

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO – *STRICTU SENSU*  
MESTRADO EM TURISMO

**TURISMO E SEUS DISCURSOS:**  
Percepção e Atribuição na Cidade de Caxias do Sul/RS

JULIANA DE SOUZA DARTORA

Caxias do Sul  
2005

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO – *STRICTU SENSU*  
MESTRADO EM TURISMO

**TURISMO E SEUS DISCURSOS:**  
Percepção e Atribuição na Cidade de Caxias do Sul/RS

JULIANA DE SOUZA DARTORA

Dissertação de Mestrado apresentada como exigência para obtenção do título de Mestre em Turismo. Linha de Pesquisa: Turismo e Hotelaria-Planejamento e Gestão.

Orientador:  
Profa. Dra. Susana de Araújo Gastal

Co-Orientador:  
Prof. Dr José Carlos Leite

Caxias do Sul  
2005

## AGRADECIMENTOS

Durante o tempo em que cursei o Mestrado, várias pessoas contribuíram para que eu atingisse os objetivos traçados, as quais eu cito em seguida:

Aos meus orientadores, que com sua ajuda e dedicação, me auxiliaram em todos os momentos de dúvida e incerteza: José Carlos Leite, que me orientou com a base inicial da pesquisa e Susana Gastal que, como minha orientadora, dedicou-se totalmente ao assunto durante a construção da pesquisa e, antes deste momento, me ajudou na tomada de algumas decisões relativas a minha vida profissional.

Ao apoio do meu marido, Jocemario, que esteve ao meu lado incondicionalmente me ajudando e me auxiliando em todos os momentos, desde o início do curso até a finalização desta dissertação. Seu apoio se deu no âmbito emocional e financeiro, já que, para que fosse possível ingressar no curso, tivemos que renunciar a algumas comodidades.

A minha família, meus irmãos Bráulio e Marcelo e meus pais Adenir e Neusa que sempre me apoiaram e apostaram nas minhas escolhas, acreditando no meu potencial. Foram eles que me ensinaram que somente através do trabalho e do estudo, conseguimos atingir nossos objetivos.

A toda a equipe de professores do Mestrado que me mostraram um Turismo diferente enquanto área de conhecimento, mas que também me

colocaram em contato com outras disciplinas e ensinamentos importantes para a vida.

A Universidade de um modo geral, por acreditar no Turismo enquanto área de conhecimento e proporcionar um curso de Mestrado nesta área. Da mesma forma, a toda a equipe da Pós-graduação que prestou sua ajuda nas questões operacionais do curso.

A todos os hotéis que participaram desta pesquisa e principalmente aos funcionários entrevistados que se dispuseram a passar todas as informações necessárias para a conclusão do trabalho, assim como à equipe do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares da Região Uva e Vinho.

## RESUMO

O presente estudo intitulado: *Turismo e seus discursos: Percepção e Atribuição na Cidade de Caxias do Sul/RS*, trata-se de uma pesquisa exploratória que tem por objetivo analisar as percepções que o trabalhador do setor hoteleiro de Caxias do Sul possui sobre o Turismo nesta cidade. No referencial teórico da pesquisa são apresentados os conceitos e premissas do Turismo, assim como da Psicologia Social e dos seus construtos percepção e atitude, além da Teoria da Atribuição, base teórica do estudo. A pesquisa de campo, de corte qualitativo, investiga a percepção dos sujeitos sobre o Turismo, englobando conceitos, a relação de Caxias do Sul com o Turismo, atribuições sobre o sucesso e/ou fracasso de Caxias do Sul para o Turismo e atitude dos trabalhadores em relação ao Turismo. Nos resultados da pesquisa, aponta-se que os sujeitos não consideram satisfatória a relação de Caxias do Sul com a atividade turística, quando a cidade é comparada a municípios vizinhos, atribuindo, entre outros fatores, ao fato que outros municípios estão permanentemente na mídia e ao fato da atividade industrial ser predominante em Caxias do Sul.

**PALAVRAS CHAVE:** Turismo; Pesquisa em Turismo; Atribuição; Percepção; Trabalhadores da hotelaria; Caxias do Sul; Rio Grande do Sul.

## ABSTRACT

This study entitled: *Tourism and its Speeches: Perception and Attribution in the city of Caxias do Sul/RS*, reports on an exploratory research that has as objective to analyze perceptions that hotel workers in Caxias do Sul have about tourist activity in this city. In the theoretical part of the research, some Tourism concepts and implications are presented, beyond Social Psychology and its constructs attitude and perception, as well as Attribution Theory, basis for the study. The research, with qualitative data, investigates the perceptions of the subjects on Tourism, analyzing concepts, the relationship between tourism and Caxias do Sul, attributions of success or failure of Caxias do Sul in Tourism, as well as the attitude of hotel workers to Tourism. Previous results suggest that the subjects do not consider satisfactory the relationship between Caxias do Sul and the tourist activity, if the city is compared to neighbor towns, attributing, among other reasons, to the fact that other towns are constantly in the media e to the fact that the industrial activity is predominant in Caxias do Sul.

**KEYWORDS:** Tourism; Research in Tourism; Attribution; Perception; Hotel workers; Caxias do Sul; Rio Grande do Sul.

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	HOTÉIS DA PRIMEIRA FASE.....	43
QUADRO 2	HOTÉIS DA SEGUNDA FASE.....	49



## LISTA DE TABELAS

TABELA 1	GÊNERO DOS SUJEITOS DA PRIMEIRA FASE.....	63
TABELA 2	FAIXA ETÁRIA DOS SUJEITOS DA PRIMEIRA FASE.....	64
TABELA 3	NÍVEL EDUCACIONAL DOS SUJEITOS DA PRIMEIRA FASE.....	65
TABELA 4	TEMPO DE ATUAÇÃO NO ESTABELECIMENTO DOS SUJEITOS DA PRIMEIRA FASE.....	66
TABELA 5	FUNÇÃO EXERCIDA PELOS SUJEITOS DA PRIMEIRA FASE.....	66
TABELA 6	GÊNERO DOS SUJEITOS DA SEGUNDA FASE.....	93
TABELA 7	FAIXA ETÁRIA DOS SUJEITOS DA SEGUNDA FASE.....	94
TABELA 8	NÍVEL EDUCACIONAL DOS SUJEITOS DA SEGUNDA FASE.....	95
TABELA 9	TEMPO DE ATUAÇÃO NO ESTABELECIMENTO DOS SUJEITOS DA SEGUNDA FASE.....	95
TABELA 10	FUNÇÃO EXERCIDA PELOS SUJEITOS DA SEGUNDA FASE.....	96

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

CIC – Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul  
COMTUR – Conselho Municipal de Turismo  
FEE – Fundação de Economia e Estatística  
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IDESE – Índice de Desenvolvimento Socioeconômico  
IDH – Índice de Desenvolvimento Humano  
MEC – Ministério da Educação e Cultura  
OMT – Organização Mundial do Turismo  
PMCS – Prefeitura Municipal de Caxias do Sul  
RAIS – Relatório Anual de Informações Sociais  
SEMTUR – Secretaria Municipal de Turismo  
SHRBS – Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 REVISÃO DA LITERATURA.....	16
1.1 PSICOLOGIA SOCIAL.....	16
1.1.1 Atitude e Percepção.....	18
1.1.2 Atribuição.....	23
1.2 TURISMO.....	27
1.3 CAXIAS DO SUL.....	32
2 MÉTODO.....	38
2.1 INSTRUMENTO.....	39
2.2 AMOSTRAGEM.....	41
2.2.1 Hotéis da Primeira Fase.....	42
2.2.2 Hotéis da Segunda Fase.....	49
2.3 RECORTE TEMPORAL: COLETA DE DADOS.....	52
2.4 RECORTE ESPACIAL: CAXIAS DO SUL.....	52
2.5 ANÁLISE DE DADOS.....	60
2.6 CONSIDERAÇÕES ÉTICAS.....	61
3 PERCEPÇÕES SOBRE TURISMO: UMA ANÁLISE EM PERSPECTIVA.....	62
3.1 ANÁLISE DE DADOS DA PRIMEIRA FASE.....	62
3.1.1 Atividade Turística: os conceitos e as relações com a comunidade.....	68
3.1.2 Atividade Turística: atribuições de sucessos e fracassos.....	77
3.2 ANÁLISE DE DADOS DA SEGUNDA FASE.....	92
3.2.1 Atividade Turística: os conceitos e as relações com a comunidade.....	97
3.2.2 Atividade Turística: atribuições de sucessos e fracassos.....	101
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	125
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	129
ANEXOS.....	131

## INTRODUÇÃO

O Turismo, enquanto área de conhecimento é um campo emergente. Como uma prática social é uma atividade que pode contribuir economicamente para com as localidades receptoras. Para que tal aconteça, as localidades devem receber seus visitantes de forma adequada e satisfatória, aí implícito uma certa infra-estrutura de apoio como hotéis, comércio e gastronomia e a vontade de bem receber. Esta predisposição à hospitalidade deve envolver tanto os públicos com uma ligação direta com a atividade turística como as pessoas que vivem na comunidade visitada. Cada indivíduo participe deste processo teria sua própria percepção sobre o que é o Turismo e como ele se dá em uma localidade. Em Caxias do Sul, parece existir o desejo de se receber maior número de turistas e tornar a cidade cada vez mais atrativa e vantajosa em relação aos municípios vizinhos.

O conceito adotado por Mayo e Jarvis (1981) para *percepção* a registra como sendo o processo através do qual um indivíduo recebe, seleciona, organiza e interpreta informações para criar um mundo que faça sentido. O estudo da *percepção* está diretamente ligado ao estudo das *atitudes*, pois estas variam dependendo da percepção/impressão que se tem de alguém ou de um acontecimento. Na Psicologia, Krech (1975), afirma que ao se adquirir as informações sobre as pessoas ou fatos, tem-se uma impressão ou percepção sobre aquilo. Logo após, realiza-se julgamentos e inferências. Essa impressão

dirige a nossa reação a ela e influencia, assim, o curso do comportamento interpessoal e é este julgamento que guia nossas ações.

Neste sentido, o presente estudo visa descrever percepções sobre o Turismo, investigando como os trabalhadores do setor hoteleiro de Caxias do Sul vêem a relação desta cidade com a atividade turística. Suas percepções serão entendidas com base na Teoria da Atribuição, proposta pela Psicologia Social. Entende-se para tal que o Turismo é uma atividade que envolve pessoas e, conseqüentemente, emoções, comportamentos, percepções. Neste sentido, a Psicologia Social se insere neste estudo de forma complementar ao entendimento sobre o Turismo.

Para o desenvolvimento do Turismo e criação de estratégias de atração, é importante conhecer o ambiente como um todo, além de se conhecer os sujeitos diretamente ligados ao consumidor final, o turista. O envolvimento dos trabalhadores em hospitalidade é essencial para o sucesso da atividade, em especial na sua atuação em hotéis, agências, restaurantes e demais serviços que fazem parte do setor turístico.

Analisando-se, portanto, o Turismo como sendo uma atividade que envolve pessoas, tema central da Psicologia, percebe-se a interface existente entre estas duas áreas do conhecimento. Vários estudiosos já se dedicaram ao estudo das dimensões do Turismo e sua influência na Psicologia e vice-versa (HARRIL & POTTS, 2003; HOLLOWAY, 1983; MONTEJANO, 1996; RÁTZ, 2000; ROSS, 2001; VAIL, 2001). Fica evidente aqui a interdisciplinaridade, tema bastante freqüente quando se trata de Turismo, já que o mesmo possui

uma grande interface com outras disciplinas, como Sociologia, Antropologia, História, Geográfica, dentre outras. No campo da Psicologia, a maior parte destes estudos enfoca os impactos percebidos pela população receptora quando há o surgimento da atividade turística em uma localidade (BRUNT, 1999; CARMICHAEL, 2000; ALEMÁN E MAÑAS, 1998; WILLIAMS *et al*, 1995). Nestes estudos, os aspectos mais citados são o aumento de preços, congestionamentos viários, poluição, sendo todos estes efeitos percebidos como negativos pelos receptores. Por outro lado, esta mesma população pode aceitar a atividade por depender financeiramente do movimento dos turistas (BRAMWELL, 2003).

O estudo da percepção dos moradores de localidades turísticas, sobre a atividade, pode contribuir com os planejadores locais no sentido de minimizar os impactos causados pelo Turismo. Teye, Siraya e Sömmez (2002) em um estudo intitulado “Residents’ attitudes toward tourism development”, citando Ap (1992), afirmam que o estudo da atitude e percepção da comunidade receptora sobre o Turismo consolida-se como considerações importantes de políticas e planejamento para ações de sucesso em marketing e operacionalização de projetos e programas de Turismo para a atualidade e também para o futuro.

Para os autores, os fatos que contribuem para a percepção do morador sobre o Turismo são o tipo e duração da interação turista - morador, importância da atividade turística na comunidade e tempo de moradia na localidade. Para Ap e Crompton, a percepção está ligada ao ciclo de vida de Butler: quanto mais desenvolvida está a atividade turística, mais negativa será

a atitude do morador em relação a ela e aos próprios turistas (*Apud* UPCHURCH E TEIVANE, 2000).

Da mesma forma que o estudo da percepção do morador não diretamente ligado ao Turismo é importante e contribui para os planos municipais de Turismo, as pessoas diretamente envolvidas com esta atividade também são detentoras de impressões e percepções relevantes para os planejadores. Sharpley e Forster (2003) defendem que o papel dos trabalhadores é essencial para a implantação de programas de qualidade, por exemplo. No estudo, os autores citam fatores que tornam essencial a pesquisa junto a estes trabalhadores: vive-se em uma nova era, na qual o turista procura alternativas; este turista está apto a diferenciar serviços de qualidade; o turista está consciente dos seus direitos; e o mercado está se tornando cada vez mais competitivo sendo indispensável à qualidade na prestação de serviços. Nesta dissertação, será estudada a percepção do trabalhador em Turismo sobre esta atividade e sua relação com a cidade de Caxias do Sul, sob a ótica da Teoria da Atribuição.

A Teoria da Atribuição é uma das teorias da Psicologia Social que tem despertado o interesse de vários estudiosos desta área do conhecimento (HEIDER, 1958; JONES E DAVIS, 1965; JONES E NISBETT, 1972; KELLEY, 1967; WEINER, 1986). Conforme Weiner (*apud* PERVIN, 1990), esta teoria preocupa-se com as causas ou razões percebidas pelos indivíduos, ou seja, do porquê do acontecimento de determinado evento. A teoria diz respeito a julgamentos de responsabilidade em relação à conduta social. A

atribuição a determinados comportamentos ou desempenhos pode ser interna ou externa, ou seja, de causalidade pessoal ou impessoal. Beck (2001) explica que as atribuições que derivam de causalidade pessoal dependem do controle do indivíduo e a impessoal está subordinada a forças externas.

Heider (1958) é considerado o primeiro teórico a se dedicar ao estudo profundo da atribuição. Para ele, o indivíduo é motivado a descobrir as causas dos eventos e entender seu ambiente. As relações que existem entre os indivíduos influenciam nos seus comportamentos futuros (BECK, 2001).

Weiner (1986) focou a maior parte de seus trabalhos no estudo das atribuições de sucesso ou fracasso escolar. Para ele, o desempenho pessoal pode ser atribuído à habilidade, esforço, dificuldade da tarefa e sorte.

Caxias do Sul é um município da denominada Serra Gaúcha (ver anexo C), localizado no Estado do Rio Grande do Sul, que tem investido no setor turístico e necessita aprimorar suas estratégias de forma a desenvolver um Turismo consciente e planejado. Este estudo, assim como outros já publicados com este objeto, poderão contribuir como instrumento no planejamento e suporte para decisões que possam vir a ser tomadas quanto ao desenvolvimento local.

A cidade possui aproximadamente 400 mil habitantes e tem uma economia voltada para o setor industrial, tendo nascido com a presença de imigrantes italianos e fundada em 1875. Os estudos já realizados sobre Caxias do Sul têm contribuído para o desenvolvimento do Turismo na cidade (MICHELON, 2003; SANTOS, 2003; TOMAZZONI, 2002; ZOTTIS, 2003). Esta dissertação, da mesma forma, pretende colaborar com planejadores



públicos e empreendedores do setor privado, investigando a percepção dos trabalhadores da rede hoteleira sobre o Turismo e sua relação com a cidade de Caxias do Sul. Além das percepções, será investigado o entendimento que estes trabalhadores possuem sobre o Turismo e, sob a ótica da Teoria da Atribuição, serão investigados a quais fatores os atuantes deste setor atribuem o sucesso ou fracasso do Turismo no município.

O estudo é dividido em três capítulos que procuram investigar algumas percepções sobre o Turismo na cidade de Caxias do Sul. O primeiro faz um resgate da base teórica da pesquisa. São abordados os temas ligados à Psicologia Social, como percepção, atitude e atribuição. Além destes temas, também é feito um resgate do conceito de Turismo e do objeto de estudo, a cidade de Caxias do Sul.

O segundo capítulo detalha os referenciais metodológicos utilizados na pesquisa. Escolha da amostra, sujeitos, coleta de dados e outros itens serão apresentados neste capítulo. Aqui também é feito um resgate de outros estudos já realizados tendo a cidade de Caxias do Sul como objeto de estudo.

O terceiro capítulo traz o resultado da pesquisa, no qual se faz análise e se apresentam os resultados de todos os dados coletados ao longo do estudo.

As considerações finais levantam alguns questionamentos e tem por objetivo instigar leitores e estudiosos a produzirem outros estudos que possam ir além do objetivo desta pesquisa, contribuindo assim, com a comunidade de Caxias do Sul e seus futuros planejadores.

## **1 REVISÃO DA LITERATURA**

A revisão da literatura concentra-se em três temas centrais. O primeiro deles é a Psicologia Social e seus construtos que são relevantes para o presente estudo: percepção, atitude e atribuição. O segundo tema aborda o posicionamento da autora sobre o Turismo enquanto prática econômica e social e o terceiro tema faz considerações sobre o objeto de estudo da pesquisa, a cidade de Caxias do Sul.

### **1.1 PSICOLOGIA SOCIAL**

Entende-se que o Turismo é bastante difundido enquanto prática social e econômica. Porém, enquanto área de conhecimento ainda está construindo todo o seu campo teórico. Com o objetivo de consolidar esta busca e abranger um maior conhecimento desta área, o Turismo procura cercar-se de elementos teóricos de outras disciplinas já consolidadas enquanto áreas de conhecimento. Pode-se dizer que a Psicologia pode contribuir com o Turismo e em especial a Psicologia Social.

A Psicologia Social é o ramo da Psicologia que estuda as manifestações comportamentais resultantes da interação entre as pessoas. A partir do momento em que há interação com o outro, gera-se um aspecto social, no qual ocorrem as trocas, ressaltando a interdependência entre os

atores partícipes. Desta forma, pode-se dizer que a interação humana é o objeto de estudo da Psicologia Social. Outra característica que pode ser adicionada à base de interesses da Psicologia Social é a investigação dos estímulos sociais que podem influenciar o comportamento. Estes estímulos propiciam o caráter latitudinal da investigação psicosocial. Rodrigues (1972, p. 22) define a Psicologia Social como sendo:

(...) o estudo científico de manifestações comportamentais de caráter situacional suscitadas pela interação de uma pessoa com outras pessoas ou pela mera expectativa de tal interação, bem como dos estados internos que se inferem logicamente destas manifestações.

A Psicologia Social apresenta uma interface ampla com outras áreas do conhecimento como a Sociologia e a Antropologia. A Sociologia tem como objetos de estudo a sociedade, instituições, relações sociais, agrupando, portanto, características da Psicologia Social: atitude e comportamento. Da mesma forma, a Antropologia tem por base o entendimento do comportamento dos indivíduos de diferentes culturas. Para Rodrigues (1972), estudiosos de outras áreas do conhecimento podem utilizar-se dos avanços teóricos da Psicologia Social, associando-os aos conhecimentos específicos da sua área de atuação.

McDavid corrobora com Rodrigues quando diz que a Psicologia Social pode ser aplicada para melhor entendimento de questões cotidianas:

A Psicologia Social trata de problemas sociais imediatos e cotidianos. Ela não pode encontrar solução para a sua totalidade, mas contribui de muitas maneiras para orientar proveitosamente os diversos modos de compreendê-los e lidar com eles...o terceiro quartel do século XX, especialmente, foi uma era de crescente consciência pública quanto à aplicabilidade da Psicologia Social a importantes problemas sociais (MCDAVID, 1980, p. 4).

Os fenômenos estudados pela Psicologia Social são todos aqueles envolvidos no processo de interação social. Para exemplificar, pode-se citar o estudo da influência exercida por pessoas individuais ou grupos, a mudança de atitude, consciência de pertencimento a um grupo social e resoluções de conflitos resultantes de interesses ou objetivos distintos.

Neste estudo, portanto, os temas da Psicologia Social que estarão sendo utilizados são a percepção e a atribuição de causalidade. Este último tema é sustentado pela Teoria da Atribuição (Heider, 1958). Este processo se consolida quando há uma tentativa, por parte dos sujeitos, de atribuírem causas a sua satisfação ou insatisfação, sucesso ou fracasso. Já a percepção será estudada na perspectiva da atribuição, construto diretamente ligado a esta teoria. A percepção, na visão de Bock (2002), auxilia na organização das informações obtidas no contato com o mundo. Estas informações permitiriam compreender ou categorizar um fato novo. A percepção vai da recepção do estímulo à atribuição de significado ao mesmo.

As características do processo perceptivo e atribuição de causalidade serão analisadas de forma mais ampla a seguir.

### **1.1.1 Atitude e Percepção**

O *construto atitude* tem sido objeto de estudo na Psicologia Social e definido como reações positivas ou negativas a pessoas, objetos, situações do ambiente em que se vive (ATKINSON, 2002). Allport (*apud* RODRIGUES, 1972, p. 343) define atitude como sendo: “um estado mental e neurológico de prontidão, organizado através da experiência, e capaz de exercer uma

influência diretiva ou dinâmica sobre a resposta do indivíduo a todos os objetos e situações a que está relacionada”.

As atitudes se caracterizariam por três componentes: o afetivo (sentimentos), o cognitivo (crenças, pensamentos, percepção), e o comportamental (ação) (SPERLING E MARTIN, 1982). Os indivíduos não nasceriam com atitudes já formadas, elas seriam aprendidas ao longo da vida. A formação de atitude seria o resultado da convivência humana com diferentes grupos sociais. Em um primeiro momento, a família e depois a escola. Pode-se dizer que o ambiente e os objetos com os quais os indivíduos lidam, moldam suas atitudes (*idem ibidem*).

Muitas vezes as atitudes não retratariam fielmente os valores e crenças de um indivíduo. Este fato ficaria evidenciado quando da mensuração de atitudes. Tal distorção pode ser observada com certa frequência, pois os respondentes, por conveniência ou pressão social, não expressariam sua verdadeira atitude em relação a determinado tema. Desta forma, a análise e seu escore final, no caso de aplicação de escalas para medir atitude, pode apresentar certo grau de erro (*idem ibidem*).

A atitude, além de ser tema freqüente na Psicologia Social, também integra muitos estudos na área do Turismo (HARRILL & POTTS, 2003; HOLLOWAY, 1983; RÁTZ, 2000; ROSS, 2001; VAIL, 2001). A seguir são mencionados alguns estudos que tiveram como enfoque a atitude e percepção do morador em relação ao Turismo na sua localidade.

Em estudo realizado na cidade de Charleston (Estados Unidos) foram analisadas as relações existentes entre apego, amizade e tempo de moradia e a atitude dos moradores daquela cidade para com o desenvolvimento do

Turismo (HARRIL E POTTS, 2003). As atitudes dos 404 residentes entrevistados em relação ao Turismo apresentaram tendência a se concentrar em extremos negativo e positivo. Os autores encontraram que, apesar da atitude positiva em relação ao turista, os residentes percebem os impactos negativos causados pela atividade turística. Da mesma forma, Vail (2001), em estudo realizado na Noruega, escreve que os residentes sentem-se orgulhosos das belezas da sua cidade e reconhecem os benefícios da atividade turística, mas também reclamam dos conflitos gerados com turistas devido ao uso das áreas naturais da localidade.

Um e Crompton (1987) desenvolveram um estudo através do qual ficou evidente que quanto mais apegados os moradores são a sua cidade, devido ao tempo de residência e local de nascimento, menor é o nível de aceitação do desenvolvimento do Turismo por parte destes indivíduos.

Como parte do estudo da atitude e foco deste trabalho, a percepção pode ser definida como o esforço do ser humano de organizar interiormente os elementos levados pelos sentidos (TELES, 1981). Refere o autor que perceber é conhecer, através dos sentidos, objetos e situações. A maneira como percebemos as pessoas ou objetos que nos rodeiam, também é instigante na Psicologia. É através da percepção que os indivíduos interagem com o meio exterior. O autor argumenta que a percepção iria desde o estudo dos sentidos até os fenômenos não convencionais da mente. Afirma, ainda, que o estudo da percepção agregou outras variáveis nos tempos modernos como, por exemplo, a maior ênfase ao auditivo. As percepções seriam formadas na nossa consciência interior e não seriam os retratos fiéis do objeto ou pessoa percebida, sendo dados vistos de maneira diferente por pessoas diferentes.

As pessoas utilizam-se de todas as informações disponíveis para formar impressões sobre os fatos ou sobre outras pessoas. Porém, nem sempre dispõem de informações suficientes para se ter uma percepção coerente. Freedman, Carlsmith e Sears (1970, p. 41) afirmam:

Uma tendência importante e aparentemente universal é que as pessoas formam extensas impressões dos outros com base em informações muito limitadas. Tendo visto alguém ou mesmo o seu retrato por apenas alguns minutos, as pessoas tendem a formar opiniões sobre um grande número de suas características. Embora os indivíduos, usualmente, não se mostrem francamente confiantes nas opiniões formadas dessa maneira, eles estão dispostos, de um modo geral a avaliar a inteligência, idade, antecedentes, raça, religião, nível de educação, honestidade, afetividade e muitas outras características de uma pessoa através dessas impressões.

Sussmann et Ünel (*apud* MANSFELD E PIZAM, 1999) adaptaram as definições de percepção que a Psicologia utiliza e sugerem que no Turismo ela seria o processo de escolher e filtrar a grande variedade de informações sobre uma determinada localidade e, a partir daí, formar sua percepção. As autoras ainda destacam o fato que a mesma mensagem pode ser percebida de forma diferente por indivíduos do mesmo grupo ou ainda por diferentes grupos. No caso de percepções sobre cidades, o indivíduo utiliza-se do conjunto de informações disponibilizadas sobre a mesma. Portanto, as entidades ou organizações que desejarem promover uma localidade, devem entender as percepções, atitudes e motivações do público a ser atingido.

No estudo realizado por Formica (2002), a atratividade de um destino turístico foi medida através da percepção que os visitantes tinham desta localidade, ou seja, através da demanda. Para o autor, o julgamento do turista é determinante para o sucesso de uma localidade e este critério de medida de atratividade pode ser mais eficiente que os números de visitantes ou as receitas advindas do Turismo. Por outro lado, aponta que as percepções são

baseadas em crenças culturais e pessoais e podem ser influenciadas pela promoção ou pela experiência prévia.

Outros autores que estudaram a percepção dos moradores sobre o desenvolvimento do Turismo em uma localidade, corroboram com Formica (2002), quando afirmam que as percepções variam com as circunstâncias ou características individuais do observador (FREDLINE E FAULKNER, 2000; GUNCE, 2003 UPCHURCH E TEIVANE, 2000).

Ao analisar alguns dos estudos já produzidos sobre a relação impactos percebidos *versus* atitudes e impactos percebidos *versus* opiniões, nota-se que, na maioria dos casos os termos, “percepção”, “opinião” e “impressão”, são utilizados em larga escala, ilustrando, portanto, a ligação entre estes construtos, já que todos se enquadram na dimensão cognitiva da atitude (ATKINSON *et al*, 2002).

Carmichael (2000) desenvolveu seu estudo baseando-se nas atitudes e comportamentos em uma localidade com imediato incremento do Turismo, onde foi instalado um mega cassino. A conclusão foi que as percepções dos impactos do cassino influenciariam as atitudes em relação ao mesmo, sendo que as opiniões e atitudes dos moradores podem variar conforme as características individuais do entrevistado e nível de benefício da comunidade com o Turismo.

Deve-se considerar que as atitudes e percepções dos moradores e também dos atuantes no setor turístico podem variar conforme o nível de desenvolvimento do Turismo na localidade em análise. Contudo, a atitude e percepção dos envolvidos no setor turístico podem contribuir positivamente ou negativamente para o desenvolvimento do Turismo nas localidades.



### **1.1.2 Atribuição**

Weiner (1986) e Heider (1958) são dois dos teóricos que discorrem sobre a atribuição. Além destes, contribuições foram dadas com os estudos de Kelley (1967) e Jones e Davis (1965).

A atribuição pode ser definida como a causa a que atribuímos determinadas ações. Quando existe um comportamento, próprio ou de outra pessoa, atribui-se este comportamento específico a uma certa causa (ATKINSON, 2002). Pode-se citar como exemplo o simples fato de alguém acertar a resposta a uma pergunta de conhecimentos gerais. A pessoa acertou porque estudou ou porque a pergunta era fácil?

Conforme Heider (1958), as pessoas têm necessidade de atribuir causas aos fenômenos observados. Desta forma, ter-se-ia a sensação de viver em um mundo previsível e seguro. Seria natural ao ser humano sentir curiosidade ou insegurança quando não conseguisse achar explicações que considerasse seguras para os fatos que o rodeiam. A maioria dos indivíduos, nestas circunstâncias, buscaria as explicações para os fenômenos do dia-a-dia.

Rodrigues corrobora com Heider (1958) ao dizer que uma das características do ser humano é a de atribuir causalidade aos diversos fenômenos sociais e físicos que os rodeiam. Tanto leigos quanto cientistas “(...) todos procuram atribuir causalidade aos acontecimentos que observam, a fim de adquirirem um conhecimento que torna possível a contemplação de um mundo relativamente estável, controlável e previsível” (RODRIGUES, 1979, p. 143).

Quando um indivíduo realiza uma tarefa com êxito, sem ter colocado esforço na sua realização, a tendência pessoal é atribuir o sucesso à facilidade da mesma. Por outro lado, se outros indivíduos que realizaram a mesma tarefa, não conseguem ter sucesso, tender-se-ia a atribuir o êxito à habilidade pessoal. Heider (*apud* RODRIGUES, 1979) representa as situações expostas, ao dizer que o resultado de uma ação é função das forças pessoais e ambientais e que a relação entre estas duas variáveis é aditiva, ou seja, se uma delas não existir, a ação dependerá apenas da outra para acontecer. Rodrigues (1979, p. 148) exemplifica a teoria exposta por Heider:

Podemos, por exemplo, passar de um ponto a outro de uma praia enquanto boiamos na água sem que façamos qualquer força no sentido de mudar de local. O mesmo evento pode também decorrer de uma combinação de forças pessoais e ambiências, ou seja, podemos nadar na direção desejada e sermos ajudados pela correnteza que nos impele nesta direção.

Englobados nas forças pessoais, pode-se distinguir dois componentes: poder e intencionalidade. Neste caso, a relação é multiplicativa, ou seja, se a intenção não existir, a ação não ocorrerá. Da mesma forma, acontece com o poder. Para que ocorra a ação, é necessário que haja querer (intenção) e poder. Por outro lado, se deve considerar, não somente as forças pessoais para que determinado evento aconteça. As forças ambientais também têm um papel determinante. Utilizando o mesmo exemplo citado por Rodrigues (1979), mesmo que as forças pessoais existam, querer e poder nadar na correnteza, se as forças ambientais não ajudarem, a ação não acontecerá, ou pelo menos, não será realizada com o mesmo êxito.

Rodrigues (1979) resume a teoria de Heider com a seguinte equação:

$$x = f(\text{poder} \times \text{intenção} + \text{ambiente})$$

Onde,

$x$  = ação;  $f$  = função.

Portanto, do ponto de vista de Teoria da Atribuição, um fator importante a considerar é o grau de dificuldade de uma ação, isto é, a intensidade da resistência das forças ambientais. Rodrigues (1979, p. 148) reforça que “dificuldade oferecida pelo ambiente constituir-se-á, então, numa das bases de atribuição de causalidade pessoal, sendo, pois uma importante propriedade disposicional do ambiente em que uma ação ocorre”.

As ações podem derivar de causas pessoais ou impessoais. Uma atribuição de causalidade pessoal é vista como resultado de disposição pessoal interna ao indivíduo. No caso de atribuições impessoais, as ações são atribuídas a fatores externos, sob os quais o indivíduo não tem controle algum.

Estudos sobre a Teoria da Atribuição têm sugerido a ocorrência de três dimensões causais: locus de controle, estabilidade e controlabilidade (WEINER *et al*, 1971). Aplicando as três dimensões causais, após atribuir a causa de um evento, ter-se-ia: a dimensão locus de controle explicitada em dois extremos: interno e externo; a dimensão de estabilidade definindo se determinadas atribuições de causa são constantes ou variam ao longo do tempo; por fim, a dimensão de controlabilidade contrastando causas que se pode controlar, como habilidade e eficiência com causas incontroláveis, tais como ações de outras pessoas e sorte (ECCLES E WIGFIELD, 2002).

Para Weiner (1986), acontecimentos positivos nos propiciariam emoções prazerosas, ao contrário de eventos negativos. A teoria de Weiner se concentra no sucesso ou fracasso das nossas próprias ações e das ações de

outras pessoas. Para este autor, os indivíduos tenderiam a atribuir seu sucesso a causas internas, enquanto que seus fracassos geralmente seriam atribuídos a fatores externos. Ao atribuir-se o sucesso a causas internas, envolve-se sentimentos de orgulho e auto-estima, enquanto que, quando se atribui este mesmo sucesso a causas externas, lida-se com sentimento de gratidão. Por exemplo: o político pode atribuir o sucesso do seu discurso à ajuda do seu assessor que se dedicou ao escrevê-lo ou a sua habilidade de dom da palavra ou no domínio da platéia. Por outro lado, ter-se-ia a tendência, conforme Weiner, a atribuir o fracasso a causas externas com sentimentos de raiva (o político atribui o fracasso do seu discurso à ineficiência do seu assessor). Porém, se atribui o fracasso a causas internas, ter-se-ia vergonha e condenação (o discurso foi um fracasso, pois não me preparei bem para este dia). Logo, devido às ligações entre as dimensões de locus de controle, estabilidade e controlabilidade, o autor afirma que o comportamento pode ser diretamente influenciado pelas causas a que se atribuem determinados eventos da vida.

Pearce e Moscardo (1984), no seu estudo intitulado “Making Sense of Tourists’ Complaints”, utilizam-se desta teoria para explicar as reclamações de turistas quando estes procuram a causa da sua insatisfação, podendo estas ser externas (atribuídas ao ambiente visitado) ou internas (atribuídas ao próprio visitante – auto-atribuição).

Na esfera da Psicologia Social aplicada ao Turismo, atitude, motivação, comportamento e percepção são temas bastante frequentes, pois são pertinentes ao assunto, ligados à Psicologia Social e, de certa forma, à Teoria da Atribuição, já que esta determina também que, conforme a

percepção que o indivíduo tem de algo, ele procura uma causa e molda um comportamento. A maior parte dos estudos não utiliza a Teoria da Atribuição como referencial teórico principal, mas lidam com temas que estão relacionados a este assunto (BRUNT e COURTNEY, 1999; FORMICA, 2002; FREDLINE E FAULKNER, 2000; FREW E SHAW, 1998; JUROWSKI E GURSOY, 2004; UPCHURCH E TEIVANE, 2000).

Sendo a Teoria da Atribuição o principal embasamento teórico utilizado neste estudo, far-se-á a relação das narrativas colhidas com esta teoria. A Teoria da Atribuição é um referencial teórico importante para analisar as explicações que os indivíduos têm sobre acontecimentos ou outras pessoas. No Turismo e nesta dissertação, esta teoria pode contribuir no sentido de levar a um maior conhecimento das causas atribuídas pelos atuantes na rede hoteleira, ao fracasso ou sucesso da atividade turística em Caxias do Sul.

As percepções destes trabalhadores sobre Caxias do Sul e o Turismo também serão investigadas, levando-se em consideração as características da Psicologia Social. Pretende-se compreender o conceito de Turismo que cada um destes trabalhadores possui, além de seu entendimento sobre a relação do Turismo com a cidade de Caxias do Sul.

## **1.2 TURISMO**

O Turismo é uma atividade amplamente difundida enquanto forma de recreação (KRIPPENDORF, 2000) e em ascensão enquanto disciplina a ser investigada (REJOWSKI, 1996). Só no Brasil seriam 577 cursos de

bacharelado em Turismo (MEC, 2004). Apesar desta visibilidade, os estudos acadêmicos em Turismo ainda seriam bastante recentes e carentes de uma maior fundamentação teórica (MCINTOSCH, 2000).

Verifica-se esta realidade quando se busca resgatar o conceito de Turismo. São diversas abordagens na busca de construção teórica do conceito. A atividade turística realizar-se-ia a partir de uma série de processos, desde o momento da escolha do destino a ser visitado, preparação da viagem, podendo ou não incluir o serviço de uma agência, escolha do alojamento e do meio de transporte, o que visitar, onde comer, a utilização de serviços nos locais de estada, até o retorno ao local de origem. É possível mencionar ainda as relações interpessoais, trocas de experiências, vivência de outra cultura, busca pelo prazer, motivação da viagem. Inserir todos estes processos em um único conceito é tarefa complexa. Os conceitos em geral contemplam algumas destas dimensões, mas não todas. As mais comuns seriam a motivação, o tempo de permanência e caráter econômico da atividade (BARRETTO, 1995).

Arrillaga (*apud* BARRETTO, 1995, p. 12) define Turismo como:

(...) o Turismo é o conjunto de deslocamentos voluntários e temporais determinados por causas alheias ao lucro conjunto de bens, serviços e organização que determinam e tornam possíveis estes deslocamentos e as relações e fatos que entre aqueles e os viajantes têm lugar.

A OMT – Organização Mundial do Turismo – considera o Turismo como sendo um importante fenômeno econômico e social. Logo, sua definição pode ser elaborada sob diversos olhares e disciplinas, devido a sua complexidade e aos elementos que engloba. Para o OMT:

“O Turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e permanência em lugares distantes do seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo e inferior a

um ano, com o objetivo de ócio, negócios e outros” (OMT, 1998, p. 44).

Cabe destacar, nesta definição, a presença dos elementos motivadores para a viagem, o período de permanência e as atividades que são realizadas durante a viagem e permanência no destino. A OMT considera ainda a remuneração no destino visitado como sendo excludente ao considerar o Turismo:

“o terceiro critério para distinguir o Turismo das outras formas de viagem é que o principal motivo da visita não seja o exercício de uma atividade remunerado por algum agente econômico do local visitado” (OMT, 1995, p. 24).

Por outro lado, a OMT não exclui do Turismo, pelo fato de serem remuneradas, os seguintes casos: pessoas em viagens de negócios a filiais da sua empresa, comerciantes, pilotos de avião, dentre outros casos. Para fins desta dissertação, esta definição corrobora com o conceito de Turismo entendido pelos sujeitos da pesquisa.

Molina (2001, p. 12) defende que nenhum dos conceitos de Turismo existentes conseguiria refletir a amplitude desta atividade. Para o autor, o Turismo é um resultado de processos sociais que não podem ser quantificados na sua totalidade:

(...) este fenômeno alcançou conotações, significados e conseqüências altamente complexas, que transcendem elementos quantitativos e de crescimento numérico. Em nossa época o Turismo é resultado de processos sociais e culturais não inteiramente quantificáveis.

Para fins desta dissertação, que tem na Psicologia Social um dos pontos de sua sustentação teórica, adotar-se-á a definição elaborada por Oscar de La Torre, pois a mesma aborda algumas das dimensões já citadas, como deslocamento e motivação, além das relações sociais resultantes da atividade:

O Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE, 1997, p. 16).

A Psicologia e o Turismo podem ser estudados de maneira concomitante e relacionada, da mesma forma que a Psicologia tem sido apropriada pela Sociologia, Antropologia e aplicada a empresas, escolas e outras instituições. Para Ross (2001), o estudo do Turismo sob uma perspectiva psicológica abrange elementos como motivação, personalidade, atitude, comportamento, além do contexto social, no qual ocorrem as trocas e as relações interpessoais.

Montejano (1996) afirma que o Turismo só teria sido analisado como fenômeno social quando do início o Turismo de massa. Um dos primeiros trabalhos envolvendo Psicologia e Sociologia data de 1935, quando Robert Glucksmann conceitua Turismo não como uma corrente de pessoas, nem como sinônimo de viagem, mas sim como um fenômeno social, ligado às relações interpessoais e à comunicação humana (BARRETTO, 1995). A definição de Turismo dos professores suíços Hunziker e Krapf data da mesma época (1942) e corrobora o conceito de Glucksmann, envolvendo o Turismo e a Psicologia:

Turismo é o conjunto das relações e dos fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do seu local de domicílio, sempre que ditos deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa (*apud* BARRETTO, 1995, p. 11).

Montejano (1996) chama de *psicosociologia do Turismo* a interação da Psicologia e da Sociologia do Turismo. Para o autor, esta área tem como objeto de estudo as condutas individuais e interpessoais, de forma simultânea



e paralela, em relação às atividades turísticas e viagens que ocorrem no mercado turístico, tanto do ponto de vista da oferta quanto da demanda. A definição de psicossociologia do Turismo utilizada por Montejano (1996, p. 19) é:

(...) aquela parte da Psicologia aplicada em nível diferencial, social econômico que estuda cientificamente o comportamento humano em relação a sua conduta do tempo livre, gerado por uma série de motivações para satisfazer as necessidades relacionadas com as viagens, locais e atividades turísticas, com a escolha, com a compra e com a prestação dos serviços turísticos correspondentes.

Este mesmo autor utiliza-se das várias correntes da Psicologia para tentar explicar a atividade turística. Dentre elas são citadas a Psicologia diferencial, que se ocupa das diferenças sócio-demográficas dos indivíduos; a Psicologia das raças, étnica e cultural que estuda o comportamento dos povos sob o ponto de vista turístico. A Psicologia do trabalho ou industrial trata das relações do trabalho e suas condições psicológicas nas diferentes tarefas prestadas no Turismo. Montejano (1996, p. 21) ainda menciona a relação do Turismo com a Psicologia do mercado, das organizações, da comunicação, do ócio, das relações internacionais entre os povos e da Psicologia Social, base de estudo desta dissertação. O autor concorda com as definições já estudadas deste ramo da Psicologia quando a define como:

(...) a Psicologia Social é aquela parte da Psicologia e de outras ciências sociais (sociologia, entre elas) que estuda principalmente a conduta e as vivências do indivíduo em interação com os demais (...) a dependência e interdependência dos processos e estruturas das condutas individuais das pessoas (turista, prestador de serviços turísticos...) em relação às outras pessoas, tanto em nível individual quanto em grupo.

Dos temas estudados na Psicologia Social, que podem ser aplicados ao Turismo, como o estudo da atitude, motivações, tomada de decisões,

personalidade, nesta dissertação, abordar-se-á a percepção vista sob uma ótica da Teoria da Atribuição.

### **1.3 CAXIAS DO SUL**

Caxias do Sul teria sido objeto de vários estudos, incentivados pela Universidade de Caxias do Sul que, dentre outros cursos, oferece um Programa de Pós Graduação – Mestrado em Turismo. Alguns alunos deste curso já desenvolveram dissertações com temas relevantes ao Turismo nesta cidade.

Michelon (2003), realizou um estudo que teve como objeto à formação do Cluster Turístico da Serra Gaúcha, projeto institucionalizado pela Universidade de Caxias do Sul em 2002. O Cluster abrangeria municípios pertencentes à Região das Hortênsias, Campos de Cima da Serra e da Região Uva e Vinho, da qual faz parte a cidade de Caxias do Sul. O objetivo principal deste estudo foi investigar de que forma a comunicação poderia auxiliar no processo de formação do Cluster. Empresários e outras pessoas atuantes no setor turístico das três regiões foram entrevistados para se chegar a opiniões gerais a respeito da formação do Cluster e nível de conhecimentos sobre o assunto, além do papel da comunicação entre organizações envolvidas para auxiliar no processo. A pesquisa de campo foi realizada em somente alguns municípios das três regiões, entre eles, Caxias do Sul.

Evento foi o tema da pesquisa de Santos (2003). Neste estudo, o autor abordou a situação do Turismo de eventos em Caxias do Sul. Destacou a importância deste segmento para o desenvolvimento do Turismo local,

enfocando temas como efeito multiplicador, geração de empregos e renda para a população. Foi realizado um levantamento sobre a situação atual dos eventos em Caxias do Sul e projetada, conforme a expectativa dos entrevistados, as necessidades futuras para que a cidade possa captar um maior número de eventos. O estudo faz também um comparativo entre Caxias do Sul e outros municípios da região, em termos de espaços e realização de eventos. Quanto aos eventos de negócios, o autor finaliza o estudo apontando que Caxias do Sul "... tem potencial para receber novos eventos de negócios, tendo em vista seu potencial econômico... mas defrontam-se com a falta de um local apropriado" (SANTOS, 2003, p. 95).<sup>1</sup>

Na mesma temática de Santos (2003), o estudo desenvolvido por Tomazzoni (2002), propõe uma forma de relacionamento entre as diversas entidades de Caxias do Sul que estão envolvidas na realização de feiras de negócios. Para o autor, o envolvimento das entidades é fundamental para o sucesso das feiras. Destaca o papel da empresa promotora do evento, propondo parcerias e um modelo de gestão que visa consolidar Caxias do Sul como pólo de férias da Serra Gaúcha. Todos os entrevistados do estudo (presidentes de associações de classe, empresas de Turismo, políticos.) foram unânimes em afirmar a importância do envolvimento e integração entre instituições públicas e privadas do município para a consolidação das feiras.

Também no setor de eventos, mas com um enfoque único, Zottis (2003) dedicou-se a estudar uma questão relevante no aspecto turístico de Caxias do Sul: a Festa da Uva e a contribuição dos seus cartazes de

---

<sup>1</sup> A construção da estrutura referenciada pelo autor foi iniciada em 2004 e tem previsão de término até meados de 2005. (Fonte: Prefeitura Municipal de Caxias do Sul, 2004).

divulgação na construção da imagem turística da cidade. O estudo abrangeu a análise dos cartazes das Festas no período de 1950 até 2002, através de descrição e análise comparativa e interpretativa. A conclusão principal destaca que os cartazes contribuíram para a construção da imagem turística de Caxias do Sul, através de representações do homem, mulher, uva, festivo, agrário/industrial e evocação do passado, já que estas peças publicitárias percorreram todo o país divulgando as várias edições do evento.

Além das pesquisas de mestrado sobre a temática Caxias do Sul, os dois cursos de graduação em Turismo da mesma Universidade também já produziram alguns estudos sobre a cidade. Em 1999, sob a coordenação das professoras Terezinha Hass e Norma Martini Moesch, foi realizada uma pesquisa com turistas em visita a Caxias do Sul com o objetivo de se conhecer o perfil sócio-econômico e cultural dos visitantes e seu nível de satisfação em relação aos serviços e infra-estrutura turística. Foram aplicados 258 questionários com perguntas fechadas. A pesquisa foi aplicada em hotéis, pontos turísticos e aeroporto. Os alunos concluem a pesquisa salientando:

(...) a qualidade da oferta turística em Caxias do Sul ainda é fator que exige atenção e investimentos por parte da Prefeitura Municipal, via órgão responsável pelo Turismo; o comércio, a rede hoteleira e pela comunidade em geral, no sentido de profissionalizar o setor, bem como capacitar recursos físicos e humanos para melhor desenvolvimento das atividades de todas as suas áreas (ROSO *et al*, 1999, p. 49).

A Universidade de Caxias do Sul também já realizou outros estudos através dos seus cursos de graduação em Turismo nos núcleos de Canela e Bento Gonçalves. Em 2003 foi realizado um inventário turístico da cidade de Caxias do Sul, na disciplina de Planejamento Turístico, com a coordenação da

Professora Terezinha Hass. Em 2004, outros dois estudos também foram realizados: uma pesquisa que traçou o perfil do visitante de Caxias do Sul, em parceria com o Mestrado em Turismo da Universidade, e o inventário turístico da região administrativa de Ana Rech, pertencente a Caxias do Sul. Os estudos foram realizados pela Universidade em parceria com a Prefeitura Municipal, através da Secretaria de Turismo e do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Caxias do Sul. (SEMTUR, 2004).

A Festa da Uva, evento que acontece em Caxias do Sul desde 1931, e atrai pessoas de todo o país, também aplica uma pesquisa em cada edição para conhecer o perfil do visitante, sugestões, aspectos positivos e negativos em relação ao evento. A pesquisa aplicada na edição da Festa do ano 2000 teve como objetivo comparar o perfil do visitante desta edição com aquele da edição de 1998. A pesquisa foi aplicada durante os 17 dias da Festa e atingiu 3.978 pessoas para um público total de 310.000 visitantes. Para o coordenador da pesquisa, Professor Charles Pirovano, o perfil do visitante da Festa de 2000 não mudou muito em relação do de 1998, porém o fator idade alterou para um número maior de visitantes de terceira idade. O autor atribui este fato ao esforço que as agências de viagens tem feito para incentivar este segmento do Turismo.

Na pesquisa do ano de 2002, notou-se uma modificação no número de pessoas vindas de fora do Estado para visitar a Festa. Em 2000, o público de fora representou 10% do número total de visitantes. Em 2002, este número caiu para 8%. Dos entrevistados, 69,8% já tinham visitado a Festa em outros anos, mostrando a satisfação do público que retornou ao evento. A pesquisa

também apontou que 27,9% dos visitantes de fora desejariam conhecer pontos turísticos da cidade, além de visitar a Festa (Comissão Comunitária da Festa da Uva).

Em 2004, com os mesmos objetivos das edições anteriores, a Festa da Uva teve sua pesquisa aplicada a 2400 visitantes do evento. Nesta edição, 52,4% dos entrevistados que responderam a questão referente à comparação da Festa da Uva daquele com as anteriores consideram superior e 38,9% consideram que a Festa de 2004 estava no mesmo nível das demais. Somente 8,95 acharam que a Festa de 2004 estava inferior as outras edições do evento. Também o nível de visitantes que estavam no evento pela primeira vez em 2004, em torno de 40%, foi maior que nos anos anteriores, com um acréscimo de 10%. Dos entrevistados, 78,2% afirmam ter vindo por motivos de lazer, número que se manteve aproximado ao da edição de 2002. Porém, o número de pessoas que disseram ter vindo a negócios diminuiu de 6% (2002) para 2,9% em 2004. Na edição da Festa da Uva de 1998, o percentual de pessoas que teriam vindo a negócios foi de 8%. O coordenador da pesquisa, Geison Cioato, alega esta mudança aos esforços da Comissão Comunitária de dar ao evento um caráter de Festa e não de Feira. (Fonte: Comissão Comunitária da Festa da Uva).

A Psicologia é uma área de estudo que já agrega um grande referencial teórico que pode auxiliar pesquisas em outras áreas. O Turismo ainda carece de referenciais concretos, mas já se consolida como um tema emergente na academia, principalmente por sua importância enquanto atividade econômica. Caxias do Sul, da mesma forma, tem sido objeto de estudo, mas também

necessita ampliar o conhecimento sobre tudo o que envolve o desenvolvimento da atividade turística. Desta forma, este estudo utiliza-se da Psicologia Social como forma de complementar a investigação sobre o Turismo na cidade de Caxias do Sul. O estudo propõe averiguar as percepções que os atuantes do setor hoteleiro da cidade possuem sobre o Turismo em Caxias do Sul, assim como a relação da cidade com esta atividade. A Teoria da Atribuição, inserida no contexto da Psicologia Social, será referência no sentido de analisar a que fatores os sujeitos atribuem o sucesso e/ou fracasso de Caxias do Sul para a atividade turística.

## 2 MÉTODO

Como o presente estudo propõe investigar a percepção dos trabalhadores do setor hoteleiro de Caxias do Sul sobre Turismo e a relação desta cidade com o mesmo, utilizar-se-á para tal a Atribuição, conforme teorizada no âmbito da Psicologia Social. O estudo parte do pressuposto que o Turismo é uma atividade que envolve pessoas e, conseqüentemente, emoções, comportamentos, percepções. Portanto, procura-se avaliar qual seria a percepção dos trabalhadores da rede hoteleira de Caxias do Sul sobre o Turismo nesta cidade.

Seguindo a metodologia utilizada por Miles e Huberman (1994), a presente pesquisa dar-se-á em três momentos distintos: fase piloto, primeira fase e segunda fase.

Chamar-se-á ao primeiro momento de *fase piloto*; nele dá-se a elaboração e teste do instrumento piloto, construído a partir dos temas estabelecidos como foco da pesquisa, resultado dos objetivos propostos ao estudo, quais sejam: investigar as percepções que os trabalhadores do setor hoteleiro de Caxias do Sul têm sobre o Turismo e da sua relação com a cidade, compreender o conceito de Turismo presente entre estes trabalhadores, investigar a relação do Turismo com Caxias do Sul e averiguar a quais fatores os trabalhadores da hotelaria atribuem o sucesso ou fracasso da atividade turística na sua cidade.



Elaborado o instrumento, o mesmo será testado aplicando-se a dois sujeitos pertencentes à amostra, formada por dez empreendimentos hoteleiros de Caxias do Sul. Ressalte-se que os dois sujeitos pesquisados na fase piloto, voltarão a ser entrevistados no segundo momento da pesquisa, ou seja, na **primeira fase** de sua aplicação generalizada, condição na qual serão enquadrados na análise de dados.

Já o terceiro momento, ou **segunda fase** da aplicação ampla do instrumento de pesquisa, tem como objetivo validar os dados dos dois momentos iniciais, sendo aplicado a outros cinco estabelecimentos hoteleiros, além dos dez da fase anterior. Os critérios de escolha da amostra, assim como as especificações do conteúdo do instrumento de pesquisa utilizado, serão detalhados no desenvolvimento da metodologia, ao longo deste capítulo.

Para melhor entendimento por parte do leitor, reiteram-se aqui os objetivos geral e específicos deste trabalho de pesquisa, quais sejam, investigar as percepções dos trabalhadores da rede hoteleira sobre o Turismo e sua relação com a cidade de Caxias do Sul, além de investigar o entendimento que estes trabalhadores possuem sobre o Turismo e sua relação com a cidade de Caxias do Sul e a quais fatores os mesmos atribuem o sucesso e/ou fracasso da atividade turística em Caxias do Sul.

## **2.1 INSTRUMENTO**

Em um primeiro momento foi elaborado um instrumento para a pesquisa piloto com perguntas semi-abertas contendo os seguintes tópicos/temas:

1. Conceituação de Turismo;
2. Relação do Turismo com Caxias do Sul;
3. Vantagens de Caxias do Sul na atividade turística;
4. Desvantagens de Caxias do Sul na atividade turística;
5. Relação do sujeito com o setor turístico;
6. Fatores a que atribuir o sucesso e/ou fracasso da atividade turística em Caxias do Sul;
7. Opiniões sobre o que ser feito para tornar Caxias do Sul uma cidade mais vantajosa em relação ao Turismo;
8. Atitude das pessoas em relação ao Turismo.

Após aplicação do instrumento piloto em dois sujeitos pertencentes a um dos hotéis da amostra, o instrumento final foi elaborado mantendo-se os mesmos tópicos/temas do instrumento piloto, sendo a ordem das perguntas alterada para um melhor entendimento por parte do respondente, tendo em vista dificuldade neste sentido, detectada no teste do mesmo. Além das pequenas alterações da parte qualitativa, também foram acrescentadas questões fechadas para levantar as seguintes informações sócio-demográficas: gênero, faixa etária, nível educacional, tempo de atuação no estabelecimento e função exercida. Estas informações serão analisadas de forma quantitativa, visando à construção do perfil sócio-demográfico dos entrevistados (ver anexos A e B).

## 2.2 AMOSTRAGEM

Do universo hoteleiro de Caxias do Sul, hoje composto por 26 estabelecimentos entre hotéis, pousadas e flats (SHRBS, 2004), optou-se por uma amostra constituída primeiramente pelos estabelecimentos de hospedagem indicados no *Guia 4 Rodas*, edição 2005, aos quais, na segunda fase da pesquisa, foram acrescentados outros estabelecimentos associados ao Sindicato de Hotéis, Restaurantes Bares e Similares de Caxias do Sul.

A utilização do *Guia 4 Rodas* como critério de escolha justifica-se pela sua importância no setor turístico em termos de reconhecimento nacional e pelo seu pioneirismo nesta linha de publicação. O conteúdo do *Guia 4 Rodas*, atualmente, é parâmetro nacional de qualidade de empreendimentos e atrações turísticas<sup>2</sup>. Os critérios nele avaliados, no caso da hotelaria, são o conforto, preço e serviços oferecidos, além de localização. O *Guia* não indica todos os estabelecimentos existentes na cidade, sendo feita uma seleção dentro dos critérios de avaliação propostos pela publicação.

Já a segunda parte da amostra foi construída incluindo-se hotéis associados ao SHRBS, pelo reconhecimento que a entidade goza junto ao *trade* turístico local. O SHRBS Região Uva e Vinho foi fundado em 1948. Sua sede está localizada em Caxias do Sul e, além dos hotéis, reúne restaurantes, bares e similares.

---

<sup>2</sup> Nos seus quarenta anos de história o Guia ouviu algumas pessoas diretamente ligadas ao setor turístico e suas percepções quanto à publicação. Entre os entrevistados estão o ex-presidente da Embratur Caio Luis de Carvalho; o atual Presidente desta entidade, Eduardo Sanovicz; o Ministro do Turismo, Walfrido dos Mares Guia e duas pessoas do setor da hotelaria, Chieko Aoki, Presidente do grupo Blue Tree e Luis Carlos Nunes, Presidente da ABIH – Associação Brasileiras da Indústria Hoteleira. De um modo geral, a opinião dos entrevistados é de que o Guia é atualmente um instrumento de referência para quem viaja e uma forma de estímulo para que as empresas turísticas aprimorem seus serviços, pois o fato de ser mencionado no Guia já implica qualidade. O ex-presidente da Embratur menciona que houve uma tentativa de substituir as estrelas que antes classificavam os hotéis pelo sistema utilizado pelo Guia 4 Rodas, além de uma parceira para avaliação destes empreendimentos em nível nacional. Pioneirismo, confiabilidade e atualização também foram características bastante mencionadas pelos entrevistados.

Parte da amostra, a pesquisa terá como sujeitos, os trabalhadores do setor hoteleiro de Caxias do Sul, selecionados por critério de amostragem aleatória, considerando-se a função exercida no estabelecimento pesquisado. Os sujeitos serão divididos em dois grupos distintos conforme sua função. Chamar-se-á de grupo A os sujeitos que exercem função de chefia, gerencia ou que sejam proprietários do estabelecimento. O grupo B é formado por pessoas que exercem funções na governança (camareiras, recepcionistas, copeiras) ou outras funções operacionais. Ressalta-se que a escolha dos sujeitos, já delimitados dentro da função exercida, foi aleatória tanto na primeira quanto na segunda fase da pesquisa.

A escolha de sujeitos pertencentes a dois grupos distintos justifica-se pela possibilidade de, desta forma, alcançar-se variabilidade entre os depoimentos. Patton (1990) argumenta que esta prática viabiliza descrições mais informativas, facilitando a identificação de aspectos comuns entre os sujeitos. Serão entrevistadas duas pessoas de cada estabelecimento, um pertencente ao grupo A e outro pertencente ao grupo B.

### **2.2.1 Hotéis da Primeira Fase**

A escolha dos estabelecimentos a serem incluídos na amostra deste trabalho, se deve ao fato de somente estes constar no *Guia 4 Rodas*, edição 2005. Os 10 estabelecimentos utilizados na primeira fase desta pesquisa (8 hotéis e 2 flats), retirados do *Guia 4 Rodas*, também são os mesmos incluídos na denominada “Faixa 1” do Sindicato de Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares da Região Uva e Vinho, unidade Caxias do Sul. Cabe lembrar

novamente que o hotel utilizado na fase piloto da pesquisa foi incorporado à primeira fase, pois assim que o instrumento final foi definido, aquele estabelecimento voltou a ser pesquisado.

Estabelecimento	Tipo	Classificação SHRBS
Hotel A	Hotel	Faixa 1
Hotel B	Hotel	Faixa 1
Hotel C	Hotel	Faixa 1
Hotel D	Flat	Faixa 1
Hotel E	Flat	Faixa 1
Hotel F	Hotel	Faixa 1
Hotel G	Hotel	Faixa 1
Hotel H	Hotel	Faixa 1
Hotel I	Hotel	Faixa 1
Hotel J	Hotel	Faixa 1

Quadro 1 – Hotéis da primeira fase  
Fonte: Guia 4 Rodas

Destaca-se que, por considerações éticas, os nomes dos hotéis e sujeitos entrevistados são preservados. Os hotéis serão identificados através de letras e os sujeitos identificados com números.

Com o objetivo de melhor visualizar os estabelecimentos escolhidos para aplicação de entrevistas, expõe-se a seguir, uma breve descrição de cada hotel. São inseridas informações a respeito da capacidade, perfil do hóspede e histórico. Todas as informações foram levantadas junto aos gerentes ou proprietário dos próprios estabelecimentos.

**Hotel A:** localizado no coração da cidade, hospeda pessoas a lazer e também a trabalho. Conforme dados repassados pelo hotel, recebe, em média, 10% de hóspedes a lazer, os quais concentram-se nos finais de semana. Sedia também eventos como casamentos e formaturas. Foi inaugurado em Caxias do Sul em 1995 e já consolidou o nome para a realização destas festas. O local tem uma aura de requinte e sofisticação, demonstrada através de sua decoração e imponência do mobiliário. Possui também um café na entrada e

um bistrô com música ao vivo, além do restaurante para almoços e jantares. Possui 94 leitos e duas salas para eventos. Na classificação do *Guia 4 Rodas* é considerado “confortável”.<sup>3</sup> A equipe do hotel é formada por 48 funcionários, sendo que três atuam na recepção, além dos mensageiros. Todos os recepcionistas possuem curso superior, além dos dois diretores, do gerente geral, dois subgerentes e duas chefias.

**Hotel B:** o hotel existe desde 1974, sendo o mais antigo mencionado no Guia 4 Rodas. Possui um auditório para até 60 pessoas equipado para eventos. São 61 apartamentos e cinco suítes. O hotel utiliza-se como slogan da frase “*Sua casa longe de casa*”. Para homenagear sua cidade natal, os proprietários colocaram o seu nome no empreendimento brasileiro. O *Guia 4 Rodas* classifica o Hotel B como sendo de categoria “simples”. O hotel possui 23 funcionários no total, sendo que 10 são recepcionistas. O critério para escolha de recepcionistas no hotel é ter segundo grau completo e ser do sexo masculino. Somente um dos recepcionistas é estudante de terceiro grau.

**Hotel C:** tem localização privilegiada na entrada da cidade, próximo a um grande *shopping center* e a dois centros de compras. Pertencente a uma rede, a unidade de Caxias do Sul foi inaugurada em 2002. Utiliza-se do conceito de hotéis inteligentes que, conforme a rede, garantiria conforto e funcionalidade aos hóspedes. Seu centro de eventos tem capacidade para até 600 pessoas com a infra-estrutura necessária. Possui restaurante, bar, sala de ginástica, piscina, *coffee shop*. Tem sido destaque na cidade como local para grandes festas que reúnem a sociedade local. Para hospedagem, o hotel também tem uma capacidade bastante elevada, contando com 236 leitos.

---

<sup>3</sup> O Guia utiliza diversos critérios para a categorização dos hotéis. As categorias podem ser luxo, muito confortável, confortável, médio conforto, simples. Também consideram o hotel agradável (uma casinha, menos agradável, cinco casinhas, muito agradável) e ambiente agradável (de uma a cinco casinhas).

Conforme dados fornecidos pelo próprio hotel, a ocupação é maior em dias de semana, com hóspedes a trabalho, totalizando 80%. No final de semana a ocupação diminui, sendo freqüentado por pessoas que estão a passeio ou pessoas que vem para festas que acontecem no próprio hotel. O hotel tem procurado inserir-se no contexto do Turismo de lazer, estabelecendo parcerias com as outras unidades da rede, uma delas em Gramado. Na avaliação do hotel, o Guia 4 Rodas o classificou como sendo o único na categoria “muito confortável” em Caxias do Sul. O hotel conta com 60 funcionários, incluindo o restaurante que é terceirizado. Na recepção são oito pessoas, a maioria formada em Turismo ou Hotelaria. Toda a equipe é liderada por seis gerentes que cuidam de áreas diferenciadas, dentre elas eventos, recepção e administrativo.

**Hotel D:** marca de flats de uma rede de hotéis que propõe aliar conforto e privacidade. Foi inaugurado em novembro de 2003. Localiza-se na área central anexo a um shopping center voltado exclusivamente para o público feminino. São 122 apartamentos e 28 suítes, sendo que todos possuem ambientes separados: quarto, sala, banheiro e cozinha equipada. São três salas para eventos, piscina aquecida, fitness center e web space. A ocupação de 80% é resultante de pessoas que estão na cidade por motivos de trabalho. Está na categoria “confortável” do *Guia 4 Rodas* e conta com 23 funcionários, dos quais 9 estão na recepção. Cinco destes recepcionistas possuem superior completo em Hotelaria ou Turismo. Outros quatro estão cursando faculdade e um deles possui somente segundo grau. A equipe é comandada por um gerente comercial, um gerente geral, assistente financeiro, chefe de recepção e governança.

**Hotel E:** localizado em uma das principais ruas do centro da cidade, foi o primeiro flat a ser construído em Caxias do Sul, em 1998. Sua ocupação é de 85% com hóspedes a trabalho<sup>4</sup>. O hotel oferece um auditório com cozinha de apoio para até 60 pessoas, serviço de lavanderia, garagem, sala de ginástica e web service. Possui tarifas especiais para quinzenalistas e mensalistas. O *Guia 4 Rodas* classifica o Hotel E como um flat de “médio conforto”. A equipe do Hotel é composta por 16 funcionários, sendo que seis atuam na recepção. Conforme dados fornecidos pelo hotel, os critérios para contratação de recepcionistas são o domínio de uma língua estrangeira e segundo grau completo. Além do gerente geral, o hotel conta com três chefias: administrativa, recepção e governança.

**Hotel F:** pertence a uma rede de 120 hotéis caracterizada por funcionalidade e preço. Localiza-se próximo a um shopping center, na entrada da cidade. Possui 140 apartamentos duplos. A unidade foi inaugurada em 2003 e está na categoria “médio conforto” conforme o *Guia 4 Rodas*. O estabelecimento conta com 27 funcionários. Destes, sete atuam na recepção. Todos são estudantes de terceiro grau. Conforme o gerente geral do hotel, a contratação de recepcionistas obedece a este critério, dando preferência aos cursos de Hotelaria ou Turismo.

**Hotel G:** localiza-se fora do perímetro urbano, cercado por uma grande área verde. Possui salas para eventos que podem assumir diferentes formatos. Para o hóspede de lazer, oferece um espaço temático chamado

---

<sup>4</sup> Conforme o gerente geral do estabelecimento, as pessoas procuram um flat pela comodidade de ter o conforto e estrutura similar a sua casa, como uma cozinha equipada e sala. Uma parcela das pessoas que procuram um flat, 30%, tem outras razões além do simples conforto: estudantes que estão morando em Caxias do Sul somente durante o tempo de estudos, pessoas da própria cidade que saem de casa por algum motivo, famílias com crianças.



Galpão Crioulo, sala de vídeo, bar com lareira, quadras de tênis e vôlei, fitness center, sauna e piscina propondo envolver o hóspede que deseja descansar por alguns dias. O hotel tornou-se bastante popular para realização de festas como casamentos e aniversários. Sua fundação data de 1960 e hoje conta com 81 apartamentos. Conforme o Guia 4 Rodas, o Hotel G é um “parque hotel” em “local agradável” de “médio conforto”. O hotel possui 45 funcionários, sendo que quatro trabalham na recepção. Com relação à formação dos recepcionistas, dois possuem segundo grau completo, um é formado em Turismo e o outro é estudante de Economia. O organograma do hotel constitui-se de três diretorias, uma gerência e uma sub-gerência. Todos os outros funcionários são em nível operacional.

**Hotel H:** localizado próximo ao centro da cidade, pertence a uma rede de hotéis, tendo sido inaugurado em 2004. Possui 132 apartamentos, sendo duas suítes executivas e seis suítes temáticas. Oferece piscina aquecida, sala de ginástica, sala seca e sala de massagem, além de restaurante com culinária regional e internacional. Pode sediar eventos para até 160 pessoas. Atualmente é o único hotel de Caxias do Sul que tem parceria fixa com uma operadora de Turismo, a CVC, sendo que os hóspedes de lazer correspondem a 15% da ocupação. Como a maioria dos hotéis caxienses, a ocupação é maior em dias de semana, com pessoas viajando por motivos de trabalho. Na classificação do Guia 4 Rodas, o Hotel H foi avaliado na categoria “confortável”. A equipe é formada por 57 funcionários. Destes, seis atuam na recepção, sendo cinco deles formados em Turismo ou Hotelaria. A administração é feita pelo gerente geral e supervisores de setor: recepção, governança, alimentos e bebidas e infra-estrutura.

**Hotel I:** inaugurado em 1975 tem ocupação de 80% com hóspedes de negócios. Nos finais de semana a ocupação é mais baixa predominando os hóspedes de lazer. Durante os meses de julho, dezembro e janeiro e no período de realização da Festa da Uva, recebe excursões. Possui bar, sala de estar com televisão, um espaço para exposições artísticas, sala de ginástica, sala de jogos e salas de eventos para até 70 pessoas. Seus 90 apartamentos dividem-se entre suítes luxo e standard. Recentemente passou a integrar uma rede da qual fazem parte 31 hotéis em 27 cidades do Rio Grande do Sul objetivando ações de marketing integradas e compras em conjunto. O Guia 4 Rodas classifica o Hotel I na categoria “médio conforto”. Possui 44 funcionários, dos quais 14 atuam na recepção. Diferentemente de todos os outros hotéis, o Hotel I informou que não considera a formação superior como sendo requisito para trabalhar na recepção por acreditar que pessoas com formação não queiram trabalhar nesta função.

**Hotel J:** localizado no centro da cidade, com perfil voltado para o hóspede que vem à cidade a trabalho, foi inaugurado em 1997. Conforme dados fornecidos pelo hotel, em três meses, somente duas pessoas teriam se hospedado ali por razões exclusivas de lazer. Durante algum tempo, disponibilizou um serviço de transporte que levava os hóspedes para passeios na zona rural. O serviço era oferecido para hóspedes do hotel e também para quem estava hospedado em outros hotéis. Conforme comentado pela gerente do hotel, desde que o funcionário responsável pela idéia se desligou do estabelecimento, não mais é oferecido tal serviço. Possui 74 leitos para hospedagem e um espaço para eventos com capacidade para 440 pessoas. Conforme a classificação do Guia 4 Rodas, o Hotel J está na categoria “médio

conforto”. O hotel possui uma equipe enxuta de 15 funcionários. Na linha de frente estão cinco recepcionistas, sendo que todos têm nível universitário, não necessariamente em cursos de Turismo ou Hotelaria. A equipe é comandada por dois diretores, administrativo e financeiro, e um gerente geral.

### 2.2.2 Hotéis da Segunda Fase

Esgotados, na primeira fase da pesquisa, os hotéis listados pelo *Guia 4 Rodas*, o SHRBS utiliza a tarifa balcão como critério para classificar os hotéis do município. Na “Faixa 1” estão os hotéis com tarifa balcão mais alta. Na “Faixa 2”, hotéis com tarifas médias ou intermediárias e, na “Faixa 3”, estão inseridos os hotéis com tarifas menores. Conforme dados fornecidos por esta entidade, estes hotéis têm uma ocupação média anual de 45% (dados até outubro de 2004).

Estabelecimento	Tipo	Classificação SHRBS
Hotel K	Hotel	Faixa 2
Hotel L	Hotel	Faixa 1
Hotel M	Hotel	Faixa 2
Hotel N	Hotel	Faixa 2
Hotel O	Hotel	Faixa 2

Quadro 2 – Hotéis da segunda fase  
Fonte: SHRBS

Na segunda fase da pesquisa, conforme proposto pela metodologia utilizada, seriam necessários outros cinco hotéis para a verificação e confirmação dos resultados. Esgotadas as alternativas do Guia 4 Rodas já na primeira fase da pesquisa, na segunda fase, foi recorrido à classificação do SHRBS. Foi escolhido um hotel da faixa 1 que não participou da primeira fase

e outros quatro hotéis da faixa 2, conforme ordem alfabética da listagem cedida pelo próprio Sindicato.

São mencionadas a seguir algumas características de cada um dos cinco hotéis escolhidos para a segunda fase da pesquisa.

**Hotel K:** fez parte de uma rede gaúcha de hotéis até o ano de 2003, quando os funcionários que assumiram sua gestão formaram uma cooperativa. A cooperativa é composta por 22 associados e um contratado. O Conselho de Administração é formado por oito associados, eleitos a cada dois anos. Já o Conselho Fiscal é formado por três associados eleitos anualmente. A cooperativa conta ainda com um presidente, um vice-presidente e uma secretária. Todos os associados atuam no hotel nas diversas funções necessárias ao seu funcionamento. Seguindo o perfil da hotelaria local, o hotel tem sua maior ocupação em dias de semana, com hóspedes a trabalho na cidade. Nos finais de semana que ocorrem eventos, o hotel tem sua ocupação ampliada. Fora destas ocasiões, recebe pequeno número de hóspedes por motivos de lazer, correspondendo a 10% da ocupação total. As excursões são frequentes em períodos de férias e Festa da Uva.

**Hotel L:** foi fundado em 1961 e passou por grandes e recentes mudanças em decorrência da dispersão do patrimônio, até então propriedade exclusiva de uma família. O Hotel L, em 2004, após uma experiência de gestão cooperativada, foi a leilão com as demais empresas do grupo, sendo adquirido por uma outra família caxiense. Os novos proprietários buscam reinserir o hotel no mercado de hospitalidade, realizando obras de recuperação na sua estrutura. O Hotel L possui 116 apartamentos e 35 funcionários. O organograma é composto por sete cargos de chefia,

englobando diretores e gerentes. O perfil do hóspede do hotel é de executivos em dias de semana e hóspedes de lazer, em número reduzido, nos finais de semana.

**Hotel M:** localizado em um bairro central da cidade, conta com 65 apartamentos. Foi fundado em 1959 e aos poucos ampliando sua capacidade de hospedagem. Durante a semana hospeda pessoas que estão a trabalho, assim como estudantes que vêm à cidade uma ou duas vezes por semana. Recebe excursões durante o mês de julho e durante a realização da Festa da Uva. Em outros períodos, recebe uma média de duas excursões mensais. Conforme o gerente geral, o hotel passará por reformas em breve, quando será alterada a fachada e criadas sala de internet, sala de jogos e de ginástica. Possui 11 funcionários sendo os cargos de gerência divididos entre proprietário, gerente geral, uma governanta; os demais funcionários atendem copa e recepção. O hotel não possui restaurante, contando somente com um pequeno salão de café da manhã.

**Hotel N:** a história do Hotel N confunde-se com a história do Turismo na região. O estabelecimento foi inaugurado na década de 1930 e recebia veranistas para temporadas de um ou dois meses vindos de trem de Porto Alegre e adjacências. O Hotel N foi ampliado nos anos 1970 na sua ala de lazer e apartamentos. Na década de 1980 passou a sediar casamentos, formaturas e festas diversas. Uma nova ala foi construída em 1988, agregando suítes e novos serviços para o conforto dos hóspedes. Atualmente o hotel conta com um salão de festas. Este foi o único hotel da amostra que alega receber maior número de hóspedes a lazer do que a trabalho, tanto para temporadas de descanso como para participar das festas ali realizadas. O hotel

oferece café colonial como diferencial. São 33 apartamentos, com um total de 25 funcionários. O hotel continua sendo administrado pela família que o fundou, agora na terceira geração de hoteleiros.

**Hotel O:** foi fundado há 40 anos atrás e fazia parte de uma rede de hotéis. Hoje é administrado por novo proprietário juntamente com uma equipe de 12 pessoas. Possui 56 apartamentos, recentemente reformados. O hotel conta com restaurante para café da manhã. Durante a semana predominam hóspedes que vem a cidade por motivos de trabalho e estudantes. Em períodos de férias e durante eventos grandes, recebe ônibus de excursões com grupos.

### **2.3 RECORTE TEMPORAL: COLETA DE DADOS**

Os dados da fase piloto da pesquisa, foram coletados em dezembro de 2004. Os dados da primeira e segunda fase da pesquisa foram coletados no período entre março e junho de 2005. As entrevistas foram realizadas individualmente e com agendamento prévio, estruturadas de forma a possibilitar o estudo temático e comparativo dos depoimentos. Todas as entrevistas foram gravadas e, após, transcritas para análise.

### **2.4 RECORTE ESPACIAL: CAXIAS DO SUL**

Caxias do Sul é um dos principais centros econômicos do Estado do Rio Grande do Sul, com um Produto Interno Bruto de aproximadamente R\$ 5,5 bilhões (PMCS, 2004). Sua população atual é de 396.261 (IBGE, 2004) e segundo o IBGE, com a taxa de crescimento de 2,45% ao ano, Caxias do Sul,

em maio de 2005 alcançaria uma população de 405 mil habitantes, sendo que 92,5% estariam na zona urbana e 7,5% na zona rural.

A cidade está localizada no nordeste do Estado do Rio Grande do Sul, distante 128 quilômetros da capital, Porto Alegre. Em termos turísticos, faz parte da Região Uva e Vinho, Serra Gaúcha, próxima aos municípios de Gramado, Canela e Bento Gonçalves (ver anexo B).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, aponta Caxias do Sul na 6ª colocação em qualidade de vida do Rio Grande do Sul e em 16º no ranking nacional (PNUD/ONU, 2000). Já no Índice de Desenvolvimento Socioeconômico (IDESE), a cidade é a primeira colocada dos municípios do Estado. O IDESE é o resultado da agregação de quatro blocos de indicadores: domicílio e saneamento, educação, saúde e renda (FEE, 2001).

A história de Caxias do Sul reconta ao ano de 1875 quando chegaram à região os primeiros imigrantes italianos. Nos primeiros anos de imigração, a área de Caxias do Sul acolheu aproximadamente 3800 colonos italianos que foram distribuídos em 17 léguas, pela Comissão de Terras, até então ocupadas pelos índios caingangues. Em 1877 esta Colônia passa a se chamar Colônia Caxias e no ano seguinte, contava com 3851 habitantes dentre os quais estavam, principalmente os italianos, mas também portugueses, alemães, poloneses e espanhóis. Já em 1884, quando foi elevada à Paróquia, a Colônia teria 10.591 habitantes, 400 casas e uma igreja. Em 1890 Caxias do Sul passou de Distrito a Município de São Sebastião do Caí, mas era chamada por muitos dos seus moradores de Vila de Santa Tereza de Caxias.

Na virada do século, a vila de Santa Tereza de Caxias já apresentava feições urbanas. Para uma população de 16.000 habitantes, existiam 168 casas comerciais e 204 oficinas. Na avenida Júlio de Castilhos (atual via principal do centro econômico da cidade), concentrava-se a maior parte dos negócios. Em 1º de junho de 1910, Caxias do Sul foi elevada de vila à categoria de cidade e, neste mesmo dia, foi inaugurada a estrada de ferro que a ligaria à capital do Estado.

Foi na década de 1930 que as casas comerciais se fortaleceram e muitos dos comerciantes locais acumularam riquezas com a venda de mercadorias que não eram produzidas pelos moradores. A vida na colônia, a partir de então, passou a ser regida pelas transações monetárias. Os produtos que sustentavam as vendas eram aqueles que não podiam ser fabricados pelos colonos, como tecidos, óleo, sal, ferramentas, louças e lampiões. As casas comerciais também passaram a vender óleo diesel e gasolina com a chegada do primeiro automóvel.

Na década de 1930, o Turismo já teria sido bastante significativo em Caxias do Sul devido à criação da Festa da Uva. Na década de 1940, a região administrativa de Ana Rech, pertencente a Caxias do Sul, tornou-se uma referência no Estado como local de recreio em finais de semana em família ou lua-de-mel:

Em Ana Rech quase todos se conheciam. Vivia-se muito em função da igreja e dos hotéis: Hotel Bela Vista, Hotel Familiar, Veraneio Bela Vista. Em Vila Seca também tinha o Hotel dos Guerra. Os bailes aconteciam nestes locais. Lembro muito dos veranistas. Vinha muita gente de São Leopoldo, de Porto Alegre... Não havia o costume difundido de ir à praia, até porque não existiam muitas estradas de acesso. Então, nos verões, as pessoas vinham para a serra desfrutar de bons ares e da boa comida. (...). Os veranistas passeavam muito pelas colônias, iam comer frutas. Eram tempos bons aqueles! (TONET, 2005, p. 45).



Devido a sua localização geográfica privilegiada, às margens da BR-116, estrada que por muito tempo foi à única ligação entre o Rio Grande do Sul e o resto do país, além de destino de veranistas, Ana Rech também seria local de passagem e hospedagem para viajantes. Antes da estrada, por ali passava o caminho percorrido por tropeiros, que levavam o gado e transportavam outros alimentos entre as regiões. Estas contingências propiciaram a formação de uma rede de serviços de apoio a estes viajantes. Instalaram-se casas de pasto, de comércio, hospedarias, ferrarias, “que foram dando um caráter próprio a Ana Rech, marcando época pela sua tradição comercial e turística”. (SCHERER, 1992, p.186).

Essa região era caminho dos tropeiros. Eles faziam o trajeto entre Caxias e o litoral. (...). Existiam os pousos: na Boca da Serra; ali em São Nicolau, em frente à igreja de madeira, tinha os Amoretti que tinham pousada e serviam refeições, junto com uma casa de comércio muito grande que vendia de tudo, até artigos de cama, mesa; no De Lazzer a área era tão grande, a água era tão boa que chegaram a fazer um balneário, isso anos mais tarde (TONET 2005, p. 28).

Na história do Turismo em Caxias do Sul, destaca-se a Festa da Uva. A primeira edição do evento aconteceu em 1931 e, desde então, o evento ocorre regularmente, atraindo público das mais diversas regiões brasileiras. O evento é realizado a cada dois anos, no mês de fevereiro, quando se dá a safra da uva no Parque de Exposições Mário Bernardino Ramos. Na edição de 2004 mais de 600 mil pessoas circularam no evento (Comissão Comunitária da Festa da Uva, 2004). É durante a realização da Festa que a cidade recebe o maior número de turistas. Na última edição (2004) passaram pelos postos de informações turísticas espalhadas em diversos pontos da cidade, mais de 25 mil pessoas, em contrapartida aos 10 mil do mês de junho do mesmo ano

(SEMTUR, 2004). Conseqüentemente, a rede hoteleira também tem suas taxas de ocupação mais altas neste período. Em 2004, conforme o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Caxias do Sul, a taxa de ocupação de fevereiro foi de 60,12% contra 42,7% de janeiro e 57,78% do mês de março do mesmo ano.

Independente da realização da Festa da Uva, o poder público vem concentrando esforços no desenvolvimento da atividade turística. De acordo com dados fornecidos pela Secretaria da Fazenda de Caxias do Sul, o orçamento para o Turismo, nos últimos sete anos, cresceu em quase 43%, alterando os R\$ 302.607,56 em 1996 para R\$ 430.241,32 em 2003, período em que a cidade contava com um Serviço Municipal de Turismo (PMCS, 2004).

Em agosto de 2003, foi criada a Secretaria Municipal de Turismo, o que beneficiou o setor com um aumento de 54% no orçamento de 2004, que atingiu R\$ 801.560,00. Pode-se citar também o trabalho do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, integrado por 28 entidades e que possui um plano de Turismo específico para a cidade, incluindo ações de comunicação, qualificação e fomento do Turismo em Caxias do Sul (COMTUR 2003).

Como forma de consolidar a cidade como um destino de lazer no contexto regional, o setor público vem desenvolvendo ações conjuntas com a iniciativa privada, propondo ações de incremento ao produto turístico local, em especial agregando valor aos já existentes. Atualmente, seriam mais de 200 empreendimentos envolvidos neste setor para fazer frente à demanda existente na cidade (SEMTUR, 2004).

A economia de Caxias do Sul, entretanto, não se destaca pelo Turismo, mas principalmente pela indústria metal-mecânica. As atividades produtivas do município dividem-se em industriais (64%), comerciais e serviços (33%) e agricultura (2%). (PMCS, 2003). A indústria concentra, além do setor metal-mecânico, números importantes no setor têxtil, madeireiro, químico, entre outros, expandindo seus produtos para mercados no Brasil e no exterior. De acordo com o Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS (Ministério do Trabalho, 2003), Caxias do Sul concentra uma empresa para cada 14,44 habitantes, ficando próximo ao índice da região de maior empreendedorismo do mundo, conhecido com Arco Alpino, região que engloba o Centro, Norte e Nordeste italiano além do noroeste da Alemanha e parte da França e Suíça, onde existe uma empresa para cada 10 habitantes (CIC, 2004). Caxias do Sul também é o maior produtor de hortifrutigranjeiros do Estado, estando os principais produtos a uva, maçã, pêssego e caqui (PMCS, 2004). No setor de serviços, Caxias do Sul conta com empresas de telefonia, televisão, rádio, hospitais, universidade, faculdades e centros técnicos.

Em termos turísticos a infra-estrutura local é composta por 26 estabelecimentos hoteleiros, que disponibilizam aproximadamente 3000 leitos (SHRBS, 2004), dezenas de restaurantes entre cozinha regional e internacional, parque de exposições, locais para eventos em entidades ou hotéis e um centro de convenções em fase de construção.

O acesso a Caxias do Sul pode ser feito via importantes rodovias nacionais e estaduais: BR 116, RS 122 e RST 453 (Rota do Sol). Além de transporte intermunicipal nos limites do Estado, ainda oferece serviços de transporte interestadual rodoviário e aéreo.

Para uma melhor visualização por parte do leitor deste trabalho, descreve-se a seguir, brevemente, os principais atrativos turísticos de Caxias do Sul, segundo folheteria disponibilizada pela cidade (SEMTUR 2004).

Em termos rurais há o **Roteiro Turístico Estrada do Imigrante** que percorre a Terceira Léguas<sup>5</sup>, distante 15 quilômetros do centro da cidade. Entre seus atrativos há um museu, um orquidário, uma cantina colonial italiana, uma gruta natural, parreirais de uva e construções coloniais de casas em madeira. Ainda na zona rural da cidade, existe o **Roteiro Turístico Caminhos da Colônia**, um projeto desenvolvido em parceria com a cidade vizinha de Flores da Cunha que teve início em 1997. Apesar de ser o roteiro mais citado pelo entrevistados, ainda não oferece estrutura para recebimento de turistas. A maior parte dos envolvidos é de famílias que optaram por abrir suas propriedades rurais para iniciar um trabalho de atendimento ao turista. O Caminhos da Colônia é formado por vinícolas e cantinas coloniais especializadas na gastronomia colonial italiana da região. Outro roteiro rural envolve o Distrito de **Criúva** distante 54 quilômetros do centro da cidade. Seu foco é o Turismo aventura e a tradição campeira gaúcha. Ao turista que visita o roteiro são oferecidas trilhas, *rapel*, *rafting*, caminhadas noturnas e gastronomia regional ligada á tradição do papa gaúcho. Em Criúva há uma operadora de Turismo que comercializa o destino e também realiza todas as atividades, sendo que algumas são feitas em parceria com agências de Turismo do centro da cidade, voltadas para o Turismo aventura.

A já citada **Ana Rech** dista dez quilômetros do centro de Caxias do Sul. O antigo local de lazer é hoje um pólo industrial, porém, a comunidade

---

<sup>5</sup> Algumas localidades do interior de Caxias do Sul foram nomeadas conforme a distribuição inicial feita pela Comissão de Terras, quando se deu a ocupação da cidade. Léguas, Travessão e Linha são algumas destas extensões.

parece acreditar na potencialidade turística do local. O artesanato e a estação natalina são destaques neste roteiro turístico, que engloba também, capelas, uma selaria e docerias artesanais. Por último há o roteiro **Vale Trentino**, desenvolvido em parceria com a cidade vizinha de Farroupilha. O principal atrativo é a uva e o processo de elaboração de vinhos.

Em termos urbanos há o **Trilhas Urbanas**, que percorre o centro da cidade, passando pela Igreja de São Pelegrino, Monumento ao Imigrante, Museu Municipal, Museu da Casa de Pedra, além da réplica de Caxias do Sul nos seus primeiros anos e o monumento Jesus Terceiro Milênio, ambos localizados no espaço onde é realizada a Festa da Uva.

Além dos roteiros turísticos, há ainda pontos isolados como o Monumento ao Imigrante, considerado como sendo o símbolo de Caxias do Sul ao retratar a saga daqueles que vieram para a região. Atualmente comporta um museu no seu interior.

Na cidade ainda se destaca o **Museu Casa de Pedra**, instalado em uma casa de pioneiros restaurada e decorada com móveis e utensílios utilizados na época. Já a **Igreja São Pelegrino** é o ponto que mais recebe turistas diariamente devido aos afrescos do pintor italiano Aldo Locatelli no seu interior. Os afrescos narram as estações da Via Sacra além de outras passagens bíblicas. A igreja conta também com uma réplica da Pietá doada pelo Papa Paulo VI, no Centenário da Imigração.

## 2.5 ANÁLISE DE DADOS

A consolidação e análise de conteúdo dos resultados obtidos serão realizadas em duas etapas, conforme proposto por Miles e Huberman (1994). A primeira será *a redução do conteúdo* dos depoimentos dos 30 trabalhadores do setor hoteleiro de Caixas do Sul, sendo dois de cada estabelecimento. A redução das entrevistas gravadas iniciará com a transcrição, seguida da identificação dos temas pré-definidos no roteiro-tópico e outros temas que emergirão do discurso dos sujeitos. Para cada sujeito, serão apontadas as falas correspondentes às percepções sobre o Turismo e sua relação com Caxias do Sul. Essas percepções serão agrupadas em unidades significativas, conservando-se a linguagem do sujeito. A seguir, para facilitar comparações, as unidades significativas serão transformadas em linguagem proposta pelo pesquisador. A redução dos dados envolverá, portanto, selecionar, focar, simplificar, abstrair, transformar e condensar a informação.

A segunda etapa, *organização dos dados*, envolverá a organização e a interpretação da matriz de unidades significativas dos depoimentos dos sujeitos, identificando padrões, verificando contrastes, esclarecendo relações e construindo um entendimento da informação. Destaca-se que a *verificação das informações* obtidas, numa segunda bateria de entrevistas, faz parte do método proposto. Sua aplicação visa estabelecer uma validação inicial às unidades significativas identificadas na primeira fase.

A análise de dados, nas duas etapas da pesquisa, é apresentada em termos quantitativos e qualitativos. Os resultados quantitativos objetivam traçar o perfil sócio-demográfico dos entrevistados e, os qualitativos, objetivam a análise das temáticas propriamente ditas.

## **2.6 CONSIDERAÇÕES ÉTICAS**

Todos os sujeitos serão informados a respeito dos objetivos e procedimentos do estudo, convidados a participar e informados que, mesmo não participando ou se retirando do estudo, terão livre acesso às informações obtidas.

Para preservar a identidade dos hotéis e sujeitos participantes, optou-se por não revelar suas identidades, sendo que as mesmas serão substituídas por número e letras.

### **3 PERCEPÇÕES SOBRE TURISMO: UMA ANÁLISE EM PERSPECTIVA**

As duas etapas da análise, redução de conteúdo e organização de dados, propostas por Miles e Huberman (1994), se darão ao longo do capítulo não sendo separadas por títulos. Inicialmente, faz-se a análise quantitativa e qualitativa dos dados levantados durante a primeira fase da pesquisa, na qual foram entrevistados vinte sujeitos pertencentes a dez hotéis. Ressalta-se que está incluso nesta primeira fase o hotel pesquisado na fase piloto, assim, a análise de dados da fase piloto se dá juntamente com a primeira fase. Em seguida, faz-se a análise dos dados quantitativos e qualitativos da segunda fase, onde foram entrevistados dez sujeitos de cinco hotéis como forma de validar os dados encontrados na fase piloto e primeira fase da pesquisa.

#### **3.1 ANÁLISE DE DADOS DA PRIMEIRA FASE**

É apresentada aqui a análise correspondente aos dados levantados durante a primeira fase da pesquisa, ou seja, são apresentados os dados referentes aos dez primeiros hotéis submetidos à pesquisa. De início, são apresentados os resultados quantitativos seguidos de algumas considerações e logo em seguida, são introduzidos os dados qualitativos conforme os temas pré-definidos: Turismo, Caxias do Sul e o Turismo, Vantagens de Caxias do



Sul para o Turismo, Desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo, Atribuição e Atitude.

A análise quantitativa da primeira fase da pesquisa mostra que dos vinte sujeitos entrevistados, parece haver um equilíbrio no item gênero. São 55% do sexo masculino, enquanto 45% são do sexo feminino. Interessante mencionar que, dos dez sujeitos entrevistados do Grupo A (proprietários, gerentes ou chefes), somente 20% são do sexo feminino, o que parece indicar um setor profissional ainda predominantemente masculino. Especialmente, haveria a tendência de que sujeitos do sexo masculino ocupem cargos mais elevados e com salários mais altos, na hierarquia profissional.

**Tabela 1 – Gênero dos Entrevistados**

<i>Gênero</i>	<i>Grupo A</i>		<i>Grupo B</i>		<i>Grupo A + Grupo B</i>	
	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>
Masculino	8	80	3	30	11	55
Feminino	2	20	7	70	9	45
Total	10	100	10	100	20	100

Fonte: Pesquisa Direta

Pode-se dizer também que a maioria dos sujeitos entrevistados está na faixa etária entre 20 e 30 anos de idade, formando um grupo relativamente jovem na área da hotelaria. Pode-se considerar este fato como sendo uma vantagem e talvez ainda dizer que o grupo poderia trazer inovações para o setor hoteleiro em Caxias do Sul. Ainda percebe-se que os sujeitos do grupo A estão em uma faixa etária maior que os sujeitos do grupo B que ocupam cargos mais operacionais, justamente devido ao fator idade, já que são mais jovens e ainda não conquistaram cargos de chefia.

**Tabela 2 – Faixa Etária dos Entrevistados**

<b>Faixa Etária</b>	<b>Grupo A</b>		<b>Grupo B</b>		<b>Grupo A + Grupo B</b>	
	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>
De 20 a 30 anos	3	30	8	80	11	55
De 31 a 40 anos	2	20	1	10	3	15
De 41 a 50 anos	5	50	1	10	6	30
De 51 a 60 anos	0	0	0	0	0	0
Mais de 61 anos	0	0	0	0	0	0
Total	10	100	10	100	20	100

Fonte: Pesquisa Direta

Um dado bastante positivo é o nível educacional dos sujeitos. Metade possui superior completo, sendo que 70% deles são formados em Hotelaria ou Turismo, mostrando existir uma inserção dos profissionais formados pelos cursos de terceiro grau no mercado hoteleiro de Caxias do Sul e uma possível preocupação dos empregadores pela qualidade dos serviços. Os próprios funcionários consideram a questão da qualificação muito importante no atendimento ao hóspede. Dos hotéis pesquisados, 60% tem pessoas formadas atuando na recepção, podendo também este dado ser interpretado de outra forma. Se por um lado, existiria a preocupação por parte de empregadores em contratar profissionais qualificados, existiria também a questão de não haver necessidade de formação superior para atuar em determinados setores de um hotel, já que em 40% dos casos, os sujeitos possuem apenas o primeiro ou segundo grau completo. Dos dez entrevistados do Grupo A, somente um deles não possui curso superior.

**Tabela 3 – Nível Educacional dos Entrevistados**

<i>Nível Educacional</i>	<i>Grupo A</i>		<i>Grupo B</i>		<i>Grupo A + Grupo B</i>	
	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>
1° Grau Incompleto	0	0	1	10	1	5
1° Grau Completo	0	0	1	10	1	5
2° Grau Incompleto	0	0	0	0	0	0
2° Grau Completo	1	10	1	10	2	10
Superior Incompleto	1	10	2	20	3	15
Superior Completo	5	50	5	50	10	50
Pós-graduação Incompleto	0	0	0	0	0	0
Pós-graduação Completo	3	30	0	0	3	15
Total	10	100	10	100	20	100

Fonte: Pesquisa Direta

Porém, a rotatividade de funcionários nestes hotéis parece ser bastante alta, pois 40% dos sujeitos estão no estabelecimento há não mais do que o período de um ano. Isto talvez seja justificado pela idade do grupo. São pessoas bastante jovens que ainda estariam definindo seu lugar no mercado de trabalho e, como tal, em busca constante da melhor oportunidade em termos profissionais e financeiros. Já os gerentes e/ou proprietários atuam nos seus negócios há mais tempo. Interessante também ressaltar que as duas entrevistadas que exercem função de copeira também atuam no mesmo estabelecimento de 6 a 8 anos. Pode-se dizer que pessoas com menor qualificação talvez se mantenham mais tempo em seu local de trabalho por falta de outras oportunidades profissionais.

**Tabela 4 – Tempo de Atuação dos Entrevistados no Estabelecimento**

<b>Tempo de atuação no estabelecimento</b>	<b>Grupo A</b>		<b>Grupo B</b>		<b>Grupo A + Grupo B</b>	
	<i>Freqüência Absoluta (n°)</i>	<i>Freqüência Relativa (%)</i>	<i>Freqüência Absoluta (n°)</i>	<i>Freqüência Relativa (%)</i>	<i>Freqüência Absoluta (n°)</i>	<i>Freqüência Relativa (%)</i>
Até 1 ano	3	30	5	50	8	40
De 1 a 2 anos	0	0	2	20	2	10
De 3 a 5 anos	2	20	2	20	4	20
De 6 a 8 anos	2	20	1	10	3	15
Mais de 9 anos	3	30	0	0	3	15
Total	10	100	10	100	20	100

Fonte: Pesquisa Direta

A função exercida no estabelecimento foi critério para escolha dos sujeitos entrevistados, portanto, 50% deles são que são proprietários, gerentes ou chefes e os demais exercem funções operacionais.

**Tabela 5 – Função Exercida pelos Entrevistados no Estabelecimento**

<b>Função exercida no estabelecimento</b>	<b>Grupo A</b>		<b>Grupo B</b>		<b>Grupo A + Grupo B</b>	
	<i>Freqüência Absoluta (n°)</i>	<i>Freqüência Relativa (%)</i>	<i>Freqüência Absoluta (n°)</i>	<i>Freqüência Relativa (%)</i>	<i>Freqüência Absoluta (n°)</i>	<i>Freqüência Relativa (%)</i>
proprietário	2	20	0	0	2	10
gerente	7	70	0	0	7	35
receptionista	0	0	4	40	5	25
cofeira	0	0	3	30	2	10
camareira	0	0	0	0	0	0
Outro	1	10	3	30	4	20
Total	10	100	10	100	20	100

Fonte: Pesquisa Direta

Em análise geral pode-se dizer que os sujeitos da primeira fase da pesquisa formam um grupo relativamente jovem, com nível educacional elevado. Relacionado ao fator idade está o tempo de atuação, o qual registra que 40% do grupo está atuando há não mais de um ano no estabelecimento pesquisado.

Conforme a metodologia utilizada por Miles e Huberman (1994), na primeira etapa da análise do conteúdo houve a transcrição do depoimento individual dos sujeitos, seguida de análise pormenorizada dos mesmos. Após,

foi realizada a *redução do conteúdo* nos temas pré-definidos no roteiro e outros temas que surgiram no discurso dos sujeitos. Os temas pré-definidos que estão em análise são: *Turismo, Caxias do Sul e o Turismo, vantagens de Caxias do Sul para o Turismo e desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo* (ambos os casos em comparação com municípios vizinhos), *atribuições ao sucesso e/ou fracasso da cidade para o Turismo e atitude dos trabalhadores em relação ao Turismo e ao turista*. Além dos temas pré-definidos, surgiram no discurso dos sujeitos temas como *industrialização, vocação de Caxias do Sul, funções do público e do privado*. Estes temas emergentes serão analisados juntamente com os temas pré-definidos já mencionados.

O segundo momento consiste na *organização dos dados*, no qual se analisam padrões contrastantes e discordantes ou percepções equiparadas, para se chegar ao entendimento de todas as informações. A organização dos dados a seguir, não foi elaborada, exclusivamente, a partir da pergunta tema. Ao longo de toda a entrevista, os diversos temas emergiram em diferentes respostas. Aqui eles estão compilados de forma a facilitar o entendimento por parte do leitor. Cada tema será abordado separadamente, embora todos eles sejam interligados e as declarações, em muitos casos, possam ser enquadradas em temas distintos.

Esta primeira análise apresenta apenas os dados levantados durante a primeira fase da coleta de dados. Neste caso, são dez hotéis escolhidos, utilizando como critério o Guia 4 Rodas. Em cada estabelecimento, foram escolhidos, aleatoriamente, dois sujeitos, sendo um pertencente ao grupo A e outro pertencente ao Grupo B. Na análise qualitativa, os grandes temas serão

reagrupados em dois itens: Atividade Turística: os conceitos e as relações com a comunidade e Atividade Turística: atribuições de sucessos e fracassos.

### **3.1.1 Atividade Turística: os conceitos e as relações com a comunidade**

No tema Turismo, buscam-se as percepções que os entrevistados possuem sobre o mesmo, definição e motivações, entre outros. A resposta individual de cada sujeito concentra-se, na sua maioria, na pergunta específica, mas também é mencionada em outros momentos da entrevista. A palavra *deslocamento* é citada pela grande maioria dos sujeitos, da mesma forma que as motivações de viagens. Aqui, percebe-se que os entrevistados tendem a associar o conceito de Turismo às motivações para o deslocamento, o qual, para ocorrer, não precisaria necessariamente do lazer. Em parte esta postura, talvez, se deva ao fato destes trabalhadores ter contato diário com hóspedes que viajam por outros motivos, alheios ao lazer. Os entrevistados também parecem perceber a diferença entre o Turismo de lazer e o assim chamado por eles, Turismo de negócios<sup>6</sup>. Para que se possa fazer a diferenciação dos discursos, as definições do grupo A são apresentadas separadamente do grupo B. Conforme o grupo A, o Turismo “(...) é o ato de lazer, de ir, passear, viajar, estar, ficar, mover-se” (S 7) ou ainda “(...) Turismo é toda aquela pessoa que se desloca de um lugar para outro, independente se ele está a lazer ou a negócios ou até por doença” (S 17); “(...) movimento das pessoas em torno de algum motivo (...) seja envolvendo

---

<sup>6</sup> Para fins desta dissertação, utiliza-se o termo Turismo de negócios, pois o mesmo foi amplamente utilizado pelos entrevistados. Apesar de hoje, o termo não ser amplamente aceito para fins acadêmicos, o mercado turístico utiliza-se da expressão para definir a o deslocamento causado por necessidade de trabalho, principalmente os trabalhadores da hotelaria caxiense que se deparam com este tipo de hóspede diariamente.

negócios, seja envolvendo lazer, eventos, mas que envolve deslocamento” (S

9). Os sujeitos do Grupo A colocam ainda os seguintes pontos de vista:

“Turismo, na minha concepção, é o deslocamento de pessoas de um lugar para o outro. Pode ser religioso, esportivo, a lazer, de negócios, de eventos. Enfim, é o deslocamento de um lugar para outro”. (S 1)

“O Turismo de lazer na minha concepção é exatamente aquele clássico, o turista que vai para visitar, para conhecer uma região, conhecer seu povo, seu costume, tradição. O Turismo de negócios já envolve pólos”. (S 13)

“(…) Turismo é quando uma pessoa se desloca para outra cidade e passa alguns dias, seja no Turismo de negócios, pra trabalho ou também Turismo de lazer, conhecer outra cultura, uma troca de culturas”. (S 15)

Não se percebem diferenças marcantes nos discursos dos sujeitos do grupo B que definem Turismo como sendo: “(…) várias pessoas que se deslocam de uma cidade para outra” (S 18), ou ainda:

“Turismo é quando as pessoas saem da sua casa, de algum local e vão para outro (...). Pode ser por razões de negócios, no Turismo de negócios, a pessoa vai lá, fecha negócio, aproveita e já conhece a cidade, não vai só lá para lazer”. (S 12)

“(…) Turismo é o deslocamento das pessoas de seu lugar natural... para outra cidade, ou até mesmo para outra localidade dentro de onde ele vive, no próprio município dele”. (S 14)

Alguns entrevistados, além de citarem o deslocamento, aliam ao Turismo os serviços necessários para a existência desta atividade, sob o ponto de vista de quem recebe e não o de quem realiza a atividade. Um sujeito do grupo B afirma: “Turismo engloba saber receber as pessoas, ter estrutura para poder receber” (S 8), enquanto que o entrevistado do grupo A complementa: “(…) o Turismo é trazer a pessoa para a cidade com o foco que ela pode oferecer para a pessoa” (S 5). Outras opiniões corroboram com as primeiras:

“Turismo é toda atividade de viagem, cuidado, atenção ao homem, mulher que viaja que precisa de passagem aérea, de hospedagem, que precisa de restaurante, de locação de veículo, eventualmente de assistência médica, que quer fazer uma atividade cultural, de lazer, isso tudo é Turismo”. (S 11 – Grupo A)

“Atividade que uma cidade, estado, país, desenvolve para receber turistas de outras cidades”. (S 13 – Grupo A)

“(…) conjunto de serviços, hotelaria, agências de viagens, tudo que tenha a ver com as pessoas se movimentarem, se deslocarem de um local ao outro”. (S 16 – Grupo B)

Analisando as falas dos sujeitos como um discurso único, sobre o conceito de Turismo, percebe-se que haveria a concepção inicial do Turismo clássico, aquele que provoca um deslocamento voluntário, com o objetivo de passeio, diversão, conhecimento, contato com outras pessoas, culturas. Porém, a realidade onde estão inseridos, logo faz com que os entrevistados relacionem o conceito de Turismo ao deslocamento involuntário por motivos de trabalho, chamado pelos sujeitos ouvidos, de *Turismo de negócios*. Ou seja, existiria um senso comum de que o Turismo é o ato relacionado ao lazer, mas também estaria muito intrínseco, no município de Caxias do Sul e aos hotéis onde estes trabalhadores atuam, a chegada de pessoas que vêm a trabalho, fazendo com que os entrevistados incluam esta parcela de viajantes no seu conceito de Turismo, pois o número de hóspedes a lazer seria pequeno: “(...) a gente recebe pouquíssimo turista a lazer, é mais negócio” (S 20 – Grupo B) e “São poucos os turistas que vem aqui para lazer. Tem, mas não é muito acentuado ainda é um pouco complicado” (S 14 – Grupo B).

Não há diferenças marcantes no discurso dos sujeitos do grupo A (chefes, gerentes, proprietários) e nos sujeitos do grupo B (camareira, recepcionista, copeira). Nota-se, somente que as respostas do grupo A são



mais amplas, com mais argumentos e acabam abordando outros temas, que seriam questionados nas perguntas seguintes. Atribui-se esta pequena diferença ao fato de o grupo A, talvez, já ter mais experiência e familiaridade com termos e conceitos técnicos, devido a maior convivência com o dito “trade turístico” e outros fóruns do setor. Para exemplificar, pode-se citar que todos os hotéis entrevistados são associados ao Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Caxias do Sul. Outros, ainda, já participaram de reuniões promovidas pelo COMTUR, que se reúne uma vez por mês e do SHRBS que promove reuniões e encontros para tratar de assuntos pertinentes ao setor.

Quando questionados sobre a relação de Caxias do Sul com o Turismo, os sujeitos são unânimes em afirmar que esta seria fraca. Logo que a pergunta é feita, os entrevistados consideram o Turismo dito de lazer, daí a resposta referir a uma relação bastante fraca com a cidade. Em seguida, muitos complementam afirmando que Caxias do Sul teria uma relação satisfatória se considerado o número de viajantes a negócios. As respostas de grupo A e B se assemelham quando os sujeitos do grupo A afirmam: “Eu só vejo relação de Caxias com Turismo dito de negócios. Turismo de lazer está difícil” (S 3) e os sujeitos do Grupo B complementam: “Caxias tem bastante Turismo de eventos, Turismo de negócios. Turismo de lazer a gente não vê muito por aqui” (S 14). Outras respostas que dão continuidade às primeiras:

“Hoje é fraca, muito fraca... apesar de se ter um foco nos negócios poderia talvez no final de semana explorar melhor”. (S 5 – Grupo A)

“Aqui é muito comercial, Turismo mesmo, da pessoa sair e passear eu não vejo muito”. (S 12 – Grupo B)

“Aqui eu vejo bem pouco... Aqui em nosso hotel, por exemplo, não temos turistas a passeio, só executivos. Uma relação fraca”. (S 19 – Grupo A)

Alguns entrevistados são bastante afirmativos ao dizer, por exemplo: “Não se explora o Turismo aqui em Caxias” (S 5 – Grupo A), ou mesmo sugerindo que o Turismo: “tem que ser mais explorado” (S 8 – Grupo B). Outros são um pouco mais cuidadosos, mas no mesmo sentido de colocar que a cidade não estaria preparada para o Turismo: “Acho que muita coisa tem que melhorar, bastante coisa”. (S 2 – Grupo B)

Muitos entrevistados afirmam que ainda haveria muito a fazer em Caxias do Sul para melhorar sua relação com a atividade turística. Alegam não haver opções de lazer e entretenimento na cidade, como declara um dos entrevistados:

“Não tem opção de lazer para indicar para o pessoal. Eles vêm aqui passear, conhecer a cidade, opção de lazer, muito pouco... não tem muitos atrativos... acho que ta faltando alguma coisa, o pessoal precisa bolar uma estratégia que consiga algo relacionado ao lazer” (S 3 – Grupo A).

Interessante colocar que alguns entrevistados, em ambos os grupos, responsabilizam o despreparo do poder público pelo que vêm como precariedade da cidade:

“Caxias parou um pouquinho, acho que parou por muito tempo de fazer aquilo que toda cidade que quer ter uma atividade turística importante... teria que fazer, que é preparar a infra-estrutura, preparar o próprio poder público”. (S 11 – Grupo A).

“Poderia ser mais explorado... isso vai da prefeitura, eu acredito, fazer um programa para atrair os turistas para cá”. (S 20 – Grupo B).

Já outros consideram importante a participação da iniciativa privada para o encaminhamento de alternativas para que a atividade turística seja mais bem aproveitada pelo município, em especial no Grupo A:

“(…) a falta de interesse da nossa população, do nosso empresariado, com as ações de Turismo de entretenimento foi determinante... A falta de interesse, aquela lentidão no processo de fazer o Centro de Eventos junto aos pavilhões da Festa da Uva”. (S 1 – Grupo A).

“Não é só jogar a culpa no poder público obviamente, mas se houvessem políticas bem delineadas ao Turismo, o empresariado faria sua parte muito melhor, os investidores, o empresariado, o empreendedor, faria sua parte muito melhor”. (S 7 – Grupo A).

Por outro lado, alguns procuram encaminhar, junto com o problema, a busca de soluções:

“(…) a gente ainda tenha que explorar, aqui mesmo no hotel a gente tem bastante dificuldades (...). Tentando mostrar a vantagem, ficando em Caxias (...) mostrar as opções gastronômicas”. (S 15 – Grupo A).

“(…) tem se feito vários trabalhos em conjunto com o poder público (...). Hoje existe uma conscientização maior da iniciativa privada, Então está crescendo, eu penso que ainda vai demorar um tempo... Eu acho que a gente tem muito por fazer ainda”. (S 17 – Grupo A).

Outra fala que surge referente à relação de Caxias do Sul com o Turismo, é que esta relação teria sido mais forte, em outras oportunidades, devido à divulgação da cidade obtida com a Festa da Uva, entre outros fatores. Este discurso é mais percebido entre sujeitos do Grupo A, o que poderia ser atribuído ao fato destes atuarem no setor há mais tempo que os do grupo B, já que estão em uma faixa etária mais avançada e com cargos mais elevados:

“Há alguns anos atrás, quando eu fui guia de Turismo, havia muito mais movimento e se parava, se usava mais os equipamentos de Caxias”. (S 7 – Grupo A).

“Eu acho que Caxias há muito tempo atrás tinha um potencial para o Turismo de lazer muito forte”. (S 9 – Grupo A).

“(…) eu ouço falar de pessoas que estão aqui no Turismo há anos, com bastante experiência, é que há vinte anos atrás estava tudo em Caxias” (S 15 – Grupo A).

“A Festa da Uva foi uma grande festa que levou o nome de Caxias no Brasil inteiro... nossa cidade era parte obrigatória de todos os roteiros do Brasil, obrigatório: qualquer organização de excursão ou qualquer programação de venda de Turismo no eixo Rio-São Paulo, Belo Horizonte tinha que incluir Caxias do Sul obrigatoriamente, antes que Gramado” (S 13 – Grupo A).

Um dos entrevistados deixa o ponto de vista colocado acima bem claro, dizendo que as cidades vizinhas, que não tinham uma trajetória no Turismo, teriam conseguido ultrapassar Caxias do Sul e hoje seriam mais bem preparadas para receber pessoas:

“Depois de muito tempo, Bento passou na frente de Caxias, Gramado e Canela passaram na frente de Caxias, sendo cidades menores”. (S 5 – Grupo A)

Percebe-se uma grande similaridade entre os discursos dos sujeitos no tema relação do Turismo com Caxias do Sul. Os entrevistados concordam ao dizer que esta relação seria fraca e que as localidades vizinhas trabalhariam sua relação com o Turismo de forma mais eficiente. Percebe-se certo sentimento de perda quando se trata da relação do Turismo com Caxias do Sul que, conforme os entrevistados, teria tido momento mais satisfatório no passado.

Quanto ao fato de Caxias do Sul ser ou não um destino turístico, não é indagado aos entrevistados, diretamente o que eles consideram como sendo os atrativos da cidade para o Turismo e este item também não é considerado como um dos temas principais desta pesquisa. Porém, o número de vezes que

esta questão surge durante as entrevistas faz com que seja necessária a menção deste tema. Os discursos mostram que alguns pontos turísticos da cidade são amplamente conhecidos enquanto outros são mencionados somente por um ou outro sujeito:

“O que tem pra visitar? Temos o Monumento ao Imigrante, Casa de Pedra, Pavilhões da Festa da Uva e a Igreja de São Pelegrino. Quatro pontos turísticos. Para uma cidade de 500 mil habitantes, quatro pontos turísticos. Sendo que destes quatro, tu aproveita quantos?” (S 3 – Grupo A).

O interior é bastante comentado por conter “rotas” ou “caminhos” que colocariam o turista em contato direto com a vida da “colônia”. A área urbana também é lembrada pelos seus pontos turísticos consagrados e que já fazem parte da história oficial de Caxias do Sul.

“Não tem opção de lazer para indicar para o pessoal... Cultural, tem o Museu, uma Casa de Pedra, uma igreja, não tem muitos atrativos” (S 3 – Grupo A).

“Tem poucas opções também para fazer aqui, porque tudo fecha cedo” (S 12 – Grupo B).

“Não tem muito que fazer em Caxias” (S 19 – Grupo A).

De um modo geral, os entrevistados declaram que a cidade ofereceria poucas opções para quem queira estender-se por um tempo mais longo. Alguns declaram que em um turno a cidade pode ser visitada. Apontam outros municípios como tendo diversas opções e sendo esta a razão de todos permanecerem “lá” por mais tempo e que Caxias do Sul receberia “sobras” destes outros destinos:

“O pessoal chega aqui em Caxias, eles se hospedam e aqui em Caxias mesmo, em uma manhã ele conhece tudo. Aí ele vai a Bento, a Carlos Barbosa, Garibaldi, Gramado, Canela. Porque? Porque aqui não tem atrativo” (S 3 – Grupo A).

“Quando ligam pra fazer reserva: qual à distância de Bento e de Gramado? Dificilmente é Caxias por Caxias” (S 14 – Grupo B).

“Talvez mais na época de inverno e natal, porque Caxias é aquela coisa de sobras de Canela e Gramado. Todo mundo vai pra lá, pra Bento pra Garibaldi, para estas regiões em volta” (S 12 – Grupo B).

“Então, no caso, eles vem aqui e ficam um dia, vão pra Gramado, ficam três dias, vão pra bento fazer Caminhos de Pedra, Maria Fumaça, Carlos Barbosa” (S 20 – Grupo B).

Percebe-se, porém, que os discursos sempre apontam os mesmos pontos de visitação, o que poderia indicar, de fato, que, ou a cidade tenha poucos atrativos, ou, por outro lado, que os atrativos existentes sejam do desconhecimento de quem trabalha nos hot eis. Alguns entrevistados, inclusive, assumem não conhecer bem a cidade e não saber exatamente o que ela oferece, mas continuam afirmando que “não tem o que fazer”. Este discurso   mais visível no Grupo B do no Grupo A:

“Eu não conheço muito. Caxias tem pontos turísticos, tem capacidade para estar recebendo, eu acho que tem que fazer mais propaganda. Pelo que eu vejo outros municípios fazem mais propaganda, atra es turísticas nas cidades da região, Gramado. Cidades da Serra, acho que na minha visão fazem um trabalho melhor” (S 8 – Grupo B).

“Eu conheço pouco a região, mas acho que tem poucos pontos turísticos em Caxias. Tem Igreja de São Pelegrino, Casa de Pedra, Museu do Imigrante, Caminhos da Colônia, fora isto tem o que? A única coisa que Caxias bate encima   a Festa da Uva” (S 12 – Grupo B).

Por outro lado, são comentados mais do que dois ou três pontos conhecidos, nos municípios aos quais os entrevistados compararam Caxias do Sul. Emerge no discurso, muitas vezes, que os outros teriam mais a oferecer, porém nenhum entrevistado parece saber o quê. Simplesmente, o fato de aqueles municípios estarem na m dia, faria com que as percep es sejam positivas em rela o ao Turismo ali desenvolvido.

“Desvantagens, Gramado e Canela tem muita coisa para a gente ver” (S 2 – grupo B).

“Gramado, Canela, Nova Petrópolis, São Francisco de Paula, você encontra mais atrativos que aqui” (S 3 – Grupo A).

“A gente pode ver o que tem lá: tem o Lago Negro, o Caracol, o centro de Gramado e as igrejas” (S 2 – Grupo B).

### **3.1.2 Atividade Turística: atribuições de sucessos e fracassos**

Quando questionados sobre as vantagens e desvantagens de Caxias para o Turismo, em relação a municípios vizinhos, muitos entrevistados apresentam maior dificuldade em falar das vantagens, parecendo mais fácil para os sujeitos, apontar as falhas e carências da cidade. Porém, algumas pessoas apontam algumas características como sendo vantajosas: a proximidade com outros municípios, sua estrutura urbana, seu tamanho e progresso. Cabe ressaltar que as cidades de Gramado, Canela e Bento Gonçalves surgem muitas vezes nas falas e, em menor número, há referências a Garibaldi, São Francisco de Paula, Carlos Barbosa e Nova Petrópolis.

Nas comparações com outros municípios, há, por exemplo, a percepção de que a presença de Turismo de negócios ou de Turismo de lazer, leva a utilização diferenciada dos hotéis:

“(…) estas cidades penam nos dias úteis, já Caxias não. Caxias tem um bom fluxo turístico na segunda, na terça, na quarta e na quinta, são quatro dias e nós penamos em dois” (S 1 – Grupo A).

Interessante ressaltar também que, para os entrevistados, Caxias do Sul apresentaria vantagens em termos turísticos por ser uma cidade maior, com melhor estrutura urbana e variedade cultural:

“Vantagem nossa é que nós somos uma cidade grande... eles encontram aqui, o que eles não encontram em cidades menores... A única vantagem que eu vejo de Caxias em relação a outros municípios é em relação ao seu tamanho” (S 3 – Grupo A).

“A estrutura de Caxias em termos de progresso, a cidade tem bastante leitos, a cidade cresceu muito neste sentido. O pessoal que vem a Caxias tem onde se hospedar, tem diversas opções” (S 10 – Grupo B).

“Eu acho que as vantagens são a rede hoteleira. Em relação a Bento, Garibaldi, tem uma rede hoteleira maior” (S 6 – Grupo B).

“Eu acho que em nível de infraestrutura Caxias está muito à frente, em nível de cidade como um todo, está muito à frente destas cidades vizinhas”. (S 9 – Grupo A)

Alguns alegam que diferenciais importantes da cidade ainda não estariam sendo reconhecidos. Curioso é os municípios vizinhos serem colocados como “atrativos” de Caxias:

“Mas deveria ser o foco do Turismo aqui. Pelo que tem em volta da cidade, tipo Gramado é bonito, Canela é bonito, mas não tem a proximidade que tem aqui de Bento, de Farroupilha, do Vale dos Vinhedos, vários passeios aqui próximos tão bonitos quanto Gramado que está a 90 quilômetros. Aqui você pode ir a Gramado passear” (S 5 – Grupo A).

“Para o Turismo de negócios, eu acho que a vantagem é enorme... atraem muita gente de fora por causa da área industrial (...) a gente fica próximo a Bento, a Gramado, Canela (...). Acho que isto ajuda bastante para as pessoas poderem cair aqui e se locomover para onde elas quiserem” (S 16 – Grupo B).

Curioso também o fato de somente dois dos entrevistados terem comentado o aeroporto de Caxias do Sul como sendo uma vantagem, já que o mesmo serve de chegada a roteiros aéreos:

“Eu acho que Caxias tem um excelente potencial e condições superiores aos municípios vizinhos. Falando em estrutura. Acho que em nível de restaurantes, aeroporto, toda a parte social, econômica da região” (S 17 – Grupo A).

“De vantagens, a própria estrutura que Caxias tem como cidade: shopping center, tudo é muito perto, tudo que eles precisam eles precisam resolver, o próprio aeroporto, é perto de tudo, ele estão muito mais ligados ao resto do país aqui do que em outras cidades da região” (S 14 – Grupo B).



No tema vantagens de Caxias do Sul para o Turismo, verifica-se a dificuldade dos entrevistados em apontar prontamente os pontos positivos da cidade. Caberia aqui questionar se tamanho de cidade é importante e conta para o desenvolvimento turístico. Os entrevistados que apontaram este item como sendo uma vantagem parecem não perceber que cidades pequenas, muitas vezes, podem ter vantagens sobre cidades maiores.

Quanto às desvantagens de Caxias do Sul em relação aos outros municípios, em termos turísticos, os entrevistados apresentam opiniões bem definidas. Percebe-se que os sujeitos do Grupo A são os que fazem maiores comparações de Caxias do Sul com outros municípios:

“(...) outras cidade tem outros quesitos bem melhores que Caxias. Gramado, Canela, Nova Petrópolis, São Francisco de Paula, você encontra mais atrativos que aqui” (S 3 – Grupo A).

“Gramado é mais caro, aqui mais barato, Aqui a gente tem várias opções noturnas, bares, restaurantes, boates. Só que Bento investiu em um centro de convenções muito legal, Gramado tem vários hotéis com estrutura, tem um centro de convenções muito melhor do que o nosso” (S 5 – grupo A).

“(...) essa mentalidade para o Turismo de eventos e de lazer, Caxias está muito atrás” (S 9 – Grupo A).

Os pontos mais comentados como sendo fraquezas da cidade são a divulgação, a precariedade dos pontos turísticos ou mesmo a ausência destes em Caxias do Sul, mas que estariam presentes em outros municípios da região:

“Canela e Gramado em relação a Caxias do Sul, eles estão sempre na mídia... eles têm uma organização bastante fechada, eles trabalham para a cidade, ninguém trabalha cada um por si, logicamente que cada um desenvolve sua atividade” (S 11 – Grupo A).

“(…) mas acho que tem poucos pontos turísticos em Caxias (…). Os municípios tem as mesmas coisas sempre, mas estão sempre fazendo propaganda, isso eu não vejo em Caxias, propaganda, é somente quando tem a Festa da Uva e acabou” (S 12 – Grupo B).

“(…) o Turismo de Gramado é muito dedicado ao Turismo de lazer, pela sua geografia, pela sua beleza, pelo tamanho da cidade, e assim por diante” (S 13 – Grupo A).

“Aqui em Caxias, por exemplo, nós não temos feiras. Temos feiras na região, mas eu acredito que o Turismo mais forte seja para Gramado, Canela, que lá eles tem mais coisas para mostrar. Nós temos o quê?” (S 19 – Grupo A).

Em outras cidades haveria melhor preparo para receber turistas e uma maior atenção ao Turismo de lazer. Registre-se que um dos entrevistados reforçou o que seria a vocação da cidade “para o trabalho”, o que a levaria a desqualificar o lazer:

“(…) nossa fraqueza em relação a eles é tratar o Turismo de lazer de uma forma desprezível. Nós não damos a atenção devida” (S 1 – Grupo A).

“A desvantagem é que não se tem a percepção disso como uma ferramenta para alavancar negócios turísticos para a cidade” (S 7 – grupo A)

“Eu acho que Caxias ela não é muito voltada para o Turismo, eu acho que é mais voltado para trabalho” (S 8 – Grupo B).

No item desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo, também não se verifica uma diferença marcante entre o discurso do grupo A e do grupo B, pois as opiniões são similares em muitos aspectos:

“Por exemplo, vem um pessoal aqui que não se agrada do clima, pontos de venda que acham muito caro e outros já vem e acham tudo maravilhoso” (S 4 – Grupo B).

O oitavo entrevistado apresenta uma resposta diferenciada dos demais nesta pergunta. Quando todos citam comparações com Gramado, este sujeito não falara no nome daquela cidade no início da entrevista. Quando

questionado, fica clara a distância percebida pelo entrevistado entre as duas cidades no que diz respeito à atividade turística:

“Gramado tem uma rede muito melhor do que Caxias. Na verdade, eu nem compararia Caxias a Gramado, porque eu acho que Gramado é um outro universo. Ela é preparada para o Turismo. Ela é o Turismo. Caxias não, Caxias é negócio, Caxias é dinheiro, essa é a grande diferença, por isso que eu nem pensei em Gramado. Em Caxias tem Turismo, mas sou diferente, eu não consigo pensar, e eu sei que Turismo de negócios é um tipo de Turismo, mas eu não vejo como um Turismo atrativo, como uma coisa que faça a pessoa permanecer, que faça com que ela volte sempre aqui. O Turismo de negócio é um Turismo que tu vem, tu fica, tu faz o que tu precisa e aí vai embora. Não é nada muito atrativo, grandioso, belo” (S 16 – Grupo B).

Apesar dos entrevistados terem citado mais desvantagens do que vantagens para o Turismo em Caxias, todos parecem desejar muito que a cidade receba um número maior de visitantes, citando os benefícios que isto traria para Caxias do Sul. Entre elas estaria o maior desenvolvimento do comércio, a maior qualificação de outros atrativos e de divulgação mais marcante para o nome da cidade:

“Com certeza, quanto mais, melhor. Até agora aqui pra nós, está bem, eles voltam, gostam, mas se tivesse mais coisa, mais exposição, mais coisas para eles verem seria melhor ainda” (S 4 – Grupo B).

“Eu acho que sim, porque acho que vai fazer bem para a cidade, para as pessoas daqui, a vinda de turistas vai ajudar bastante o comércio, na questão da hotelaria, na questão de restaurantes. Porque Caxias é uma cidade boa, ela só não está sabendo lidar com o que ela tem de bom pra chamar as pessoas” (S 16 – grupo B).

Percebe-se que além das desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo, os entrevistados mencionam em grande escala as vantagens de outros municípios. Parece, porém, que estas percepções sobre os “outros” são formadas a partir de conhecimento superficial, como por exemplo, do que os vizinhos teriam a oferecer aos seus turistas. Nota-se, também, que, talvez

devido ao menor número de turistas que a cidade recebe em comparação a municípios vizinhos, o impacto negativo causado pelo Turismo nas localidades, não é mencionado por nenhum dos entrevistados.

Uma das perguntas mais significativas e uma das mais difíceis para os entrevistados foi a Atribuição, que é a base teórica desta pesquisa. Um dos objetivos do presente estudo é avaliar os fatores aos quais os sujeitos atribuem o sucesso ou o fracasso do Turismo em Caxias do Sul. Ao longo da entrevista, os fatores vão sendo mencionados, não restringindo as respostas à pergunta específica.

Parece haver um consenso entre os entrevistados de que Caxias do Sul teria se voltado à atividade industrial, devido à presença de grandes empresas que formam o pólo metal-mecânico, referência para a cidade. Com isto, a atividade turística teria sido deixada em segundo plano no município:

“(…) que Caxias esqueceu do lado turístico. Ela se voltou muito para a área industrial, a cidade se desenvolveu muito industrialmente e ela esqueceu este lado de receptivo. Acho que faltou a visão, a preocupação dos responsáveis ou dos envolvidos fazer com que Caxias tivesse este destaque maior na área do Turismo, que ela poderia estar convivendo perfeitamente com o crescimento do lado industrial. Acho que foi uma falta de visão, dos empresários, do poder público” (S 17 – Grupo A).

“(…) a importância do Turismo não passou a ser tão grande porque nós temos o segmento metal-mecânico... E o Turismo, ele passa a não ter tanta importância para as nossas autoridades porque eu imagino que não se recolha, que não tenha grandes favorecimentos na carga tributária quando se refere ao Turismo” (S 13 – Grupo A).

A posição em segundo plano do Turismo em Caxias do Sul é atribuída pelos entrevistados, tanto ao poder público quanto à iniciativa privada. Ao poder público é atribuída a falta de impulso à atividade, o que acabaria por não incentivar investidores que teriam condições de apostar no Turismo local.

Para os entrevistados, a união do público-privado seria ideal para o desenvolvimento do Turismo na cidade:

“Sem investir, sem fazer uma política, todos trabalhando juntos, iniciativa privada, Conselho de Turismo, Secretaria de Turismo, sentar junto estes segmentos, vai ser muito difícil” (S 13 – Grupo A).

“(…) há um certo egoísmo da parte da indústria aqui em Caxias (...). Então se o pessoal não fosse tão míope e não pensasse só em investir cada vez mais nesta parte da indústria, poderia muito bem fazer e acontecer, aí poderia trazer estes eventos, feiras, concentrar muito mais coisas em Caxias (...). Aqui se falta alguém se envolver e fazer este planejamento turístico para a cidade, que seria ou o poder público ou a iniciativa privada” (S 9 – Grupo A).

“Mas eu acho que o poder público esqueceu de fazer o que tinha que fazer com o Turismo... é quem tem que incentivar a atividade e suportar a atividade e incentivar que o setor privado entre no jogo e corra atrás (...) mas também da iniciativa privada que não abriu o olho para situações que poderiam vir a acontecer no futuro e elas aconteceram”. (S 11 – Grupo A).

Os discursos parecem indicar que, de um modo geral, todos conheceriam as carências e o que deveria ser feito para tornar a cidade mais atrativa e vantajosa em relação a municípios vizinhos, da mesma forma que sabem apontar a que fatores atribuir a “fraqueza” do município neste setor, o que, no entendimento dos entrevistados, passaria por divulgação, preparação de mão de obra e eventos. O Grupo B complementa sobre as carências da cidade para o Turismo:

“Acho que a divulgação fica só entre nós aqui na região. Teria que sair mais daqui” (S 10 – Grupo B).

“Acho que deveria partir do próprio poder público, um programa de preparação para estas pessoas que recebem turistas, palestras, experiências que deram certo” (S 14 – Grupo B).

“Eu acho que tem mais evento lá, desde o Festival de Cinema, tem Natal, tem Páscoa, parecem que eles fazem mais eventos acho... chama mais turista eu acho, pelo menos é isso que eu ouço falar. Nós aqui, é só na época da Festa da Uva que é mais visitado aqui em Caxias, penso eu... quando tem a Festa da Uva” (S 18 – Grupo B).

Como já colocado, a indústria é apontada como empecilho ao desenvolvimento local do Turismo. Cabe ressaltar que nenhum entrevistado coloca a industrialização como sendo uma atividade negativa para o município, ao contrário, todos declaram que a indústria é responsável pelo progresso e pela importância que o nome de Caxias do Sul teria conquistado. Os termos “próspera”, “moderna”, “rica” foram utilizados várias vezes e parecem ser motivo de orgulho local.

Também há quem atribua a falta de talento para o Turismo em Caxias do Sul à questão cultural. Interessante ressaltar o choque entre as características apontadas pelos sujeitos: ao mesmo tempo em que a cidade é vista como um local rico, grande, moderno, sua população teria traços culturais ainda com marcas rurais (coloniais), o que, na visão dos entrevistados, seria um empecilho ao desenvolvimento do Turismo:

“Acho que é muito em função da cabeça colonial que o pessoal tem ainda: dormir cedo para acordar cedo para trabalhar e ganhar dinheiro” (S 12 – Grupo B).

“Eu acho que a colonização, eu acho que a colonização italiana, principalmente Caxias e Bento, fazem com que a gente tenha uma cultura diferente (...)” (S 6 – Grupo B).

“Eu acho que grande parte é o povo de Caxias que é bastante fechado. Eles não são muito abertos a novas experiências, parece que o pessoal não é muito interessado em atrair este público, esta demanda de Turismo de lazer” (S 16 – Grupo B).

Também foi perguntado aos entrevistados o que poderia ser feito para tornar Caxias do Sul uma cidade mais atrativa aos olhos de quem a visita. Novamente, a divulgação é uma questão bastante comentada. O sujeitos comparam a situação de Caxias do Sul a outros municípios que estariam com maior frequência na mídia, por uma razão ou outra, não necessariamente pelo Turismo:

“Acho que teria que partir principalmente da divulgação de Caxias. Eu ainda acho que por parte de uma prefeitura. Tem que ser do órgão maior da cidade para fazer alguma coisa para ajudar a cidade neste ponto” (S 2 – Grupo B).

“Conhecimento. Fazer o que outros redutos que têm até menores que Caxias, seja muito mais conhecida lá fora, se faça um trabalho de conhecimento, de exploração, de captação, trabalho maciço o de conhecimento, de propaganda” (S 7 – Grupo A).

“Fazer um trabalho mais forte de divulgação, bater mais na tecla do marketing” (S 10 – Grupo B).

“Fazer mais propaganda do que tem na cidade, pode ser sempre as mesmas coisas, porque não dá pra inventar todos os dias, mas promover mais” (S 12 – Grupo B).

Da mesma forma, surgem sugestões para que seja mais bem trabalhado o que haveria para ser divulgado, envolvendo a comunidade e criando maior atratividade para quem vem de fora, pois as opiniões de que “não tem nada para fazer” em Caxias do Sul foram reiteradamente repetidas:

“Teria que acrescentar mais coisas para o próprio turista... Explorar mais a uva, essa parte” (S 19 – Grupo A).

“(...) temos uma condição muito mais favorável, a de atrair turista também turista de lazer via Turismo de negócio, também é interessante porque uma ação bem feita pode reter na cidade um executivo que estava até quinta e que pode permanecer de repente até no sábado de manhã porque alguém ofereceu alguma coisa interessante para ele, um passeio na colônia ou uma visita a Gramado e Canela junto com um city tour em Caxias. Quer dizer, nós temos que ser mais criativos neste aspecto” (S 1 – Grupo A).

Apesar de Caxias do Sul estar imersa em uma cultura de origem veneta, demonstrada através da sua gastronomia, costumes e fala, a cultura campeira gaúcha também é mencionada por um sujeito do Grupo B. Em nenhum momento o Grupo A faz esta colocação, demonstrando um certo detrimento da cultura gaúcha à italiana:

“Cabe ao prefeito agora dar uma boa... Precisa um local apropriado para os gaúchos, as gineteadas. É o que eu acho que falta em Caxias, tem uma cultura, tem que cultivar, a tradição não pode morrer” (S 16 – Grupo B).

Além da divulgação, que é mencionada por quase todos os entrevistados, a construção do centro de eventos é polemizada e parece despertar um sentimento de perda, pois na visão dos entrevistados há a expectativa de que o novo espaço positivamente para o Turismo local. A causa deste sentimento, talvez possa ser atribuída ao fato de outros municípios da região ainda não terem seus centros de eventos quando Caxias do Sul já contava com os Pavilhões da Festa da Uva e já realizava eventos desde 1980. O local, entretanto, não teria passado pelas remodelações necessárias para que pudesse competir no setor de eventos.

Os municípios da região construíram centros de feiras e convenções mais modernos e passaram a captar um número grande de eventos. Em Caxias do Sul, o novo centro de eventos começou a ser construído somente no início de 2004. Havia previsão de que a obra seria concluída até outubro daquele ano para sediar a Mercopar, evento do setor metal mecânico que acontece todos os anos na cidade. A obra não foi terminada, devido a problemas na licitação pública. Os entrevistados comparam muito o setor de eventos dos municípios vizinhos com o de Caxias do Sul. Percebe-se, também, que muitas pessoas vêem da mesma forma o chamado Turismo de negócios e Turismo de eventos. A diferença só é percebida quando se fala em Turismo de lazer. Interessante apontar que as considerações sobre o novo centro de eventos são feitas somente por sujeitos do Grupo A, demonstrando, talvez, a falta de apropriação por sujeitos do Grupo B, de assuntos pertinentes à cidade, já que a construção do novo centro tem sido destaque na mídia local:

“Um centro de eventos decente a gente não tem aqui, infelizmente, porque todas as feiras, a gente perdeu pra Bento. Sobrou só a Mercopar, que eles prometeram que iam fazer melhorias, não



fizeram nada. Não sei se a gente não vai perder também... Uma coisa que a gente precisa ter em Caxias para o Turismo é o Centro de eventos. Que pena que nós não temos. Isso é uma coisa que a rede hoteleira, os restaurantes, teria que lutar por isso. Um centro de eventos bacana, climatizado nos moldes de Bento ou de Gramado, vai chamar mais atenção, vai chamar mais feiras, conseqüentemente, mais pessoas para vir conhecer. Estão construindo, mas em passo de tartaruga, então... Disseram que o ano passado ia estar pronto para a Mercopar. Nós já estamos chegando na outra Mercopar e ainda não está. Pena que tudo que eles nos prometem eles não cumprem, né?” (S 3 – Grupo A).

“Só que Bento investiu em um centro de convenções muito legal, Gramado tem vários hotéis com estrutura, tem um centro de convenções muito melhor do que o nosso, passaram a perna em Caxias do Sul... Agora que está se criando o Centro de Eventos lá nos Pavilhões da Festa da Uva, eu estou fazendo parte de uma comissão no Sindicato para que se contrate uma pessoa que capte eventos para Caxias. Essa pessoa já devia estar na rua há muito tempo” (S 5 – Grupo A).

“(...) acaba perdendo muito evento porque isto não é tratado como prioridade pelo município. Está para ser construído o Pavilhão da Festa da Uva há horas e isso não vai para frente porque a iniciativa privada não se envolve, ao contrário do que acontece em Gramado, Canela, Bento Gonçalves e a iniciativa pública não têm muito, não prioriza isto, acaba priorizando outras coisas e a parte do Turismo, independente do tipo, fica muito prejudicada em Caxias” (S 9 – Grupo A).

“Caxias hoje nós estamos conseguindo mudar e fazer um novo pavilhão para feiras e eventos, porque o que está ali hoje está ultrapassado. Tem que modernizar, tem que ter ar condicionado, um pé direito com altura certa para feiras de grande maquinaria. Acho que Caxias começou a deslanchar o caminho certo em fazer feiras e mais feiras. Isto vai trazer muito para o Turismo. Do outro lado nós temos Bento Gonçalves, que a cidade também se dedicou em melhorar seus pavilhões de feiras” (S 13 – Grupo A).

“A falta de interesse, aquela lentidão no processo de fazer o Centro de Eventos junto aos pavilhões da Festa da Uva. Imagina quanto traria de benefícios para o Turismo. Porque estas pessoas, muitas vezes chegam o domingo, nós poderíamos atraí-las, leva-las a colônia, a um ponto de atração. Mas como não tem um centro adequado, o que acontece? Nós acabamos tendo duas somente durante o ano, fica um elefante branco lá em cima e não atraindo, não tendo o que mostrar” (S 1 – Grupo A).

“Acho que nós poderíamos estar em pé de igualdade, não dá pra acreditar que em Bento Gonçalves tem um centro de convenções ótimo, ou pelo menos um bom centro de convenções e Caxias do Sul, que já tinha saído na frente há 20, 30 anos atrás, com o Parque de Exposições da Festa da Uva” (S 11 – Grupo A).

Outro ponto de interesse mencionado pelos sujeitos é o envolvimento da população não ligada diretamente à causa do Turismo, como sendo essencial para o sucesso da atividade em um município:

“(...) desenvolver com a comunidade, tentar buscar uma forma de quem mora na nossa cidade, quem gosta disso aí, possa passar para quem vem de fora algo sobre a nossa cidade, das nossas origens... De repente fazer uma pesquisa de mercado para ver nossa imagem, o que o pessoal dos outros estados quer perceber quando eles chegam aqui” (S 3 – Grupo A).

“Para qualquer tipo de Turismo é aquela coisa: tu tens que ter a conscientização da população para que o negócio de certo. Se a população estiver afim e estiver consciente dos benefícios que o Turismo vai trazer para a cidade, vai pra frente” (S 9 – Grupo A).

“Acho que tem que estrutura melhor, preparar a população para receber o turista, para dar uma informação legal, para indicar locais, que a população conheça melhor sua cidade (...)” (S 14 – Grupo B).

Ainda sobre as percepções dos sujeitos sobre Caxias do Sul e o Turismo, poucos entrevistados respondem prontamente “sim” à pergunta: “Você considera Caxias uma cidade turística?” Surgem respostas diferenciadas. Os sujeitos, porém, justificam suas opiniões. Percebe-se que os mais entusiastas, que acreditam no potencial da cidade, respondem afirmativamente, mencionando as belezas do entorno ou as potencialidades ainda mal exploradas:

“Sem dúvida nenhuma, eu considero Caxias uma cidade turística. De novo eu me reporto a primeira pergunta e resposta: se você considerar somente Turismo como o ócio, a pessoa passeando, então, não, é nossa fraqueza” (S 1 – Grupo A).

“Eu acho que sim, com certeza. Acho que Caxias tem um potencial muito grande para o Turismo de lazer, inclusive para o Turismo de negócios e de eventos” (S 9 – Grupo A).

“Eu considero. Eu acredito que sim. A gente não para e pensa no que tem a oferecer, mas eu acho que tem sim atrativos e que a gente nem conhece” (S 20 – Grupo B).

A maioria dos sujeitos, porém, é muito relutante em dizer que a cidade é turística. Percebe-se que estas pessoas desejariam que ela o fosse e acreditam nisso, mas pensam que ainda há muito a ser feito para que Caxias do Sul possa ser considerada uma cidade turística:

“Considero, mal explorada, mas considero. A cidade de Caxias é uma cidade bonita, mas o que tem em volta dela é muito bonito e poderia ser muito melhor explorado” (S 5 – Grupo A).

“É uma pergunta um pouco difícil de responder porque ao mesmo tempo em que eu acho que Caxias perdeu a vocação, ou melhor, esqueceu a vocação turística, eu acho que a cidade tem atrativos (...) eu vejo, já fiz vários passeios aqui, conhecia o que a cidade tinha para atrair. Eu acho que a cidade tem um dom para o Turismo, mas precisa ser muito mais trabalhado” (S 7 – Grupo A).

“Tenta ser, mas não... quer dizer, é uma cidade turística porque o pessoal que vem a negócios acaba saindo e aproveitando as coisas que tem aqui, aqueles pontos que se tem Casa de Pedra, são Pelegrino, mas não é uma cidade turística, não está bem desenvolvida pra isso, mas está se encaminhando” (S 12 – Grupo B).

“Olha... eu acho que sim... tem mais, mas Caxias”. (S 18 – Grupo B).

Outros entrevistados, respondem que não, que Caxias do Sul definitivamente não seria uma cidade turística, lembrando a questão do trabalho: “Não, não considero. Acho que é mais para trabalho” (S 8 – Grupo B), atribuindo o termo “turístico” a municípios vizinhos ou afirmando que Caxias do Sul não é turística por não ter atrativos suficientes para ser assim considerada: “Não, eu não considero Caxias uma cidade turística por isso, não tem o que prenda a pessoa aqui” (S 16 – Grupo B) percebe-se que aqui há uma predominância de respostas similares no Grupo B:

“Caxias eu não considero uma cidade turística, mas a gente tem coisas fora, ao redor de Caxias, por isso a gente traz hóspedes para cá” (S 2 – Grupo B).

“Não. Eu digo para os hóspedes: Caxias não é uma cidade turística. Eu acho que Caxias serve como um ponto de apoio para outras cidades menores”. (S 3 – Grupo A).

“Não. Justamente por isso, o Turismo de negócios é uma forma de Turismo sim, mas não é uma forma de Turismo que traz maior renda, gera mais rotatividade de pessoas, eu acho que não é uma cidade turística por este motivo” (S 6 – Grupo B).

Não houve no tema atribuição uma divisão clara entre atribuição interna e externa. Muito entrevistados atribuem o fracasso da atividade turística a fatores internos, como o despreparo e falta de interesse do poder público, à cultura “interiorana” do caxiense e à falta de criatividade por parte de planejadores. Por outro lado, alguns sujeitos atribuem a fatores externos o sucesso de outros municípios, dizendo que eles estariam sabendo trabalhar de forma unida e investindo no setor. Ou seja, há visões diferenciadas, embora o apoio às iniciativas existentes tenha também sido mencionado por alguns.

Em relação à atitude que as pessoas devem ter quando estiverem em contato com turistas na cidade, nos seus locais de trabalho ou em relação à atividade como um todo, os entrevistados demonstram ter saber a importância do bem atender, de fazer o melhor: “Ele precisa de bom atendimento, que divulguem bem a cidade” (S 18 – Grupo B). Nota-se que esta preocupação quanto à hospitalidade surge de forma mais ampla entre os entrevistados do Grupo B, demonstrando um discurso afetivo, de compreensão e agradabilidade, tendências da hotelaria moderna:

“Primeiro nós temos que atender muito bem o turista, ter o coração aberto e principalmente ser muito prestativo, eles gostam, se eles pedem alguma coisa, tem que dar uma opinião tem que mostrar, ajudar” (S 2 – Grupo B).

“A gente tem que procurar receber bem, da maneira mais correta. Estão sempre atento, eles são de fora, não conhecem nada da

cidade, a gente tem que ter paciência com eles. Tem que conquistar o pessoal pra ter mais freguesia” (S 4 – Grupo B).

“Mas acho que o turista sim merece uma atenção especial merece uma atenção especial do que quem é daqui, quem é da cidade, porque ele é de fora, tem que levar daqui uma impressão boa, uma impressão que a cidade é receptiva, comunicativa, atenciosa” (S 6 – Grupo B).

“Se você não cuidar do seu turista, não se colocar a serviço dele, bem tratando ele, indicando os melhores caminhos, os melhores locais, levando ele, incentivando ele a comer, passear, você não vai conseguir cativar o turista” (S 11 – Grupo A).

A qualificação também é bastante citada como sendo essencial para uma cidade que queira desenvolver-se turisticamente. Pessoas que sabem atender e posicionar-se perante todos os tipos de situações são valorizadas pelos trabalhadores:

“Para tender as pessoas que vem de fora, tem que ter qualificação, não é qualquer pessoa que pode estar recebendo, tanto os hotéis, como toda esta parte do município, trabalhando mais com os funcionários, qualificando mais” (S 8 – Grupo B).

“Eu acho que tem que ser pessoas já profissionalizadas, que saibam indicar saibam falar, passar para eles o pouco que nós temos aqui. Pessoas capacitadas” (S 19 – Grupo A).

Um dos entrevistados, além da questão da qualificação, citado por todos os outros, menciona algo que não surge em nenhum outro discurso, que é a idéia de que o Turismo só faz bem e que tem uma capacidade de humanizar as pessoas e as comunidades onde ele está inserido:

“Quem lida, toda a cidade que se dedica ao Turismo, ela automaticamente passa a ser uma cidade mais humana, ela passa a ter um respeito maior pelos visitantes, as pessoas passam a ser mais simpáticas a qualquer pergunta ou informação que receba de um turista no centro da cidade ou dentro de um hotel... porque ela passa a receber melhor as pessoas de fora, ela não é aquela cidade fria, somente industrial, as pessoas dão melhores informações. Campanhas tinham que ser feitas na nossa cidade para receber o turista, para dar a informação certa, para manter a cidade limpa, os pontos turísticos sempre limpos, com informações certas, adequadas, como se vai pra lá e pra cá, e assim por diante. Isso tudo ajuda a humanizar a cidade. Os moradores também passam a ter um nível melhor de vida” (S 13 – Grupo A).

Neste ponto, todos os entrevistados parecem estar convictos quanto à necessidade constante de qualificação e qualidade nos serviços. Por outro lado, declaram que as outras pessoas que trabalham com o Turismo na cidade careceriam da qualificação necessária. A zona rural foi diversas vezes citada como sendo um ponto de interesse de turistas, mas que deixaria a desejar no sentido do bom atendimento e da qualidade necessária ao Turismo.

### **3.2 ANÁLISE DE DADOS DA SEGUNDA FASE**

Neste item se faz a apresentação dos resultados coletados durante a segunda fase da pesquisa. Nesta fase, que teve como objetivo validar os dados coletados na fase piloto e primeira fase foram entrevistados dez sujeitos pertencentes a cinco hotéis. A análise de dados se concentra, primeiramente nos dados quantitativos e, logo em seguida, nos dados qualitativos junto aos grandes temas pré-definidos: Turismo, Caxias do Sul e o Turismo, Vantagens de Caxias do Sul para o Turismo, Desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo, Atribuição e Atitude.

Na fase quantitativa dos entrevistados da segunda fase, o item gênero apresenta uma diferença grande entre o número de pessoas do sexo masculino e feminino, ao contrário da primeira fase. Aqui, 80% dos entrevistados são do sexo masculino e os demais 20% são do sexo feminino e participam do grupo B. Poderia se atribuir esta maioria masculina ao fato de os hotéis da segunda fase serem hotéis tradicionais, que teriam alguma preferência por

contratar homens. Porém, não é alegado por nenhum deles esta preferência. Somente supõe-se que talvez o número de homens seja maior por esta razão.

**Tabela 6 – Gênero dos Entrevistados**

<i>Gênero</i>	<i>Grupo A</i>		<i>Grupo B</i>		<i>Grupo A + Grupo B</i>	
	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>
Masculino	5	100	3	60	8	80
Feminino	0	0	2	40	2	20
Total	5	100	5	100	10	100

Fonte: Pesquisa Direta

A idade dos sujeitos da segunda fase ficou bem equilibrada. Na primeira fase verifica-se mais da metade dos sujeitos com idade entre 20 e 30 anos. Aqui, da totalidade dos sujeitos entrevistados, somente 30% estão nesta faixa. Outros 30% tem entre 31 e 40 anos e o mesmo índice encontra-se na faixa entre 41 e 50 anos de idade. Os dados mostram que nestes hotéis, há faixas etárias mais velhas. Pode-se atribuir este fato à mesma razão do item anterior. São hotéis mais antigos e menores que já teriam pessoas de confiança, em alguns casos da própria família, que administram os setores há bastante tempo. O fato destes hotéis não contarem com equipes mais jovens pode ter duas leituras. Uma delas seria uma vantagem, já que quem está a mais tempo no setor, teoricamente teria maior experiência e conheceria o meio onde está atuando. Por outro lado, não haveria a inserção de pessoas mais jovens, que poderiam agregar inovação, novos conhecimentos e experiências. Nas entrevistas, os sujeitos comentam, em algumas ocasiões, sobre o fato da hotelaria tradicional de Caxias do Sul ter que competir com as redes instaladas na cidade. A inovação e o aperfeiçoamento são mencionados como sendo essenciais. Talvez aqui esteja uma demonstração desta diferença

entre os hotéis, já que os novos parecem investir mais em pessoas qualificadas, recém egressas de cursos superiores.

**Tabela 7 – Faixa Etária dos Entrevistados**

<i><b>Faixa Etária</b></i>	<i><b>Grupo A</b></i>		<i><b>Grupo B</b></i>		<i><b>Grupo A + Grupo B</b></i>	
	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>
De 20 a 30 anos	1	20	2	40	3	30
De 31 a 40 anos	1	20	2	40	3	30
De 41 a 50 anos	2	40	1	20	3	30
De 51 a 60 anos	1	20	0	0	1	10
Mais de 61 anos	0	0	0	0	0	0
Total	5	100	5	100	10	100

Fonte: Pesquisa Direta

Novamente o nível educacional dos entrevistados surge como um ponto positivo. Da totalidade dos sujeitos da segunda fase, 70% possuem curso superior completo. Destes, 71% possuem formação em Turismo ou Hotelaria. Há equilíbrio entre os grupos A e B. Dos graduados, 43% pertencem ao grupo A e 57% pertencem ao grupo B. Este perfil vai contra o visto anteriormente, pois apesar de serem hotéis tradicionais e mais antigos, ainda assim trabalham com pessoas graduadas, mesmo que esta graduação tenha acontecido a algum tempo.



**Tabela 8 – Nível Educacional dos Entrevistados**

<i>Nível Educacional</i>	<i>Grupo A</i>		<i>Grupo B</i>		<i>Grupo A + Grupo B</i>	
	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>
1° Grau Incompleto	0	0	0	0	0	0
1° Grau Completo	0	0	0	0	0	0
2° Grau Incompleto	1	20	0	0	1	10
2° Grau Completo	0	10	1	20	1	10
Superior Incompleto	1	20	0	0	1	10
Superior Completo	3	60	4	80	7	70
Pós-graduação Incompleto	0	0	0	0	0	0
Pós-graduação Completo	0	0	0	0	0	0
Total	5	100	5	100	10	100

Fonte: Pesquisa Direta

No que se refere a tempo de atuação, se percebe novamente o perfil do hoteleiro tradicional. Como nos dados Gênero e Idade, verifica-se no Tempo de Atuação uma constante, já que metade dos entrevistados está atuando junto aos seus estabelecimentos há mais de nove anos. Assim como no item Idade, este fato pode ser analisado sob dois pontos de vista, no qual, de um lado está a experiência e controle do estabelecimento e, do outro, a inovação que pode fazer falta devido ao tempo de atuação prolongado.

**Tabela 9 – Tempo de Atuação dos Entrevistados no Estabelecimento**

<i>Tempo de atuação no estabelecimento</i>	<i>Grupo A</i>		<i>Grupo B</i>		<i>Grupo A + Grupo B</i>	
	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>
Até 1 ano	1	20	2	40	3	30
De 1 a 2 anos	0	0	0	0	0	0
De 3 a 5 anos	0	0	0	0	0	0
De 6 a 8 anos	0	0	2	40	2	20
Mais de 9 anos	4	80	1	20	5	50
Total	5	100	5	100	10	100

Fonte: Pesquisa Direta

Como já colocado, a função exercida pelos sujeitos foi critério de escolha do grupo, portanto, 50% do sujeitos são proprietários, gerentes ou chefes e os demais exercem funções operacionais. Neste caso, 40% são recepcionistas. Em alguns casos, os próprios proprietários são gerentes, já que o quadro de funcionários da maioria destes hotéis é, na maior parte dos casos, enxuto.

**Tabela 10 – Função Exercida pelos Entrevistados no Estabelecimento**

<i>Função exercida no estabelecimento</i>	<i>Grupo A</i>		<i>Grupo B</i>		<i>Grupo A + Grupo B</i>	
	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>	<i>Frequência Absoluta (n°)</i>	<i>Frequência Relativa (%)</i>
Proprietário	2	40	0	0	2	20
Gerente	3	60	0	0	3	30
Recepcionista	0	0	3	60	3	30
Copeira	0	0	0	0	0	0
Camareira	0	0	0	0	0	0
Outro	0	0	2	40	2	20
Total	5	100	5	100	10	100

Fonte: Pesquisa Direta

A análise de dados qualitativos das entrevistas da segunda fase da pesquisa está exposta a seguir. Conforme Miles e Huberman (1994), o objetivo desta segunda fase é validar os dados levantados durante as fases iniciais, neste caso, da fase piloto e da primeira fase. A segunda fase consiste na aplicação do mesmo instrumento utilizado na primeira fase. Porém, aqui, são entrevistados cinco hotéis que não haviam participado da entrevista anteriormente. Neste caso, o instrumento de pesquisa é aplicado em dois sujeitos de cada um dos hotéis escolhidos conforme critério de divisão adotado pelo SHRBS, sendo eles os Hotéis K, L, M, N e O. Assim como realizado nos dados qualitativos da primeira fase da pesquisa, aqui os grandes temas serão reagrupados em dois itens, os quais são expostos a seguir.

### 3.2.1 Atividade Turística: os conceitos e as relações com a comunidade

Percebe-se uma grande semelhança entre o discurso dos sujeitos da primeira fase e dos entrevistados nesta fase da pesquisa. Quando questionados sobre o conceito de Turismo, as palavras deslocamento, saída e movimento são citadas, além das possíveis buscas das pessoas no momento que se deslocam de um local para outro:

“(...) Eu considero mais o Turismo a saída do teu domicílio para um outro local, mesmo que seja na cidade, mas é um local distante da tua casa, conhecer um ponto novo, conhecer alguma coisa da cultura de uma localidade, de uma cidade” (S 21 – Grupo A).

“Oferta de lazer, de conhecimento de algo que a pessoa venha a procurar, história, geografia. Busca de alguma coisa, lazer, conhecimento” (S 22 – Grupo B).

“(...) Então Turismo para mim são pessoas que vem de outros lugares conhecer a nossa terra, nossa gente, nossa cultura (...)” (S 27 – Grupo A).

Alguns entrevistados também lembram da prestação de serviços que envolvem a realização da atividade turística, colocando um ponto de vista de quem recebe o turista e está consciente dos tipos de serviço que ele necessita:

“Para muitas pessoas Turismo lembra viagem, descanso, na minha opinião é uma questão de prestação de serviço entre visitante e visitado” (S 23 – Grupo A).

“É uma movimentação de pessoas, um intercâmbio cultural, engloba muita coisa o Turismo para mim. Engloba vários setores, hotelaria, gastronomia, restaurantes, hospedagem” (S 30 – Grupo B).

“(...) Não dá pra dizer que no Turismo todo mundo quer o mesmo tipo de coisa. Cada um quer uma coisa, por exemplo, o Turismo de lazer quer paisagem, quer gastronomia, compras e tudo mais. O Turismo de negócios quer um bom hotel, tecnologia dentro dos hotéis, fora dos hotéis, quer um transporte rápido, quer um aeroporto decente (...)” (S 27 – Grupo A).

A razão do deslocamento também é mencionada pelos entrevistados, já que a cidade recebe muitas pessoas por motivos profissionais e que se

hospedam em hotéis locais. Sendo assim, o conceito de Turismo adotado pelos entrevistados envolve o motivo “trabalho”. Porém, o lazer não é esquecido:

“Turismo é quando as pessoas resolvem sair da sua cidade para passear ou a trabalho ou para divertimento. Deslocam-se da sua casa para outro lugar” (S 24 – Grupo B).

“Caxias tem dois tipos de Turismo: Turismo de comércio e normal de lazer. O de lazer eu vejo hoje ainda engatinhando e temos muito para oferecer, mas ainda está engatinhando, mas tem bastante Turismo de negócios” (S 25 – Grupo A).

“Nos aqui trabalhamos com Turismo de lazer, gostamos muito de trabalhar com o Turismo de lazer (...) Nós poderíamos também falar do Turismo de negócios, o executivo (...)” (S 27 – Grupo A).

Não são percebidas diferenças significativas entre o discurso dos entrevistados do grupo A e do grupo B. Os sujeitos parecem compartilhar das percepções. Aqui, porém, parece haver um maior interesse pela atividade turística por parte dos sujeitos do Grupo B se for comparado aos sujeitos do deste mesmo grupo na primeira fase. Embora não haja nenhuma evidência sobre o assunto, talvez a diferença nos discursos possa se atribuída à atuação dos entrevistados em estabelecimentos de pequeno porte, estando próximas umas das outras durante horários de trabalho. Isto faria com que algumas opiniões predominantes fossem ouvidas e assimiladas por quem está a pouco tempo no setor e talvez não tenha embasamento suficiente para dar respostas próprias:

“Turismo para mim é uma palavra bastante ampla que envolve vários tipos de Turismo. Tem o Turismo da pessoa que vem conhecer a cidade, Turismo da pessoa que vem a negócios e Turismo da pessoa que busca algo mais na cidade. Para mim é assim que vejo a palavra Turismo” (S 28 – Grupo B).

“Para mim tem dois tipos de Turismo, o Turismo de lazer e o de negócios. Aquilo quando eu saio para o Turismo de lazer, eu quero estar bem, quero ter segurança, ir a um lugar que eu seja bem recebido, ser bem tratado, por alguém que conheça, que me leve, que me mostre os pontos” (S 29 – Grupo A).

No segundo tema abordado pela pesquisa, procura-se investigar a percepção dos trabalhadores em relação à atividade turística em Caxias do Sul. Da mesma forma como ocorre com os entrevistados da primeira fase, os sujeitos, são unânimes em afirmar que a relação da cidade com o Turismo ainda deixa a desejar. Alguns são bastante taxativos e diretos:

“Caxias é fraca no Turismo. Caxias desenvolveu muito o lado industrial e deixou o Turismo de lado” (S 22 – Grupo B).

“Nenhuma. Caxias do Sul não tem Turismo, há muitos anos. Hoje se busca isso novamente. Acho que pode se tornar uma cidade turística, mas hoje não tem nenhum Turismo, é uma cidade de passagem e não de permanência” (S 23 – Grupo A).

“Caxias perdeu tudo que eu tinha, que eu conhecia (...)” (S 29 – Grupo A).

Outros entrevistados, apesar de compartilharem das opiniões expostas acima, abordam o assunto de maneira menos categórica, apontando as possíveis causas da fragilidade no que diz respeito à relação do Turismo com Caxias do Sul:

“Caxias com o Turismo está um pouco fora do contexto, não pela dificuldade de locais de visitação, na verdade não tem uma união entre poder público e iniciativa privada, existe aquela coisa de disputa, de faixa, não tendo alguma coisa, atendo outras, a dificuldade maior é ser inserida no contexto até pelo incentivo do poder público. Hoje Caxias está fora do contexto nacional” (S 21 – grupo A).

“Eu acho que ainda está pouco, mal explorado. Eu acho que tem pouca divulgação. A gente sabe que Bento, uma cidade bem menor que Caxias, explora o Turismo muito mais lá das colônias, da região dos Vinhedos, Caxias tem esse lado, mas não aproveita” (S 26 – Grupo B).

Existiria também, na percepção dos entrevistados a expectativa de que a cidade venha a desempenhar de maneira mais eficiente o papel de cidade receptora, mostrando um certo otimismo sobre o assunto. Também surge a idéia de que o Turismo poderia vir a tornar-se um espaço de trabalho para a

população local, sendo esta percepção apontada pela primeira vez por um entrevistado do grupo A:

“Eu to vendo que Caxias aproveita pouco esta oportunidade, mas que também esta chegando ao fim desta era. Porque as oportunidades de trabalho para a população estão ficando escassas e querendo ou não querendo Caxias vai ter que optar por uma nova opção de trabalho de Turismo, seja aquele que for, Turismo de lazer ou de negócios, ou de feiras. Estamos perto de uma nova oportunidade Caxias vai fazer as pazes novamente com o Turismo vai ter que aprender tudo de novo porque fazemos mal este trabalho e eu imagino que a gente vai encontra novamente o caminho” (S 27 – Grupo A).

“Eu acho que está melhorando, estão sendo feitas várias reuniões, este tipo de coisa. O pessoal está se unindo um pouco mais do que era. Na minha opinião Caxias tem Turismo, mas ainda está muito, está nas escuras um pouco” (S 30 – Grupo B).

O fato de Caxias do Sul já ter tido no Turismo uma atividade próspera, é abordado por um dos sujeitos do grupo A, no contexto deste tema. Já na primeira fase da pesquisa, este item fora bastante apontado, principalmente por pessoas que atuam no segmento há mais tempo. O S 29, pertencente ao Grupo A, comenta que a Festa da Uva, atualmente, seria o maior evento turístico da cidade devido ao trabalho realizado no passado:

“(…) Nós morávamos na região das Missões e todo mundo falava: vamos pra Caxias do Sul, pra Serra. Hoje vamos pra Gramado, para a Serra, para Bento e Caxias fica até esquecida, ninguém fala mais (...). Se existe hoje em Caxias do Sul um Turismo de lazer reconhecido é a Festa da Uva. Mas porque? Porque ela é conhecida há 20, 30 anos atrás não é de hoje. Se fosse por hoje não viria ninguém (...).”

Outro tema interessante levantado por somente um entrevistado ao longo de toda a pesquisa foi a criação de oportunidade de lazer para a própria população. Na opinião do S 27, do Grupo A:

“(…) é necessário que se faça lazer par as pessoas da cidade, porque quando a gente viaja para o exterior, quando nós vamos lá naquela corrida de touros na Espanha que um monte de gente vê, aquela

correria, aquela loucura, mas quem está se divertindo não é o turista, até tem duas centenas de turistas, um milhar de pessoas, mas estão lá os moradores, as pessoas da cidade, que vibram e acontece isto (...). Eu diria que fazer coisas para a nossa população, isso dá efeito”.

### **3.2.2 Atividade Turística: atribuições de sucessos e fracassos**

As vantagens de Caxias do Sul para o Turismo, apontadas pelo grupo, não são diferentes daquelas comentadas pelos entrevistados da primeira fase. A infra-estrutura e o tamanho da cidade são novamente citados como sendo uma grande vantagem em relação aos municípios vizinhos:

“Vantagens eu vejo a infra-estrutura, Caxias tem uma estrutura boa de comércio, locadoras, atendimento 24 horas, eles não tem. Os hotéis estão em bom número, embora gramado também (...)” (S 21 – Grupo A).

“Vantagem que é uma cidade grande, tem vários horário de ônibus, tem aeroporto, tem vários hotéis, opções” (S 24 – Grupo B).

“A vantagem de Caxias é ser grande e ter muito a oferecer (...)” (S 25 – Grupo A).

O conjunto de atrativos turísticos de Caxias do Sul também é mencionado por alguns entrevistados, salientando também características dos municípios vizinhos. A localização da cidade, citado por sujeitos da primeira fase, aqui, foi colocada como vantagem por somente um entrevistado:

“As vantagens que eu acho que Caxias tem belos pontos turísticos muito belos e uma rede hoteleira muito boa. Porém, como eu disse antes, é uma cidade só de passagem, elas passam só o dia aqui (...)” (S 23 – Grupo A).

“Tem estes municípios próximos daqui, Região das Hortênsias, que eu considero que eles têm um potencial, mas a gente tem o natural. Por exemplo, Gramado é mais a parte central. Caxias tem mais interior, esta cultura típica italiana” (S 30 – Grupo B).

“Vantagens na localização, porque estamos no centro da região, se conseguimos segurar um turista aqui, temos pontos que não são divulgados, segurando ele aqui, ele faria toda a região: Gramado, Bento” (S 22 – Grupo B).

Já nas desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo, apesar da zona rural da cidade ser valorizada e colocada como sendo um dos seus atrativos, a falta de estrutura e preparo das pessoas que atuam em locais de visita nos roteiros turísticos do interior é bastante citada. Na opinião dos entrevistados, Caxias do Sul tem potencial para tornar-se um destino de lazer, mas faltaria estrutura na cidade para tal. Em comparação a municípios vizinhos, menciona-se que o seu interior ou a sua parte rural estaria mais bem estruturado para poder receber turistas:

“Caxias tem roteiros que nem são divulgados, não tem estrutura, agora estão sendo estruturados para receber turistas. Pega o Caminhos da Colônia, eu diria que hoje é o melhor elaborado. Os outros não têm estrutura para receber, estão recém formando. (...)” (S 22 – Grupo B).

“(...) ninguém explorou ainda o interior de Caxias do Sul, isso é uma desvantagem que outros municípios já estão fazendo: explorando seu interior, não somente o centro da cidade” (S 23 – Grupo A).

“(...) mas não falta nada, a natureza em si está pronta, Caxias do Sul cresceu, é uma metrópole, dentro do centro, mas tu sai e alguns quilômetros para fora é o interior todo bem conservado, limpo, que nenhuma outra cidade da serra oferece uma beleza natural como nós temos aqui dentro” (S 29 – Grupo A).

Quanto aos produtos turísticos presentes em Caxias do Sul, alguns entrevistados sugerem que a cidade não ofereceria diferenciais se comparada a outros municípios da região. Um sujeito comenta: “Caxias tem centenas de vantagens, mas o Turismo é feito de peculiaridade (...)”. (S 27 – Grupo A). Outros ainda comentam a gastronomia e a uva, como sendo dois produtos turísticos explorados pelo município:

“(...) Temos gastronomia, mas não temos um diferencial, dentro da região tem a mesma coisa que oferece em Gramado e Canela. Porém eles não oferecem só um lado. Eles têm toda uma estrutura para Turismo: comércio, informações e nós não temos isso” (S 22 – Grupo B).



“(...) porque não tem muito atrativo, o pessoal vem para conhecer, gosta, mas, por exemplo, Caxias é da uva, mas hoje não é só Caxias que tem isso, tu podes conhecer como é o processo de colheita nos Vinhedos (...)” (S 24 – Grupo B).

Nota-se também uma pequena confusão de conceitos. A palavra “infra-estrutura”, aqui, é utilizada para referir à estrutura turística que outros municípios possuem. Na fase anterior da pesquisa, os entrevistados consideram “infra-estrutura” como sendo o conjunto de transporte, estrutura viária e serviços disponíveis:

“Vantagens dos municípios vizinhos é a infra-estrutura que eles oferecem superior a de Caxias. Por base, o município de Bento Gonçalves, hoje com a estrutura que tem, por exemplo, esta feira que está ocorrendo hoje<sup>7</sup> eles estão ocupando 50 mil m<sup>2</sup> cobertos. (...)” (S 28 – Grupo B).

Na visão dos entrevistados, Caxias do Sul tem algumas iniciativas no sentido de alavancar o Turismo, porém, elas seriam pequenas e não conseguiriam sozinhas atingir o objetivo. Para que houvesse maior proveito destas ações, os sujeitos alegam que “O pessoal da Secretaria de Turismo teria de incentivar mais, explorar mais” (S 26 – Grupo B). Além da falta de incentivo do poder público, também é comentado que o nível de competitividade entre os atuantes do setor turístico não deveria ser tão acirrado:

“(...) essa falta de união, não tem uma agência, ou um órgão que tente centralizar todas estas idéias e buscar um único fim. Então acho que esta parte está faltando. Digamos assim, tem iniciativas pequenas, Andiamo, não tem estratégias. Em Bento Gonçalves, tem passeios, tem o próprio hotel que faz passeios de Turismo, não é sempre, mas fazem. Caxias não existe isso, existe isolado, depois vai caindo até que acabe (...) mas sem a iniciativa do poder público, até o poder público está trancando algumas coisas aí. Então acho que a dificuldade é a falta de união. Existe uma dificuldade entre hotéis, agências, a disputa é grande. Um querendo pegar o que é do

---

<sup>7</sup> O sujeito refere-se a Expobento, evento realizado em Bento Gonçalves de 3 a 13 de junho de 2005.

outros, em vez de trabalhar por fatias, eu pego este público, outra agência pega outro” (S 21 – Grupo A).

“(…) A nossa Secretaria de Turismo ainda está acanhada e muito presa a Turismo de negócios, mas na cabeça deles é só Turismo de negócios. Por isso que Bento que tem 90 000 habitantes tem muito mais Turismo que Caxias. Está faltando uma integração, nós poderíamos fazer a pessoa ficar aqui mais até do que em outras regiões” (S 25 – Grupo A).

“Desvantagem é pouco investimento na questão turística, fazer alguma coisa para as pessoas se divertirem, pouco investimento para o divertimento das pessoas. Tem para as pessoas conhecerem o que existia há 50 anos atrás. Não foi feito nada além disto” (S 24 – Grupo B).

Alguns aspectos mais operacionais da atividade também são comentados. Um dos entrevistados menciona que poderiam existir em Caxias do Sul algumas ferramentas que outros municípios já possuem em relação à hospedagem, à periodicidade de eventos sediados no município e a organização de passeios:

“(…), eles tem um software que eles montaram, tipo central de reservas, eles tem em todos os hotéis e ali dentro por computador mesmo eles fazem tudo. Se o hotel vai lotando eles vão liberando, então eles vão direcionando (...) Nós não temos e aqui em Caxias do Sul nós perdemos muito por causa disto. As pessoas vão embora por que acham que não tem hotel (...) Tal data tem evento? Não, então vamos botar. Aqui em Caxias do Sul, tem finais de semana que tem três, quatro eventos, lotam os hotéis (...) no final de semana agora teve três eventos. Agora, neste final de semana não tem nada. No outro não tem nada de novo. Será que não poderíamos direcionar e ter alguém para que tenhamos uma seqüência de semanas boas aqui em Caxias?” (S 29 – Grupo A).

“Se um turista vem hoje pra Caxias e me pergunta se eu tenho um passeio para indicar para ele, eu tenho, mas não tem grupo formado que eu possa encaixar ele. Os outros municípios têm, todo final de semana tem passeios para algum lugar, os hotéis se reúnem, as agências coletam pessoas para fazer este passeio. Caxias não tem isso hoje”. (S 22 – Grupo B)

No tema atribuição, percebe-se que os discursos dos sujeitos da segunda fase são muito similares aos recolhidos na primeira fase da pesquisa. A presença de grandes empresas que formam o pólo metal-mecânico é o fator ao qual os sujeitos atribuem a fragilidade da atividade turística em Caxias do

Sul: “É porque Caxias é uma cidade industrial, economicamente metal mecânico, então ela acaba fugindo um pouco do que é o Turismo”, é a opinião do S 21, pertencente ao Grupo A. Da mesma opinião é o S 26, do Grupo B: “Caxias sempre teve aquela fama de ser uma cidade industrial, metalúrgica e esqueceram o lado do Turismo e hoje o Turismo é muito importante”. Conforme os entrevistados, a cidade não teria preocupações em aumentar sua receita, já que a indústria contribui em grande escala. Os discursos também se assemelham nos grupo A e B:

“Ao fato de que ninguém nunca percebeu o Turismo, Caxias se tornou um pólo metal mecânico, um dos maiores do Brasil e o tempo passou e as pessoas não tiveram o devido investimento, tanto que as grandes redes e bandeiras só vieram para Caxias do Sul nos últimos quatro anos e que hoje é uma guerra tarifária”. (S 23 – Grupo A)

“Por ser uma cidade industrial, esse lado fica um pouco desativado. Encima disso que eu vejo, porque a receita do município é grande, então o município não precisa estar se preocupando com o Turismo, mas com o setor industrial que seria mais vantajoso”. (S 28 – Grupo B)

O papel do poder público no incentivo da atividade turística também é bastante comentado nas entrevistas, assim como a contribuição da iniciativa privada que seria igualmente importante. Percebe-se, porém, que ao poder público é atribuído à responsabilidade maior. Para os entrevistados, as ações deveriam partir primeiramente do órgão oficial de Turismo da cidade:

“Porque ninguém investe ninguém se interessa, o município mesmo não se interessa. Bento Gonçalves, nos último cinco anos se tornou a região dos Vinhedos, não era. Eles estão investindo no Turismo. Eu acho que é a prefeitura em primeiro lugar, depois empresas que tem potencial para isso”. (S 24 – Grupo B).

“Pouco interessa da Secretaria de Turismo e do conjunto todo: hotelaria, comércio, indústria. Se a Secretaria de Turismo estivesse preocupada em juntar todos os órgãos interessados, ter dinheiro, ter uma pessoa de mídia, eu tenho certeza que todos jogariam junto. O problema é que todos acham que os outros devem fazer: é o CDL, é a prefeitura. Está faltando uma integração e todo este conjunto. Na

hora que isso acontecer eu tenho certeza que ninguém vai desembolsar demais e vai se fazer um bom trabalho” (S 25 – Grupo A).

“O interesse do pessoal. Não só a prefeitura, mas também as empresas privadas. Deveria se juntar mais, ter um interesse mais geral porque a maioria das pessoas se acomoda: Caxias não tem Turismo, não se incomodam, acham bobagem, acham que não tem como ajudar na economia” (S 30 – Grupo B).

Juntamente com os fatores aos quais os entrevistados atribuem a pequena significância do Turismo em Caxias do Sul, foram dadas algumas sugestões do que poderia ser feito para tornar a cidade mais atrativa e vantajosa em relação a municípios vizinhos. A divulgação, na primeira fase da pesquisa, pode-se dizer que é o item mais apontado pelos entrevistados. Já nesta fase, a divulgação surge com incidência e ênfase menores. Aqui, a parte estrutural da cidade e a articulação entre os setores parecem prevalecer e levantar mais considerações por parte dos sujeitos do que o próprio nome da cidade estar sendo divulgado:

“(…) estruturação melhor de roteiros, uma união de agências, do próprio sindicado, da prefeitura organizar junto ao setor de Turismo, roteiros e divulgação, um cronograma mensal com roteiros diferentes e divulgar” (S 22 – Grupo B).

“Uma coisa que poderia ser feita, além da união de todos, vai partir do poder público, um mediador que conseguisse, que destinasse uma parte também para o Turismo. Também parceria com municípios vizinhos. Hoje, Bento está com municípios vizinhos, Garibaldi, aquela região, mas se tiver um atrativo a mais em Caxias, garanto que seria ainda mais forte. Acho que tem que buscar pessoas, união. Não sei se com o poder público, mas começar por aí” (S 21 – Grupo A).

“Divulgação, com certeza divulgação. Mais reuniões com as empresas privadas também, as maiores que a gente tem. Os setores teriam que se unir mais. Eles estão começando, mas teria que ter um interesse maior ainda. Não só por obrigação ter aquela reunião para ir, mas ter aquele interesse” (S 30 – Grupo B).

Nas entrevistas da primeira fase da pesquisa, uma idéia surge mais do que uma vez: de que Caxias do Sul não teria atrativos, não haveria o que fazer

na cidade. Os sujeitos da segunda fase não fazem este comentário, ao contrário, dizem que Caxias do Sul tem o que oferecer, somente não tem aproveitado o seu potencial de forma integral. Estas respostas intercalam-se às opiniões no sentido de taxar Caxias do Sul como uma cidade turística ou não:

“Na minha opinião Caxias do Sul não é inferior a estes municípios vizinhos que estão com o Turismo mais desenvolvido, que tem a economia na base do Turismo” (S 30 – Grupo B).

“Tem muitos pontos a serem explorados. Principalmente o nosso interior que é muito farto de pontos turísticos que não estão sendo explorados. Existem várias obras que estão sendo desenvolvidas, mas a tributação deixa um pouco a desejar” (S 28 – Grupo B).

“Eu acho que nós temos uma cultura muito rica, lado cultural bastante forte, mal explorado ainda, tem o lado explorado, mas para o Turismo, ainda não é bem aproveitado (...)” (S 21 – Grupo A).

As opiniões são bastante divididas no momento quando os entrevistados devem opinar sobre Caxias do Sul ser ou não uma cidade turística. Ao mesmo tempo em que alguns são taxativos em dizer que não consideram, outros já procuram ser menos enfáticos. Alguns até tentam explicar o porquê da sua opinião e encaminhar algumas sugestões:

“Não, hoje ela é industrial, mas ela tem um lado turístico, o lado da colônia, a história, apesar de não ser turística, é a cidade que mais se destaca em todo o país, economicamente mais se destaca, claro, fala Gramado, lembra Turismo, mas nesta área não tem outra que se destaque tanto quanto Caxias” (S 21 – grupo A).

“Não. Porque não explora muito o Turismo. A gente vê que excursões aqui só nas férias de julho e na Festa da Uva. Turismo mesmo muito pouco” (S 26 – Grupo B).

Aqui novamente aparece a divisão que os sujeitos fazem entre Turismo de lazer e “Turismo de negócios”. Predomina a opinião de que o Turismo propriamente dito é aquele que envolve o deslocamento por motivos de lazer.

Porém, a realidade verificada na cidade faz com estes atuantes do setor turístico elaborem o conceito de Turismo motivado por questões de trabalho:

“Considero, até considero. Eu vejo como uma cidade turística, porém uma cidade de Turismo de negócios, não de Turismo de lazer. As pessoas se hospedam em Gramado e Canela e vem passar o dia aqui visitando o interior ou a igreja, pavilhões, Imigrante, mas não há permanência de grupos em Caxias. Há minoria”. (S 23 – Grupo A)

“Caxias seria mais Turismo de negócios. Também vem pessoal a Turismo na Festa da Uva (...)” (S 24 – Grupo B).

Apesar das dificuldades apontadas pelos entrevistados, parece existir uma vontade e expectativa em relação ao aumento do número de turistas que visitam a cidade. Os ganhos que o município teria com o incremento na visitação aos locais turísticos são comentados pelos sujeitos como sendo positivos:

“Não resta dúvida, creio que todo mundo gostaria disso. O comércio que ganha, a hotelaria, o restaurante, toda o Turismo que vem a cidade, com certeza ele leva alguma coisa da cidade. Almoçar, jantar, pernoitar teria que pernoitar na cidade. Creio que a média hoje de uma pessoa que visita a cidade seja de 2 a 3 dias. Isso geraria uma receita para o comércio, hotelaria, restaurante e tudo” (S 28 – Grupo B).

“Sem dúvida nenhuma. Por que hoje em Caxias tem Turismo de compras, final de semana, bate e volta, se conseguisse ter um atrativo a mais para eles ficarem um dia a mais, ao invés de chegar de madrugada e sair correndo” (S 21 – Grupo A).

Nesta fase da pesquisa, os sujeitos entrevistados não comentam a criação do centro de eventos na mesma intensidade que este item local é citado na primeira fase. Porém, a questão é comentada por alguns, assim como a criação de um órgão que possa captar e organizar a agenda de eventos do município:

“Caxias não tem um centro de eventos, um local adequado para fazer uma feira. Pavilhões hoje como está quando é quente é um

calor insuportável, quando é frio, é um frio insuportável”. (S 28 – Grupo B)

“Neste momento é o centro de eventos, a criação do balcão de negócios, um escritório de negócios, que saiba captar negócios porque ocupar um centro de eventos não é de hoje para amanhã”. (S 27 – Grupo A)

“(…) A falta de sintonia do calendário. É comum às vezes não tem nada e às vezes têm três ou quatro. Eu acho que deveria ter um órgão para dizer se tem algum evento neste período”. (S 21 – Grupo A)

O item atitude é abordado de várias formas pelos sujeitos entrevistados. Alguns mencionam a atitude do trabalhador em relação ao turista dizendo: “Tem que ser muito prestativo, estar sempre pronto a ajudar a resolver os problemas das pessoas, simpatia, paciência” (S 24 – Grupo B) ou ainda: “Eu acho que tem que ter qualificação das pessoas para atender os turistas” (S 30 – Grupo B). Outros já lembram da questão da informação no Turismo. No ponto de vista dos entrevistados, o conhecimento da cidade por parte de quem trabalha com Turismo seria essencial. Eis algumas observações: “Quem trabalha no Turismo, tem que saber, não digo tudo, mas quase tudo que tem na cidade” (S 21 – Grupo A) e “(…) a nossa hotelaria, está toda hora mudando (...) Então automaticamente, termina o pessoal não conhecendo o Turismo, não conhecendo a cidade e podendo dar informações” (S 25 – Grupo A).

A atitude do caxiense de um modo geral também foi comentada pelos entrevistados. Um dos sujeitos considera a postura do morador positiva, já outro desqualifica esta mesma atuação:

“Se tivesse que dar uma nota de 1 a 10 eu dou 2, no geral para Caxias. Porque, primeira coisa, o primeiro cara que está errado é o guarda de trânsito. Mal instruída, ele tem que estar aqui e olhar a placa, se é de fora, tem que ser apresentar com respeito e educação. Mostrar para ele onde ele possa estacionar e dar um tempo para

isso. Mostrar, se ele não tem capacidade, passa em tal hotel, ou centro de informação para dúvidas, auxiliar”. (S 25 – Grupo A)

“Todas as pessoas que temos contato mais acentuado, eles sempre tem um elogio a fazer quanto ao atendimento, eles sempre saem satisfeitos, dos pontos que visitam por poucos que sejam, mesmo que vão por conta com mapa, eles sempre são bem atendidos. Atitude com turista não falta”. (S 22 – Grupo B)

Por dois dos entrevistados é levantada uma questão referente ao horário de funcionamento de pontos gastronômicos da cidade. Um deles chegou a comentar a questão cultural ligada ao assunto, defendendo que os visitantes têm suas necessidades, mas que também os costumes locais devem ser preservados. Porém este mesmo entrevistado complementa a idéia mencionando a pouca demanda existente para que se abram os restaurantes em horários alternativos e propondo uma possível mudança de hábitos:

“Eu vejo a única reclamação que Caxias não tem restaurante aberto até tal hora e isso e aquilo, na verdade, existe a necessidade de se respeitar às culturas de cada lugar. Se nós vamos para o Pólo Norte, nós não vamos seguir outros horários, outras necessidades que não daquele povo. Nós até podemos ampliar um pouco esta situação, mas vai muito da demanda, se eu tivesse uma demanda pra ficar 24 horas com restaurante aberto, nós vamos ficar (...)”. (S 27 – Grupo A)

“(…) Só reclamam quanto à alimentação, 11 horas da noite fica difícil você conseguir um restaurante aberto, duas da tarde a mesma coisa e o pessoal que vem de São Paulo não tem esta restrição de horários, às vezes saem prejudicados por causa disto”. (S 22 – Grupo B)

Fazendo-se uma análise geral dos dados levantados durante a pesquisa, percebe-se uma homogeneidade de conceitos e de percepções. De um modo geral os sujeitos parecem ter bastante otimismo e expectativas que de Caxias do Sul poderá ainda estabelecer uma relação mais consistente com a atividade turística. Por outro lado, as faltas da iniciativa privada e pública são apontadas como sendo empecilhos ao desenvolvimento turístico desejado, dificultando a consolidação da cidade como um destino de lazer na região.



#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa “Turismo e Seus Discursos: Percepção e Atribuição na Cidade de Caxias do Sul/RS” realizada nesta cidade, iniciada em 2003 e finalizada em 2005, objetiva analisar a percepção dos trabalhadores do setor hoteleiro de Caxias do Sul sobre o Turismo nesta cidade. Foram ouvidos 30 sujeitos no total entre fase piloto, primeira e segunda fase.

Após a coleta de dados e a posterior análise dos mesmos, originados do discurso dos sujeitos entrevistados, chegou-se a um conjunto de resultados que, em alguns momentos, parecem indicar uma concordância com os tópicos apresentados durante o referencial teórico; em outros momentos, porém, percebe-se uma certa discordância entre o discurso dos sujeitos e a teoria.

Considerando que a percepção sobre o Turismo foi um dos primeiros itens a serem avaliados, percebe-se que os resultados apontam para um conceito homogêneo entre os sujeitos e até um certo ponto condizente com o discurso dos teóricos, onde o Turismo é visto como o deslocamento realizado por motivos de lazer ou a saída do seu local de moradia para outro envolvendo a prestação de determinados serviços. Cabe, porém, ressaltar que, apesar de não ser utilizado pela grande maioria de estudiosos da área, o termo *Turismo de negócios* está muito presente na fala dos sujeitos entrevistados em Caxias do Sul. Talvez devido ao envolvimento diário dos hoteleiros e suas equipes com pessoas que se deslocam até a cidade para a realização de negócios com

empresas locais, é dado destaque, entre as diferentes motivações para o deslocamento, ao *Turismo de negócios*. Embora ainda visto com reticências para muitos teóricos, fato não questionável para os sujeitos ouvidos de que as viagens motivadas por atividades profissionais são uma forma de Turismo.

Poder-se-ia tentar explicar este fato com a justificativa de que a maior parte dos gerentes e proprietários e mesmo os próprios funcionários dos hotéis afirmam receber poucos turistas motivados somente pelo lazer, segundo eles, em média 15% das hospedagens. Portanto, o turista reconhecido por estas pessoas é aquele que realiza “negócios” e por fim, utilizar-se-ia dos mesmos serviços que os “verdadeiros” turistas: hotéis, restaurantes, transporte e o comércio em geral. Diga-se “verdadeiro”, pois a pesquisa aponta esta diferença de maneira muito clara. Os sujeitos ouvidos entendem que o Turismo, na sua forma mais própria, é aquele motivado pelo lazer, mas não deixam de considerar as razões profissionais como uma forma, talvez não tão original, de se fazer Turismo. Para justificar a até complementar esta percepção dos entrevistados, pode-se analisar o segundo tema que foi a relação de Caxias do Sul com a atividade turística.

É unânime a afirmação de que a relação da cidade com o Turismo seria frágil e deixaria muito a desejar. O fato de os entrevistados declararem esta percepção com certa veemência, parece indicar que eles estariam falando da relação de Caxias do Sul com o Turismo de lazer, já que o *Turismo de negócio* seria satisfatório. Ou seja, o deslocamento causado por motivos de trabalho é considerado pelos sujeitos como forma de Turismo, mas primeiramente, todos parecem entender que a atividade, na sua essência, seria aquela motivada por razões alheias aos negócios. É interessante também

mencionar que outros pontos comentados, como a fragilidade dos atrativos, a reduzida acessibilidade em termos de horários, o atendimento prestado ao turista de um modo geral, a pouca acessibilidade aos pontos turísticos em termos de transporte, itens considerados essenciais ao Turismo propriamente dito, mostrariam uma certa preocupação destas pessoas com um Turismo ainda pouco difundido, mas que poderia ser incrementado, pois o hóspede que está a trabalho, segundo eles, muitas vezes não se disponibilizaria a conhecer a cidade como um destino turístico, tendo em vista os empecilhos citados.

Outro item avaliado para medir a percepção dos entrevistados foi a vantagem de Caxias do Sul para o Turismo, o que apresentou certa dificuldade nas respostas. Poucos mencionam mais do que um ou dois fatores. Alguns, como já colocado na análise de dados, citam não haver nenhuma vantagem se a cidade for comparada com municípios vizinhos mais predispostos ao Turismo. Este fato poderia ser interpretado sob diferentes pontos de vista. Poder-se-ia dizer que a cidade, talvez, não ofereça vantagens, dizer ainda que os sujeitos não conhecem o que a cidade teria a oferecer, por menor que fosse esta oferta, ou ainda considerar que seria difícil apontar vantagens de uma localidade para o Turismo, já que, de um modo geral, o que se vê na região são produtos turísticos similares e que Caxias do Sul, realmente, não apresentaria nenhum diferencial consistente.

Em meio à dificuldade que os entrevistados tiveram para comentar as vantagens de Caxias do Sul para o Turismo, uma delas deve ser destacada aqui, já que foi a mais citada pelos sujeitos: o tamanho e estrutura de Caxias do Sul. Para os entrevistados, a cidade é grande, oferece tudo que as pessoas

que vem de fora procuram, em termos de serviços, vida noturna, transportes, restaurantes, dentre outros. Entretanto, parecem não considerar que outros destinos na região, por eles considerados “mais desenvolvidos turisticamente”, são todos menores do que Caxias do Sul. Mencionam que em Caxias do Sul se encontraria o que não se encontra nestes outros locais em termos de serviços e outras ofertas de atrativos urbanos. Ressalva, portanto, para a relação tamanho *versus* desenvolvimento turístico. Não se pode afirmar que uma característica exclui a outra, já que, no próprio território nacional, existiriam cidades consideradas turísticas e que são de grande porte, inclusive maiores do que Caxias do Sul. Porém, na região, verifica-se exatamente o contrário: grandes cidades, todas economicamente desenvolvidas e consideradas grandes centros regionais, mas que ainda estão em busca de um Turismo consolidado, entre elas Pelotas, Porto Alegre e a própria Caxias do Sul. Por outro lado, as cidades menores e com um leque de ofertas reduzido, já alcançaram reconhecimento no Turismo regional e até nacional.

Outra questão interessante que complementa o item anterior é tomar conhecimento do que os entrevistados consideram como sendo os atrativos dos demais municípios turísticos. Ao longo de toda a pesquisa, não foram mencionados mais do que quatro ou cinco atrativos que os “outros” teriam. Cabe questionar aqui com que intensidade os sujeitos ouvidos realmente acreditam que municípios vizinhos tenham um número maior de atrativos ou se, na verdade, a percepção geral é de que eles tenham mais atrativos pelo fato de receberem um número maior de turistas e, por esta razão, estarem permanentemente com maior exposição na mídia nacional. A relação existente entre estes dois fatores não é direta, já que o número de turistas que uma

comunidade recebe não depende somente do número de atrativos que ela oferece, mas também de outros fatores como a programação de eventos, imagem perante o público, peculiaridades, dentre outros. Também é importante mencionar que nem os atrativos de Caxias do Sul parecem conhecidos para os entrevistados, ficando difícil saber até que ponto, os sujeitos teriam conhecimento sobre o que outros municípios podem oferecer. Superficialmente, como turistas, todos “conhecem”, só fica o questionamento se realmente seria possível afirmar que os “outros” oferecem mais, já que o conhecimento que têm destes municípios não é profundo suficiente para se fazer tal afirmação, lembrando novamente que a mídia pode estar contribuindo com esta percepção.

Já no item desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo, vários tópicos foram mencionados. Em primeiro lugar, a divulgação surge como a maior carência percebida. Foi mencionado muitas vezes o fato de os municípios vizinhos estarem permanentemente na mídia e Caxias do Sul aparecer somente no período que antecede a Festa da Uva.

O número de atrativos também parece ser uma preocupação para as pessoas ouvidas. Também foi mencionada a falta de preparo por parte de alguns empreendimentos no que diz respeito ao atendimento ao público e, principalmente, nos pontos de visitação localizados na zona rural.

A falta de interesse por parte do poder público em investir no Turismo também é vista como deficiência, mas os próprios entrevistados procuram justificar esta carência, lembrando que o setor industrial receberia todas as atenções, por gerar maiores receitas para o município. A percepção dos entrevistados é de que a cidade pode orgulhar-se do seu vasto setor industrial

e do reconhecimento nacional do seu nome como pólo metal mecânico. Ao mesmo tempo, nota-se um certo sentimento de perda em relação aos reduzidos incentivos no setor turístico da cidade. Ao analisar-se esta questão, deve-se fazer uma breve referência ao passado de Caxias do Sul.

Como mencionado neste trabalho, ao apresentar-se o objeto de estudo, o Turismo foi uma atividade que envolveu Caxias do Sul no passado. A chegada do trem, em uma época que não havia, como hoje, estradas, propiciou a presença no local de pessoas que passavam temporadas nessa parte da Serra Gaúcha. Porém, apesar de existirem algumas iniciativas, no passado, para atender uma possível demanda turística, parece que o maior investimento em termos financeiros e de políticas públicas, se deu no setor industrial. Ou seja, a oferta de hotéis, restaurantes e outros serviços existiu por determinado tempo para atender a uma demanda, ainda que incipiente, para aquele momento. Ocorre que, naquela época, a cidade ainda estaria por encontrar sua atividade econômica principal, que viria a ser a indústria. Na indústria, principalmente a metal-mecânica, estavam as promessas de lucro e desenvolvimento.

Pode-se talvez atribuir o maior desenvolvimento da indústria se a análise for feita a partir da imigração italiana que se deu na região. Muitos destes imigrantes eram agricultores, mas um número considerável possuía habilidades artesanais, dentre outras, a de trabalhar o ferro. Se, no primeiro momento, no novo local, o principal objetivo daqueles imigrantes seria o de estabelecer moradia e garantir seu sustento e das famílias, logo as comunidades prosperaram e passaram a demandar novos produtos e serviços. Quando da industrialização do país, o governo também acreditou na idéia do

desenvolvimento de um possível pólo industrial, direcionando para quem investisse neste setor. Os serviços, em especial os de atendimento a visitantes, apesar de presentes e em alguns casos serem essenciais ao desenvolvimento de qualquer localidade, não foi à atividade que mais obteve destaque.

A atual realidade de Caxias do Sul parece indicar que as idealizações de modernidade industrial presente no local estariam corretas. Um campo industrial variado, que recebe pessoas de todo o país, onde o percentual de indústrias em relação ao número de habitantes é superior a outras cidades brasileiras. O setor de serviços, embora bastante desenvolvido – inserindo aqui a atividade turística – é reduzido se comparado aos municípios vizinhos. Daí, os discursos ouvidos durante a pesquisa que alegam que a cidade passou a ostentar um nome baseado em uma única atividade econômica, fazendo com que o Turismo passasse despercebido por investidores e pelo próprio poder público.

A pesquisa também aponta para o sentido mais servil da atividade turística. Para poder afirmar que os caxienses, de um modo geral, teriam um sentimento de bem servir ao que vem de fora, teria que se realizar uma pesquisa mais ampla que investigasse outras camadas da população. Porém, na amostra utilizada para este estudo, fica claro que as pessoas preocupam-se em servir muito bem ao visitante. Aqui, levanta-se uma questão amplamente discutida no Turismo que é o fato das comunidades receptoras terem que desenvolver mecanismos para poder atender a todos, em todos os sentidos. Pode-se dizer que, em uma comunidade como Caxias do Sul, onde o Turismo não é uma atividade marcante, o ato de servir ainda é visto como um prazer e

dever para quem atua no setor. Talvez o sentimento de servidão associado ao atendimento ao turista, conforme registra a bibliografia, seja mais grave em localidades visitadas por um grande número de turistas. Daí surgiriam conflitos entre visitantes e visitados. Porém, este ainda não é o caso de Caxias do Sul. Ao contrário, parece existir um sentimento positivo em relação ao servir e também uma vontade de poder atender a uma demanda maior de turistas.

Não se pode afirmar que todos os caxienses desejam receber mais pessoas na cidade. Fica claro, porém, que os entrevistados imaginam que o caxiense, de um modo geral, não conheceria e não se importaria com o Turismo desenvolvido no município. Ao contrário dos atuantes no setor, sujeitos da pesquisa, que saberiam a importância do bem atender, eles percebem como se o mesmo não acontecesse com a grande parcela da população. Surgiram discursos afirmando que o caxiense não seria receptivo a novas pessoas e idéias, atribuindo este fato a uma possível cultura do imigrante, ainda presente no local, que seria mais fechada. Por outro lado, outros sujeitos vêem o italiano como sendo alegre e receptivo.

Levanta-se, então, a questão da contribuição da comunidade receptora ao desenvolvimento do Turismo de uma localidade. Estudos dizem que para que o Turismo se desenvolva de forma satisfatória, ele deve partir da iniciativa e da vontade da própria comunidade. Esta comunidade seria o cidadão de um modo geral ou somente o cidadão que atua diretamente com o Turismo. Parece haver, em Caxias do Sul, na visão dos entrevistados, esta divisão. As pessoas que atuam no Turismo vêem-se como colocando seus esforços para que a cidade se torne um destino de importância, já os que não



trabalham com Turismo, sob o mesmo olhar, seriam indiferentes ao seu desenvolvimento. Fica o questionamento: seria possível alcançar os objetivos dos que dependem do Turismo sem o apoio daqueles que são indiferentes à atividade?

Ao longo da pesquisa, foram ouvidos muitos relatos, tanto de pessoas que atuam há algum tempo no setor, assim como de pessoas mais jovens que recentemente se inseriram no mercado de trabalho. Com base nos relatos, parece haver o senso comum de que a cidade poderia ser melhor aproveitada como um destino turístico, pois teria as mesmas possibilidades que municípios vizinhos que tem desenvolvido um bom trabalho na área do Turismo.

Cabe ressaltar aqui que a pesquisa foi aplicada somente para pessoas que atuam diretamente com o Turismo e tem contato diário com turistas ou mesmo colegas de profissão. Como se procurou demonstrar na análise de dados, os discursos parecem ser muito similares, podendo ser atribuídos ao tempo de convivência uns com os outros ou ao fato de os sujeitos entrevistados terem parâmetros de comparação relacionando a cidade com padrões de desenvolvimento turístico regional. Ou seja, existiria este mesmo sentimento de fragilidade no Turismo, por parte dos caxienses, caso os municípios vizinhos não tivessem se destacado como destinos turísticos nacionais?

Ainda se pode pensar da seguinte forma: talvez uma pesquisa aplicada à população mostrasse que o cidadão está satisfeito com o nível de desenvolvimento da atividade turística no município, o que poderia ser

justificado pela sua independência financeira da atividade, ao contrário dos hoteleiros.

Na questão econômica, os sujeitos mencionam várias vezes, ao longo das entrevistas, os benefícios que o Turismo traria para Caxias do Sul, demonstrando que predomina o sentimento de que a atividade é atraente devido ao seu retorno financeiro. Alguns até mencionaram os benefícios à população, mas a questão financeira predomina.

O passado foi trazido à tona muitas vezes pelos entrevistados. Percebe-se aqui um sentimento quase culposos de não se ter avançado no segmento e atingido um nível satisfatório para o incremento do Turismo na cidade. Conforme os sujeitos, Caxias do Sul já havia sido, antes que outros municípios vizinhos, uma cidade tradicional para passar as férias ou períodos prolongados. Cabe ressaltar aqui que as pessoas alegam saber sobre esta perda, mas também não demonstram saber como fazer para talvez retornar àquele nível para então progredir.

Aqui, deve ser mencionada a Teoria da Atribuição que se constitui no referencial teórico deste trabalho. Conforme Weiner (1986), a tendência é de que as atribuições sejam internas ou externas. Ou seja, um sujeito pode atribuir o seu fracasso ao fato do outro ser melhor ou a sua própria inabilidade, não significando que isto ocorre sempre desta maneira. Da mesma forma, o sucesso pessoal pode ser atribuído a uma habilidade diferenciada, ao mesmo tempo em que o fracasso do outro pode ser atribuído a sua incompetência. Aplicando esta teoria ao Turismo e à cidade de Caxias do Sul, pode-se estabelecer algumas premissas. Partindo do resultado geral, que sugere o fracasso de Caxias do Sul no que diz respeito à atividade turística em

desenvolvimento, o caxiense poderia atribuir este fracasso à própria cidade, alegando inabilidade, incompetência ou falta de esforço. Poderia também, atribuir o fracasso da cidade, não a fatores internos a ela, mas ao excelente desempenho dos outros, ou seja, os outros seriam melhores, pois tem habilidade, competência, facilidade ou incentivo.

Transformando a linguagem técnica em vocabulário utilizado por alguns dos sujeitos, presente na maioria dos discursos, ter-se-ia uma atribuição causal interna de fracasso pelos seguintes fatores: a forte presença da indústria, os grandes incentivos proporcionados ao setor industrial, a falta de união do *trade* turístico, a falta de incentivo do poder público, o desinteresse por parte da população de um modo geral, o baixo número de atrativos turísticos, a carência de criatividade e visão por parte de investidores e gestores. Já a atribuição causal externa, ainda de fracasso, ou seja, o porquê dos outros serem melhores, na visão dos entrevistados, foi atribuído à união dos setores, envolvimento da população como um todo, criatividade que os outros possuem para criar atrativos, existência de um maior número de atrativos.

Outra premissa da Teoria da Atribuição de Weiner (1986) diz que a tendência é de se atribuir o fracasso a causas externas com sentimentos de raiva, rancor, ou seja, os caxienses poderiam atribuir o fracasso de Caxias do Sul no Turismo ao fato dos outros terem enganado ou manipulado Caxias do Sul de forma que ela não tivesse conseguido alcançar seus objetivos no Turismo. Da mesma forma, Weiner afirma que a atribuição do fracasso a causas internas causaria vergonha e condenação. Aplicando a Teoria ao discurso dos sujeitos, poder-se-ia dizer que eles reconheceriam o fracasso de

Caxias do Sul e se culpariam por isso. Na primeira parte pode-se afirmar que não se aplica a Caxias do Sul, pois as pessoas reconhecem seu fracasso, mas não atribuem isto aos outros terem se utilizado de meios não lícitos para alcançar o desenvolvimento almejado aqui. Aplica-se à cidade a segunda parte da Teoria, onde o cidadão reconhece o fracasso da cidade e assume que um dos motivos é a condução da atividade por eles próprios e pelo setor como um todo. Não se pode dizer que haja vergonha neste caso, pois a convivência com municípios vizinhos é constante e proporciona um intercâmbio salutar, apesar da existência da competitividade.

Porém, o que mais parece estabelecer uma relação consistente entre a Teoria da Atribuição e o Turismo na cidade de Caxias do Sul é a premissa de que uma ação só acontecerá se houver uma junção entre as forças pessoais e as ambientais. As forças pessoais podem ser consideradas como sendo a vontade dos hoteleiros em desenvolver a cidade, as pequenas iniciativas que existem, os fóruns onde o Turismo é discutido e o interesse econômico envolvido.

Poder-se-ia considerar como forças ambientais, no caso de Caxias do Sul, a estrutura da cidade e a própria economia que sustenta e emprega a maior parte da população. Conforme Heider, se uma destas forças não existir, a realização da ação dependerá unicamente da outra. Ou seja, em Caxias do Sul, já que as forças ambientais parecem não contribuir para um melhor aproveitamento do Turismo, o incremento da atividade seria dependente das forças pessoais. Porém, um dos resultados que a pesquisa parece indicar é justamente que as forças pessoais, apesar de existirem, são pequenas e não tem poder de força suficiente para transformar o setor. Poder-se-ia dizer que,

talvez, Caxias do Sul, na sua essência, não favoreça o desenvolvimento do Turismo da mesma forma que as pessoas o fazem. Todos afirmam envolver-se nas ações promovidas pelo setor, procuram sugerir e propor idéias novas a serem colocadas em prática, ao mesmo tempo em que procuram uma explicação racional do porquê a cidade não ter conseguido atingir um nível satisfatório em termos de visitação turística. Aqui, a prática está de acordo com a teoria quando Heider (1958) diz que as pessoas se sentem mais seguras e tendem sempre a procurar explicações para os fatos que as rodeiam.

Rodrigues (1979), utiliza-se do exemplo de uma pessoa tentando nadar contra a correnteza para ilustrar a relação das forças ambientais com as forças pessoais. Baseando-se nos resultados levantados por esta pesquisa, fica o questionamento a respeito das forças ambientais presentes. É possível que a cidade venha a alcançar seus objetivos em termos de Turismo utilizando-se apenas das forças pessoais? Ou será que estão todos indo contra a correnteza?

Como forma de dar continuidade a este estudo, que teve como pretensão principal visualizar a percepção que alguns atuantes da hotelaria de Caxias do Sul têm sobre o Turismo na sua cidade sugere-se um estudo subsequente baseando-se em uma última premissa da Teoria da Atribuição: se um indivíduo realiza uma tarefa com êxito, sem ter colocado esforço na realização da mesma, a tendência seria atribuir o sucesso à facilidade da tarefa. Porém, se outros indivíduos que tentam realizar esta mesma tarefa fracassam, o sucesso tenderá a ser atribuído à habilidade pessoal. Ao se transformar a Teoria em situações reais, tem-se: se outros municípios tentaram desenvolver o Turismo e alcançaram este objetivo, o seu sucesso,

por parte deles próprios, poderia se atribuído à facilidade da tarefa. Porém, assim que outros municípios, no caso Caxias do Sul, procuraram alcançar este nível de desenvolvimento e não tiveram o mesmo sucesso, os outros poderiam atribuir o sucesso inicial à habilidade, criatividade e articulação. Aqui surge o questionamento de como os outros municípios, tão comentados e comparados a Caxias do Sul durante a pesquisa, enxergam a cidade de Caxias do Sul. Esta percepção poderia vir a ser a mesma que se faz internamente sobre a cidade ou não, poderia se descobrir que os “outros” não vêem Caxias do Sul da forma como a cidade é vista pelos seus moradores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ALEMAN, Ochotorena, Pilar; MAÑAS, Rodríguez, Miguel Angel. **Percepción Social del Turismo**. Encuentro Medioambiental Almeriense. Almeira, Espanha, 1998.

ATKINSON, R; SMITH, E; BEM, D; NOLEN-HOEKSEMA, S. **Introdução à Psicologia de Hilgard**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Campinas: Papirus, 1995.

BECK, M. L. G. A Teoria da Atribuição e sua Relação com a Educação. **Revista Acadêmica Multidisciplinar**, nº 3. Maringá, 2001.

BOCK, Ana Mercês Bahia. **Psicologias: Uma introdução ao estudo da Psicologia**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BRAMWELL, Bill. Maltese respond to tourism. **Annals of Tourism Research**, Vol. 30, nº 3, p. 581-605, 2003.

BRUNT, Paul; COURTNEY, Paul. Host perceptions of sociocultural impacts. **Annals of Tourism Research**, Vol. 26, nº 3, p. 493-515, 1999.

CARMICHAEL, Barbara. A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. **Tourism Management**, Vol. 19, nº 6, p. 601-611, 2000.

DE LA TORRE, Oscar. **El Turismo: Fenómeno Social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

ECCLES, J. e WIGFIELS, A. Motivation beliefs, values and goals. **Annual Review of Psychology**. Vol. 53, p. 109 – 132, 2002.

FORMICA, S. Measuring destination attractiveness: a proposed framework. **Journal of American Academy of Business**. Hollywood, Vol. 1, n. 2, p. 350-355, 2002.

FREDLINE, Elizabeth; FAULKNER, Bill. Host Community Reactions: a cluster analysis. **Annals of Tourism Research**, Vol. 26, nº 3, p. 763-784, 2000.

FREEDMAN, Jonathan; CARLSMITH, J. Merrill; SEARS, David. **Psicologia Social**. São Paulo: Editora Cultrix, 1970.

FREW, Elspeth; SHAW, Robin. The Relationship between personality, gender and tourism behavior. **Tourism Management**. Vol. 20, p. 193-202, 1999.

GUNCE, Emre. Tourism and local attitudes in Girne, Northern Cyprus. **Cities**. Vol. 20, nº3, p. 181-195, 2003.

HARRIL, R e POTTS, T. Tourism Planning in Historic Districts: attitudes toward tourism development in Charleston. **Journal of the American Planning Association**. Vol. 69, nº 3, p. 233 – 244. Chicago, 2003.

HEIDER, F. **Psicologia das Relações Interpessoais**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1958.

HOLLOWAY, C. **The Business of Tourism**. New York: Longman, 1983.

JUROWSKI, Claudia; GURSOY, Dogan. Distance effects of residents' attitudes toward tourism. **Annals of Tourism Research**, Vol. 31, nº 2, p. 296-312, 2004.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2000.

MANSFELD, Y and PIZAM, A. **Consumer behavior in travel and tourism**. New York: The Haworth Hospitality Press, 1999.

MAYO, E.J.; JARVIS, L. P. **The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services**. Boston: CBI Publishing, 1981.

MCDAVID, John. **Psicologia e comportamento social**. Rio de Janeiro: Interciência, 1980.

MCINTOSH, GOELDNER, RITCHIE. **Planeación, Administración y Perspectivas**. México: Limusa, 2000.

MICHELON, Andrezza. **O papel da comunicação interorganizacional no desenvolvimento do Cluster Turístico da Serra Gaúcha**. Dissertação. (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2003.

MILES, Matthew B.; HUBERMAN, A. Michael. **Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994

MILMAN, A.; PIZAM, A. Social Impacts of Tourism on Central Florida. **Annals of Tourism Research**. Vol 15, nº 2, p. 191 – 204, 1988.

MOLINA, Sérgio e RODRIGUEZ, Sergio. **Planejamento Integral do Turismo: um enfoque para a América Latina**. Bauru: Edusc, 2001.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Psicosociología del Turismo**. España: Síntesis, 1996.



OMT. **Conceitos, Definições e Classificações das Estatísticas do Turismo.** Madri, 1995.

OMT. **Introdução ao Turismo.** Madri, 1998.

PATTON, M. **Qualitative Evaluation and Research Methods.** London: Sage, 1990

PEARCE, Philip; MOSCARDO, Gianna. Making sense of tourists' complaints. **International Journal of Tourism Management.** Vol. 5, nº 1, p. 20-23, 1984.

PERVIN, Lawrence. **Handbook of personality: theory and research.** New York: 1990.

RÁTZ, T; PUCZKO, L. Tourist and Resident Perceptions of the Physical Impacts of Tourism at Lake Balaton Hungary: Issues for Sustainable Tourism Management. **Journal of Sustainable Tourism,** Vol. 8, nº. 6; p. 458-478, 2000.

REJOWSKI, Miriam. **Turismo e Pesquisa Científica: pensamento internacional X situação brasileira.** Campinas: Papirus, 1996.

RODRIGUES, Aroldo. **Estudos em Psicologia Social.** Petrópolis: Ed. Vozes, 1979.

RODRIGUES, Aroldo. **Psicologia Social.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1972.

ROSO, Caroline; SOUZA, Caroline Terra de; MAGNANI, Elisabete; BOFF, Melissa. **Qualificação da oferta turística de Caxias do Sul.** Trabalho Acadêmico. (Estágio II, Graduação em Turismo). Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 1999.

ROSS, G. **Psicologia do Turismo.** São Paulo: Contexto, 2001.

SANTOS, Valmir Francisco dos. **O Turismo de eventos em Caxias do Sul: a influência dos eventos de lazer e dos eventos de negócios no desenvolvimento do Turismo local.** Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2003.

SCHERER, Ana Regina. Plano de diretrizes para o desenvolvimento urbano de Ana Rech. PATRIMÔNIO AMBIENTAL URBANO & QUALIDADE DE VIDA, 1992, Porto Alegre. **Anais do 2º Congresso Latino Americano sobre a Cultura Arquitetônica e Urbanística.** Porto Alegre: 1997

SHARPLEY, Richard; FORSTER, Gill. The implications of hotel employee attitudes for the development of quality tourism: the case of Cyprus. **Tourism Management,** Vol. 24, nº 6, p. 687-697, 2003.

SPERLING, A; MARTIN, K. **Introdução à Psicologia.** São Paulo: Pioneira, 1982.

TELES, A. X. **Psicologia Moderna**. São Paulo: Ática, 1981.

TEYE, Victor; SIRAKAYA, Ercan; SONMEZ, Sevil. Residents' attitudes toward tourism development. **Annals of Tourism Research**, Vol. 29, nº 3, p. 668-688, 2002.

TOMAZZONI, Edgar Luis. **Organização de Feiras de Negócios: um modelo de gestão para as feiras de negócios de Caxias do Sul**. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2002.

TONET, Tânia; TONET, Charles. **Heranças: história oral de vida de Clóvis e Suely Corso**. Caxias do Sul: Lorigraf, 2005.

UM, S e CROMPTON, J. L. Measuring resident's attachment levels in a host community. **Journal of Travel Research**. Vol. 26, nº 1, p. 27-29, 1987.

UPCHURCH, Randall S; TEIVANE, Una. Resident perception of tourism development in Riga, Latvia. **Tourism Management**, Vol. 21, nº 5, p. 499-507, 2000.

VAIL, B. "Tourists are invading our district": Social and ecological conflicts in a Norwegian National Park. **Scandinavian Studies**. Vol. 73, n. 4, p. 547 – 574. 2001.

WEINER, B. **An attributional theory of motivation and emotion**. New York: Springer-Verlag, 1986.

WEINER, B., FRIEZE, I. H., KUKLA, A., REED; I., REST, S., & ROSENBAUM, R. M. **Perceiving the causes of success and failure**. Morristown: General Learning Press, 1971.

WILLIAMS, D.R; MCDONALD, C.D.; RIDEN, C. M; UYSAL, M. **Community Attachment, Regional Identity and Resident Attitude Toward Tourism**. Disponível em: < <http://www.fs.fed.us/rm/value/docs/ttra95.pdf>

ZOTTIS, Alexandra Marcella. **A contribuição dos cartazes da Festa da Uva na construção da imagem turística de Caxias do Sul**. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2003.

## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ADAMI, João Spadari. **Festas da Uva**. 1881-1965. Caxias do Sul: São Miguel.
- ANDRADE, Nelson; BRITO, Paulo Lucio de; JORGE, Wilson Edson. **Hotel, planejamento e projeto**. São Paulo: Senac, 2001.
- BENI, Mário. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 1998.
- BOLETIM MEMÓRIA. Caxias do Sul: Secretaria Municipal da Educação e Cultura, nº 15 e 16, 1993. Museu e Arquivo Histórico Municipal de Caxias do Sul. Fascículo.
- COHEN, J. Textile, Tourism and Community Development. **Annals of Tourism Research**, Vol. 28. n. 2, p. 378 – 398, 2001.
- COOPER, Chris. **Turismo, princípios e práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**. Portugal: McGraw-Hill, 1997.
- FLORES, Hilda Hubner (org.). **Turismo no RS: 50 anos de pioneirismo no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1993.
- FRIZZO, Leoni Massochini. **Industrialização de Caxias do Sul: da gênese às exportações**. São Paulo, 1997. Dissertação (Curso em Pós Graduação em Geografia) – Universidade de São Paulo.
- GARDELIN, Mário; COSTA, Rovílio. **Colônia Caxias Origens**. Caxias do Sul: Edições EST, 1993.
- GASTAL, Susana (org.). **Turismo: 9 propostas para um saber fazer**. Porto Alegre: Dos Autores Edição, 1998.
- GREENWOOD, D. Culture by the Pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. In: SMITH, V. **Host and Guest: the Anthropology of Tourism**. University of Pennsylvania Press, p. 115 – 134, 1992.

HALL, D and RICHARDS, G. **Tourism and Sustainable Community Development**. London: Routledge, 2000.

HALL, M. A tomada de decisão política e o planejamento centralizado: Darling Harbour, Sydney. In: **Gestão do Turismo Municipal. Teoria e Prática do Planejamento Turístico nos centros urbanos**. São Paulo: Futura, p. 21 – 40, 2000.

HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti. **Processo de Industrialização da Zona Colonial Italiana**. Caxias do Sul: EDUCS, 1997.

JOHNSON, L. M.; MULLICK, R. MULFORD, C. General versus specific victim blaming. **The Journal of Social Psychology**. Vol. 142, n. 2, p. 249 – 263. Iowa, 2002.

KRÜGER, Helmuth. **Introdução à Psicologia Social**. São Paulo: EPU, 1986.

LAGE, Beatriz Helena Gelas, MILONE, Paulo Cesar (org.). **Turismo: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LEMONS, L. **Turismo: que negócio é esse? Uma análise econômica do Turismo**. Campinas: Papirus, 1999.

LICKORISH, L; JENKINS, C. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LINDBERG, K; ANDERSSON, T; DELLAERT, B. El desarrollo turístico: una evaluación de sus costes y beneficios. **Annals of Tourism Research en Español**. Vol. 3, n. 2, p. 397 – 421, 2001.

PEREZ, E. P. **Turismo Cultural: un segmento turístico en expansión**. Disponível em:  
[http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/elisa\\_prados.htm](http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/elisa_prados.htm)

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirus, 1997.

THEOBALD, William F. (org.). **Turismo Global**. São Paulo: Editora Senac, 2001.

VILLA, A D. **El Turismo Cultural o la Mercantilización de la Cultura**. Disponível em:  
[http://www.naya.org.ar/turismo\\_cultural/congreso/ponencias/aurora\\_daniel\\_villa.htm](http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/congreso/ponencias/aurora_daniel_villa.htm)

## **ANEXOS**

**ANEXO A – INSTRUMENTO: PARTE QUANTITATIVA**

**ANEXO B – INSTRUMENTO: PARTE QUALITATIVA**

**ANEXO C – MAPA DE LOCALIZAÇÃO DE CAXIAS DO SUL/RS**

## ANEXO A – INSTRUMENTO: PARTE QUANTITATIVA

Local da entrevista:.....

Data da entrevista:.....

### 1.1 Gênero

1.1.1  Feminino

1.1.2  Masculino

### 1.2 Faixa Etária

1.2.1  de 20 a 30 anos

1.2.2  de 31 a 40 anos

1.2.3  de 41 a 50 anos

1.2.4  de 51 a 60 anos

1.2.5  mais de 61 anos

### 1.3 Nível Educacional

1.3.1  1º Grau Incompleto

1.3.2  1º Grau Completo

1.3.3  2º Grau Incompleto

1.3.4  2º Grau Completo

1.3.5  Superior Incompleto.....

1.3.6  Superior Completo.....

1.3.7  Pós-graduação Incompleto.....

1.3.8  Pós-graduação Completo.....

### 1.4 Há quanto tempo você trabalha no estabelecimento?

1.4.1  até 1 ano

1.4.2  de um a dois anos

1.4.3  de 3 a 5 anos

1.4.4  de 6 a 8 anos

1.4.5  mais de 9 anos

### 1.5 Qual sua função no estabelecimento?

1.5.1  proprietário

1.5.2  gerente

1.5.3  recepcionista

1.5.4  copeira

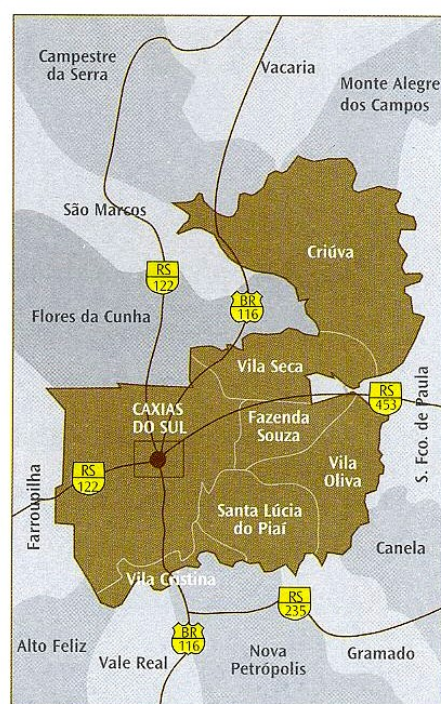
1.5.5  camareira

1.5.6  outro.....

## **ANEXO B – INSTRUMENTO: PARTE QUALITATIVA**

- 2.1 O que é Turismo na sua opinião?
- 2.2 Como você vê a relação de Caxias do Sul com o Turismo?
- 2.3 Quais são as vantagens e desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo em relação aos municípios vizinhos?
- 2.4 A quais fatores você atribui estas vantagens e desvantagens de Caxias do Sul para o Turismo?
- 2.5 Você considera Caxias do Sul uma cidade turística?
- 2.6 Na sua opinião, o que poderia ser feito em Caxias do Sul para torna-la mais atrativa e vantajosa em relação aos municípios vizinhos?
- 2.7 Você gostaria que Caxias do Sul fosse visitada por um número maior de turistas?
- 2.8 Na sua opinião, qual deve ser a atitude das pessoas que têm contato com os turistas?
- 2.9 Gostaria de comentar algo mais sobre Caxias do Sul e o Turismo?

## ANEXO C – MAPA DE LOCALIZAÇÃO DE CAXIAS DO SUL/RS



CAXIAS DO SUL	
População	381.940 (IBGE 2002)
Área territorial	1.625,97km <sup>2</sup>
PIB	R\$ 5,272 bilhões (FEE 2002)

### DISTÂNCIAS DE CAXIAS (KM)

RIO DE JANEIRO	1.426
SÃO PAULO	982
CURITIBA	584
FLORIANÓPOLIS	478
BRASÍLIA	1.900
MONTEVIDÉU	1.469
BUENOS AIRES	1.302
GRAMADO	65
CANELA	71
PORTO ALEGRE	128



Fonte: **Caxias do Sul: Turismo e Negócios**. Florianópolis: Letras Brasileiras, 2004.

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)