

EXPERIÊNCIA E USO DO TEMPO LIVRE NOS ROTEIROS TURÍSTICOS DO PROGRAMA “OLHA! RECIFE”

Rebecca Costa Cisne

Dione de Ribamar Serájo Esteves

Darcilene Santana Guggelberger

RESUMO: Esta investigação tem como objetivo contrastar a proposta do programa “Olha! Recife” às experiências narradas pelos turistas, a fim de analisar os produtos à luz da roteirização tradicional e pós-moderna. Os dados foram coletados através da participação em 08 roteiros, sendo 04 da modalidade a pé e 04 da modalidade de ônibus, no período de 08 de novembro de 2015 a 13 de março de 2016. Como instrumento para coletadas de dados, utilizou-se entrevista estruturada em grupo focal com os participantes do programa. Os dados revelam que o programa atinge o objetivo proposto de proporcionar lazer à população, sensibilizá-los quanto à vocação turística da cidade de Recife, elevar o sentimento de pertencimento à cidade e promover novas posturas sociais. Apesar disso, os roteiros não geram uma experiência marcante para os turistas, sendo os roteiros desenvolvidos sob a perspectiva de roteirização tradicional.

Palavras-chave: Roteiro Turístico; Experiência; Turista Cidadão; Programa “Olha! Recife”.

ABSTRACT: This research aims to contrast the proposal of “Olha! Recife” program to the experiences narrated by the tourist, aiming to analyze its products in light of traditional and post-modern itinerary process. The data were collected through the participation into 08 itineraries tours (04 by bus and 04 on foot) within November 08th, 2015 and March 13th, 2016. To collect the data we used group interview with the tourists. The data shows that the program reaches its objective: to give the population leisure options, sensitize them about the city tourist potential, increase the belonging feeling to the city and to promote new social postures. Despite all of this, the itinerary do not give the opportunity to gather remarkable experiences for the tourists, plus they are developed under a traditional perspective.

Keywords: Itinerary Tour; Experience; Citizen Tourist; “Olha! Recife” Program.

1 INTRODUÇÃO

Este estudo emerge de questionamentos sobre temas multidisciplinares do turismo: experiência, roteirização, lazer e turismo cidadão. Algumas hipóteses preliminares nortearam este estudo, dentre as quais destacamos: a) por pensar turismo para o morador da cidade, a prefeitura de Recife pensa Turismo de forma pós-moderna; b) Esse pensamento faz com que seus roteiros turísticos, dispostos no programa “Olha! Recife” sejam qualificados como “roteiros turísticos pós-

modernos”; c) esta classificação faz, portanto, que esses produtos gerem uma experiência marcante, que a qualifique como a experiência para os turistas.

Com base nisso, o presente estudo tem como objetivo contrapor a proposta do programa “Olha! Recife” às experiências narradas pelos turistas, a fim de analisar os produtos dos programas à luz da roteirização tradicional e pós-moderna. A problemática, portanto, se expressa nos seguintes termos: O programa “Olha! Recife” proporciona lazer capaz de gerar experiências marcantes por meio de atividades que caracterize seus produtos enquanto roteiros turísticos pós-modernos?

O programa “Olha! Recife”, vinculado à Secretaria de Turismo e Lazer de Recife, surgiu para sensibilização turística da população da cidade e, assim, consiste em levar à sociedade uma nova oportunidade de lazer, agregada a oportunidade de obter um novo olhar sobre a cidade. Os objetivos do programa são: elevar o sentimento de pertencimento da sociedade e autoestima; e promover novas ideias e posturas sociais de valorização das tradições socioculturais e da vocação turística de Recife.

O programa é integrado por quatro seguimentos: a) “Olha! Recife a Pé”, com 51 roteiros; b) “Olha! Recife de Ônibus”, com 58 roteiros; c) “Olha! Recife do Rio”, com 04 roteiros; e, finalmente, d) “Olha! Recife Pedalando”, com 31 roteiros. Todos os passeios são gratuitos e as inscrições são feitas pelo site do programa. Em todas as modalidades os turistas são acompanhados por um guia de turismo e um funcionário da Secretaria de Turismo, que coordena as atividades do dia.

O corpus desta investigação é composto por 08 roteiros de duas modalidades (a pé e de ônibus) feitos no período de 08 de novembro de 2015 a 13 de março de 2016, conforme ilustra o quadro 01.

QUADRO 01: Cronograma de Visita de Campo

DATA	HORÁRIO	MODALIDADE	TEMA	GRUPO FOCAL
08/11/2015	09:00 – 11:00	A pé	Casa Amarela	05
14/11/2015	14:00 – 17:00	De ônibus	Roteiro Literário: Solano Trindade	06
21/11/2015	14:00 – 17:00	De ônibus	Circuito Afro	04
22/11/2015	09:00 – 11:00	A pé	Recife Afro: Poesias, lutas e canções	07

20/12/2015	09:00 – 11:00	A pé	Cemitério Santo Amaro	04
27/02/2015	13:00 – 15:30	De ônibus	Jardim Botânico	07
28/02/2015	09:00 – 11:30	A pé	Formação e Transformação de Recife	07
12/03/2015	14:00 – 17:00	De ônibus	Recife e Olinda	06

Fonte: As autoras.

Para a coleta de dados foram realizadas entrevistas em grupo focal, onde os sujeitos da pesquisa expressaram suas vivências nos roteiros. A entrevista foi do tipo estruturada, com roteiro que continha 10 perguntas que buscavam narrativas das experiências vivenciadas pelos turistas, que relataram sobre suas expectativas, sensações, emoções e sentimentos ao participarem dos roteiros do programa. Optou-se pelo grupo focal, pois se julgou ser a maneira mais eficaz para se coletar os registros acerca das experiências vivenciadas pelos turistas. Durante a visita, aqueles sujeitos que mostraram mais ativos na visita foram convidados a participar do grupo ao término do roteiro.

Os dados coletados foram tratados sob uma aproximação ao método monográfico, que considera que qualquer caso particular estudado em profundidade pode tornar-se parâmetro para generalizações.

2 ROTEIROS TURÍSTICOS

Os roteiros turísticos são importante instrumento para o desenvolvimento da atividade turística, pois são eles que possibilitam ao visitante um conhecimento mais amplo, organizado ou temático dos pontos de interesse turístico do destino. (TAVARES, 2002).

Cisne (2010) considera que o termo roteiro turístico é polissêmico e ainda pouco discutido sob o ponto de vista conceitual. Os autores que se dedicam a esse estudo apontam roteiro como sendo a indicação de uma sequência de atrativos merecedores de serem visitados durante uma visita turística (TAVARES, 2002; BAHL, 2004).

Para o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007) o roteiro turístico é sinônimo de itinerário, suas características se dão pela equação de elementos que lhe

conferem identidade. Ainda segundo o órgão federal, o objetivo do roteiro é garantir o planejamento, a gestão, a promoção e a comercialização turística dos destinos/atrativos que integram o roteiro. Ainda pode-se dizer que “a roteirização confere realidade turística aos atrativos que estão dispersos através de sua integração e organização” (BRASIL, 2007, p. 15).

Apesar do pragmatismo mercadológico na discussão acerca do tema, Cisne e Gastal (2011, p. 366) considera que

o Roteiro Turístico tem uma realidade por ser, inerente à sua materialização. Isoladamente, sob o olhar pragmático, ele assume valor de mercado, mas não se pode esquecer que, frente às novas sensibilidades de Sujeitos que navegam pela era da tecnologia da informação, o Roteiro Turístico é dotado também de um valor social, intrínseco a sua existência relacional.

Para ela é necessário que se divida o entendimento de roteiro turístico a partir de duas classificações: o roteiro turístico tradicional e o roteiro turístico pós-moderno. A diferença entre ambos poderia ser explicada pelo fato de que o roteiro turístico pós-moderno “tem autonomia em sua existência, por sua essência corpórea, diferentemente do Roteiro Turístico tradicional que não tem autonomia de significação” (CISNE & GASTAL, 2011, p. 366).

Cisne (2010) explica que o roteiro turístico pós-moderno

Orienta o fluxo turístico, indicando caminhos e propondo, por meio da subjetividade, emoção e percepção de cada Sujeito que o realiza, atividades a serem vivenciadas ao longo do espaço físico percorrendo seus significados, atribuindo ao espaço, o sentido e o valor de Lugar (CISNE, 2010, p. 195).

Outro fator que delinea a diferença entre ambos é que o

Roteiro Turístico pós-moderno, dá margens ao imprevisto, pois abre espaço à processos que são negados no roteiro tradicional, cujo foco está em assegurar a incidência do acontecer. O roteiro turístico pós-moderno assume a possível mudança das funções das coisas. Essa migração de valores não é aleatória. Ela revela as determinações pelas quais o roteiro tradicional busca encaixar-se nas formas preexistentes e criadas, podendo somente ser entendido como um modelo espaço-temporal (CISNE & GASTAL, 2011, p. 367).

O mote da discussão da autora está voltado à experiência que pode ser vivida através do roteiro turístico. Ou seja, os eventos e o valor social que constituem o roteiro são fundamentais para atribuir a ele a característica de pós-moderno. Portanto, para que possa analisar o guiamento em roteiros turísticos à luz da pós-modernidade faz-se necessário que se discutam categorias como experiência, interpretação patrimonial e tematização.

No que se refere a esta última categoria, de acordo com o Ministério do Turismo subtende-se que a tematização seria “o processo de ressaltar a identidade cultural de determinados produtos a partir de aspectos que mereçam destaque e facilitem o reconhecimento pelo público” (BRASIL, 2010, p. 71).

Cisne e Gastal (2011) abordam a ideia de tematização de forma menos pragmática. Na visão delas, a concepção de tematização para o turismo se inicia através de inspiração, que pode alimentar a roteirização como o caso da rota romântica, na Serra Gaúcha, produzida a partir de um imaginário de romantismo rural e singelo, sendo associado a germanidade existente naquele território (CISNE & GASTAL, 2011).

Isso significa dizer que a tematização é elaborada não apenas pela reunião das características estereotipadas dos atrativos que compõem um roteiro, para além disso, um roteiro turístico temático fundamenta-se no imaginário, cada vez mais subjetivo, criado para do recorte espacial a ser traduzido em produto turístico. Nas palavras das autoras,

na modernidade a tematização tendia a ser movida pelo imaginário social. Sob a premissa de instalação por contágio, remete à roteirização de mercado, buscada por turistas que se deixam levar por modismos e por estereótipos, consumindo produtos padronizados pelo e para o mercado. A posmodernidade, ao trazer um novo olhar orientado não pelo recorte, mas para o recorte, abre espaço para imaginários construídos com maior subjetividade (CISNE & GASTAL, 2011, p. 04).

No que se refere às categorias experiência e interpretação, estas serão abordadas a seguir.

2 TEMPO LIVRE: POSSIBILIDADES DE USO CIDADÃO

Entendemos neste artigo que turista é qualquer pessoa que saia das suas rotinas espaço-temporais por um período de tempo determinado, “ou seja, mesmo aquelas pessoas que morando numa grande cidade, num determinado bairro, aproveitam o fim de semana para buscar espaços na mesma cidade [...] também são considerados turistas.” (GASTAL, 2005, p. 15).

Esse contexto leve a considerar o turista sob o viés cidadão, ou seja, o sujeito que, mesmo sendo morador da cidade a ser explorada (pelo viés turístico), vivencia práticas sociais, no seu tempo rotineiro, de maneira não rotineira, relacionando-se com a cidade. Em outras palavras, o turista cidadão é aquele que investe seu tempo livre para resgatar a cultura da sua cidade; para tanto, ele se vale do estranhamento, que se inicia com descoberta das múltiplas facetas de sua própria cidade. (MOESCH, 2000).

Cabe então entender o que se considera enquanto tempo livre. Bacal (2003) faz uma distinção importante entre o que seria o tempo liberado e o tempo livre. Segundo ela, o tempo liberado “além de envolver atividades dedicadas à satisfação de necessidades, como sono e alimentação, também inclui manifestações gratuitas, como as de repouso e distração” (BACAL, 2003, p. 19); enquanto que o tempo livre refere-se a uma parcela atual do tempo liberado, “entendido como tempo de que o homem dispõe legalmente” (p. 20) para usufruto de atividades que lhe deem prazer.

Entende-se nesta investigação que o turista cidadão usufrui de seu tempo livre para atividade de ócio criativo conhecendo a cidade. Entende-se que a palavra ócio, uma vez significando educação superior, hoje modificou-se palavra ócio se modificou, tornando-se assim sinônimo de ter tempo livre, desocupado e até mesmo ter tempo para si mesmo (BACAL, 2003).

Para Bacal (2003) o tempo livre surge a partir do processo de civilização no mundo industrial, ou seja, como um fenômeno que complementa e justifica ao tempo do trabalho ou importante, não como um elemento que conflita com o mesmo.

Dentro desse contexto, parece ser importante explicar que a noção de ócio anteriormente explicada difere-se do lazer ao passo em que aquele “assume uma conotação de atitude reflexiva, de contemplação, como tentativa de elevação

espiritual e intelectual” (BACAL, 2003, p. 75), enquanto que o lazer “se faz acompanhar da sugestão de movimento, de atividade física (principalmente) e de alienação” (BACAL, 2003, p. 75).

A autora ainda explique que

quando nos referimos ao lazer, particularmente ao lazer turístico, pode-se considerar, como uma atividade que dá suporte à definição a sua existência de um tempo livre contínuo – legalmente determinado – integrado por atividades donde dão satisfação a si mesmo de conformidade com o sistema que se refere aos valores e a estrutura econômica de cada contexto (BACAL, 2003, p. 98).

Há ainda algumas características que são atribuídas ao lazer, sendo assim as atividades optativa, donde o indivíduo tem o livre arbítrio para efetivar o tempo livre (BACAL, 2003). Para a autora, dentre essas atividades se destaca o turismo, uma das principais ferramentas de realização pessoal, que desperta no indivíduo sentimentos de bem-estar e satisfação pessoal.

3 EXPERIÊNCIA: O VALOR AGREGADO AO PRODUTO TURÍSTICO

A ideia de experiência tem sido cada vez mais debatida atualmente no cenário da produção do saber turístico. Mesmo assim, ainda se tem uma lacuna a ser preenchida neste âmbito.

A práxis e o pragmatismo que têm acompanhado o desenvolvimento da atividade turística no Brasil e, conseqüentemente, a produção de conhecimento sobre turismo tem enfatizado a viagem como um deslocamento geográfico, cultural ou social. No entanto, Trigo (2010) aponta que as viagens devem também ser compreendidas como uma jornada interior, como uma experiência fundamental na vida das pessoas. Na visão do autor, as viagens épicas seriam matrizes das experiências que em geral as viagens gostariam de proporcionar, exclusivamente no imaginário comercial turístico de massa.

Trigo (2010) complementa que a experiência é primordial para a socialização, o aprendizado, a articulação profissional e a satisfação pessoal e, a partir de Blackburn, o autor explica que

a experiência possui conteúdos importantes. É o mundo em si, que nos é representado, e o modo encaramos e vivemos o mundo é manifesto por nossas palavras e atitudes. O relacionamento com a própria experiência envolve memória, reconhecimento e descrição, todos aprendidos por habilidades exercidas nas relações interpessoais, seja em grupo, mais restrito, seja, na sociedade (BLACKBURN apud TRIGO, 2010, p. 26).

No entanto, é importante esclarecer que para ser uma experiência, a viagem deve transcender a banalidade e a trivialidade estereotipadas e convencionais, de modo a se organizar como uma experiência que nasça de uma virtude pessoal do viajante a procura de momentos e lugares que enriqueçam sua história (TRIGO, 2010, p. 35). Portanto, “quando falamos em turismo de experiência, estamos nos referindo a um tipo de turismo que pretende marcar o turista de maneira profunda e positiva [...]” (PANOSSO, 2010, p. 44).

Já Maciel (2010) define o turismo de experiência como uma “reflexão inicial aproximativa” podendo também ser definido como um modo de negociação com o limite, em primeira pessoa. “Em si, todo turismo já é praticamente uma negociação com a mudança, com a experiência de sair de si, de variar, de criar oportunidade para o aparecimento de aventura” (MACIEL, 2010 p. 58).

Merleau-Ponty (apud Panosso, 2010, p. 47) diz que “a sensação é dada ao homem somente por sua relação com o objeto externo”, ou ainda, pode-se afirmar que

a realidade é apresentada a cada indivíduo, a sua percepção e consciência, através de suas experiências, a cada instante, enquanto as defronta com suas experiências passadas e às diretrizes significativas que constituiu ao longo e por conta de sua história; e, conforme articula seu passado e seu presente, poderá expressar o seu próprio entendimento (e experiência perante a) da realidade” (CAMARGO, SANTOS, GUTERRES, 2012, p. 7).

A ideia de interpretação é complementar à noção de experiência, pois o turista busca por significados e vivências do lugar visitado. O turista procura “reviver a autenticidade da experiência de outros povos ou de outros tempos” (CANNELL apud MACIEL 2010, p. 73).

A experiência que se busca é uma passagem individual, um esforço multissensorial que envolve tanto os sentidos da pessoa que busca experiência, quanto a presença, o recorte da temporalidade e dos sentidos da sua existência, mesmo enquanto ficção – pois, afina, o turismo faculta

essa seriedade de brinquedo que é tão definitiva para o mundo das crianças. Como que um ensaio de experiência humana. Assim se envolve os sentidos, o imaginário, a temporalidade, a corporeidade (MACIEL, 2010, p. 66).

Fundamentados no que fora exposto até então, vê-se que a compreensão acerca das funções do guia de turismo para atuação no mercado hodierno devem ser ampliadas de modo que maior atenção seja dada nos aspectos de leitura espacial e interpretação patrimonial de modo que experiências possam ser geradas a partir da visita. Afinal, “o turista não quer ser um expectador passivo em sua viagem; ele quer vivenciar sensações. O turista de hoje quer ter a sensação de que viveu um momento único, marcante, inesquecível” (GAETA, 2010, p. 140). O diferencial na atuação do guia de turismo estará no valor perceptível, que proporcione “sensações ímpares que diferenciem uns itens dos outros, permitam a seleção e aquisição a partir de necessidades individuais” (GAETA, 2010, p. 140).

Essa mudança na atuação do guia de turismo está calcada naquilo que Molina (2003) aponta como o pós-turismo, ou seja, o turista passa a ser um colecionador de experiências e pode visitar o mesmo destino mais de uma vez se esse destino o proporcionar experiências diferentes.

4 ANÁLISE DE DADOS

No roteiro “Casa Amarela”, as narrativas sobre experiências foram marcadas pelo aprendizado e conhecimento sobre a cidade, ambos os aspectos estiveram relacionados principalmente com a apresentação do imóvel que deu nome ao bairro: “a gente quer saber porquê foi aquele nome e aí a gente viu aqui a casa amarela, o porquê daquele imóvel” (sujeito 02); “passo direto pela casa amarela e não sabia que aquela casa amarela foi onde começou tudo, a história do bairro” (Sujeito 04). No entanto o conhecimento e aprendizagem não se limitaram a esse aspecto: “Super interessante [essa experiência] do ponto de vista de melhor conhecer a cidade [...] você não só morar na cidade, realmente conhecer, saber de onde as coisas vêm” (sujeito 01); “Eu nunca tinha vindo em casa amarela, outra oportunidade que eu tiver para vir já venho com uma base cultural histórica [...]”. Embora a

experiência tenha sido narrada de forma positiva pelos turistas, eles consideram que suas expectativas não foram superadas, mas foram atingidas.

Quando questionados se a experiência neste roteiro foi algo marcante, que a justifique como sendo uma experiência de vida, os turistas apontaram para a descoberta do imóvel que nomeia o bairro, mas sem qualquer indicativo de que esta tenha sido uma experiência de vida, ou ainda, **a** experiência.

Um fato importante quanto à fuga do senso comum foi a demarcação de um ponto essencial para o turismo, da forma como entendido nesta investigação: a fuga da rotina. Quanto a isso, os turistas mencionaram a visita ao cemitério, ponto onde o roteiro foi encerrado: “quem é que visita cemitério domingo de manhã? Ou seja, tenho certeza que fugiu do senso comum, do ponto de vista de visitar locais que você não está habituado a visitar” (sujeito 01); “[...] quando você sai num domingo, você vai passear, vou à praia, vou a um parque, você vai querendo curtir o lugar, estar naquele momento, [...] esse é diferente, porque além de curtir, conhecer, a gente sabe um pouco mais dele, tem história no meio, isso foge do senso comum” (sujeito 03).

A pergunta sobre sensação não gerou dados significativos, mas a partir das demais indagações pode-se perceber que o sentido que marca a participação dos turistas neste roteiro é o olhar: “hoje creio que todo mundo que compareceu a esse passeio, quando passar por casa amarela de novo, vai olhar com outros olhos [...]” (sujeito 01). Tendo em vista que a sensação foi marcada pelo olhar, a percepção foi sinalada pela compreensão histórica do bairro. Isso nos permite inferir que conhecer a história a partir da observação dos marcos no cotidiano parece ser bastante significativo e empolgante àquele que aprende, pois com a visitação pode-se ter “uma percepção totalmente mais ampla do que tinha originalmente, hoje passamos por regiões e locais e que muita gente não sabia como foi criado, como foi nascido [...]” [sic] (sujeito 01) “E também porque é instigante [...] é lógico que não tem como saber a história toda do bairro, da região, da cidade, mas você acaba estimulado a pesquisar a respeito disso, você desperta mais para buscar o conhecimento.” (sujeito 03).

A partir disso, vê-se que a emoção que se explicita a partir dessa prática é a afetividade pela cidade, o que fica clara em relatos como: “[...] a sensação de

descoberta [...] mesmo que não seja daqui, dá um sentimento de pertencimento do local, de identidade do local” (sujeito 03); “olhar a cidade que você mora com outros olhos” (sujeito 01). Assim, o sentimento que emerge é o de pertencimento à cidade.

Quando questionados se o roteiro lhes conferia satisfação pessoal, os turistas se referiram à socialização promovida pelo produto. O roteiro possibilitou enriquecimento pessoal pelo conhecimento facilitado pela narrativa do guia, pois “cada um saiu daqui aprendendo mais do que [quando] chegou” (Sujeito 01), “basicamente isso mesmo: conhecimento, questão cultural” (sujeito 03).

No roteiro “Recife Afro: poesias, lutas e canções”, os relatos de experiência foram sinalados pelo conhecimento e descobertas: “você sai andando na cidade, sem ser turista, no dia a dia, você vai ver lojas, restaurantes e aqui você vê a história” (sujeito 05) “porque a gente passa por aqui o tempo todo e não acaba reparando. Eu nunca vi aquela estátua [Zumbi dos Palmares] e aquela outra que a guia falou perto da outra igreja [Solano Trindade]” (sujeito 06); “eu não sabia a fundo a história e descobri um monte de coisas com esse passeio” [sic] (sujeito 07). Assim como no roteiro anterior, neste também não houve registros de superação das expectativas. Quanto a ser uma experiência marcante, os turistas relataram pontos que foram marcantes na visita, dentre o que se destacam: o conhecimento dos fatos históricos e a exposição no museu afro; no entanto não afirmaram que esta experiência tenha sido marcante, mas quando perguntados sobre esta ter sido uma experiência que foge do senso comum o sujeito 06 afirma que “você entra nos lugares, você passeia pelos lugares, é diferente de você ler uma reportagem e ver como ele [o lugar] é, isso marca para a vida quando a gente está lá”.

Concernente à sensação vê-se, novamente, a marca do olhar: “eu acho que agora sempre que passar por um lugar que a gente entende a história, vai olhar de um jeito diferente” (sujeito 08); desse olhar, os turistas demonstraram ter percebido o descaso com o patrimônio histórico-cultural: “muita coisa pichada, destruída, deveria ter uma conscientização da população para conservar os patrimônios históricos” (sujeito 05), criticando também a ausência de sinalização: “nós mesmos que somos da cidade, passamos pelo lugar e não sabemos o que é, não sabemos a história, não há identificação. Até podemos conhecer aquilo, mas não conseguimos

associar... uma pessoa de fora, então, fica perdido a informação [...]” [sic] (sujeito 09).

Não houve registros de emoção quando os turistas foram questionados sobre a emoção que lhes marcaram durante o roteiro. No entanto, com base em respostas a outras perguntas é possível afirmar que houve deslumbramento, donde emergiu o sentimento de pertencimento à cidade: “eu acho bom o Olha! Recife, porque a gente se sente mais pertencente daqui [da cidade]” (sujeito 06), “Acho que é isso, é a questão de pertencimento à cidade, que você vê com outro olhar, com olhar de turista” (sujeito 10).

Os turistas responderam positivamente às perguntas que inqueriam se o roteiro lhes conferiu satisfação pessoal e se houve enriquecimento pessoal que contribuísse para sua história de vida, mas não discorreram sobre as perguntas. Pode-se, porém, concluir com base em outras respostas que o conhecimento adquirido através da visita é o fator que lhes confere enriquecimento.

No Roteiro “Cemitério de Santo Amaro” a narrativa da experiência foi frisada: 1) pela apreciação e descoberta das obras artístico-arquitetônicas dos jazigos: “foi muito bom para poder observar todas as esculturas de arte cemiterial, que admiro [...] é muito interessante conhecer todos os aspectos da arte, as diferenças de nacionalidade dos aspectos artísticos das obras [...]” (sujeito 11); “os passeios fazem com que conheça o cemitério, porque não é um ambiente que todo mundo quer conhecer e você não consegue ver toda essa riqueza artística que tem dentro dos muros, uma riqueza oculta, incomum” (sujeito 12); 2) pela desmistificação do cemitério como um lugar macabro: “tira esse receio que se tem do cemitério, e ver essa parte cultural” (sujeito 13), ao que o sujeito 14 complementa afirmando que “é verdade, tirou um receio muito grande, morria de medo do cemitério”

Quanto à superação das expectativas, o sujeito 11, que se qualifica enquanto pesquisador de arte cemiterial, afirmou que “sempre ultrapassa, porque sempre tem alguma coisa que a gente não viu, mesmo que a gente tenha vindo aqui várias vezes, porque não dá para ver tudo devido ao tamanho do local”. Mas outros turistas, que não possuem vínculo com o cemitério, sinalizaram que as expectativas foram alcançadas, mas não superadas: “Eu já imaginava isso, nada de diferente [...], mas eu imaginava como era [...]” (sujeito 13).

Quanto a ser marcante, o sujeito 12 afirma que “mais marcante é a presença do guia, que foi levando as pessoas e falando sobre cada túmulo [...]”, “é sempre marcante vir para um passeio assim aqui no cemitério, eu acho que ninguém aqui tinha feito um passeio dessa forma; as pessoas vêm para enterrar familiares ou resolver questões burocráticas de túmulos, mas assim [turisticamente] vale a pena mesmo” [sic] (sujeito 11).

Por ser um atrativo pouco visitado sob o ponto de vista turístico, os turistas assinalaram que a experiência no roteiro fugiu do senso comum: “[...] o próprio passeio foi bem diferente, uma coisa que nunca imaginei que fosse ter, um passeio turístico no cemitério” (sujeito 14).

Não houve registros de sensação e emoção neste roteiro, nem quando questionados diretamente, tampouco em resposta a outras perguntas. Referente à percepção, foi possível verificar a desmistificação do lugar: “não é uma coisa macabra, como pensava que era, tão tenebrosa” (sujeito 13). Referente aos sentimentos o sujeito 12 afirmou ter emergido sentimentos de paz, tranquilidade e harmonia, ao passo que o sujeito 13 apontou para o medo.

Os turistas sentiram-se satisfeitos pelo conhecimento acerca da arte cemiterial, assim como pela socialização entre o grupo. O conhecimento também foi o fator citado como tendo sido o elemento que levou ao enriquecimento pessoal.

As experiências narradas acerca do roteiro “Formação e transformação de Recife” versaram sobre descoberta e aprendizado: “depois que eu conheci o projeto Olha! Recife, eu não vim só andar, mas eu vim olhar...! [...] Ele [o projeto] me proporcionou conhecimento e sentimento, que a gente descobre pela cidade” (sujeito 15); “Além de ver a beleza da cidade a gente sabe que tudo aquilo [os atrativos] têm uma história, não só a estrutura” (sujeito 17).

Na visão dos turistas as expectativas foram superadas, isso foi possível, principalmente, pelo conhecimento adquirido através do roteiro: “bem, eu achei que superou, acrescentou muito para a cultura da gente, porque muita gente vê as coisas e não sabe a história que tem ali, por trás daqueles prédios e monumentos históricos” (sujeito 16); [...] a gente sempre quer mais, embora tudo o que a gente conheça em três horas é muita coisa” [sic] (sujeito 15); “[...] superou a expectativa do

passeio, é minha primeira vez, não sou moradora de Recife¹, então me senti mais dentro da história da cidade” (sujeito 17); “superou porque uma coisa é o que se lê nos livros de história, nas aulas, outras coisas são as curiosidades, os conhecimentos a mais [...]” (sujeito 19).

Muito embora eles tenham considerado que o roteiro superou as expectativas, não foi considerado que esta experiência tenha sido marcante, que se justifique enquanto uma experiência de vida: “não é marcante, mas é interessante; no domingo, dia mais calmo, você observa mais” (sujeito 18); um ponto relevante a ser mencionado é a preparação, a própria expectativa em si: “não [supera], porque você já vem com aquela perspectiva, vem preparado para o que você vai viver, aí o que tem é a vivência, mas não consideraria marcante” (sujeito 15).

Quanto à fuga do senso comum, os turistas destacaram as diferentes tematizações dos roteiros, dizendo que por sempre ser temas diferentes, sempre há novidades.

O sujeito 17 mencionou que se “tem várias sensações ao mesmo tempo”, no entanto, não especificou quais. Diante disto, não se teve dados suficientes para inferir acerca das sensações obtidas durante e após a vivência do roteiro. Em relação à percepção, parece que as informações ouvidas por meio do guia, combinadas à visualização dos marcos históricos narrados dão aos turistas uma responsabilidade de compartilhar o conhecimento ali adquirido, conforme explicitado nas seguintes falas: “Eu acho que o pouco que aprendeu tem que compartilhar agora” (sujeito 19); “[...] agora você tem uma história tanto para você quanto para compartilhar” (sujeito 15).

A afetividade e o amor pela cidade para com a cidade foi a emoção que emergiu ao longo do roteiro. Disso surge também o sentimento de pertencimento à cidade: “só você sair de casa, deixar os afazeres de casa, num domingo, e vim ver, conhecer [a cidade] já está declarando o seu amor pela cidade” (sujeito 17).

Quando questionados sobre a satisfação pessoal pela vivência do roteiro, os turistas evadiram do tema em questão. Pode-se inferir, pela resposta aos outros questionamentos que, não apenas a satisfação pessoal, como também o

¹ Cidadã alagoana.

enriquecimento pessoal, foram possíveis a partir da aquisição de conhecimento acerca da cidade.

As experiências narradas acerca do “Roteiro Solano Trindade” versaram principalmente sobre “conhecimento”, conforme pode ser verificado nas seguintes narrativas: “você conhece um pouco mais sobre de você e do seu local, do seu bairro. Acho que a experiência foi mais do que positiva [...] e o ponto chave é a curiosidade, o conhecer” [sic] (sujeito 20), ainda acerca do conhecimento foi falado também sobre a necessidade de conhecer e valorizar os poetas de Pernambuco. Mas também foram narradas experiências de imaginação do cenário e da temporalidade dos acontecimentos narrados pelo guia: “[...] hoje eu vejo de uma forma totalmente diferente, penso de uma forma diferente, até brinco com ela [a amiga]: poxa! Como era naquela época? Ocorreu [mudança] na fachada? Na pintura? Poxa! O que se passou com as pessoas que passaram por ali? Pessoas que viveram naquele local [...] então com o projeto você vai recriando a história e voltando e vendo, vivendo tudo aquilo que aconteceu para se ter o conhecimento hoje e saber que a experiência você vai ganhando do conhecimento” (sujeito 21).

Quanto à superação das expectativas, assim como a experiência marcante, as respostas foram evasivas, não dando possibilidades para inferências. Concernente à fuga do senso comum, os relatos apontam para a encenação teatral: “da própria atividade, principalmente da apresentação teatral das obras de Solano, para que a gente sentisse, era como se estivesse ali na pele [do negro]” (sujeito 22).

Quando questionados sobre as sensações, novamente, foi frisado aquilo que foi visto, principalmente através da encenação, do que emergiu um “olhar social” (sujeito 21), complementado pelo sujeito 22 “[...] a questão social, além do benefício literário, traz um pouco da provocação do aspecto social ao relatar toda essa questão da cultura africana, como no Pátio de São Pedro vem com intolerância, vem reforçar no dia a dia a gente não calar [...] todo esse trabalho de hoje veio provocar a inquietação social que traz”. A partir disso, a percepção que surge é de consciência social que deve ser propagada às novas gerações: “Como discuti no pátio de São Pedro, a mentalidade das crianças, os pais levarem as crianças e tentar quebrar essa corrente [de preconceito]” (sujeito 22). Embora na questão sobre emoção não se tenha tido resposta; pode-se inferir com base em outros trechos que a emoção

que marcou o roteiro foi a alteridade e a empatia, olhar a cultura e a realidade com os olhos do outro, colocar-se no lugar dele, para que daí o respeito possa emergir. Disso, portanto, os sujeitos pontuaram sentimentos como cumplicidade, solidariedade, esperança de melhores dias e respeito ao próximo.

No que se refere à satisfação pessoal, os turistas não divagaram sobre o assunto, mas responderam positivamente sinalizando que o roteiro lhes trouxe satisfação pessoal. Quanto ao enriquecimento pessoal, os discursos foram marcados pela conscientização sobre a atual valorização da cultura negra em Pernambuco, por questões de modismo.

O roteiro “Circuito Afro” teve como diferencial a visita a um terreiro de candomblé e a visita à sede do Maracatu Nação Raízes de Pai Adão, esses dois atrativos contribuíram para que a experiência fosse qualificada, pelos turistas, como inusitada: “eu achei bem inusitado porque [foi a] uma parte do Recife que eu não conhecia [...]” (sujeito 23); a descoberta também foi fator importante na narrativa da experiência: “pra mim foi muito interessante porque eu passei a conhecer coisas... Assim, eu sabia que existia, mas eu nunca tinha tido experiência de poder ver com meus próprios olhos” (sujeito 24); “[...] tal terreiro de candomblé que sofria perseguição, [...] e como é que eles faziam isso? [...] a partir de agora já sei como eles faziam isso [...]” (sujeito 25). No que concerne à expectativa dos turistas percebeu-se que elas foram atingidas e superadas, o que foi possível pela visita ao terreiro do Pai Adão, onde os turista obtiveram informações acerca da religião de matriz africana, o que causou uma desmistificação da cultura Afro, o “pra mim o ponto alto foi o terreiro de Pai Adão [...]” (sujeito 23).

Este roteiro proporcionou momentos qualificados enquanto marcantes, conforme aponta o sujeito 22 “pra mim foi o terreiro e ver aquela capela e ver o espaço deles do lado [vila onde moram os descendentes de Pai Adão], aquilo foi bem marcante pra mim”; o sujeito 25 corrobora com isso e aponta que “o ponto forte pra mim foi o terreiro com o maracatu, o conjunto”. Frente ao exposto, parece óbvio que este roteiro tenha fugido do senso comum, nas palavras do sujeito 23 o roteiro “[...] saiu totalmente do clichê”; ao que o sujeito 22 complementa: “eu não achei que a gente iria tão longe”, referindo-se à visita ao terreiro.

Assim como nos demais roteiros, o olhar foi algo despertado nesta experiência, o que fica nítido na narração sobre a estátua de Solano Trindade “a gente passa por ali, vai no show da terça negra nem [percebia] a estátua [...]” (sujeito 23). Neste roteiro foi possível combinar a audição à visão durante a visita, fato importante para sensibilizar os turistas quanto à importância de reconhecer e valorizar a cultura negra. O sujeito 26 expõe a ideia de perda da identidade da cultura de matriz africana quando diz “[...] então nós aqui somos os herdeiros e que também está se perdendo [a cultura negra], porque até o candomblé aqui está se extinguindo [...]” [sic].

Com base no que foi visto durante a visita, os turistas tiveram como forte percepção a intolerância religiosa contra o povo de terreiro: “[...] tal terreiro de candomblé que sofria perseguição [...] (sujeito 22), “[...] esconder e camuflar isso [os ritos de candomblé] através de outra religião que era católica” (sujeito 23).

Ao serem questionados sobre a emoção, os turistas não se manifestaram. Revelaram, no entanto, o sentimento de decepção em não poder visitar a igreja Nossa Senhora dos Rosários Pretos: “Foi uma pena não estar aberta a igreja” (sujeito 22); revelaram também “[...] um sentimento de revolta muito grande, quando a gente vê o estado que está a cidade, quando a gente vê a igreja Nossa do Rosário dos Homens Pretos do Recife, o largo dela totalmente tomado por lixo” [sic] (sujeito 23); ao que o sujeito 25 complementa dizendo que “[...] a igreja do Rosário também está cheia de lixo” [sic] (sujeito 25). Sentimentos como tristeza pela condição do negro na história do Brasil também emergiram durante este roteiro: “é uma tristeza em saber que seus ancestrais sofreram bastante [...]” (sujeito 23); “conhecer e ver o quanto o negro foi perseguido, escravizado por tanto tempo [...], no quanto o negro construiu no Brasil e não foi reconhecido nem é devidamente reparado” (sujeito 24).

No que se refere à satisfação pessoal e ao enriquecimento pessoal, todos responderam sim, mas não discorreram sobre isto.

No roteiro para o “jardim Botânico”, quando pedido para que os turistas narrassem suas experiências, de maneira geral, foram feitas críticas à estrutura ou ainda qualificada as experiências. O sujeito 28 afirmou que a experiência “foi muito interessante por ser uma fuga da cidade, uma coisa mais distante da realidade, do dia-a-dia, de falar com a natureza”. Os turistas afirmaram não terem tido suas

expectativas superadas, também sinalizaram que não houve nenhuma experiência marcante durante a vivência do roteiro, assim como a fuga do senso comum também não ter sido registrada: “desilusão pois as plantas que têm ali têm em casa” (sujeito 28), disso pode-se inferir que havia uma expectativa de encontrar registros de flora diferentes das habituais.

Quanto às sensações, foi destacada a sensação olfativa, pelo respirar do ar puro, também foi indicada, pelo sujeito 30 a sensação tátil, permitida pelo contato com os peixes no tanque. Apesar de não ter tido registros de sensações visuais, quando questionados sobre a percepção, os turistas apontaram para o cuidado com o lugar: “eu acho que deveria ser mais bem cuidado” [sic] (sujeito 29). Quanto a sensação, o sujeito 31 pontuou a liberdade, do que pode-se inferir que foi possibilitada pelo contato com o ambiente natural.

Quanto à satisfação pessoal, o sujeito 29 afirmou que “foi bom porque a gente saiu da rotina, tudo o que sai da rotina traz uma rotina boa”. Quando questionados sobre o enriquecimento pessoal proporcionado pelo roteiro, os turistas pontuaram não ter havido qualquer registro.

Nas experiências narradas neste último roteiro que compõe o corpus desta pesquisa vê-se explicitada a noção de desvelar o olhar: “a gente passa por aqui [Marco Zero] todo dia, mas não sabe o que significa” [...] (sujeito 32), já o sujeito 33 enfatiza o conhecimento quando diz que “[...] deu pra ter novos conhecimentos, não só pra hoje, mas pra vida toda”, ao que o sujeito 34 complementa afirmando que o roteiro possibilitou “[...] a oportunidade de conhecer a história, os dados históricos, que o guia passou pra gente”.

Não foi possível identificar no discurso dos sujeitos sinais de superação das expectativas, mas o sujeito 35 aponta que sua expectativa foi alcançada. Corroborando com este dado, conseqüentemente, não houve marcas de que o roteiro tenha fomentado uma experiência marcante ou que o roteiro tenha fugido do senso comum.

Quanto às sensações, o sentido atenuado foi a visão, possibilitado pelo olhar contemplativo à cidade de Olinda: “[...] aí a gente consegue contemplar a paisagem, a cultura e monumentos [...]” (sujeito 32), o que abriu espaço ao encantamento com a cidade: “Acho que de encantamento, né? A gente as vezes no dia-a-dia não para

observar o que está ali na frente e a gente fazendo essa excursão a gente meio que fica... vê de fora, né? E vai específico praquele lugar e aí você consegue contemplar a paisagem e esculturas, né? E monumentos... no caso aí de Olinda, as igrejas, que são coisas que a gente sai passando e nem presta a devida atenção” (sujeito 34); e, como consequência desse encantamento emerge o sentimento de pertencimento e de valorização da identidade: “[...] a gente passa aqui todo dia e não tem esse sentimento de ‘isso é meu, eu faço parte disso’, então quando a gente começa a conhecer, quando a gente tem a oportunidade de conhecer, a gente começa a se sentir parte [...]” (sujeito 34) e também: “Eu me senti, assim, mais orgulhosa de ser recifense, de ser cidadã recifense. Porque realmente a cidade, ela é de uma grande beleza, que a gente realmente não percebe” (sujeito 32). A partir disso, é possível inferir, ainda que não tenha sido mencionado explicitamente, que a emoção despertada com esta experiência é a afetividade para com a cidade.

Quando questionados se o roteiro lhes trouxe uma satisfação pessoal, os turistas responderam positivamente, mas não discorreram sobre o assunto. Quanto ao enriquecimento pessoal, os turistas não registraram nenhum fato, mas a partir do que foi apontado frente às outras perguntas é possível afirmar que o conhecimento adquirido balizaria o enriquecimento pessoal proporcionado por esta experiência. Isso pode ser ilustrado com um fragmento dito quando da narrativa da experiência: “[...] Achei interessante, enriquecedor, é... pelo fato do patrimônio, a nossa cidade é um patrimônio cultural [...]” (sujeito 36).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do exposto pode-se perceber que as narrativas das experiências versam principalmente sobre conhecimento/aprendizagem e descoberta da cidade. Dessas experiências emergem, via de regra, sensações relacionadas ao olhar, conforme visto no discurso dos sujeitos 01, 03, 05, 10, 08, 15, 18, 20, 21, 32 e 36, que ratificam que os roteiros possibilitam “olhar a cidade de um jeito diferente”, “não vim mais só andas, mas olhar”, etc.

Com base nisso, pode-se concluir que o programa proporciona ao turista um reencontro com a cidade, atingindo assim sua proposta de oportunizar lazer agregado à oportunidade de obter um olhar diferenciado sobre a cidade.

No que se refere à percepção, viu-se que de cada um dos roteiros emergiu percepções diferentes. A emoção mais presente foi a afetividade pela cidade e, conseqüentemente, a emergência do sentimento de pertencimento à cidade. Dessa forma, os relatos apontam que o programa alcança os objetivos de elevar o sentimento de pertencimento e autoestima dos turistas cidadãos; quanto ao objetivo de promover novas ideias e posturas sociais por meio da valorização das tradições socioculturais viu-se que isto foi possível principalmente nos roteiros que trouxeram a abordagem acerca do povo negro e suas influências histórico, sociais e culturais para a formação da sociedade pernambucana. Também foi possível observar que os turistas percebem a vocação turística da cidade, o que é possibilitado pelo novo olhar à cidade, permitida pela facilitação do guia.

Os roteiros possibilitam também uma satisfação e o enriquecimento pessoal, que parecem emergir da aquisição de conhecimento durante a visitaçao e também pelas trocas e convívio com o grupo. Características importantes para o uso do tempo livre, o ócio e o lazer.

Os relatos dos turistas também endossam a noção de Gastal que turista é aquele que foge das suas rotinas espaço-temporais, ainda que em visitaçao dentro das fronteiras de sua própria cidade ou até mesmo do bairro, corroborando também com a noção de Gastal e Moesch que dizem que o turista cidadão é aquele que conhece a sua própria cidade; a condiçao de turista lhe é dada quando a visitaçao lhe proporciona estranhamento e descoberta.

Apesar disso, os roteiros não se enquadram no modelo pós-moderno, ainda que, em alguns momentos, algumas das características desse modelo de roteirizaçao estejam presentes, mas não de forma consistente. Isso pode ser concluído a partir observaçao de que os produtos têm foco **para** o turista, mas não **no** turista. Ou seja, a prefeitura de Recife, a partir da Secretaria de Turismo e Lazer, oferta ao cidadão recifense oportunidades de uso criativo do tempo livre; mas os produtos não são elaborados com foco nas demandas desses sujeitos. Isto significa que as emoções e percepções emergem da participaçao no roteiro (marca da

roteirização tradicional), enquanto que o roteiro pós-moderno requer que o produto seja pensado a partir desses elementos, que são matérias-primas do roteiro e não produto.

Finalmente, pode-se concluir que os roteiros não permitem ao turista a superação das expectativas e, como consequência, a geração de experiências marcantes.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACAL, Sarah. **Lazer e o Universo dos Possíveis**. São Paulo: Aleph, 2003.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil**. Módulo Operacional 7. Brasília, 2007.
- _____. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: Orientações Básicas**. 3.ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- CISNE, Rebecca. **Roteiro Turístico, Tradição e Superação: Tempo, Espaço, Sujeito e (Geo)tecnologia como Categorias de Análise**. (Dissertação de Mestrado). Caxias do Sul-RS: Universidade de Caxias do Sul, 2010.
- CISNE, Rebecca; GASTAL, Susana. Por um Pensar Complexo do Turismo: O Roteiro Turístico sob a Lógica dos Fluxos. In: **Revista Rosa dos Ventos**. Vol 3, num, 3, jul/dez, 2011.
- GAETA, Cecília. Turismo de Experiência e Novas Demandas de Formação Profissional. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecilia (Orgs). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Ed. Senac, 2010.
- GASTAL, Susana. **Turismo, Imagens e Imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.
- MACIEL, Turismo de Experiência e o Sentido da Vida. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecilia (Orgs). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Ed. Senac, 2010.
- MOESCH, Marutschka. **A Produção do Saber Turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.
- OLHA RECIFE. Disponível em: <<http://www.olharecife.com.br/>> Acesso em: 03 out. 2015.

PANOSSO NETTO, Alexandre. Experiência e Turismo: Uma União Possível. PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecilia (Orgs). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Ed. Senac, 2010.

TAVARES, Adriana de Menezes. **City Tour**. São Paulo: Aleph, 2002.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A Viagem como Experiência Significativa. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecilia (Orgs). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Ed. Senac, 2010.