realização do evento “Samba no Mercado”). Na oportunidade foi solicitado aos lojistas o preenchimento de um questionário contendo 15 perguntas.

O questionário primeiramente solicitava informações referentes ao perfil do empreendimento (ano de abertura, horário de funcionamento, número de funcionários, entre outras). Em um segundo momento, o questionário utilizou a escala Likert (1932) com o intuito de identificar a opinião dos lojistas sobre a realização do evento no Mercado. A escala utilizada apresentou 5 pontos de avaliação: 1) “discordo totalmente”; 2) “discordo”; 3) “não concordo nem discordo”; 4) “de acordo”; 5) “totalmente de acordo”. Por fim, o questionário abordou a temática da hospitalidade por meio de perguntas abertas, oportunizando uma maior liberdade nas respostas dos empreendedores. O preenchimento dos questionários foi acompanhado pelos pesquisadores, o que facilitou a interpretação dos dados.

A análise dos dados foi realizada por meio da interpretação dos dados coletados com os questionários. Além disso, quando pertinente, utilizaram-se gráficos para ilustrar a opinião dos respondentes.

Análise e Discussão dos Resultados

Para facilitar o entendimento este capítulo foi dividido em três partes: a) Caracterização dos Empreendimentos Participantes; b) Mercado Central de Pelotas e “Samba no Mercado”; c) A Hospitalidade na Prática.



a) Caracterização dos Empreendimentos Participantes

O item “caracterização do empreendimento” coletou informações como: ano de abertura do empreendimento, produtos comercializados, público alvo e faixa etária, horário de funcionamento, número de funcionários e motivação em escolher o Mercado Central como sede. A coleta de dados sobre o perfil do empreendimento se mostrou necessária na medida em que, na maioria dos casos, estas informações não estão dispostas no ambiente virtual. A caracterização do empreendimento também contribuiu para a análise das opiniões emitidas nos questionários.

Atualmente, o Mercado Central de Pelotas conta com serviços e produtos variados. Neste trabalho, buscou-se primar pela variedade de segmentos comerciais das empresas, tendo em vista as diferentes opiniões acerca da temática da hospitalidade. Participaram deste trabalho dez empresas situadas no Mercado Central de Pelotas, as quais não serão identificadas na presente pesquisa. Considerando que o Mercado Central conta com 36 bancas, os empreendimentos pesquisados correspondem a 27,7% do total.

No que tange aos produtos comercializados, das dez empresas participantes, quatro são de Alimentos e Bebidas, oferecendo opções como doces, salgados e bebidas; duas são de artesanato, produzindo lembranças de Pelotas, da região turística da Costa Doce e da Colônia de Pescadores Z3; e quatro são voltadas para serviços comerciais em geral (venda de temperos, produtos para animais domésticos, produtos tradicionalistas do Rio Grande do Sul e produtos fitoterápicos).

O mais antigo dentre os estabelecimentos pesquisados começou suas atividades em 2013. No ano de 2014, três empreendimentos iniciaram suas atividades e mais três empreendimentos em 2015. O empreendedor mais recente abriu seu negócio no ano de 2017. Funcionários de dois estabelecimentos não sabiam ao certo o ano de abertura. O caráter recente de abertura de todos os estabelecimentos pode ser justificado pela requalificação dos serviços ofertados no local após seu restauro, finalizado em 2012. Como já foi abordado por Xavier (2016), juntamente com a revitalização houve uma

ressignificação social do Mercado, alterando o perfil tanto do público quanto dos empreendimentos situados no local.

No que se refere ao público-alvo e sua faixa etária, todos os estabelecimentos alegaram que há uma variação, compreendendo desde crianças até idosos. Tal fato pode demonstrar tanto que o Mercado Central recebe um público diversificado quanto que os entrevistados não têm clareza sobre quem é o seu público-alvo, seja pelo pouco tempo de funcionamento dos empreendimentos ou pela inexistência de estudos específicos.

Já no que diz respeito ao horário de funcionamento, a maioria afirmou iniciar o expediente de trabalho às 9h e finalizar às 19h, sem delimitar o dia da semana que inicia e qual finaliza. Somente um empreendimento citou estar aberto todos os dias da semana. Os estabelecimentos pesquisados contam com até cinco funcionários, o tamanho reduzido das bancas corrobora com este número.

As principais motivações que levaram os empresários a escolher o Mercado Central como sede de seu empreendimento foram: “por ser um ponto turístico/ pelo fluxo turístico”, mencionado seis vezes; “localização”, citada cinco vezes; e “segurança”, lembrada duas vezes. Também foram mencionados os seguintes aspectos: “pelo trânsito de público no local”; “por estar em processo de revitalização”; “por ter tradição”; “visando o futuro, acreditando no crescimento do Mercado” e “visibilidade dos produtos”, todos sendo citados uma única vez. Tal resultado demonstra que os empreendedores escolheram o Mercado Central por se tratar de um lugar com boa visibilidade comercial, pois apresenta boa localização e conta com fluxo turístico. Tal fato reforça a ideia de que desenvolver a hospitalidade seja essencial neste local.

b) Mercado Central de Pelotas e “Samba no Mercado”

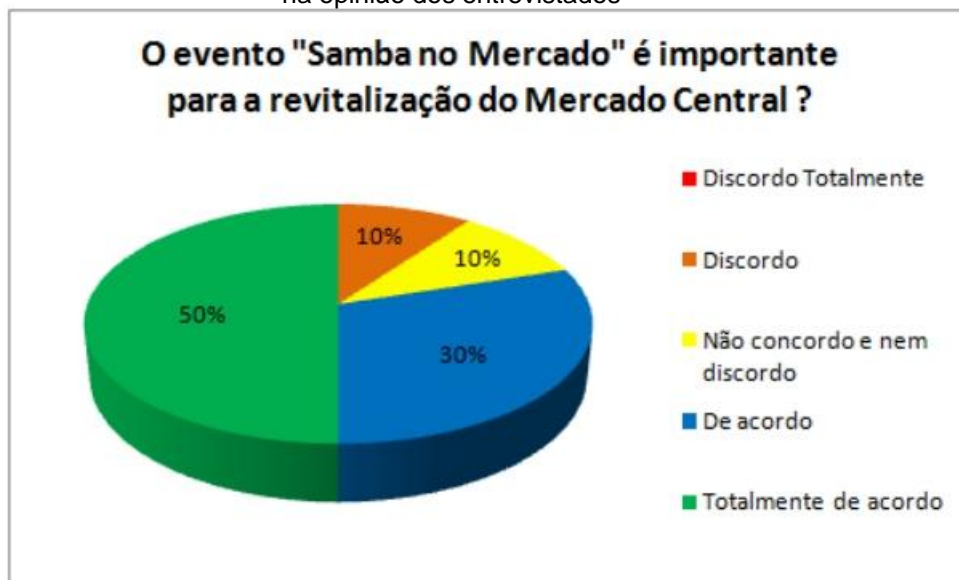
A seguir, serão apresentados aspectos essenciais à hospitalidade e ao bem receber do turista, bem como a ligação existente entre o Mercado Central, o evento “Samba no Mercado” e a atividade turística em sí. Neste sentido, tais questões foram formuladas com o auxílio de uma escala do tipo Likert, onde as



opções de respostas variam entre 1) “Discordo totalmente” e 5) “Totalmente de acordo”.

Primeiramente, questionou-se se o evento “Samba no Mercado” é importante na revitalização do Mercado Central de Pelotas. A maioria (80%) concorda que o evento contribui para a revitalização do Mercado Central (Figura 1). Apenas um participante discordou e um manteve-se neutro na questão. Os resultados desta questão são reforçados pelas respostas das duas perguntas seguintes. Nas questões a seguir os resultados confirmam que há um aumento no fluxo de visitantes, e ainda, que há o fortalecimento da visitação no Mercado e da atividade turística em si.

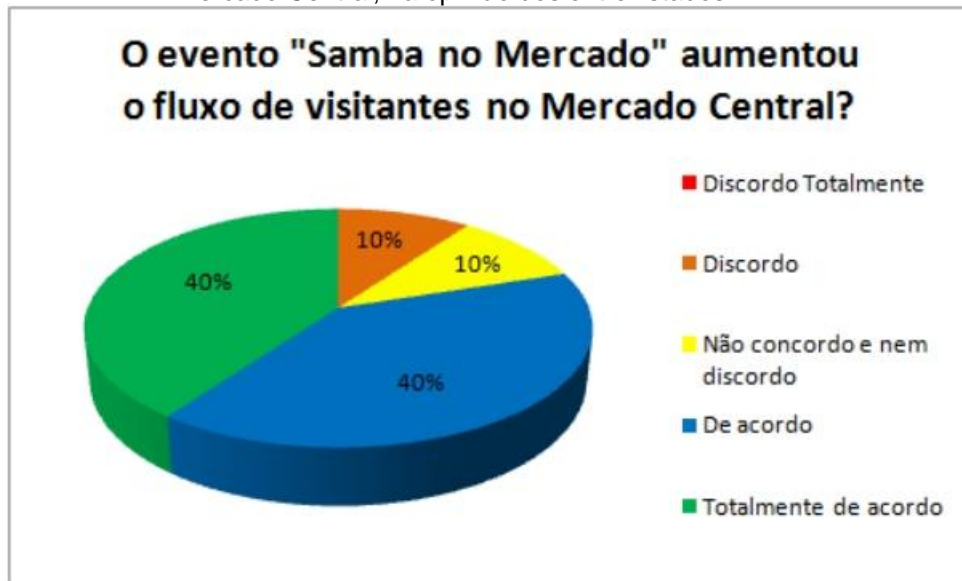
Figura 1. Relação do evento “Samba no Mercado” com a revitalização do Mercado Central, na opinião dos entrevistados



Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

No que se refere ao fluxo de visitantes no Mercado Central, foi questionado se os participantes percebiam um aumento desde o início do evento “Samba no Mercado”. Sobre tal fato, a maioria (80%), percebe o aumento do fluxo de visitantes, enquanto uma pessoa se manteve neutra e outra discordou do aumento de visitantes (Figura 2).

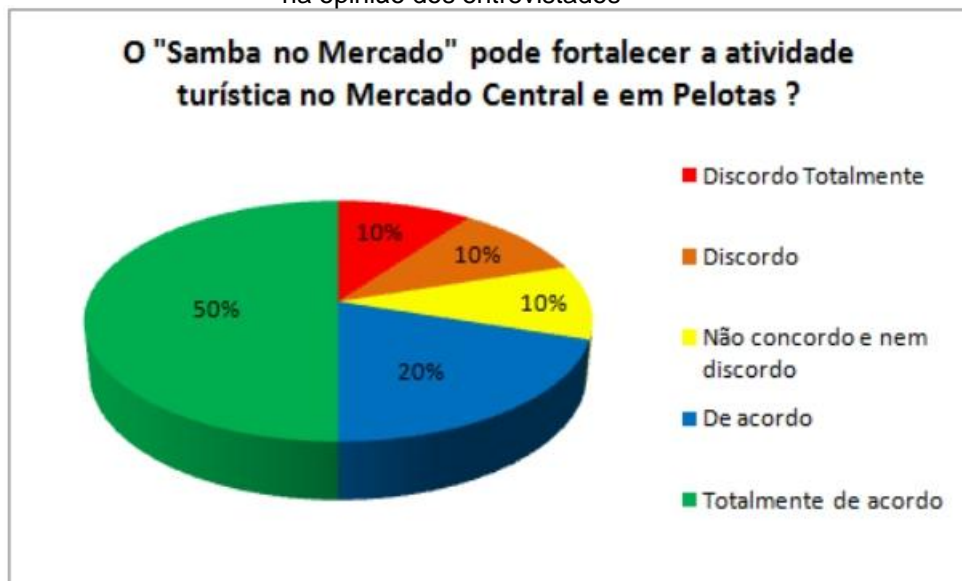
Figura 2. Relação do evento “Samba no Mercado” com o aumento do fluxo de visitantes do Mercado Central, na opinião dos entrevistados



Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

Já, quando questionado “você acredita que o evento possa fortalecer a visitação ao Mercado Central e a atividade turística em Pelotas?”, a maioria dos respondentes (70%) afirma estar de acordo ou totalmente de acordo, ou seja, a maioria acredita que o evento extrapola a importância cultural e ganha importância turística (Figura 3).

Figura 3. Relação do evento “Samba no Mercado” com o fortalecimento da atividade turística, na opinião dos entrevistados



Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

Outro aspecto levantado foi se os participantes consideravam o Mercado Central como parte da identidade cultural de Pelotas. Neste sentido, percebe-se que todos consideram o Mercado Central como um símbolo que representa o município de Pelotas. Dos dez estabelecimentos participantes, oito (80%) estão totalmente de acordo e dois (20%) de acordo (Figura 4). Evidencia-se que o município de Pelotas é reconhecido não apenas por seus doces, mas também pela pluralidade cultural existente no Mercado Central, um dos seus principais atrativos turísticos.

Figura 4. Opinião dos entrevistados sobre a importância cultural do Mercado Central de Pelotas



Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

Pode-se perceber, pelos resultados apresentados até então, que Mercado Central de Pelotas, na opinião dos respondentes, é um dos principais locais da cidade em se tratando da realização de eventos culturais. Além disso, no geral, os lojistas acreditam que o “Samba no Mercado” está contribuindo com o processo de revitalização do Mercado, com o aumento do fluxo de visitantes e com o fortalecimento da atividade turística em Pelotas.

Embora seja essa a opinião da maioria, em um contato direto com os entrevistados pôde-se perceber que o “Samba no Mercado” não é bem visto por todos os lojistas. O evento se torna um empecilho, de acordo com alguns respondentes, para os empreendimentos que precisam de silêncio para melhor atender seus clientes. Alguns destes lojistas assinalaram ainda que, se sentem

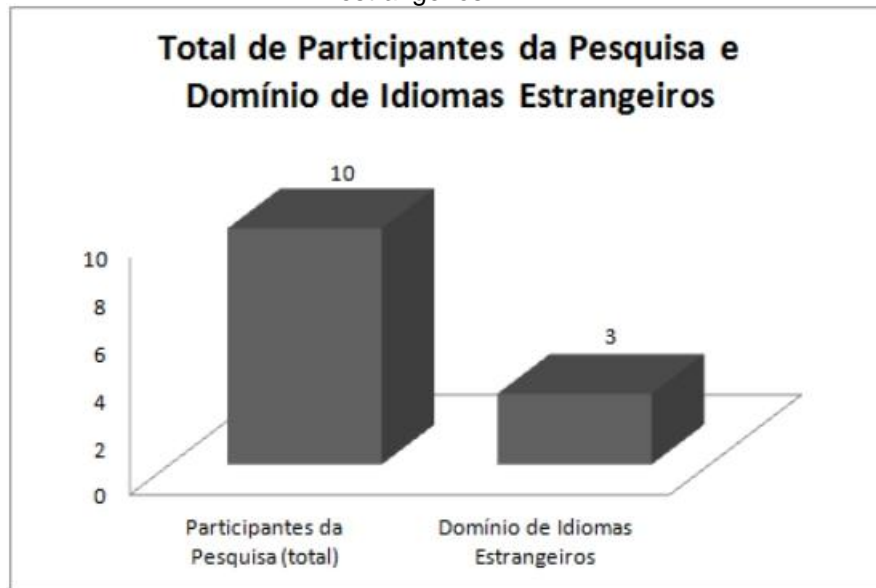


inseguros com a vinda de “estranhos”. Mas afinal, quem seriam estes “estranhos”? Turistas? Cidadãos de classes menos abastadas? A atividade turística, mais que uma atividade econômica, deve primar pela igualdade social, cidadania e garantia dos direitos dos indivíduos. Sobre o viés da hospitalidade, a acolhida ao visitante/turista e até mesmo à comunidade local deve ser realizada com respeito, zelo, educação e empatia. Então, não podemos admitir que os empreendedores escolham as pessoas as quais desejam dar assistência.

c) A Hospitalidade na Prática

A seguir, serão apresentados aspectos essenciais à prática da hospitalidade nos empreendimentos pesquisados. Em se tratando de empreendimentos turísticos, é importante aprender línguas estrangeiras para melhor receber o visitante. Além disso, no âmbito gastronômico, é importante primar pequenos detalhes como o cardápio em outros idiomas. Deste modo, questionamos se os colaboradores dominavam línguas estrangeiras e/ou se possuíam cardápio em língua estrangeira. O resultado demonstra que dos dez participantes, apenas três (30%) já dominam outro idioma (Figura 5). Entre aqueles que utilizam cardápios, apenas um possui cardápio em língua inglesa, ou seja, há um déficit no diz respeito a um requisito tão importante.

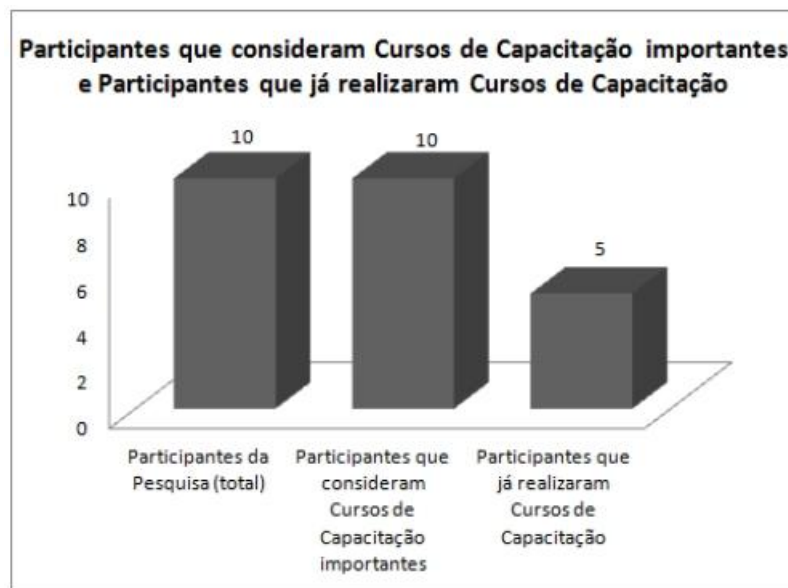
Figura 5. Comparação entre o total de pesquisados e os pesquisados que dominam idiomas estrangeiros



Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

Sabe-se que outro aspecto importante no processo de bem receber, são os cursos de capacitação profissional. Quando questionados se consideravam importante fazer cursos de capacitação e logo, em seguida se havia feito algum, no intuito de melhor atender o visitante, as respostas foram divergentes. Apesar de todos considerarem importante se capacitarem, apenas metade dos participantes já realizaram algum curso de aperfeiçoamento (Figura 6). Logo, percebe-se que há uma distância considerável entre “achar importante” e de fato qualificar-se.

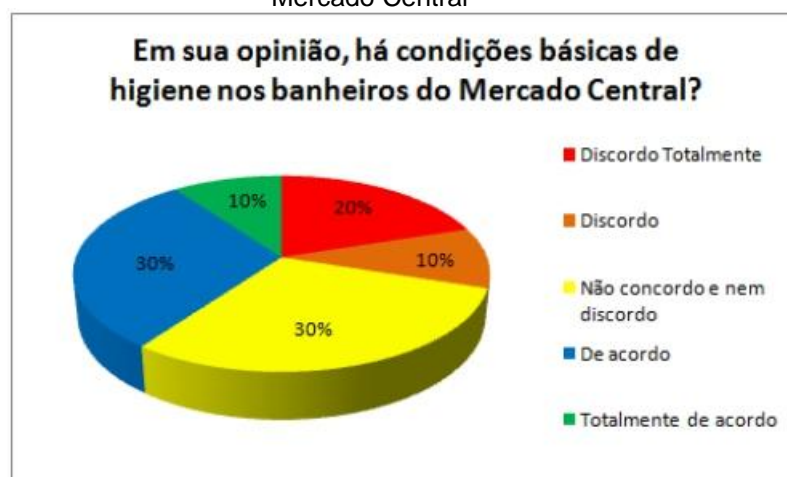
Figura 6. Comparação entre os participantes que consideram Cursos de Capacitação importantes e participantes que já realizaram Cursos de Capacitação



Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

O questionário também abordou se havia condições básicas de higiene nos banheiros do Mercado Público⁶. Nesse aspecto, os empreendimentos participantes se mostraram divididos, não havendo uma consonância sobre este assunto (Figura 7). No entanto, quando perguntados se acreditavam que era importante ter condições básicas de higiene, todos unanimemente concordaram que é essencial ter condições básicas de higiene.

Figura 7. Opinião dos pesquisados sobre as condições básicas de higiene nos banheiros do Mercado Central



Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

⁶ Esta questão se mostrou importante na medida em que as bancas do Mercado Central não possuem banheiros e os lojistas e visitantes utilizam os banheiros públicos do Mercado, quando necessário.

As perguntas finais eram abertas e estavam diretamente ligadas com a prática da hospitalidade e a forma como os estabelecimentos participantes pensam e agem diante desta temática. Deste modo, questionou-se: “para você, o que é hospitalidade? Você se considera hospitaleiro?” Quanto a essa questão, todos afirmaram se considerar hospitaleiros e vários participantes mencionaram o bem receber e a atenção com o visitante/turista; relacionaram também a hospitalidade à simpatia, empatia e educação. Um estabelecimento participante citou uma tradição gaúcha envolvida no ato da hospitalidade, segundo ele “o simples ato de oferecer água para o chimarrão é uma atitude hospitaleira”. Apesar de todos participantes traçarem aspectos essenciais à hospitalidade, percebe-se que estes não levam em conta o fato de que a hospitalidade não está relacionada apenas com a postura pessoal de cada um, e sim com o todo, englobando, por exemplo, a infraestrutura e os sistemas de atendimento.

Perguntou-se também se os participantes acreditavam que receber bem o visitante influencia no retorno do mesmo e por qual razão. Apenas um participante alegou não influenciar. Neste sentido, a grande maioria acredita nesta influência e no fato de que ao ser bem recebido o visitante volta e ainda contribuí com o marketing da empresa, indicando-a para amigos e familiares.

Quanto às atitudes essenciais para o bem receber do visitante foram mencionadas as seguintes respostas: manter o ambiente limpo, higienizado; ter conhecimento acerca dos produtos que vende; qualidade dos produtos; educação; empatia; honestidade; estar preparado para prestar informação turística e ter material turístico disponível. Todos os participantes da pesquisa afirmaram aplicar estas atitudes no dia-a-dia da empresa. De maneira geral, percebe-se que todos os estabelecimentos querem sustentar o rótulo de “hospitaleiros”, no entanto percebe-se que na prática, ainda há muito a ser melhorado.



Considerações Finais

Ainda que o “Samba no Mercado” não seja aceito de maneira unanime, a presente pesquisa evidenciou que, na opinião dos entrevistados, o evento contribui com o aumento da visitação e colabora com a revitalização do Mercado Central. No geral, os lojistas acreditam que o evento pode fomentar a atividade turística no Mercado Central de Pelotas. Cabe destacar que todos os entrevistados concordam que o Mercado representa a identidade cultural de Pelotas, ou seja, percebem a importância histórico-cultural deste patrimônio para a comunidade pelotense e para o turismo do município.

Ainda, verificou-se que predomina, entre estes lojistas, uma visão limitada sobre o conceito de hospitalidade, associando-o apenas a características como simpatia e bom atendimento. Considerando a atuação recente dos empreendimentos, nota-se um esforço para atender o turista de maneira qualificada por meio de cursos de capacitação profissional. Um dado preocupante, em se tratando de turismo, é o baixo índice de fluência em línguas estrangeiras entre os entrevistados.

O presente estudo indica que a realização do evento é benéfica ao desenvolvimento turístico de Pelotas. A maioria dos entrevistados entende que o “Samba no Mercado” pode ser utilizado como uma atração turística, promovendo dinamismo às atividades do Mercado Central e valorizando a cultura de Pelotas.

A partir da realização deste trabalho, acredita-se na importância de estudos complementares que abordem a opinião da comunidade local, dos visitantes e do poder público acerca desta temática. Ainda, sugere-se a realização de projetos que auxiliem os lojistas a compreender a hospitalidade e sua importância no desenvolvimento do turismo, contribuindo para a oferta de serviços mais humanos e qualificados ao visitante.



Referências

BAPTISTA I. Lugares de hospitalidade. In DIAS, C. (ORG) **Hospitalidade, reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

BARRETTO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Papirus Editora, 2003.

BRUNO, G. **Mercado Central de Pelotas**: A permanência no lugar de consumo. 2010. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural) Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas. Pelotas, 2010.

DALPIAZ, R. C. C.; et. al. **A hospitalidade no turismo**: o bem receber. Caxias do Sul, 2012. Disponível em <http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-ebemreceber.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2017.

GOTMAN, Anne. **Le sens de l'hospitalité**. Paris: Presses Universitaires de France, 2001.

GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

GRINOVER, L. A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. **Revista Hospitalidade**, v.6, n.1, p.04-16, 2009.

IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Programa Monumenta reinaugura o Mercado Público de Pelotas – RS**. Disponível em <<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/741/programamonumentareinaugura-o-mercado-publico-de-pelotas-%E2%80%93-rs>>. Acesso em: 28 abr. 2017.



LIKERT, R. **A technique for the measurement of attitudes**. Archives of Psychology, n. 140, p. 1-50, 1932.

MONQUELAT, A. F. **O ato de criação do Mercado Central de Pelotas e outros atos**. Pelotas de Ontem. Disponível em <<http://pelotasdeontem.blogspot.com.br/2017/03/o-ato-de-criacao-do-mercado-central-de.html>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

OMT. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PELOTAS. **Mercado Central de Pelotas**. Site institucional da Prefeitura Municipal de Pelotas. Disponível em <http://www.pelotas.com.br/cidade_atracoes/pelotas_atracoes_mercado.htm>. Acesso em: 28 abr. 2017.

PLENTZ, Renata Soares. **Dialética da Hospitalidade**: caminhos para a humanização. 2007. 208 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa, UCS, Caxias do Sul, 2007.

XAVIER, Ana Estela Vaz. A Revitalização do Mercado Público de Pelotas e Sua Ressignificação Social. **RELACult – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade**, v.2, edição especial, p. 72-89, 2016.