TURISMO E PLANEJAMENTO: ANÁLISE COMPARATIVA SOBRE O MOSTEIRO DA RESSURREIÇÃO EM PONTA GROSSA-PR E O MOSTEIRO DE SÃO BENTO EM SÃO PAULO-SP

Paulo Afonso Pinheiro[1]

Gianini Sother Pucci[2]

Luiz Fernando De Souza[3]

RESUMO

Como uma atividade que está em contínuo crescimento, o turismo tem a finalidade de gerar renda e experiências. Então leva-se em consideração a variada segmentação turística, como por exemplo, o turismo religioso, que provém de lugares ou regiões que despertam a fé das pessoas, fazendo com que haja o deslocamento das mesmas. Como toda atividade, o turismo também necessita de um planejamento prévio para que ocorra o seu desenvolvimento. Nesse planejamento devemos considerar a infraestrutura que deve satisfazer e suprir as necessidades da demanda, compondo os atributos dos atrativos que são destacados como o fator principal do produto turístico. Sendo assim, realizou-se uma análise de dois mosteiros, destacando sua atratividade, história, infraestrutura e a questão mercadológica. Entretanto são questões simples que podem fazer a diferença para o turismo, como por exemplo, o acesso ao atrativo. A integração dos fatores positivos e negativos dos mosteiros como atrativos foi a base do planejamento desta análise comparativa. Sendo assim, deve-se ressaltar que o planejamento é fundamental para a atividade turística, capaz de fomentar essa atividade gerando renda para cidade e agregando valores aos atrativos visitados, equilibrando o conforto e a segurança procurados pelos turistas com o fator motivacional da espiritualidade presente nestes mosteiros.

Palavras-chave: Turismo. Planejamento. Mosteiro.

ABSTRACT

As an activity that is continuously growing, tourism has the purpose of generating income and experiences. So it takes into account the varied tourist segmentation, such as religious tourism, which comes from places or regions that awaken people's

[1] Graduando na Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG. E-mail: pauloafonsopinheiro@hotmail.com.

[2] Graduanda na Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG. E-mail: gianini_lp@hotmail.com.

[3] Doutorando na Universidade de Málaga – UMA. E-mail: luizfersouza@uol.com.

faith, so that there is the displacement of them. Like any activity, tourism also requires prior planning for development to occur. This planning must consider the infrastructure that must satisfy and feed the needs of the demand, compounding the attributes of the attractions that are highlighted as the main factor of the tourism product. Therefore, has carried out an analysis of two monasteries, highlighting their attractiveness, history, infrastructure and marketing question. Although, there are simple questions that can make de difference for the tourism, for example, the access to the attraction. The integrative of positive and negative factors was the base for the planning to this comparative analysis. Thus,it should be emphasized that planning is essential to tourism, being able to promote this activity generating income for the city and adding value to the attractions visited, balancing the comfort and security sought by the tourists with the spirituality that we can find in these monasteries.

Keywords: Tourism. Planning. Monastery.

Introdução

Como uma das atividades que mais cresce no mercado, o turismo tem a finalidade de gerar renda para aqueles que prestam serviços e proporcionar descanso e experiências únicas para aqueles que viajam. Para melhor se desenvolver e atender as expectativas dos clientes, o turismo foi dividido em variadas segmentações como: Turismo em Áreas Naturais, Turismo de Negócios e Eventos e Turismo Religioso, entre outras. Mas como toda e qualquer outra, esta atividade, necessita de um planejamento prévio com o objetivo de "promover mudanças que atuem como alavancas do desenvolvimento" (MOLINA, 2001).

Inicialmente deve-se conhecer a infraestrutura do local, de modo que isso possa influenciar na motivação e decisão do turista a visitar uma determinada localidade. A infraestrutura turística, que "é o conjunto de bens e serviços que estão a disposição do turista, como parte integrante, fundamental ou acessória, do fenômeno turístico" (BARRETTO, 1996. p.52), compõem o produto turístico, sendo necessário um planejamento, dando suporte para que os equipamentos e serviços sejam de qualidade e possam garantir a satisfação da demanda. Por isso,

> Um planejador não pode trabalhar na base do método empírico, 'vamos fazer e ver no que vai dar'; antes de fazer é preciso um estudo aprofundado

> de todo o contexto presente, da conjuntura sócio-econômica em que o planejamento está inserido, assim como do próprio planejador. (BARRETTO, M., 1996. p.14)

Deve-se ter conhecimento da infraestrutura, e também do espaço delimitado onde há a distribuição desses equipamentos que fazem parte do consumo da atividade turística. Segundo Boullón (2002, p.79), espaço turístico:

> é conseqüência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infra-estrutura turísticas, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país.

Destaca-se então de um dos produtos intrínsecos dessa atividade que são os atrativos turísticos que por sua vez são:

> Locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. (Ministério do Turismo, 2006).

Pode-se dizer então que os atrativos são os principais produtos do turismo, responsáveis pelo fluxo turístico de cada localidade. Ressalta-se a importância histórica e cultural de cada um desses atrativos, que de forma diversificada atraem pessoas. Diante dessa questão, esses atrativos podem ser naturais, que representam uma característica geomorfológica especifíca de grande relevância para cada região, ou culturais que apresentam a variada representatividade de heranças históricas deixadas por imigrantes ou de alguma manifestação cultural expressiva.

Um exemplo de atratividade cultural e religioso são os mosteiros espalhados pelo mundo. Este é o tema que será abordado no artigo, apresentando as questões históricas, infraestrutura e planejamento da atividade turística nos mesmos.

Para fazer a análise e projeção da atividade turística, a teoria nos coloca em contato com inúmeros modelos de planejamento turístico, sendo: Laws - Enfoque Econômico; Mill & Morrison – Enfoque no Produto; Boullón - se baseia na relação da oferta e da demanda; Vera - Enfoque Espacial; Beni - Enfoque no Mercado, Poon - Enfoque na Produção; Pasolp – Enfoque no Produto, entre outros.

Este estudo também se dá com base no modelo de planejamento de VERA (1997) que nos mostra a visão do global com ação no local, conforme aquilo que está dentro de um ambiente, seja ele natural, rural, litoral ou urbano que é o caso desta contextualização. O autor segmenta seus produtos conforme suas especificidades, disponibilizando assim as temáticas turísticas, como Ecoturismo, Turismo Histórico/ Cultural, Turismo Religioso que vai abordar as comparações do trabalho, entre outros.

Nota-se então a grande influência que o turista tem diante dessa atividade, devido ao fato do mesmo incrementar a receita gerada pelo turismo e que traz benefícios para a cidade. Devemos levar em consideração a participação da comunidade local, que destaca-se como parte integrante de todo o processo desde a tomada de decisão até a execução do planejamento da atividade turística.

Desta maneira pretende-se visualizar a teoria na prática da atividade turística, possibilitando chegar à um resultado passível de execução para o planejamento da mesma por meio de uma análise sistêmica de território ocupado pelo atrativo. Tendo uma percepção direta da ocupação do espaço, seja peloes aspectos culturais, naturais, bem como da infra estrutura, facilidades e equipamentos que são estruturados para atender os anseios tanto da comunidade local quanto do próspero turista.

Segmentação de Mercado – Os Mosteiros

Conforme Ansarah (1999, p. 19)

> As empresas e os consumidores estão buscando novos caminhos para o mercado turístico, e o que se observa é a segmentação como um dos caminhos escolhidos, destacando-se como ferramenta mais importante a informação a respeito do cliente. Valendo-se dessas informações, torna-se possível segmentar o mercado atendendo aos desejos do cliente com produtos personalizados.

Conforme a autora, a segmentação de mercado é a tendência nos tempos atuais. As pessoas mensuram a compra de conforto e segurança, baseadas nas suas necessidades e desejos com relação há algum produto. O turismo religioso, uma segmentação do turismo que de acordo com Andrade (1971, p.77) é:

> O conjunto de atividades com utilização parcial ou total de equipamentos e visitas a lugares ou regiões que despertam sentimentos místicos ou suscitam a fé, a esperança e a caridade nos fiéis de qualquer tipo ou em pessoas vinculadas a religião.

Os objetos de estudo analisados neste trabalho são Mosteiros, ou seja, estruturas ondem vivem pessoas religiosas com finalidade do contato com Deus. Especificamente neste caso, O Mosteiro da Ressureição, situado em Ponta Grossa – Paraná, e o Mosteiro de São Bento encontrado em São Paulo – São Paulo, possuem sua rotina e trabalho monástico baseados na história de vida de São Bento. A vida de São Bento contada pelos monges da Abadia da Ressureição:

> “Bento nasceu na Itália, numa pequena cidade chamada Núrsia, no ano de 480. Sua família pertencia à pequena nobreza de proprietários rurais. Antes dos 20 anos de idade foi mandado para Roma, a capital e maior cidade do mundo conhecido de então, a fim de estudar letras. Mas Bento não se adaptou aos ambientes acadêmicos e sociais decadentes que encontrou, sentia necessidade de algo diferente. Partiu novamente para o interior e, depois de algum tempo, retirou-se completamente para "habitar consigo mesmo", na expressão dos "Diálogos" de São Gregório Magno, o mais antigo cronista de sua vida. Procurar a Deus de verdade: esta era a aspiração de Bento. Por isso, na radicalidade de seu espírito jovem e resoluto, confrontou-se com as opções fundamentais do Evangelho: a pobreza, a disponibilidade total a Deus, a escuta e o aprofundamento de sua Palavra. Tornou-se monge. Passou a viver solitariamente numa gruta, em Subiaco (em latim antigo: "sub lacum"). A providência o encaminhou para Monte Cassino, onde permaneceu até o fim da vida e fundou o grande mosteiro que até hoje è venerado como o tronco de todas as casas beneditinas. Lá viveu e escreveu a Regra de vida que guiou o caminho de incontáveis gerações de santos e monges e até hoje orienta nossa vida monástica. Perto de lá sua irmã, Escolástica, deu inicio ao ramo feminino da ordem de São Bento, observando, a mesma Regra por ele estabelecida”. (ABADIA DA RESSURREIÇÃO, s/d.www.abadiadaressurreicao.org/ site/index.php/ saobento/suavida).

Mosteiro da Resurreição

Fundado em 1981 por monges vindos do Mosteiro de São Bento em São Paulo, teve como primeira sede uma propriedade no entorno do Parque Estadual de Vila Velha, e posteriormente em 1997 foi eleito Abadia e passou a estabelecer raízes onde está localizado atualmente, na Rodovia BR 376, a 11,5 km do centro da cidade de Ponta Grossa – PR, seguindo pela Avenida Souza Naves e 14,3 km seguindo pela própria BR. A princípio o mosteiro, localizava-se afastado do perímetro urbano da cidade, porém com o aumento da população, a cidade está cada vez mais se

aproximando do espaço ocupado pelos mesmos. O cotidiano dos monges consiste em trabalho e disciplina, intercalando momentos de oração e trabalhos no plantio, preparo de comidas, bebidas e artesanatos, que se encontram disponíveis em uma loja presente no mosteiro e outra em um prédio comercial no centro da cidade, uma vez que os religiosos não trabalham e não possuem renda para manter a Abadia, as divisas para a sustentação do mosteiro são advindas a venda do trabalho dos monges e doações de pessoas e entidades de classe.

O mosteiro oferece para a comunidade a experiência de uma vida monástica, por meio de retiros espirituais, eles possuem estrutura de hospedagem e alimentação para os retirantes, que podem ficar até cinco dias vivendo um momento de contato com o silêncio e a religião. Esses retiros são previamente agendados com trinta dias de antecedência, os serviços prestados pelos monges não tem um custo fixo, entretanto, quem realiza o retiro pode contribuir para o mantimento da ordem beneditina fazendo doações conforme sua situação financeira.

Figura 1 –Mapa da localização do Mosteiro em Ponta Grossa – PR.

Fonte: Google maps.

Figura 2 – Mosteiro da Ressurreição, Ponta Grossa – PR

Fonte: fotos.itrip.com.br/Hosp_Turismo/2/5/8/4/atracao_4852/33663_gd.jpg

Mosteiro de São Bento

Localizado no Lago de São Bento em São Paulo, o mosteiro encontra-se em um cenário beneditino, fundado há mais de 400 anos, passou a ser um marco de grande influência para a cidade. As terras foram doadas pela Câmara de São Paulo em 1600 aos monges e que segundo a documentação, o local era o mais importante e melhor depois do Colégio. No século XVII as dependências do mosteiro foram melhoras e a igreja ampliada. Está localizado na Avenida Prestes Maia em Santa Efigênia, São Paulo – SP.

A construção atual do mosteiro não é a mesma, já é a quarta construção feita. Com o processo de urbanização que São Paulo sofreu, fez com que a igreja e o mosteiro fossem melhorados nessa fase. Em 1910 a nova igreja e mosteiro foram construídos por um dos melhores arquitetos da Alemanha. Em 1922 a basílica foi consagrada e nessa mesma época foram instalados os sinos e relógio, considerado o mais preciso de São Paulo.

Atualmente o mosteiro possui 45 monges, sendo sua maioria do estado de São Paulo e apenas um monge alemão que veio por ocasião da restauração. O mosteiro ocupa-se do ensino no Colégio e Faculdade de São Bento. Nessa

faculdade que se inaugurou o primeiro curso superior de Filosofia da América Latina. Além do Colégio e Faculdade, o mosteiro também possui uma biblioteca e até padaria que possui um espaço físico e uma loja virtual.

Figura 3 – Mapa da localização do Mosteiro em São Paulo – SP.

Fonte: Google maps.

Figura 4 – Mosteiro de São Bento, São Paulo – SP

Fonte: www.mosteiro.org.br/index.php

Objetivos

O presente artigo tem por objetivo fazer uma comparação por meio de análises feitas a partir de conhecimento sobre localização e infraestrutura dos mosteiros em Ponta Grossa e em São Paulo. Essas análises mostram os pontos fortes e fracos, assim como as oportunidades e ameaças.

Metodologia

A metodologia utilizada foi através de pesquisa bibliográfica e virtual, tendo como objetivo mostrar um pouco da história desses mosteiros que agregam valor a atividade turística.

Resultados

Segundo Kotler (1999), a análise SWOT faz duas avaliações: a interna e externa. Na interna fazem parte aspectos relacionados as características próprias daquilo que está sendo analizado; já na externa são os aspectos que atuam como influenciadores no ambiente do objeto a ser analisado.

Essa integração dos fatores internos e externos faz com que se possa ter uma visão macroambiental da situação de uma empresa ou entidades de classe, seus pontos fortes e fracos, suas oportunidades e ameaças. A partir daí se dá o desenvolvimento de um planejamento com base nos dados que se pode alcançar quando se realiza um estudo baseado no modelo norte americano.

Figura 3 - Análise Swot do Mosteiro da Ressurreição

Fonte: Os autores.

Interligando os fatores internos e externos da análise se chega ao resultado que:

Forças

- A Abadia da Ressurreição de Ponta Grossa é um diferencial de Turismo Religioso na Região dos Campos Gerais;
- Apresenta como produto um serviço extremamente personalizado para o público alvo;
- Está localizada em uma região com uma distância consideravelmente pequena do centro do município;
- Possui uma estrutura ambiental fora da normalidade da cidade, um lugar afastado onde se tem o contato direto com a natureza e com o silêncio.

Fraquezas – neste fator, alguns fatores positivos, também podem ser identificados como negativos.

- Localização, que apesar de ser boa, no transporte público se torna precário para quem deseja visitar o mosteiro;
- Vias de acesso;
- A sinalização turística é quase inexistente;
- Falta de segurança torna-se um agravante com a frequência de assaltos sofridos pelos monges.
- Forma de promoção do mosteiro é bastante simplória e não consegue atingir ao público de forma a convencê-los a conhecer o estabelecimento;
- Falta de entrada de divisas na Abadia, que pode ocasionar a perda da cultura beneditina por falta da propagação da mesma, fomentando a falta de demanda e a não conservação e preservação do ambiente.

Oportunidades - logo, as soluções para alguns desses problemas seria aproveitar as oportunidades que o empreendimento oferece:

- Falta de concorrência, um fator que pode tornar o produto excepcional na região, por meio de um plano estratégico de marketing que garanta a promoção e estabilidade do produto no mercado.
- Formação de parcerias com entidades de classe e outras instituições religiosas, faria com que a entrada e saída de dinheiro tivesse um fluxo maior, gerando mais lucros que possam manter o mosteiro e fazer com que o mesmo consiga terceirizar alguns serviços como o de segurança e vendas dos produtos beneditinos nas lojas, todavia, esses serviços podem ser patrocinados pelos futuros parceiros que o mosteiro como forma de empreendimento – aqui não ligando a questão religiosa - pode ter.

Ameaças – correspondem às hipóteses do possível plano de ação.

- Perda da cultura beneditina seja pela falta de demanda ou massificação da mesma;
- Degradação do ambiente devido à escassez ou excesso de investimentos.

Em comparação com o Mosteiro de São Bento em São Paulo, a tradição beneditina presente na região onde se encontra entidade religiosa, possibilita um maior e fácil acesso de pessoas ao mosteiro.

Por conter essa tradição secular, o estabelecimento é rico em estruturas, que facilitam e impulsionam a visitação do mesmo. Estruturas como livraria, espaço para eventos, padaria especializada, além do funcionamento de uma faculdade, fazem com que o fluxo de pessoas seja inevitável. Outro fator importante é a maneira de se chegar ao mosteiro, possuí metrô ao lado, ônibus param na frente, a segurança está presente com a polícia militar no entrono do espaço.

A forma de promoção via internet ao contrário da Abadia da Ressureição é extremamente precisa e consegue difundir na mente das pessoas a ideologia e funcionamento do local.

Dos fatores analisados em Ponta Grossa, São Paulo não pode desfrutar de um espaço que fuja da correria de uma cidade grande, o mosteiro está localizado em meio a construções que podem ofuscar o brilho do prédio, diferente do outro que apesar de não possuir estruturas suficientes para uma implementação de um plano de ação, permite com que seus visitantes sintam-se ligados ao lugar, sem pensar em buzinas, massificação, entre outras coisas que possam impedir a transmissão dos valores beneditinos.

Considerações Finais

Com as constantes mudanças que o mundo vem sofrendo, nota-se que os sinais de preservação estão aumentando cada vez mais. O turismo é uma atividade que tenta fazer isso, diferentemente daqueles lugares onde há a massificação turística e a falta de planejamento. Tentando mostras essas questões o artigo apresentou uma comparação entre as característica de dois mosteiros beneditinos, um em Ponta Grossa – PR e outro e São Paulo – SP. Pode se observar nessa análise que apesar do Mosteiro São Bento estar localizado no centro da maior cidade brasileira, pode se transformar em um ponto positivo relacionado ao turismo. Já em Ponta Grossa isso se complica devido ao acesso que não possui sinalização, sendo uma ameaça para o fluxo turístico desse atrativo.

São questões simples que são levadas em consideração e que podem fazer uma grande diferença como, o acesso e promoção do atrativo. Entretanto, sendo um atrativo espera-se que o mesmo possua uma infraestrutura adequada para sanar as necessidades do turista, mas não é o que se encontra. Conclui-se então que o estudo aprofundado do local somado a um bom planejamento, pode não só trazer benefícios para a cidade como também satisfazer o turista o que acarretará no fomento da atividade turística na cidade ou região.

Referências

ABADIA DA RESSURREIÇÃO. Disponível em: <http://www.abadiadaressurreicao.org/site/i ndex.php/>. Acesso em: 21 de maio de 2012.

ANDRADE, J.V. **Turismo: Fundamentos e Dimensões.** São Paulo: Pioneiro, 1991, p.77.

ANSARAH, M.G.R. **Turismo: Segmentação de Mercado.** São Paulo: Futura, 1999.

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e Organização em Turismo.** 2ª ed. Campinas, SP: Papirus, 1996.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: Edusc, 2002.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI - Como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Caramelo, 1999.

Ministério do Turismo. **Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa/ Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

MOLINA, Sérgio. **Planejamento integral do Turismo: um enfoque para a América Latina.** Trad. Carlos Valero. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MOSTEIRO DE SÃO BENTO. Disponível em: <www.mosteiro.org.br/>. Acesso em: 21 de maio de 2012.

VERA, Fernando J. et al. **Análisis territorial del turismo**. Madrid: Ariel Geografía, 1997.