

ELAINE PORTO GUIMARÃES

**ESTUDO DOS IMPACTOS CAUSADOS PELO TURISMO DE
EVENTOS CULTURAIS EM LOCALIDADES TURÍSTICAS: O CASO
DA VESPERATA EM DIAMANTINA – MG**

**BELO HORIZONTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA
Novembro de 2006**

Livros Grátis

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

Milhares de livros grátis para download.

ELAINE PORTO GUIMARÃES

**ESTUDO DOS IMPACTOS CAUSADOS PELO TURISMO DE
EVENTOS CULTURAIS EM LOCALIDADES TURÍSTICAS: O CASO
DA VESPERATA EM DIAMANTINA – MG**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Turismo e Meio Ambiente do Centro Universitário UNA como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Turismo e Meio Ambiente.

Orientadora: Prof^a. Dra. Wanyr Romero Ferreira

**BELO HORIZONTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA
Novembro de 2006**

Ficha Catalográfica
Elaborada pela Biblioteca FACE - FUMEC

G963e Guimarães, Elaine Porto

Estudo dos impactos causados pelo turismo de eventos culturais em localidades turísticas: o caso da Vesperata em Diamantina - MG / Elaine Porto Guimarães. – 2006.

97f.: il.

Orientadora: Wanyr Romero Ferreira.

Dissertação (Mestrado) – Centro Universitário – UNA, 2006.

Bibliografia: f. 86 – 90.

1. Turismo. 2. Turismo cultural – Diamantina (MG).
3. Turismo – Aspectos ambientais. 4. Turismo – Aspectos econômicos. 5. Turismo – Aspectos sociais. I. Ferreira, Wanyr Romero. II. Título.

CDU: 379.85



CENTRO UNIVERSITARIO UNA
PROGRAMA DE MESTRADO EM TURISMO E MEIO AMBIENTE

Dissertação intitulada “Estudo dos impactos causados pelo turismo de eventos culturais em localidades turísticas: o caso da vespérata em Diamantina – MG”, de autoria da mestranda Elaine Porto Guimarães, aprovada pela Comissão Examinadora constituída pelos seguintes membros:

Profa. Dra. Wanyr Romero Ferreira - UNA – Orientadora

Profa. Dra. Marta Araújo Tavares Ferreira - UNA – Examinadora Interna

Profa. Dra. Sueli Coelho Leão- FUMEC – Examinadora Externa

Belo Horizonte
Dezembro/2006

“É feliz quem tem no íntimo a confiança na força da vida. Nessa força misteriosa que habita cada um de nós e nos faz crescer, viver, realizar. As pessoas que têm coragem de ser, que aprenderam a querer, optar e amar, elevam e enriquecem o mundo”.

Amir Klink

A minha mãe, exemplo de mulher a ser seguido.

Agradeço à minha orientadora, Wanyr Romero Ferreira, pela amizade demonstrada ao longo deste percurso. Suas observações não permitiram que eu perdesse de vista os objetivos do meu trabalho.

AGRADECIMENTOS

A elaboração de uma dissertação de mestrado necessita da colaboração e do apoio de muitas pessoas. Professores, entrevistados, amigos, colegas são fundamentais. Meus agradecimentos a todos, especialmente:

- A todos os entrevistados, pela disponibilidade em me receber e responder pacientemente às minhas perguntas. Em especial, agradeço a Solange das Mercês Ferreira Abreu, proprietária da Pousada Caminho dos Escravos em Diamantina pelo apoio irrestrito ao agendamento das entrevistas.
- Às professoras Cláudia Freitas Magalhães e Neiva Aparecida Duarte. Vocês são “culpadas” pelas mudanças em minha vida. Muito obrigada.
- A minha irmã Tânia Porto, colega e amiga, com quem dividi horas intermináveis de estudos, resumos, trabalhos e seminários.
- A Vanessa Fialho, pela ajuda durante as longas entrevistas em Diamantina.
- Às minhas colegas e amigas de trabalho, em especial a Conceição, Sueli, Rita, Ana Lúcia, Adriana, Gisele e Climene que sempre me ouviram com paciência e ajudaram com suas sugestões.

RESUMO

O turismo é um campo de estudos recentes dentro das ciências humanas. Devido à grande revolução tecnológica e, em especial, a dos setores de transportes e telecomunicação e com o desenvolvimento da mídia tornou-se mais fácil ampliar os meios e estratégias de divulgação das destinações turísticas. O turismo possui um efeito bastante benéfico nas economias, denominado efeito multiplicador, pois os gastos efetuados pelos turistas não beneficiam apenas aqueles que receberam diretamente o dinheiro, mas circulam por vários setores produtivos. Apesar do otimismo com que se abordam os impactos positivos do desenvolvimento turístico em localidades receptoras, o custo das atividades turísticas não pode ser desconsiderado. Assim sendo, o turismo acarreta impactos positivos e negativos dependendo de como estas atividades são planejadas e gerenciadas. Dos segmentos do turismo, o de eventos é um dos mais dinâmicos e interativos, com reflexos em níveis econômicos, ambientais, sociais e culturais. Gera fluxos, amplia as taxas de permanência dos turistas, atua como atrativo turístico, permite a diminuição da sazonalidade, resgata e valoriza conteúdos culturais e naturais dentre outros desdobramentos. O objetivo deste estudo foi conhecer os impactos que os eventos podem causar em uma localidade turística receptora. O evento cultural escolhido foi a Vesperata, realizado periodicamente em Diamantina/MG e que tem se destacado no cenário mineiro como um atrativo de forte apelo turístico. O estudo permitiu conhecer os principais impactos positivos e negativos causados por este tipo de turismo em uma localidade turística receptora de médio porte e a conclusão deixa clara a necessidade da interferência dos poderes públicos no gerenciamento do turismo para que este seja realmente um fator positivo na distribuição de rendas e no desenvolvimento integral da comunidade, levando em consideração a sustentabilidade, que é a única forma de assegurar sua sobrevivência para as futuras gerações.

Palavras-chave: turismo, impactos, evento, Vesperata, sustentabilidade.

ABSTRACT:

Tourism is a field of recent studies in human sciences. Due to great technological growth, especially in the transport and telecommunication sectors, and with the development of the media to enlarge the ways and strategies of spreading tourist destinations has become easier. Tourism brings beneficial effects in the economies, called multiplying effect, as the expenses made by the tourists do not benefit only those that received the money directly, but circulate among several productive sectors. Despite the optimistic approaching concerning the positive impacts of the tourist development in receiving localities, the cost of the tourist activities cannot be disregarded. Thus, the tourism causes positive and negative impacts depending on how these activities are planned and managed. From the segments of the tourism, events are one of the most dynamic and interactive, with consequences in economic, environmental, social or cultural levels. It generates flows, it extends the rates of tourist permanence, acts as tourist attraction, it allows the reduction of the seasonal variation, it rescues and values cultural and natural contents amongst other implications. The objective of this study was to know the impact that events can cause in a receiving locality. The chosen cultural event was the Vesperata that is carried out periodically in Diamantina/MG and has been highlighted as a strong tourist appealing attraction in the “mineiro” scenery. The study brought knowledge about the main positive and negative impacts caused for this type of tourism in a receiving locality of medium size and the results reveal clearly the necessity of interference from the public government in the management of tourism so that it can be really a positive factor in the distribution of incomes and the integral development of the community, taking into consideration the sustainability, which is the only way to assure its survival for the future generations.

Keywords: tourism, impact, event, Vesperata, sustainability.

LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS

A & B – Alimentos e Bebidas

ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

ACID – Associação Comercial e Industrial de Diamantina

ADELTUR – Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo

CEI – Centro de Estatística e Informações

DER – Departamento de Estradas de Rodagem

EMBRATUR – Instituto Brasileiro do Turismo

FBC & VB – Fórum Brasileiro de Conventions & Visitors Bureaux

FENIT – Feira Nacional da Indústria Têxtil

FIEMG - Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais

FIPE/USP – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas/ USP

FJP – Fundação João Pinheiro

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

JK – Juscelino Kubitschek (de Oliveira)

MPB – Música Popular Brasileira

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

PIB – Produto Interno Bruto

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SUS – Serviço Único de Saúde

UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais

UHS – Unidades habitacionais (cada apartamento existente em estabelecimentos hoteleiros)

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura.

USP – Universidade de São Paulo

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - PIB de Diamantina	44
TABELA 2 - PIB e ICMS de Diamantina – 2000 a 2003	44
TABELA 3 – Preço Médio das Diárias dos Estabelecimentos Hoteleiros	70
TABELA 4 – Dados e Taxas de Ocupação dos Estabelecimentos Hoteleiros entrevistados em Diamantina.....	71
TABELA 5 – Número de Mesas e Refeições Oferecidas pelos Restaurantes Pesquisados em Dias Normais, durante a Vesperata e durante os Feriados	74
TABELA 6 – Aumento Percentual de Refeições em Relação aos Dias Normais	75

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Número de Restaurantes que têm seu Movimento Aumentado de Acordo com os Meses do Ano.....	76
GRÁFICO 2 – Número de Mesas nos Restaurantes Pesquisados em Dias Normais, durante a Vesperata e durante os feriados.....	77
GRÁFICO 3 – Número de Refeições Servidas nos Restaurantes Pesquisados em Dias Normais, Durante a Vesperata e nos Feriados.....	77

LISTA DE MAPAS

MAPA 1 – Localização de Diamantina	42
---	----

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Tipos de Estabelecimentos Hoteleiros Entrevistados.....	69
QUADRO 2 – Meses de Maior Ocupação dos Estabelecimentos Hoteleiros Entrevistados.....	72
QUADRO 3 – Meses de Maior Movimento nos Restaurantes Entrevistados.....	75
QUADRO 4 – Tipos de Artesanatos Comercializado em Diamantina.....	80
QUADRO 5 – Tempo de existência das lojas de artesanato.....	80
QUADRO 6 – Eventos que Aumentam as Compras de Artesanato e Afins.....	81

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. OBJETIVOS	17
2.1. Objetivo Geral	17
2.2. Objetivos Específicos	17
3. METODOLOGIA.....	18
4. CONSIDERAÇÕES SOBRE O TURISMO	21
4.1. O Turismo.....	21
4.2. Os Eventos e sua Evolução Histórica.....	24
4.3. Turismo e Eventos.....	27
4.4. O Turismo de Eventos no Brasil	29
4.5. Os Impactos do Turismo	34
4.6. Políticas Públicas.....	38
5. DIAMANTINA	42
5.1. Localização e Dados.....	42
5.2. Histórico de Diamantina.....	45
5.3. A Musicalidade em Diamantina	49
5.4. A Vesperata	52
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO	57
6.1. Análise das entrevistas semi-estruturadas.....	57
6.1.1. Impactos Percebidos	61
6.1.1.1. Impactos Positivos.....	61
6.1.1.2. Impactos Negativos.....	64
6.2. Análise das entrevistas com agências de viagens	68
6.3. Análise das pesquisas com estabelecimentos hoteleiros	69
6.4. Análise das pesquisas com estabelecimentos de A&B.....	74
6.5. Análise das pesquisas com lojas de artesanato e souvenirs	79

7. CONCLUSÕES.....	82
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	85
9. BIBLIOGRAFIA	87
APÊNDICES	92
APÊNCIDE I - Roteiro de Entrevista para os Atores Envolvidos na Vesperata.....	92
APÊNCIDE II - Questionário Aplicado na Hotelaria em Diamantina.....	94
APÊNCIDE III - Questionário Aplicado nos Restaurantes em Diamantina.....	96
APÊNCIDE IV - Questionário Aplicado às Lojas de Artesanato em Diamantina.....	98

1 - INTRODUÇÃO

O turismo transcendeu a sua condição de atividade ligada às viagens realizadas em busca do lazer e recreação para uma visão mais associada às oportunidades de negócios (BAHL, 2003). Assim também ocorreu quanto à diversificação de atividades, baseadas nas potencialidades e vocações das localidades para a oferta de produtos e captação de fluxos turísticos a partir de segmentos de mercado, como é o caso de eventos.

Este segmento tem-se constituído em um importante componente para o incremento da atividade turística e econômica. Contudo, verifica-se que o setor carece de estudos específicos em volume mais representativo e de pesquisas e dados estatísticos sistematizados que possibilitem analisar e avaliar o desempenho do segmento e alicerçar o seu desenvolvimento.

A iniciativa mais vigorosa de avaliação do setor partiu de uma parceria do Fórum Brasileiro de Conventions & Visitors Bureaux – FBC&VB¹ e o Sebrae Nacional com vistas ao 1º Dimensionamento Econômico do Setor de Eventos no Brasil. Os dados foram levantados entre janeiro e novembro de 2001 e seus resultados apresentados em janeiro de 2002. Até a presente data, este é o estudo mais abrangente realizado no setor.

O próprio estudo ressalta:

“... pela primeira vez é realizada uma pesquisa que relata a realidade desse mercado em nosso país, até aqui carente de números que servissem de base para dar maior visibilidade à participação do segmento na nossa economia, seja para nortear políticas de desenvolvimento da indústria de eventos, seja para estudos de investimentos públicos ou privados.”
(SEBRAE NACIONAL E FBC&VB, 2002, pág.15)

Este estudo veio ratificar a importância que essa atividade possui. A pesquisa apenas considerou espaços com capacidade mínima de 100 lugares, localizados nos 120 maiores municípios brasileiros com capacidade para abrigar eventos. Nesses 1780 espaços acontecem em média 184 eventos por ano, o que significa 327.520 mil eventos no Brasil,

¹ FBCVB – Fórum Nacional de Convention & Visitors Bureaux – entidade cujo objetivo é congrega os diversos conventions bureaux brasileiros tentando viabilizar o desenvolvimento de trabalhos conjuntos de captação de eventos, inclusive internacionais.

por ano. A partir desta média, observou-se que os eventos contam com cerca de 80 milhões de participantes. É claro que a forma de se contabilizar este número leva a duplas contagens pois existem pessoas que participam de diversos eventos ao longo do ano, como existem pessoas que freqüentam o mesmo evento mais de um dia, como no caso das feiras. Assim não são 80 milhões de pessoas que freqüentam os eventos, como não são, também, na sua totalidade, turistas.

No entanto, qualquer que seja sua classificação, esses participantes geram um gasto de cerca de R\$31,5 bilhões/ano. Além dos gastos dos turistas, há o faturamento dos aluguéis dos espaços de eventos, que somam cerca de R\$1,6 bilhão/ano e o faturamento das empresas organizadoras de eventos que soma R\$4 bilhões/ano. A indústria de eventos, portanto, possui um faturamento de cerca de R\$37 bilhões/ano e o governo arrecada impostos provenientes deste setor, na ordem de R\$4,2 bilhões/ano. Os eventos produzem quase 200 mil empregos diretos. No entanto, pelo elevado número de terceirização de suas atividades, gera um número estimado de 2,2 milhões de empregos indiretos (SEBRAE NACIONAL E FBC&VB, 2002,pág.17).

A indústria de eventos é também, um instrumento de desenvolvimento para as cidades de médio porte e seu efeito multiplicador sobre estes municípios é muito grande. Suas necessidades não exigem grandes dispêndios com importações, ao contrário do que ocorre com outros setores, o que amplia sua capacidade de se multiplicar na localidade. A maior parte do que o organizador ou o promotor de eventos necessita para realizar um evento em uma pequena ou média cidade é encontrada na própria localidade (FBC&VB, 2002).

Portanto, o segmento de eventos é um dos mais dinâmicos e interativos do turismo com reflexos em níveis econômicos, sociais ou culturais, ou seja, gera fluxos, amplia as taxas de permanência dos turistas nas localidades receptoras; atua como atrativo turístico; permite a diminuição da sazonalidade; resgata e valoriza conteúdos culturais e naturais; aumenta o número de empregos diretos e indiretos; fomenta negócios e investimentos, possibilitando a distribuição de renda e absorção de divisas, entre outros desdobramentos.

De acordo com Moletta (2000), a realização de eventos é um facilitador do intercâmbio e da troca de idéias e informação entre as pessoas. Na sociedade atual, é um recurso cada vez

mais adotado, quer por associações de classe, quer por empresas, quer por localidades turísticas e serve para a difusão de conhecimentos e técnicas para a preservação da cultura ou até como forma de decidir sobre questões de interesse destas organizações.

Eventos podem ser gerados ou captados, trazendo com eles o efeito multiplicador, que aparece na mobilização de mais de cinquenta setores da economia. O turista de eventos gasta até três vezes mais do que o turista convencional, considerando que se trata de uma pessoa com certa estabilidade financeira, apreciadora de momentos agradáveis junto à localidade receptora. Salienta-se que esse tipo de turismo ocorre, em muitos destinos, nos meses de baixa temporada, ocupando assim o comércio, os restaurantes e a rede hoteleira local, proporcionando inúmeros empregos diretos e indiretos.

Canton (2003) assegura que a importância dos eventos no contexto do turismo fica evidenciada pelos impactos econômicos causados por este segmento especialmente como redutor dos problemas da sazonalidade uma vez que pode ser considerado um gerador de demanda para o núcleo. Assim, cria empregos, incentiva o investimento privado, gera impostos e traz maior movimentação às cidades. O turismo de eventos, além de ser investimento em lazer ou diversão, é também uma ferramenta estratégica em várias circunstâncias sociais.

Face a estas constatações, evidencia-se a necessidade de estudar e analisar os impactos e benefícios que os eventos possam gerar tanto para as cidades como para as regiões onde são realizados, contribuindo para revelar traços das características do setor. Nesta pesquisa, os estudos serão realizados a partir da experiência vivenciada na cidade de Diamantina/ Minas Gerais com a realização da Vesperata, evento cultural que tem levado numerosos turistas para aquela cidade mineira durante praticamente todo o ano.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GERAL

- Identificar e analisar os impactos causados pelo turismo de eventos em localidades turísticas, tomando como exemplo o caso da Vesperata em Diamantina - Minas Gerais.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar, a partir da literatura pertinente ao tema, a inter-relação entre turismo e eventos e os impactos ambientais, econômicos e sócio-culturais decorrentes da realização destes em localidades turísticas;
- Mostrar a vocação turística do município de Diamantina e verificar como a Vesperata se insere nesta vocação e na cultura local;
- Identificar quais e como os setores da localidade foram positiva ou negativamente impactados pela realização da Vesperata e se os atores envolvidos no evento perceberam estas mudanças;
- Verificar o envolvimento da comunidade na criação de negócios, produtos ou serviços, permanentes ou temporários decorrentes do evento;
- Verificar se houve investimentos na divulgação do evento e aproveitamento da mesma, permitindo a maximização de seus efeitos residuais em benefício da comunidade.

3. METODOLOGIA

O estudo de caso foi escolhido como técnica de pesquisa deste trabalho, elaborado em diversas etapas. A primeira delas consistiu no levantamento de dados sobre turismo, impactos do turismo, eventos turísticos, políticas públicas e sazonalidade, Diamantina e a Vesperata, procurando salientar a importância daqueles, a história da localidade pretendida e a trajetória do evento escolhido como um acontecimento cultural capaz de alavancar o turismo na cidade.

Assim, foi realizada uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de conhecer o que havia na literatura pertinente. Foi também feita uma pesquisa em reportagens de jornais, revistas especializadas, publicações turísticas da Secretaria Estadual de Turismo de Minas Gerais e Ministério do Turismo para conhecimento pormenorizado do objeto de estudo deste trabalho.

Dentro da técnica estudo de caso e para a coleta de dados, foi escolhida a entrevista com atores envolvidos com o evento. Colher seus depoimentos foi uma ação imprescindível para a pesquisa, pois não existem livros ou artigos científicos que abordem este tema na sua amplitude, especialmente sobre os efeitos que impactam a população e a economia de Diamantina. Portanto, foi necessário explorar os conhecimentos dos atores envolvidos, bem como suas crenças, valores, opiniões, sentimento e desejos.

Para este fim, escolheu-se a entrevista semi-estruturada, que permite maior liberdade ao pesquisador. O método utilizado foram as perguntas orais, sendo as respostas registradas pelo entrevistador visando obter uma visão geral do problema pesquisado

Em princípio, foi necessário localizar as pessoas que, em função do cargo que ocupam, de sua experiência de vida e de sua situação em relação ao objeto de estudo, acumulavam informações preciosas sobre o problema que se queria estudar. A primeira visita à cidade com o intuito de descobrir que pessoas, entidades, líderes formais ou informais, empresas e associações estavam ligados à Vesperata foi realizada entre dois e cinco de setembro de 2005. Esta visita foi agendada em data que coincidissem com a realização da Vesperata para permitir a observação do evento como um todo, do público participante e de toda a logística adotada visto que o evento acontece em logradouro público.

Como era importante incluir pessoas com experiências variadas, de modo a permitir um levantamento de informações a partir de diversos pontos de vista, a primeira entidade procurada foi a Casa da Cultura que corresponde à Secretaria de Turismo de Diamantina e, de acordo com sugestões obtidas, foram selecionados alguns atores envolvidos com a organização, coordenação e operacionalização do evento. Destes, onze aceitaram participar da pesquisa.

Os entrevistados foram: um representante da Casa de Cultura de Diamantina; um representante da Associação Comercial da cidade; um representante da Gente Miúda – escola de música de Diamantina; um representante das agências de viagens locais; um representante do SENAC; um representante da Comissão Executiva da Vesperata, encarregada de sua organização; um representante das pousadas e hotéis envolvidos na Vesperata; um representante da ADELTUR; um representante dos restaurantes envolvidos com o evento; um representante da Igreja e um representante da agência de viagens que vende pacotes para a Vesperata e está sediada em Belo Horizonte.

A segunda visita à cidade foi realizada após o contato inicial com todos os atores que confirmaram a sua participação e aconteceu entre os dias vinte e um e vinte e quatro de novembro de 2005. Este contato visava criar um ambiente de confiança e de cordialidade favorável à entrevista, para que os participantes se sentissem absolutamente livres de qualquer coerção, intimidação ou pressão ao expressarem seus pontos de vista sobre o evento em questão.

A partir dos depoimentos dos entrevistados, foram detectados três setores da economia diretamente impactados pela realização da Vesperata: o hoteleiro, o de A&B e o comércio, representado pelas lojas de artesanato, jóias e souvenirs.

Foi então elaborado um questionário, aplicado na terceira visita a Diamantina, em representantes destes três segmentos. Esta visita foi realizada entre os dias vinte e três e vinte e seis de janeiro de 2006. O questionário foi aplicado em sete restaurantes de um total de quatorze estabelecimentos de alimentação existentes na cidade. Não foram consideradas aqui, padarias e lanchonetes. O critério de seleção foi a localização dos estabelecimentos, ou seja, a sua proximidade com o lugar de realização do evento. Quatro dentre os

entrevistados são os restaurantes que atendem às mesas colocadas na Rua da Quitanda nos dias de realização da Vesperata.

No setor hoteleiro foram pesquisados onze estabelecimentos dentre os vinte e cinco encontrados nos diversos sites existentes sobre Diamantina. O critério de seleção foi, uma vez mais, a proximidade com a Rua da Quitanda e a qualidade dos estabelecimentos pois o público que participa da Vesperata é, em sua maioria, da terceira idade com certa estabilidade financeira. Dentre os onze estabelecimentos entrevistados, seis fazem parte da ADELTUR, que é a associação de empresas do “trade” turístico de Diamantina, responsável pela organização da Vesperata.

Dada a diversidade do artesanato encontrado em Diamantina, foram pesquisadas todas as oito lojas que comercializam este tipo de produto existentes na cidade assim como as duas únicas agências de viagens da localidade.

Ao final do questionário foram colocadas duas questões abertas. A primeira delas aborda as modificações que foram realizadas nos estabelecimentos em decorrência da demanda ocasionada pelo evento e a segunda pede a opinião dos entrevistados sobre o evento em geral.

4. CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE O TURISMO

4.1. O TURISMO

O problema da definição do que é o turismo representa uma dificuldade séria e contínua para os seus analistas. De acordo com Dias & Aguiar (2002), algumas definições, no decorrer da história do turismo devem ser levadas em consideração. De acordo com os autores, em 1910, o economista austríaco Hermann von Schullard, em seu livro “Turismo e Economia Nacional” define o turismo “como a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região”.

Já no período entre as duas grandes guerras mundiais do século XX, o interesse da universidade pelo turismo aumentou e vários economistas europeus publicaram artigos e trabalhos sobre o assunto. Em destaque, a chamada Escola de Berlim. Robert Gluksmann, um de seus componentes, em 1929, definiu o turismo como “a ocupação do espaço por outras pessoas que afluem a um lugar onde não possuem lugar fixo ou residência” (BENI, 2001).

Dias & Aguiar (2002) consideram ainda o conceito formulado por Arthur Bormann que vê o turismo “como um conjunto de viagens cujo objetivo é o prazer, motivos comerciais ou profissionais ou outros análogos e durante os quais, a ausência da residência habitual é temporária”.

Em 1945, a Organização das Nações Unidas (ONU) adotou uma definição para turista como a “pessoa que visita um país que não é aquele em que reside habitualmente por um período de pelo menos 24 horas”. A este conceito foi acrescentada uma duração máxima de estada de, pelo menos seis meses, estendida posteriormente para um ano (THEOBALD, 2001).

Com o aumento da necessidade de se estabelecer definições do turismo que facilitassem o trabalho de mensuração do mesmo, a ONU, em 1963, durante congresso realizado em Roma, recomendou que se utilizasse o termo “visitante” definindo o turista como “qualquer pessoa que visita um país que não o de seu local normal de residência, por

qualquer motivo que não seja decorrente de uma ocupação remunerada dentro do país visitado” (DIAS & AGUIAR, 2002).

Foram consideradas, a partir desta data, duas categorias de visitantes: o *turista*, que é aquele visitante temporário que permanece pelo menos 24 horas no país visitado e cujo objetivo é lazer, negócios, família, missão ou reunião e o *excursionista*, que são os visitantes temporários que permanecem menos de 24 horas no destino visitado e não pernoitam, não incluindo aqui aqueles que viajam em navios de cruzeiro. Desde então, e com várias revisões sendo incluídas posteriormente, a maioria das nações adotou estas definições (THEOBALD, 2001).

Atualmente, a OMT – Organização Mundial de Turismo – descreve o turismo como “as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do de sua moradia habitual, por um período de tempo contínuo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou outros motivos, não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado”. A utilização deste conceito amplo permite a identificação do turismo entre diferentes países assim como dentro do próprio país (DIAS & AGUIAR, 2002).

O turismo constitui-se um campo de estudos recente dentro das ciências humanas. Isto se deve ao fato de o grande “boom” do setor ter acontecido somente no período pós-guerra do século anterior, após uma grande revolução tecnológica, em especial no setor de transportes e de telecomunicações.

Tornou-se mais fácil, com o desenvolvimento da mídia, obter informações sobre uma localidade, bem como ampliaram-se os meios e estratégias de promoção de destinações turísticas. Como as viagens se tornaram mais baratas e rápidas, estava dado o grande passo para o desenvolvimento do turismo. Uma vez que tal atividade depende basicamente de determinantes clássicos da demanda, como tempo, dinheiro e interesse, e se iniciava uma tendência mundial ascendente do tempo livre e da renda dos trabalhadores, estava criado o ambiente propício para incitar as pessoas a viajar.

Pereira (2000) aponta como fator fundamental para o desenvolvimento do setor de turismo, o processo de universalização dos direitos ocorridos no século XX, especialmente após a

Segunda Guerra Mundial. O marco de tal processo é a Declaração Universal dos Direitos Humanos, realizada pela Assembléia Geral das Nações Unidas em 1948. Tal declaração estabeleceu parâmetros mais justos e igualitários para as relações nas sociedades, através do reconhecimento de um sistema de valores e de direitos básicos para toda a humanidade, inclusive o direito ao lazer e ao turismo (incluindo-se aí, o direito a férias remuneradas), que foram incorporados posteriormente, como os demais, nas constituições democráticas modernas. O caráter normativo destas mudanças modificou substancialmente o tratamento dispensado ao turismo, respeitado agora como direito humano, devendo, portanto, ser trabalhado de maneira compromissada e universalista.

Outra mudança significativa para o turismo no período pós-guerra foi sua integração enquanto setor econômico. Segundo Lickorish & Jenkins (2000), antes da década de 1950 o turismo era um tipo de indústria fragmentada: hotéis, operadores de transporte, agências de viagens e operadoras de turismo tendiam a trabalhar de forma independente entre si. Os diversos serviços passaram então, a ser prestados de forma mais integrada. Esta interdependência dos diversos segmentos do turismo teve como conseqüências, além da aglutinação de atividades esparsas em um único setor mais coeso e funcional, o desenvolvimento do mercado do setor, motivado pelo crescimento da demanda e da concorrência.

Muitos dos efeitos benéficos do turismo nas sociedades, como a integração entre os povos, a melhoria da qualidade de vida e o aumento do nível de educação das pessoas, embora reconhecidos, são preteridos pelos que investem no turismo economicamente. Segundo Oliveira (2000), o turismo é hoje o setor econômico de maior importância no mundo, superando a indústria bélica, a produção petrolífera e os faturamentos da produção automobilística, das telecomunicações e da informática. Também é o setor que mais gera empregos. Estima-se que uma em cada nove pessoas empregadas no mundo esteja direta ou indiretamente ligada ao setor de turismo. Também é o que mais contribui na geração de impostos e, além disso, tem projeções bastante positivas de crescimento anual (LICKORISH & JENKINS, 2000).

Carvalho & Brito (1994) fazem apontamentos semelhantes ao afirmarem que o turismo é a atividade de maior importância econômica e a indústria que mais cresce e gera riquezas no planeta.

4.2. OS EVENTOS E SUA EVOLUÇÃO HISTÓRICA

Desde os primórdios da história, ao menos desde que a rotina do trabalho surgiu nas lavouras e no pastoreio de animais, os homens tiveram necessidade de festejos e celebrações. Estas marcavam a vida religiosa e política da população com eventos entendidos como capazes de proporcionar uma alternativa ao ritmo laborioso da vida cotidiana. Guerras, comemorações, ciclos da natureza, tudo proporcionava eventos capazes de cumprir os anseios dos homens de se sentirem ligados ao seu passado, ao futuro e ao divino. Os eventos eram capazes de transcender a dureza do dia a dia. Essa é uma das dimensões do evento, um terreno ainda pouco explorado teoricamente e que, tal qual a hotelaria, é estudado apenas no campo dos procedimentos e da gestão (CAMARGO & BARBOSA, 2004).

A proposta dos eventos daquela época era a de celebrar a vida e a alegria, subverter o cotidiano e inverter totalmente os valores preestabelecidos. É o evento, um meio de fugir da pequenez e do tédio que acompanham a repetição de todas as pequenas tarefas do dia-a-dia. Nos eventos, os indivíduos se sentem dotados de poderes que lhes propiciam estabelecer relações diferentes e realmente humanas com os demais, com a finalidade única de plena satisfação de seus desejos (CAMARGO & BARBOSA, 2004).

Com a finalidade de ampliar a esfera de seus relacionamentos inerentes ao convívio em família, no trabalho, na escola ou no lazer e de quebrar a rotina dos afazeres diuturnos, o homem cria, organiza e participa de reuniões que são genericamente chamadas de eventos.

Portanto, pode-se afirmar que o evento – no Dicionário Aurélio definido como “acontecimento” ou “sucesso” – tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidades específicas, as quais constituem seu “tema” principal e justificam sua realização. Existem comemorações referentes aos nascimentos, aos ritos de iniciação, aos noivados, casamentos e até funerais.

Há também eventos de âmbito maior, pois dizem respeito à vida em comunidades, como os previstos para celebrar, em diferentes culturas, dias dedicados a Deus, aos santos ou a entidades pagãs, ligados ou não ao final das colheitas e estações do ano. No âmbito das nações ocorrem eventos para comemorar ou homenagear datas importantes ou heróis

nacionais, como, por exemplo, paradas militares e desfiles de escolas. Competições esportivas esporádicas ou periódicas, como rodeios, campeonatos, torneios e, em maior escala, as Olimpíadas, também se constituem em eventos. No setor cultural, exposições de artes, como a Bienal, festivais, shows musicais são também exemplos de eventos. Tão antigas quanto difundidas algumas feiras livres transformaram-se hoje em grandes eventos comerciais.

Os primeiros registros, considerados ponto de origem do turismo de eventos, foram os Jogos Olímpicos da Era Antiga, datados de 776 a.C. Os eventos atravessaram diversos períodos da história da civilização humana, atingindo nossos dias. Nessa trajetória, foram adquirindo características econômicas, culturais, sociais e políticas representativas das sociedades de cada época (MATIAS, 2002).

No Brasil, esse desenvolvimento ocorreu de forma mais lenta. A primeira feira brasileira de negócios, a FENIT – Feira Nacional da Indústria Têxtil – foi realizada em São Paulo, em 1958. O complexo do Anhembi, hoje, um dos mais importantes centros de exposições da América Latina foi inaugurado em 1970, com a Feira do Salão do Automóvel.

A realização de eventos com finalidade de promoção de vendas e de comercialização de produtos e serviços é ainda mais recente no Brasil, e teve início apenas na década de 90, conforme afirmou Evaristo Nascimento, diretor da Alcântara Machado Feiras e Participações Ltda. em entrevista a Borin (1996). Porém, o crescimento deste tipo de evento tem-se mostrado extraordinário, assumindo tamanha importância dentro da área de comunicação que, em muitas empresas, passou a ganhar espaço especial dentro de seu organograma.

No Brasil, o número de eventos é cada vez maior, com um registro de expansão médio anual de 7%, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas Organizadoras de Eventos. Ainda segundo a autora, hoje, complexos similares ao Anhembi/SP e hotéis aos seus arredores são edificadas e dedicadas exclusivamente à realização de grandes eventos. Alguns deles, pela sua periodicidade e importância já se tornaram datas obrigatórias no calendário das cidades que os sediam. Clubes, restaurantes e bares já anunciam a existência de salas de convenções, de ambientes e de estrutura para a realização de diversos tipos de eventos. Grandes corporações patrocinam a construção e a manutenção de centros

modernos e de alta tecnologia para eventos, como o Credicard Hall em São Paulo e o Chevrolet Hall em Belo Horizonte, visando a apresentação de espetáculos, atrações musicais ou mesmo eventos comerciais ou empresariais (GIACAGLIA, 2003).

4.3. O TURISMO E OS EVENTOS

Como já mencionado, o turismo é a atividade econômica que mais cresce em nível mundial. Amplamente divulgada pela mídia, uma fatia da economia deste mercado relaciona-se com o setor de eventos. A importância destes, no contexto do turismo fica evidenciada pelos impactos causados por este segmento, especialmente como redutor dos problemas da sazonalidade, uma vez que pode ser considerado um gerador de demanda para o núcleo que os sedia. A sazonalidade é um dos principais fenômenos do turismo e se caracteriza pela tendência de concentrar-se no tempo e no espaço. Portanto, existe um período de alta temporada no qual ocorre a maior concentração de turistas e um período de baixa temporada, em que a demanda é menor, podendo ainda ser citada uma temporada intermediária. Apesar de sempre citada como um problema, raramente as justificativas para a existência deste fenômeno são analisadas (RUIZ, 1997).

No período de alta temporada produzem-se fenômenos de saturação como congestionamentos em estradas, carências no abastecimento de água e energia elétrica, falta de rede de esgoto, aumento da poluição das águas e excesso de ruídos, ao contrário do período de baixa estação, quando muitas empresas são obrigadas a fechar por falta de demanda, causando muitos impactos econômicos na localidade, entre os quais, o desemprego de parte da população local. Levando-se em conta a tendência dos turistas potenciais tirarem férias no verão, por causa das condições climáticas favoráveis, das férias escolares ou de recesso das empresas, é natural que a maior concentração deles ocorra nesse período (COOPER, 2001).

Segundo o autor existem dois tipos de sazonalidade: a de demanda e a da oferta. Contra a primeira, pode-se lutar por meio de medidas para evitar que estas grandes concentrações aconteçam somente no verão e repartir a demanda no decorrer do ano. Tais medidas, dentre outras podem ser incentivar os trabalhadores a tirarem férias em períodos fora do verão, oferecendo preços mais atraentes, realizando a promoção do turismo social, do turismo para a terceira idade, do turismo de eventos ou de outros tipos de turismo que não estejam condicionados ao clima. A sazonalidade da oferta, referente aos atrativos naturais é mais difícil de superar, visto que não se pode lutar contra o clima. Certas medidas poderão minimizar o problema, como a criação de novos produtos que não tenham o clima como fator determinante.

Existem inúmeros tipos de eventos e todos ocorrem em função de alguns objetivos comuns: gerar negócios, renda, empregos, mobilizar comunidades e prestadores de serviços de diversos níveis, resgatar e perpetuar manifestações culturais, folclóricas e, conforme o caso, oportunizar a captação de divisas. O turismo de eventos é visto, hoje, como uma ferramenta estratégica no fomento de negócios e não mais como um investimento eventual, de lazer ou diversão (CANTON, 2003).

Para Bahl (2004), os eventos são acontecimentos que ocorrem a partir de um motivo. Entram aí, as atividades que devem ser programadas e que serão desenvolvidas em um local e em tempo previamente determinados. Os eventos congregam indivíduos com interesses e objetivos comuns e mobilizam a cadeia produtiva e os serviços públicos da localidade onde são realizados.

Dependendo do formato, um evento pode atuar isoladamente como atividade de negócio, como atrativo turístico, como opção de entretenimento ou aglutinar estas características ao mesmo tempo. Em paralelo, pode atuar gerando fluxo de pessoas e movimentando a economia das localidades na temporada turística ou, de forma mais intensa, fora desta temporada, minimizando os impactos econômicos negativos ocasionados pela sazonalidade.

Segundo Bahl (2004), os eventos geram fluxos de pessoas, agregam valor à oferta turística e podem servir como instrumento de comunicação para a atração dos participantes e ainda ampliar a possibilidade de uma maior permanência destes na localidade receptora. Além disso, podem se configurar como atrativo ou motivo principal para um deslocamento, competindo com o apelo motivacional das atrações naturais e/ou históricas de uma localidade. Em outros casos, os eventos podem suprir a ausência de atrativos e se tornarem o próprio atrativo contribuindo, desta forma, para o aumento do número de visitantes no município onde acontecem.

Os eventos conformam-se como produtos compostos, onde praticamente pode atuar todo o trade turístico da localidade receptora, bem como das localidades emissoras. Alguns eventos possibilitam firmar acordos, alianças e interação de permutas comerciais durante a sua realização e abrangem os demais setores da economia privada que também se beneficiam de suas realizações. Oportunizam ou geram empregos nos quesitos serviços

gerais e especializados, além de atrair investimentos, de distribuir renda e de captar divisas. Podem também atuar como espaços para a divulgação de destinos turísticos e comercialização de produtos e serviços inerentes. Em decorrência disso, se salienta a necessidade de serem estabelecidas políticas e estratégias, as mais amplas possíveis, para a preparação de equipamentos adequados à realização de eventos que, por sua vez, contribuem para a capacitação, aperfeiçoamento e qualificação da estrutura receptiva das localidades.

De acordo com Bahl (2003), o evento tem uma lógica permanente, na qual se reproduz e produz através de valores sociais espacialmente estabelecidos. O evento não pode simplesmente usufruir de uma localidade ou de uma cidade como um apêndice, mas sim fazer parte da política turística de cada localidade. Os agentes devem participar e inserir a participação da sociedade como forma de torná-la valor turístico e assim, reproduzir-se de forma sustentável.

A localidade não pode criar eventos somente como forma de superar a baixa temporada. Isso aparece como consequência do processo de agregação de valor turístico que, sendo consistente e socialmente reconhecido, trará benefícios permanentes. O evento precisa ser compreendido e investigado cientificamente como algo inserido em uma lógica maior, com capacidade de transformá-la.

4.4. O TURISMO DE EVENTOS NO BRASIL

O turismo no Brasil é também um setor que tem ampliado consideravelmente sua participação na economia nacional, sendo responsável, segundo estudos desenvolvidos pela FIPE/USP, a pedido da EMBRATUR, por parcela significativa do PIB brasileiro (FBC&VB, 2002). Da mesma forma, o setor é responsável pela geração de grande número de empregos, por se tratar de uma atividade de uso intensivo de mão-de-obra.

Muito da importância deste setor se deve a um de seus segmentos que é a indústria de eventos, responsável pela ocupação de grande parte da capacidade instalada dos hotéis, das estruturas de entretenimento e dos meios de transportes.

A indústria de eventos responde por grande parte dos fluxos turísticos para uma infinidade de destinações. Multidões viajam para eventos como o Círio de Nazaré, em Belém, ou a Paixão de Cristo, em Nova Jerusalém ou para eventos esportivos como a Corrida de Fórmula I, em São Paulo, ou para eventos culturais como a Festa do Boi Bumbá, em Parintins, no Amazonas ou para eventos agropecuários, como a Festa do Vinho em Caxias, Rio Grande do Sul ou para a Festa do Peão Boiadeiro em Barretos, São Paulo ou ainda para eventos técnicos e científicos que ocorrem em todo o Brasil.

A indústria de eventos tem sua importância ainda mais ampliada, considerando que, por meio deles, negócios são alavancados, novas tecnologias e pesquisas evoluem e as informações se socializam. Esses fatores, por sua vez, levam ao aumento da produção, à geração de mais empregos, à melhoria de qualidade de vida da população e assim por diante.

Por tudo isso, a indústria de eventos assume uma posição estratégica dentro das políticas públicas que visam fomentar as atividades econômicas, gerando mais empregos para suas comunidades, arrecadando impostos necessários para a construção e manutenção de escolas, estradas, hospitais, etc.

Em diversos municípios brasileiros, um número crescente de eventos como apresentações culturais do passado, congressos, conferências, encontros, competições, festivais, festas,

comemorações e apresentações musicais, que acontecem periodicamente, ajudam na preservação dos costumes, amenizam o problema da sazonalidade do turismo e causam impactos econômicos, ambientais, sociais e culturais.

Segundo Zanini & Faria (2003), “o turismo gerado pela realização de eventos vem como uma tentativa de solucionar o grande problema da sazonalidade no período considerado de baixa temporada”. Algumas cidades turísticas brasileiras encontram, nos eventos, um meio para atrair pessoas fora do que se denomina “alta temporada do turismo”, unindo simultaneamente vários tipos de turismo como o de eventos, o pedagógico, o cultural, o de negócios, entre outros. Assim, cidades como Diamantina em Minas Gerais, Campos do Jordão em São Paulo, Bonito em Mato Grosso do Sul, Garanhuns em Pernambuco, as cidades do Rio de Janeiro, Teresópolis, Petrópolis e Nova Friburgo no Estado do Rio de Janeiro promovem eventos e festivais em conjunto com o governo estadual, secretarias de turismo, prefeituras, universidades, associações e com o “trade” turístico em geral.

É importante destacar que os benefícios estruturais gerados pela promoção de eventos permanecem na cidade para que sejam usufruídos pela população local.

Os eventos permitem mobilizar a estrutura de toda uma cidade, começando pelo poder público, que às vezes deve colocar em prática uma série de medidas de melhoria que vão possibilitar que uma cidade sedie um evento, mas que depois são aproveitados em benefício da comunidade.

Um evento é um momento de reflexão sobre a reorganização da cidade, da qualidade de vida, das facilidades e assim, do aperfeiçoamento de seu habitante. A iniciativa privada tem melhorias na ocupação hoteleira quando o trabalho é feito na baixa estação, reduzindo a sazonalidade (BOITEUX, 2003).

De acordo com Carvalho (1998) existem muitos casos de sucesso em todo o país, de festividades, comemorações, eventos culturais ou esportivos, que se tornaram verdadeiros dínamos econômicos das cidades onde acontecem, ocupando hotéis, aumentando o consumo em bares e restaurantes, o comércio e a utilização de diversos meios de transporte, entre outros. Promovem também a localidade no país e no mundo, abrindo uma nova possibilidade de expansão para a economia do município. A realização de eventos tem efeito multiplicador sobre uma vasta gama de atividades, podendo se refletir direta e

indiretamente no aumento do número de postos de trabalho e na arrecadação de impostos para o governo.

4.5. OS IMPACTOS DO TURISMO

Uma das questões centrais do turismo é a definição da noção de impacto, ou de problema ou solução com impacto. O que é então um impacto? A palavra impacto provém do latim *impactu*, e segundo Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (1998) pode significar entre outras coisas, uma “impressão muito forte, muito profunda, causada por motivos diversos”.

O conceito do problema com impacto, ou problema cuja solução causa impacto é difícil de formalizar. Os investigadores do assunto formam sobre a noção de impacto, opiniões diversas e muitas vezes opostas. Apesar do otimismo com que se abordam os impactos positivos do desenvolvimento turístico em localidades receptoras, o custo das atividades turísticas não pode ser desconsiderado. De fato, ele acarreta algumas conseqüências negativas, como as pessoas que largam suas atividades habituais para ingressar em atividades ligadas ao turismo, a sazonalidade e a dependência excessiva de turistas. O turismo acarreta impactos positivos e/ou negativos, dependendo de como as atividades são planejadas e gerenciadas e tem o poder de influenciar nas transformações dos lugares. Portanto, não se pode avaliar se essas transformações são vantajosas ou não sem antes analisar cada questão imposta (COOPER, 2001).

Os impactos podem ser ambientais, sócio culturais e econômicos. Sobre os impactos ambientais podemos dizer que qualquer forma de atividade acarretará impactos sobre o ambiente físico em que ela aconteça. O meio ambiente é um ingrediente fundamental do produto turístico, mas no momento em que a atividade turística acontece este ambiente é modificado. A preservação ambiental e os programas de melhoramento são agora fundamentais para o turismo em muitas estratégias de desenvolvimento. Para analisar os impactos ambientais do turismo é necessário observar algumas questões. Uma delas se relaciona aos impactos físicos criados pela atividade turística, comparados aos de outras atividades.

Deve - se levar em conta quais eram as condições do local antes de acontecer a atividade turística, para obter uma linha de referência a partir da qual possam ser feitas comparações (LICKORISH & JENKINS, 2000).

Deve ser dito que o turismo não é o único agressor da natureza. Qualquer mutação econômica pode provocar modificações na relação do homem com o ambiente físico. Os impactos positivos estão associados à preservação e restauração de monumentos antigos, locais históricos e arqueológicos que, de outra forma, podem ser degradados e até mesmo destruídos. Além desses destacam-se o incentivo à criação de parques de vida selvagem, manutenção de florestas e implantação de planos de melhoria ambiental (COOPER et alli, 2001).

Há uma crescente preocupação quanto aos impactos negativos que o turismo pode ocasionar, pois diversos lugares já foram depredados devido à má exploração desta atividade. Podem-se observar os impactos negativos do turismo sobre a qualidade da água, nos casos em que o sistema de tratamento de esgoto não tenha sido bem instalado. O desenvolvimento do turismo pode provocar ainda poluição do ar, resultado do excesso de tráfego de veículos, além da poluição por poeiras e sujeiras no ar que pode ser gerada por áreas abertas e devastadas. Empreendimentos turísticos construídos de forma incorreta descaracterizam a arquitetura local comprometendo a estética do lugar. O excesso de pessoas, principalmente em atrações turísticas populares, aumenta o tráfego e a deterioração de monumentos antigos através de desgastes, vibrações e vandalismo em excesso. O aumento do lixo e o descuido com o lançamento de entulhos nas paisagens degradam as áreas turísticas. Esses resíduos afetam o meio ambiente e até mesmo a pesca e a caça, influenciando no ciclo de vida local. O aumento dos ruídos gerados pelo excesso de turistas também são exemplos de impactos negativos (COOPER et alli, 2001).

Já os impactos sócio-culturais do turismo são manifestados através de diversos aspectos que abrangem desde as artes até o comportamento de indivíduos e grupos coletivos. Também aqui, os impactos podem ser positivos e negativos. Há diversas abordagens que permitem a avaliação da relação entre o desenvolvimento do turismo e as mudanças sócio-culturais. As mudanças acontecem porque a população anfitriã fica em contato com uma população estranha, tendo que lidar com costumes diferentes. Estas mudanças podem afetar também os turistas, quando estes adotam certos comportamentos que são diferentes de seu cotidiano. O turismo favorece o intercâmbio cultural, estimula a conservação e a preservação do patrimônio histórico e cultural, desperta maior interesse pela arte e artesanato locais e ajuda a recuperar antigas manifestações culturais, valorizando tradições e costumes (COOPER et alli, 2001).

Os impactos negativos estão relacionados à mudança nos costumes, conduta, descaracterização do artesanato, arrogância cultural, perda de autenticidade e da espontaneidade das manifestações culturais e destruição do patrimônio histórico. A utilização de eventos culturais de uma localidade como atrativo turístico pode incentivar a criação de uma cultura artificial para os turistas, sem valor cultural nenhum para a população local. A mercantilização é uma antiga crítica feita em relação aos efeitos do turismo na cultura e na arte. Artesanato, cerimônias, eventos culturais e rituais são muitas vezes levados a uma postura de exploração, tornados mais coloridos, mais dramáticos e mais espetaculares para capturar a atenção e a imaginação de uma audiência, que, na maioria das vezes não possui o conhecimento e a experiência básicos que tornariam atraente a versão não-adaptada (COOPER et alli, 2001).

Com a consciência pública cada vez maior em relação às diferenças étnicas e culturais, tem havido uma demanda crescente por produtos turísticos que ofereçam autenticidade cultural. Para que possam diferenciar seu produto de outro no mercado, as destinações têm ressaltado diferenças ambientais, climáticas e culturais.

Nesse último exemplo, elas estão utilizando sua herança cultural como um dispositivo promocional para atrair números cada vez maiores de turistas. Há formas de diferenciar o produto turístico, oferecendo aos turistas uma exposição cultural suficiente para satisfazer suas demandas. Uma destas formas é o uso da autenticidade encenada, que é a apresentação de uma performance mais realista do patrimônio cultural que existia antes, feita exclusivamente para o turista (COOPER et alli, 2001).

Segundo Cooper (2001), e, ainda como impacto sociocultural, expõe-se uma diferença de riqueza entre turista e população local que, na maioria das vezes, é só aparente. A presença de uma quantidade de turistas estimula a violência, o tráfico de drogas, roubos e também favorece o surgimento de tipos específicos de doenças e ainda um grande mercado em torno do turismo sexual.

O turismo possui um efeito bastante benéfico nas economias, denominado efeito multiplicador. Os gastos efetuados pelos turistas não beneficiam apenas aqueles que

receberam diretamente o dinheiro, mas circulam por vários setores produtivos², beneficiando também aqueles que fornecem bens e serviços aos prestadores de serviços turísticos. Há também uma terceira etapa de circulação do dinheiro que é provocada pelos chamados efeitos induzidos. Estes são os gastos daqueles que receberam dinheiro dos prestadores de serviços turísticos (LAGE & MILONE, 2000).

Couto (2000) enumera alguns efeitos da multiplicação do dinheiro deixado pelos turistas: incremento das indústrias associadas, como as empresas de transporte, meios de hospedagem, alimentos e bebidas; aumento do nível de emprego, incremento da indústria da construção civil, entrada de divisas, capacitação de recursos humanos, aumento da demanda dos produtos do núcleo receptor e maior arrecadação de impostos e taxas por parte do poder público.

Todos estes efeitos produzem, em uma economia, o aumento do nível de renda regional, conduzindo ao desenvolvimento econômico e social local.

Em países como o Brasil, a importância da atividade turística e de seu efeito multiplicador na economia se torna ainda mais significativa. Lickorish & Jenkins (2000) afirmam que em regiões subdesenvolvidas, o turismo constitui-se uma fonte de renda imprescindível, por movimentar a economia em lugares onde nenhuma outra atividade é capaz de fazê-lo.

Como impacto negativo na economia, se houver uma queda da demanda turística, qualquer que seja sua causa, irá provocar uma retração do nível de atividade econômica e, conseqüentemente, um aumento do desemprego nas localidades turísticas. O turismo pode causar também, na localidade receptora, uma pressão inflacionária. Este último caso é devido ao fato de os turistas, geralmente, gastarem mais por dia em um destino do que o fazem em seu local de residência. Essas despesas extras podem causar esta pressão inflacionária que é prejudicial aos moradores, porque a alta dos preços atinge também os serviços realizados nessa comunidade (COOPER et alli, 2001).

² No Brasil, um estudo da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) identificou 52 itens na economia nacional que são impactados pelo turismo.

4.6. POLÍTICAS PÚBLICAS

Segundo a EMBRATUR (2001), o poder público tem no turismo as funções de propiciar e incentivar o seu fomento, defender os consumidores, garantir a qualidade dos serviços, promover a descentralização, a participação comunitária, a conscientização ambiental, a articulação dos diversos atores do turismo interno e a divulgação internacional dos serviços e produtos turísticos nacionais. Além disso, ressalta como ações fundamentais: a regulamentação do turismo, elaborando dispositivos legais necessários ao desenvolvimento do setor, estabelecendo mecanismos de fiscalização e controle; a formação e capacitação de recursos humanos para desempenhar diversas funções pertinentes à atividade turística; o gerenciamento de informações, visando a formação de um banco de dados e a obtenção de indicadores para o desenvolvimento do turismo e a implantação e adequação de infraestrutura nos núcleos receptores.

Ignarra (1999) aponta que o papel do Estado no turismo pode abranger inúmeras atividades, de acordo com o nível de intervenção na atividade econômica. Entre tais atividades, o autor destaca as seguintes: promoção institucional da destinação; financiamento dos investimentos da iniciativa privada; capacitação de recursos humanos; controle do uso e da conservação do patrimônio turístico; captação, tratamento e distribuição da informação turística; implantação e manutenção da infra-estrutura básica; prestação de serviços de segurança pública; captação

de investidores privados para o setor; desenvolvimento de campanhas de conscientização turística; apoio ao desenvolvimento de atividades culturais locais; desenvolvimento do setor de transportes; facilitação do deslocamento do turista (diminuição dos entraves burocráticos); constituição de sistemas estatísticos para acompanhamento mercadológico e implantação e manutenção de infra-estrutura turística.

Já Linckorish & Jenkins (2000) destacam como principais funções do Estado no turismo: a formulação de uma política para seu desenvolvimento; a regulamentação, inspeção e proteção do consumidor; o fornecimento de um fórum consultivo como base para a coordenação intragovernamental e entre os setores público e privado; a realização de ações fiscais que beneficiem o turismo; o fomento ao turismo; o fornecimento de infra-estrutura; o fornecimento de dados estatísticos, informações econômicas e outras informações

técnicas; a concessão de suporte para o bom gerenciamento dos recursos do turismo; o estabelecimento de condições favoráveis para o crescimento do setor privado e a promoção dos destinos nacionais interna e externamente.

Nogueira (1987) pondera que qualquer ação estatal deve ser precedida de uma pesquisa detalhada da oferta e da demanda turística, de modo que se possibilite a análise SWOT dos núcleos receptores. A análise SWOT identifica as forças e fraquezas internas do núcleo receptor, bem como as oportunidades e ameaças que o ambiente externo proporciona ao mesmo. Feita esta análise, o Estado deverá cumprir suas atribuições na área, assim colocadas pelo autor: defender o patrimônio turístico, seja ele natural, cultural e histórico; preparar a infra-estrutura básica, especialmente os setores de transportes, comunicação, saúde e saneamento; modernizar os núcleos receptores, desenvolvendo a infra-estrutura turística; regulamentar os serviços turísticos, protegendo os turistas da exploração; realizar a administração mercadológica do turismo, atuando principalmente na divulgação de informações turísticas; conscientizar a comunidade sobre a melhor maneira de se lidar com o turismo; criar condições e incentivos para a efetiva participação da comunidade; formar recursos humanos para o setor; promover o turismo receptivo; buscar a interiorização e desenvolvimento do turismo, assumindo um modelo descentralizador de gestão e comercializar o produto turístico, atendendo os diversos segmentos do mercado interno e externo.

Pode-se perceber grandes semelhanças entre as concepções de todos estes autores em relação às funções do Estado no setor de turismo. Entretanto, para melhor sintetizar as diversas idéias expostas, é relevante a classificação proposta por Nogueira (1987), que aponta quatro funções estatais primordiais: a coordenação, a normatização, o planejamento e o financiamento do turismo. A coordenação é considerada por Lickorish & Jenkis (2000) como a principal função estatal no turismo, dada a variedade de interesses e responsabilidades que precisam estar bem arrançados para que o setor funcione bem como um todo. Só é possível coordenar a partir do estabelecimento de uma política de turismo, bem acordada entre as diferentes esferas de governo, a comunidade, as organizações não-governamentais e a iniciativa privada. A função normativa se cumpre, segundo Nogueira (1987), com a formulação de “leis e regulamentos específicos que privilegiem o papel do turismo em todos os campos da vida econômica, social, cultural e política, dando-lhe prestígio como atividade e, em consequência, atraindo gente jovem e competente para o

setor”. Já a função planejadora tem sua importância por, ao envolver o estado no desenvolvimento do setor, trazer credibilidade e confiança para o turismo. O planejamento deve visar sempre o bem coletivo e se preocupar com o futuro sendo, portanto, moldado pelo paradigma da sustentabilidade do desenvolvimento turístico. Por último, a função financiadora, que se dá por meio de investimentos diretos ou incentivos fiscais e creditícios, é justificada pela necessidade inerente ao setor de turismo de grandes investimentos em infra-estrutura, seja ela básica ou turística.

Em alguns casos, quando a iniciativa privada não estiver cumprindo seu papel de provedora de serviços turísticos, o Estado deve realizar a ação pioneira, utilizando seu investimento como modelo e chamariz para o mercado.

Mesmo se sabendo a importância do envolvimento do Estado no desenvolvimento do turismo, evitando que o setor seja guiado exclusivamente pela lógica mercadológica do lucro a todo custo, na prática vem sendo difícil definir-se um modelo ideal de intervenção. Assim como não se concebe um Estado que não intervenha de alguma maneira, também não se preconiza atualmente um Estado muito presente, como eram os Estados desenvolvimentistas. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005).

Segundo Pereira (1999, p.140):

“O Estado vinha atuando no turismo de forma direta como financiador e empreendedor, passando, paulatinamente, nas últimas duas décadas, a privatizar atividades sob sua responsabilidade direta e a propor políticas de corte mais regulatório e descentralizador. Hoje, o cenário é de um Estado que está redefinindo seu papel ... A realização de projetos públicos tendo como elemento central investimentos gerais e de infra-estrutura somente com recursos públicos é uma prática em desuso.”

O papel regulador do Estado se mostra como uma ação complexa por natureza e ainda mais difícil nos países em desenvolvimento e torna-se mister que ele aprimore seus mecanismos de gestão, bem como os procedimentos políticos, institucionais e normativos, para que esta seja uma regulação mais poderosa, eficaz e efetiva.

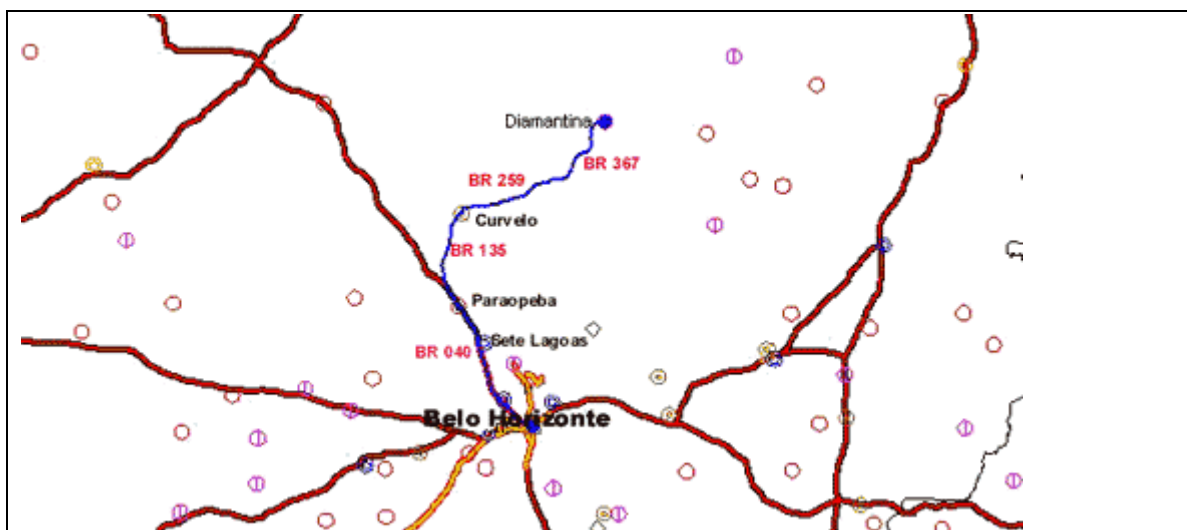
Dessa maneira, independentemente do modelo de intervenção do estado no turismo, e à margem do conflito entre teoria e prática neste íterim, o que não se pode deixar de ter em vista é quão crucial é o envolvimento estatal nesta área. A autoridade pública deve estar sempre atenta à sua missão essencial neste campo, qual seja, a garantia de que o desenvolvimento do turismo implicará em benefícios coletivos, sejam eles econômicos, sociais, culturais ou ambientais. Assim, atuando de forma responsável e sustentável, o estado contribuirá fortemente para o impulsionamento do setor, maximizando seus benefícios e minimizando seus efeitos perversos.

5. DIAMANTINA

5.1. LOCALIZAÇÃO E DADOS

Protegida pela Serra do Espinhaço, no Vale do Jequitinhonha, situa-se a histórica cidade de Diamantina, antigo Arraial do Tijucu. A Serra do Espinhaço representa um importante acidente geográfico que se estende desde as proximidades de Belo Horizonte até o limite norte do Estado da Bahia com o Estado do Piauí. Esta serra compreende um grande divisor de três grandes bacias hidrográficas – a bacia do rio Jequitinhonha, do rio São Francisco e do rio Doce e é considerada um vasto conjunto de terras altas. O relevo da região é predominantemente montanhoso, sendo que a cidade se encontra em uma altitude máxima de 1.548 m, localizada na Serra do Galheiro e mínima de 676 m na Foz do Córrego Cana Brava. Em contraposição aos pontos elevados e erçados da serra, surgem prolongadas faixas planas, por onde estendem seu traçado as estradas que cortam o município. Na transição do planalto para as partes deprimidas dos vales, são comuns, nos cursos de rios e ribeirões, as formações de cachoeiras com desníveis que podem ultrapassar uma centena de metros.

Mapa 1 . Localização de Diamantina - MG



Fonte: www.diamantina.com.br³ – acesso em 21/10/05

³ Fonte: disponível no site www.diamantina.com.br - acesso em 21/10/05

Diamantina dista aproximadamente de Belo Horizonte 292 km. Chega-se a Diamantina, saindo de Belo Horizonte, no sentido de Brasília pela BR-040. Após passar por Sete Lagoas e Paraopeba (aproximadamente 116 km de BH), entra-se à direita, no sentido Curvelo/Montes Claros. Depois de percorrer mais 53 km, chega-se ao trevo de Curvelo. Segue-se à direita do trevo no sentido Diamantina, rodando mais 130 km até chegar ao destino. Suas distâncias das principais capitais do Brasil são: 727 km do Rio de Janeiro/RJ; 878 km de São Paulo/SP; 719 km de Brasília/DF e 832 km de Vitória/ES e as principais rodovias que servem de acesso a Belo Horizonte são as BR-259, BR-040, BR – 135 e BR – 367 e as principais rodovias que servem ao município são BR – 259, MG – 2, MG – 121 e BR – 367 (DER, 2004). Limita-se com os municípios mineiros de Bocaiúva, Olhos D'Água, Buenópolis, Augusto de Lima, Monjolos, Gouvêa, Datas, Serro, Couto de Magalhães de Minas, Senador Modestino Gonçalves e Carbonita. Diamantina possui aeroporto asfaltado e sinalizado, localizado a 3 km do centro da cidade, na saída para Belo Horizonte, apropriado para pousos de aeronaves de pequeno e médio porte.

Sua antiga tradição de educação e cultura se mantém através da presença de vários institutos de ensino de nível primário, médio e superior. Pode-se dizer que Diamantina ainda hoje desempenha um papel de liderança cultural em toda a região do Alto Jequitinhonha. Por seu notável acervo cultural, a cidade foi tombada pelo IPHAN, conforme inscrição número 66 – Livro de Belas Artes, fls. 12, de 16 de maio de 1988.

Símbolo da extração dos diamantes no século XVIII, Diamantina, hoje, vem se direcionando para outros setores da atividade econômica. O marco desta mudança foi o reconhecimento da cidade como Patrimônio Cultural da Humanidade em 1999. Este abriu as portas para o Turismo na região, alterando as perspectivas da comunidade e mudando a cara da atividade comercial do município (HOJE EM DIA, 2002). Ainda assim, são muitos aqueles que ainda se ocupam com trabalhos que resistem ao tempo, à história e à escassez da natureza.

O garimpo, a extração de flores do campo e o artesanato são, até esta data, fontes de renda para boa parte de sua população. A extração de flores do campo, de acordo com o ex-presidente da ACID – Associação Comercial e Industrial de Diamantina, Juscelino Roque, apesar de não ser levada a sério pela comunidade, é responsável por significativa geração de renda. As outras atividades econômicas hoje desenvolvidas na cidade são: extração de

minerais metálicos, extração de minerais não-metálicos, fabricação de produtos alimentícios e bebidas e fabricação de produtos têxteis (IBGE, 2004).

A cidade possui dois hospitais, com duzentos e um leitos (SUS) e, em 2003, treze hotéis (ABIH). As instituições financeiras que operam no local são: o Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal, o Bando Itaú e o Bradesco (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2000). No ano de 2000, os setores econômicos empregavam os seguintes números de pessoas: agropecuário: 2.138; industrial: 4.371, comércio de mercadorias: 2.709 e no setor de serviços: 7.557 (DIAMANTINA, 2005)⁴.

O clima é ameno, com temperaturas variando entre máximas de 24° C e mínimas de 13° C. Existem 44.260 pessoas residindo em Diamantina, segundo o censo de 1° de agosto de 2000.

Na tabela 1 é apresentado o Produto Interno Bruto (PIB) de Diamantina, a preços correntes que tem os seguintes valores:

Tabela 1 – PIB de Diamantina

Ano	Agropecuário	Indústria	Serviço	Total Unidade R\$
1996	2.948	13.601	33.685	72.226
1997	3.619	14.620	64.855	83.094
1998	2.908	16.547	70.207	89.662
1999	3.295	17.637	72.113	93.045
2000	3.476	20.625	86.285	110.388

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP) - Centro de Estatística e Informações (CEI), 2000.

Outros dados sobre o ICMS e o PIB de Diamantina são mostrados na tabela 2 abaixo:

Tabela 2 – PIB e ICMS de Diamantina – 2000 a 2003

PIB			ICMS								
ANO	A preços correntes (1 000 R\$)	Per capita (R\$)	Agronegócio	Agron (%)	Indústria	Ind (%)	Comércio	Com. (%)	Serviços	Serv. (%)	Total
2000	105.420	2.382	618.402	47,57	42.478	3,27	625.720	48,13	13.425	1,03	1.300.025
2001	109.754	2.480	779.128	45,82	50.341	2,96	853.257	50,18	17.650	1,04	1.700.376
2002	116.491	2.633	710.288	41,36	56.114	3,27	932.361	54,29	18.765	1,09	1.717.528
2003	130.590	2.952	589.376	36,42	57.585	3,56	950.541	58,74	20.768	1,28	1.618.270

Fonte: BDMG – Banco Desenvolvimento de MG/ 2003

⁴ Fonte: disponível no site www.diamantina.com.br. Acesso em 20/12/05

5.2. HISTÓRICO DE DIAMANTINA

A ocupação do território se deve ao grande surto minerador que ocorreu naquele local. A bandeira de Fernão Dias Paes Leme foi provavelmente a primeira a atingir e pesquisar o rio Jequitinhonha à procura de prata e esmeraldas, por volta de 1678. Entretanto, o descobrimento de riquezas minerais nesta região, denominada pelos indígenas de Ivituruí (montanhas frias) e rebatizada pelos aventureiros brancos de Serro Frio, só iria verificar-se anos mais tarde, já em princípios do século XVIII (1702), pelos bandeirantes Antônio Soares e Manuel Corrêa Arzão, responsáveis pela fundação de diversos povoados na área (REVISTA SAGARANA, 2005).

Foi um desses grupos, liderado por Jerônimo Gouvêa, que, no ano de 1713, lançou as bases do arraial do Tijuco. Partindo do Serro Frio em direção norte, a bandeira acompanhou o curso do rio Jequitinhonha desde sua cabeceira até atingir a confluência do córrego Piruruca e o rio Grande. Aí, nas encostas e nos cursos de água, descobriu-se grande quantidade de ouro. No processo de exploração, constatou-se ser o vale do Tijuco, pequeno afluente do rio Grande, de água escura e lamacenta – tijuco, em tupi-guarani - a área mais rica. Ali se fixaram, os primeiros moradores, no lugar chamado Burgalhau, que teve seu crescimento após a descoberta dos diamantes nas suas proximidades, nos anos vinte do século XVIII.

Os primeiros diamantes, encontrados junto às lavras do córrego de Morrinhos, entre os anos de 1719 e 1722, foram, por algum tempo, explorados e comercializados sem a participação e o controle da Coroa Portuguesa. Para burlar a fiscalização da Metrópole, os governantes mantiveram silêncio sobre a descoberta das pedras durante período suficiente para acumular alguns lotes de diamantes. A situação ficou bastante complicada quando alguns aventureiros chegaram à região, motivados pelas informações sobre as pedras preciosas. Assim, em 1729, o governador Dom Lourenço de Almeida foi obrigado a comunicar oficialmente à Coroa Portuguesa, a existência dos mesmos. (HOJE EM DIA, 2002).

Foram adotadas algumas medidas severas com o objetivo de assegurar o monopólio da produção para Portugal. Transformado em centro do Distrito Diamantino, governado sob um regime especial e isolado dentro do conjunto da capitania de Minas Gerais, o arraial

adquiriu formas que o diferenciaram bastante das demais vilas mineiras dessa época, tanto na sua organização social, como na organização econômica e política.

A criação da Intendência dos Diamantes, em 1734, veio dar uma ordem à região diamantina, com o estabelecimento de um regime próprio e especial dentro da organização da colônia, altamente fiscalizador e rígido, exemplo maior da arbitrariedade e repressão da dominação portuguesa no Brasil. Com os limites bem definidos, abrangendo a única área permitida de exploração das jazidas diamantíferas e circundando o arraial do Tijuco, o Distrito, controlado por um Intendente dotado de poderes absolutos, se achava impedido de ter livre contato com o restante da capitania.

A partir de 1771, encerrando-se o sistema de contrato, vigente desde os anos trinta do século XVIII, a Coroa passou a explorar o diamante por conta própria. Instalou-se a Real Extração, junta administrativa incumbida dos serviços e lavras diamantinas, também com poderes absolutos e com um único instrumento legal – o Regimento dos Terrenos Diamantíferos – contido no Livro de Capa Verde, cujas características deram continuidade e mesmo acentuaram a arbitrariedade e opressão da política dos tempos dos contratadores. As determinações de Portugal, reunidas neste livro eram aplicadas com mão de ferro pelos intendentes, que, a partir de ordens vindas de Portugal, procuravam regular e fiscalizar a extração das lavras.

A elevação do arraial do Tijuco à categoria de vila, em 1831, com a nova denominação de Diamantina, contribuiu significativamente para o enriquecimento do poder arbitrário e ilimitado dos intendentes, uma vez que se viu rompido o isolamento da região. Este fato determinou a presença de uma nova autoridade representada pela Câmara dos Vereadores.

Um novo fluxo de crescimento na produção de diamantes ocorreu após o franqueamento das lavras, mas este teve curta duração, caindo de novo consideravelmente em fins do século XIX, com o descobrimento de gemas na África do Sul, em 1867 e que se tornou forte concorrente de Diamantina no mercado europeu. Apesar disso, vários serviços de lapidação de diamantes se instalaram no antigo Tijuco na segunda metade daquele século XIX, quando também começaram a se organizar as primeiras companhias estrangeiras de mineração mecanizada na área, as quais, embora de atuação apenas temporária, representaram um esforço de reerguimento da atividade. Mais modernamente, outras empresas têm se esforçado com o mesmo objetivo, persistindo, ao lado das mesmas, a

presença tradicional dos garimpeiros, principalmente nas lavras superficiais, que dispõem técnica e maquinaria mais sofisticadas.

De acordo com o artigo publicado na Revista sobre Diamantina editada pelo Jornal Hoje em Dia, de maio de 2002, outro aspecto que sempre distinguiu Diamantina, dentre as outras cidades da capitania desde a época do arraial do Tijuco, foi o apuro de uma vida social marcada pelo refinamento dos costumes e os gostos e padrões de cultura de sua gente. A concentração de poder e riqueza em mãos de uma parcela privilegiada da população, aquela que exercia os altos postos da administração nos negócios dos diamantes, favoreceu a formação de uma elite altamente requintada, como não houve outra nos quadros da sociedade colonial mineira.

Além da vida mundana, a pompa e refinamento sociais do Arraial ficaram gravados também no teatro, nas festas religiosas, na arte da pintura e da arquitetura das igrejas, no grande número de estudantes que enviou para a Universidade de Coimbra e, sobretudo, na música. Com a decadência econômica devida ao esgotamento das minas de diamante ganharam força a agricultura de subsistência e a indústria têxtil. A fábrica de tecidos Biribiri, fundada por Dom João Antônio dos Santos, primeiro bispo de Diamantina, surgiu para oferecer oportunidades de trabalho no auge da crise da extração (REVISTA SAGARANA, 2005).

O declínio da mineração do diamante, porém, não tolheu a índole culta, alegre e hospitaleira da gente local, que ainda conserva seu temperamento descontraído e sensível à arte e às coisas do espírito. Do período dos diamantes, o maior legado deixado foi a diversidade cultural de um povo surgido da miscigenação entre negros, brancos e índios nativos.

Hoje, as vilas e povoados que nasceram em torno da área diamantina constituem-se em municípios com imensa potencialidade turística. Além da herança arquitetônica dos séculos XVIII, XIX e da primeira metade do século XX ainda visível, espalham-se pela região, rios caudalosos e límpidos, inúmeras cachoeiras, grutas com inscrições rupestres e fontes de águas quentes. A partir da natureza, da história e da cultura do local, é que vai surgir a ação transformadora do turismo, como importante alternativa econômica (REVISTA SAGARANA, 2005).

Assim, desde 1997, quando foi considerada pelo Ministério da Cultura e pela Embratur, modelo de turismo cultural para o país, Diamantina vem lapidando, com afinco, esta histórica vocação. “O boom turístico de Diamantina foi durante a campanha junto a UNESCO” afirma Regina Mariti, proprietária da Pousada dos Cristais. Apesar do município não contar com estatística oficial do fluxo turístico, é possível avaliar o peso da campanha depois da outorga do título de Patrimônio Cultural da Humanidade.

Nos dois anos seguintes, ao longo desta campanha que lutava pela inscrição de seus acervos arquitetônicos e culturais na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO, vitoriosa em 1999, o turismo cultural encontrou, na tradicional musicalidade diamantinense uma de suas expressões mais criativas. Do projeto Diamantina Musical, que se realiza com sucesso desde 2000, constam a Vesperata, o Circuito dos Corais, o Encontro Musical Lobo de Mesquita e o Encontro de Serestas. E, se, por um lado, este projeto potencializou a plena manifestação da sensibilidade cultural de um povo, por outro, mostrou também que a música pode se transformar em forte instrumento de desenvolvimento econômico e social.

Dentre os eventos culturais que fazem parte do projeto Diamantina Musical, destacou-se a Vesperata, exemplo da musicalidade sempre presente na cidade.

5.3. A MUSICALIDADE EM DIAMANTINA

A tradição musical portuguesa, bem como a do próprio negro africano e a nostalgia provocada pelo isolamento nas montanhas do interior do país são algumas das explicações que alguns historiadores estabelecem para a presença marcante da música em todo e qualquer acontecimento social, desde a formação do Tijuco (FERNANDES & CONCEIÇÃO, 2003).

Ainda de acordo com os autores, esse costume atravessou os séculos, razão pela qual, até os dias atuais, em Diamantina, a música se faz presente em todos os rituais de passagem da vida das pessoas – nascimentos, batizados, aniversários, noivados, casamentos, formaturas – tornando-se enfim, elemento indispensável nas manifestações sociais em geral.

Fator de relevância, entretanto, para a compreensão da musicalidade no Arraial do Tijuco, encontra-se no interior das Ordens Terceiras e das Irmandades. Por serem associações que vinculavam sua ação à assistência social e espiritual, disseminaram-se e perenizaram-se no interior do tecido social mineiro (BOSCHI, 1986).

No arraial do Tijuco, no século XVIII, proliferou um ethos urbano, onde a religiosidade, em sintonia com a Capitania, manteve-se leiga e distante dos austeros princípios e rigores da contra-reforma européia. O quadro religioso leigo provocou certo afrouxamento das tensões moralizadoras do clero regular. Por causa disso, as irmandades puderam contratar livremente seus músicos e celebrar seus rituais. Foi possível estabelecer um sistema cultural com maior tolerância. Segundo Fernandes & Conceição (2003) in Láuar (2001), Curt Lange, musicólogo alemão, ao empreender, no Brasil, estudos referentes às artes em geral, descobriu, em 1944, documentação preciosa referente a uma extraordinária atividade musical em Minas Gerais, no século XVIII.

Em sua pesquisa em Minas Gerais, ele constatou a presença de cerca de cento e vinte músicos permanente e profissionalmente livres no Arraial do Tijuco, pertencentes a uma espécie de corporação, associação ou grupo que respondia a um chefe ou regente.

Cada instituição religiosa criada promovia uma festa dedicada ao dia de seu santo de devoção. Além destas festas e suas procissões, o calendário litúrgico era vasto, com suas

ladainhas, novenas, trezenas, tríduos e missas cantadas. Havia ainda as procissões maiores como os cortejos da Semana Santa, Corpus Christie e Santíssimo Sacramento. Em todas estas ocasiões, encomendavam-se músicas aos mestres de ofício. No Tijuco, não se fazia, por essa razão, música por amadorismo. A música era um ofício, uma profissão que podia ser desenvolvida com segurança, sem a necessidade de se procurar outro trabalho que exigisse dedicação complementar. Nesta época, no Arraial do Tijuco, era comum serem ouvidas peças de mestres europeus da época, com Haydn, Mozart, Vivaldi e Handel (FERNANDES & CONCEIÇÃO, 2003).

Láuar (2001), em sua tese de doutorado, afirma que, além da música européia, os músicos do Tijuco compunham ladainhas e outras músicas para as festas religiosas, reais ou para pequenas reuniões em casas de família. Pela documentação pesquisada nesta tese de doutorado, percebe-se o prazer que aquela gente tinha fazendo música. Essa qualidade musical estendeu-se aos séculos XIX e XX, extrapolando as fronteiras de Diamantina.

Em 1863, foi eleito Bispo da Diocese de Diamantina, o cônego João Antônio dos Santos. A cidade passaria a ser afetada a partir desta data, pela ação do clero regular. Como líder empresarial, D. João comandou as iniciativas de instalação das manufaturas fabris algodoeiras na cidade. Ele foi sócio da Santos & Cia., fábrica aberta em Biribiri, conforme já comentado neste texto. As mudanças na economia, claramente percebidas neste novo contexto, influenciaram a produção cultural diamantinense. Os músicos profissionais das Irmandades, próprias do século XVIII, vão, paulatinamente, tornando-se amadores ao longo do século XIX. O Bispado, agora centralizador, se pautava pelo caráter formativo racional do homem. Interessava muito mais a construção de uma ordem moralizadora dos costumes, a construção de uma Igreja Romanizada, centralizada em torno da autoridade papal. Essas ações modernizadoras acarretaram o esvaziamento das Irmandades e consequentemente inviabilizaram sua capacidade financeira de continuar contratando músicos profissionais. Essa atividade foi então se tornando escassa, amenizada mais tarde com o advento das bandas independentes. Os músicos passaram a ser semiprofissionais, dividindo sua sobrevivência com outras atividades profissionais. No entanto, cabe esclarecer que a musicalidade de Diamantina não foi ofuscada. Legatária de um vasto e rico passado musical, a cidade ofereceu aos seus músicos, condições para compor e praticar músicas de excelente qualidade. Esta invadiu o teatro, os cinemas, os clubes, os piqueniques, as zonas boêmias. Formaram-se orquestras e corais. Os carnavais e as

serenatas preencheram os becos e inundaram as ruas e vielas (FERNANDES & CONCEIÇÃO, 2003).

5.4. A VESPERATA

Historicamente, as bandas de música foram criadas para que seu ritmo marcial pudesse incitar os guerreiros e encorajá-los para as batalhas. Assumiram, com o tempo, um caráter de adestramento ritmando os movimentos das tropas numa cadência uniforme.

No Brasil, o desenvolvimento das bandas acelerou-se no início do século XIX, no Rio de Janeiro, durante o reinado de D.João VI. Nesse período, as bandas modernizaram-se e passaram a exercer outras funções, distanciando-se do seu conteúdo original guerreiro. Dentre estas funções, destacou-se a de se tornar uma maneira de capacitar o músico aprendiz. Essa necessidade da prática do ensino musical se fez premente em Diamantina, onde era possível ao músico tê-lo por profissão, apesar do mercado de trabalho ser cada vez mais concorrido e amador (FERNANDES & CONCEIÇÃO, 2003).

Ainda segundo os autores, na cidade existiam várias bandas rivais entre si. Dentro deste emaranhado de bandas, maestros e compositores, destacou-se o maestro João Batista de Macedo. Tinha o apelido de Piruruca porque morava em um sítio nas margens do córrego do mesmo nome. Além de nascer em um ambiente fecundo, propício ao desenvolvimento musical, no ano de 1857, possuía também um dom para a arte de composição musical. Já adulto, mudou-se para Ouro Preto onde iniciou carreira no Corpo Militar da Província, assumindo a cargo de chefe da Banda de Música. Em 1890 foi nomeado Alferes Mestre de Música da Banda Policial do Estado de Minas Gerais.

Nesta ocasião, as bandas de música já haviam se tornado parte integrante do cenário cultural das cidades do interior. Exerciam a função social de concorrer para a educação artística da população, por meio de ações de caráter comunitário. Em Diamantina, as bandas existentes, inclusive a Banda Militar passaram a oferecer retretas – audição popular de uma banda musical nos coretos, jardins ou em praças públicas, que eram executadas principalmente defronte ao prédio da Câmara (MOURÃO, 1971).

João Batista de Macedo, maestro, nesta época, da Banda do 4º Corpo Policial, já em Diamantina, começou a inovar durante a execução das retretas, executadas nas tardes vesperais. Dividia a Banda Militar em três partes, colocando o corpo principal no coreto da Praça da Sé; uma segunda turma ficava na grade da Rua Direita e uma terceira, em frente à

entrada principal do prédio da Câmara. Passou a destacar os solistas, utilizando as sacadas das janelas dos sobrados estabelecidos nesta praça (NEVES, in CONCEIÇÃO, 2003)⁵.

Uma música específica possuía uma linha de composição que o inspirou a destacar os blocos de solistas nas sacadas e janelas dos casarões da antiga praça, para executá-la. Sua partitura foi localizada no arquivo da Banda de Música do 3º Batalhão da Polícia Militar, em Diamantina e no arquivo da Sociedade Musical Senhor Bom Jesus de Matosinhos, em Ouro Preto. O nome registrado nos manuscritos encontrados é italiano: “La Mezza Noche”, autoria de M. D. Carline. Essa música é uma fantasia, cuja melodia sugere uma situação bastante parecida com um sistema de pergunta e resposta, como se os músicos estivessem praticando uma provocação musical, com destaque, sobretudo para os trompetes, trombones e bombardinos. A atitude do Maestro Piruruca, em destacar os solistas nas sacadas foi proporcionada pela melodia desta música. (FERNANDES & CONCEIÇÃO, 2003).

A disposição peculiar dos músicos, separados em blocos pelos sobrados da cidade, foi sendo repassada entre os maestros que assumiram a regência da Banda Militar. A partir da década de 1940, porém, a tradição foi perdendo o seu charme, até se desvanecer. Estas mudanças de deram em virtude da reforma urbana ocorrida em Diamantina e do surgimento de novas oportunidades de lazer para a população da cidade, como a criação de clubes e sociedades de entretenimento. Apesar da experiência ter atravessado décadas e dos maestros desta Banda terem utilizado, de diversas formas, as sacadas dos sobrados para a interpretação da “Mezza Noche”, as apresentações foram acontecendo com uma frequência cada vez menor devido também ao seu extenso calendário das bandas.

Estas se apresentavam nas comemorações de todas as datas cívicas e na maioria das festas das Irmandades das inúmeras cidades que compunham a área de jurisdição de Diamantina, se ausentando da cidade sistematicamente. Apesar da execução cada vez mais rara da Mezza Noche, essa composição foi ouvida até meados de 1960.

Com a tradução do nome da música para o português, “Meia Noite”, ao que tudo indica, a população diamantinense vinculou o fascínio exercido pela sua execução, aos imperativos

⁵ NEVES, José Teixeira in CONCEIÇÃO, Wander. Anotações de Cadernetas. Índice Música. CX 7. Envelope 7, fls. VIII. Diamantina: Pimenta, 2002.

dos cânticos de louvor em regozijo ao Senhor, em seu sentido angelical e celestial. O anjo é o ser espiritual que exerce o ofício de mensageiro entre Deus e os homens. O fato que se deve destacar é que, a linha de composição da música oferecia a possibilidade de enfatizar a provocação musical e que esta tradição foi mantida nas retretas militares. Os ouvintes aguardavam a execução da música Meia Noite, que era tocada no final da apresentação da Banda Militar.

Diamantina, depois de negado pela Unesco o título de Patrimônio Cultural da Humanidade em 1997, seus políticos e suas personalidades mais proeminentes formaram uma Comissão destinada a montar um dossiê sobre o município que deveria ser, novamente, apresentado à entidade. Um dos principais membros desta Comissão foi o historiador Monsenhor Walter de Almeida, que, entre outras coisas, retirou do esquecimento a memória dos chás vesperais e dos saraus em Diamantina. Entre as inúmeras observações que ofereceu à Comissão por Diamantina Patrimônio Cultural da Humanidade, destacou aquelas relativas às reuniões musicais no seio das famílias diamantinenses, originadas na tradição inglesa de se tomar chá nos finais de tarde. Estas reuniões estendiam-se aos rituais dos saraus praticados durante as noites. Monsenhor Walter de Almeida afirmava que as tardes em Diamantina eram verdadeiras tardes vesperais. Utilizava o termo vespéral com o sentido de espetáculo, de concerto, por causa da qualidade e requinte da musicalidade em Diamantina.

Sendo a música, o elemento cultural, herança portuguesa, que evidenciava com perfeição a continuidade dos costumes europeus no mais longínquo local do ocidente, em regiões áridas, pedregosas e estéreis, colaborando para o entendimento de ser Diamantina a mais portuguesa das cidades edificadas nos trópicos, Monsenhor Walter de Almeida sugeriu a alguns membros da Comissão, a volta da Banda para as sacadas, como atração cultural a ser recuperada e oferecida dentro do contexto que se delineava. Essas apresentações seriam realizadas para entretenimento das autoridades que haviam aumentado o fluxo de visitas à cidade, como forma de demonstrar a riqueza de nossa herança musical. (FERNANDES & CONCEIÇÃO, 2003).

Enfim, o nome Vesperata para este evento, é uma adaptação do termo vésperas, da mesma forma que as matinas, que antecedem habitualmente as missas das almas, adaptou-se o termo matinada ou das serenatas – canção trovadoresca – adaptou-se o termo serenata.

Vesperal, segundo Ferreira (1995), é um termo relativo à tarde; festa, diversão, concerto, espetáculo realizado pela tarde, ou melhor, no início da noite, quando da chegada da estrela Vésper.

Nos dias atuais, a Vesperata se consolidou como um evento cultural turístico capaz de gerar fluxos constantes de turistas, ganhando cada vez mais prestígio. No ano de 2005, passou a ser realizada duas vezes por mês, no período de março a outubro. A escolha destes meses se deve à estação do ano que menos chove, pois o evento é realizado em praça pública e assim são evitados cancelamentos frequentes. Este sucesso pode ser comprovado pelas inúmeras notícias encontradas em jornais de circulação estadual, revistas e sites da internet sobre turismo.

Marília Mendonça, do Jornal Pampulha diz em seu artigo “que é difícil andar pelas ruas da cidade e não encontrar alguém dedilhando o violão”. Mas irresistível mesmo é o ar festeiro que toma conta da cidade no período de março a outubro com as Vesperatas.

Na Rua da Quitanda, as janelas dos casarões coloniais são ocupadas por músicos da Banda Mirim e da Banda da Polícia Militar. Um desfile de clássicos é interpretado com destreza pelos músicos. Sucessos nacionais ganham roupagem nova. O local, ainda que inusitado, dá o charme ao evento e propicia uma excelente qualidade acústica (JORNAL PAMPULHA, 2005).

Já Paulo Leonardo, editor do Hoje em Dia comenta que “do alto das sacadas e janelas dos casarões centenários, as Bandas Mirins e da Polícia Militar se apresentavam e lá embaixo, no meio do público embevecido, dois maestros se revezavam na regência” (JORNAL HOJE EM DIA, 2005).

Paulo Campos do Jornal O Tempo, relata que “na Vesperata, a imagem mais comum são as ladeiras da Rua da Quitanda lotadas de gente, mesinhas nas calçadas... O espetáculo segue noite adentro empolgando turistas que, aplaudindo entusiasmados, podem bis” (JORNAL O TEMPO, 2005).

No site de Diamantina, aparece a seguinte informação: apesar de pequena, a cidade é bem preservada tanto em suas ruas quanto em seu centro... Aproveite as atividades culturais.

Vem dos casarões do centro histórico um dos eventos culturais mais característicos e charmosos de Diamantina – a Vesperata – um espetáculo imperdível pela originalidade e beleza com que é feito. (DIAMANTINA, 2006)⁶.

Além de suas apresentações habituais, este evento é realizado para ocasiões especiais que têm como sede a cidade de Diamantina. Foi o caso da abertura do 32º Festival de Inverno de 2005 realizado pela UFMG. Assim, a noite da abertura deste Festival foi animada pela Vesperata, com os regentes no meio da rua e os músicos espalhados pelas janelas e sacadas dos casarões da Rua da Quitanda (UFMG, 2005)⁷.

Nas comemorações da Semana JK houve o lançamento do projeto Diamantina Musical 2004/2005. Nesta ocasião o governo de Minas entregou a comenda Medalha Presidente Juscelino Kubitschek a pessoas e entidades de destaque no cenário político e empresarial mineiro. À noite, a abertura oficial da temporada foi presidida pelo ministro do Turismo Walfrido dos Mares Guia, abrilhantada pela Vesperata. O público se entregou ao evento que lotou a Rua da Quitanda. O ministro afirmou que o Festival é um fator de atração turística e serve para melhorar o desempenho da cidade e da região e que o Ministério apóia eventos que trazem desenvolvimento econômico (DIAMANTINA, 2005)⁸.

Assim, com os músicos dispostos nas sacadas dos casarões antigos e os maestros regendo as bandas no meio dos inúmeros turistas que ficam em mesas dispostas ao longo da rua da Quitanda, o evento Vesperata tornou-se o principal emblema da vocação musical de Diamantina.

⁶ Fonte: site disponível em <http://city10.com.br/turismo/diamantina.htm>. Acesso em 22/01/2006.

⁷ Fonte: site disponível em <http://www.ufmg.br/boletim/boll284/pag4>. Acesso em 14/11/2005.

⁸ Fonte: site disponível em <http://diamantina.com.br/mostranoticia>. cfm código = 393. Acesso em 14/10/05.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

6.1. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS COM REPRESENTANTES DO “TRADE TURÍSTICO” DE DIAMANTINA

Através das entrevistas realizadas com os atores selecionados conclui-se que a Vesperata é importante para a cidade de Diamantina e detectam-se os impactos causados por sua realização. Assim, de acordo com os pontos comuns encontrados nestas entrevistas, pode-se auferir que, apesar de ser um evento antigo, suas apresentações para a comunidade tinham praticamente desaparecido. A Vesperata foi reconduzida ao público, juntamente com outras manifestações culturais do município, em função da campanha da cidade para a obtenção do título de Patrimônio Cultural da Humanidade junto a UNESCO.

Todas as vezes que os responsáveis pela campanha levavam algum político ou autoridade para conhecer Diamantina com o intuito de obter seu apoio, a Vesperata era apresentada porque, dentre todas as outras manifestações culturais da localidade, era a que tinha mais brilho. O evento caiu no gosto da população e dos convidados que dela participavam. Estes encontros com políticos e demais autoridades eram acompanhados, em sua maioria, por repórteres, que os divulgavam, como sempre, em prol da campanha. Em decorrência, a Vesperata também aparecia na mídia. Foi em função desta e da propaganda que se denomina “boca-a-boca” que o evento foi se tornando conhecido. Mas, o que marcou o início de seu grande sucesso foi sua exibição em homenagem ao então governador de Minas Gerais, Newton Cardoso. Nesta ocasião o evento foi filmado e depois exibido pela Rede Minas. A partir daí, a atração do público pelo evento começou a crescer.

Este aumento da demanda turística em torno do evento foi percebido por alguns empresários do trade turístico de Diamantina que se uniram em torno de uma associação, que já existia, mas que nesta época se encontrava inoperante.

Assim, a ADELTUR – Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo começou um novo ciclo de vida. Na atualidade, é a ADELTUR e a Prefeitura os responsáveis pela operacionalização e comercialização deste evento.

Dentre seus associados estão treze pousadas envolvidas com a hospedagem dos turistas que chegam a Diamantina através dos pacotes turísticos para a Vesperata e os quatro restaurantes e bares localizados na Rua da Quitanda que servem os participantes durante a apresentação das bandas. Além destes, outros três restaurantes, que se localizam nas proximidades são também associados e, nos pacotes turísticos, são as únicas opções de almoço oferecidas aos turistas, que recebem da operadora um tíquete valendo a refeição. É óbvio que o turista pode optar por outro restaurante, mas este tem que ser pago à parte, pois não faz parte do pacote. Algumas lojas de artesanato e souvenirs também fazem parte da ADELTUR.

Esta associação, segundo os entrevistados, tem o mérito de ter acreditado na potencialidade da Vesperata e bancou suas apresentações até que o evento se tornasse auto-suficiente. O pagamento das despesas de sua realização era proveniente da arrecadação da mensalidade dos associados. Atualmente, o montante recebido pela venda das mesas paga todas as despesas da Vesperata incluindo as bandas e o aluguel das sacadas das casas localizadas na Rua da Quitanda. Os hotéis, pousadas, restaurantes e bares ganham com o consumo das refeições e com a hospedagem dos turistas. As mensalidades pagas a ADELTUR são agora utilizadas para promover outros grupos culturais existentes na cidade.

A Vesperata pode também ser apresentada fora das datas estabelecidas no calendário de eventos da cidade. Isto acontece quando uma empresa ou uma instituição promove, por exemplo, um congresso ou uma convenção e desejam uma apresentação exclusiva para seus participantes devendo arcar com todas as despesas de sua realização.

No tocante a operacionalização da Vesperata, a Prefeitura de Diamantina, através da Casa da Cultura, é responsável pela cessão do local, pela logística do evento como o fechamento da Rua da Quitanda ao tráfego, pela segurança, limpeza e fiscalização do evento. É também responsável pela aprovação das normas de conduta que regem a organização da Vesperata evento. Estas são criadas por uma comissão formada por um representante do segmento de hospedagem, um do segmento de alimentos e bebidas, um das sacadas das casas da Rua da Quitanda, um da Prefeitura e outro das lojas de artesanato.

Porém, a Prefeitura não investe na divulgação do evento. Esta é feita, em sua maior parte, boca-a-boca. O turista que participa do evento o divulga entre familiares e amigos e este é

o maior motivo da atração de turistas com o mesmo perfil e com as mesmas condições financeiras.

Outro agente importante na divulgação e no crescimento da Vesperata são as operadoras turísticas e as agências de viagens que comercializam este produto. O início desta comercialização se deu de maneira inusitada, de acordo com informações colhidas em depoimento de um dos atores, que foi quem percebeu grande potencialidade turística no evento. Este agente estava em Diamantina com um grupo do Lions de Belo Horizonte que fora conhecer o patrimônio arquitetônico e histórico da cidade. Era um fim de semana em que a Vesperata era apresentada. Já em Belo Horizonte, este ator montou uma operadora turística cujo produto de destaque é a Vesperata.

Outras operadoras, sempre atentas ao mercado, perceberam o aumento do fluxo turístico causado pelo evento e passaram também a comercializá-lo. Estas divulgam a Vesperata em Belo Horizonte, no Estado de Minas Gerais, em algumas cidades do Espírito Santo, como Vitória e em São Paulo. Esta propaganda é feita, em sua maior parte, através de matérias pagas e anúncios em jornais de grande circulação. São também enviadas malas-diretas contendo a programação para os seus clientes, para associações e clubes da Terceira Idade.

Os pacotes, que duram três dias, englobam outros atrativos de Diamantina e têm como objetivo o aumento da permanência do turista na cidade. Oferecem, portanto, a Vesperata, concerto nas igrejas, apresentação de corais de jovens e crianças, como a Gente Miúda, city tour de compras, city tour histórico, a venda de produtos típicos e gastronômicos no antigo Mercado Municipal, no sábado pela manhã, dentre outros atrativos.

O crescimento da demanda turística em torno da Vesperata aumentou a percepção dos atores entrevistados em relação à importância dos eventos como atrativo turístico cultural. Sua percepção anterior baseava-se na certeza de que o potencial turístico do município se resumia em sua rica arquitetura barroca, em sua história e ao título de Patrimônio Cultural da Humanidade. De acordo com os depoimentos colhidos, as lideranças da cidade têm, atualmente, consciência de que eventos culturais são fortes atrativos e tentam, junto a Casa da Cultura, a divulgação de outras manifestações do município e de seus distritos. Dentre estes atrativos, a Folia de Reis que acontece anualmente, de 23 de dezembro a 06 de janeiro e que a Secretaria pretende transformar em um grande encontro cultural; o Teatro

de Janela, que são marionetes que têm como palco as janelas dos casarões; a retreta – que é uma banda que toca nos coretos ou em desfile pelas ruas da cidade – o Encontro de Bandas e o Encontro de Corais são alguns dos projetos da Prefeitura de Diamantina. Estes esforços fazem parte da tentativa de estabelecer o que se chama de “Calendário de Eventos” da cidade e que poderia manter o fluxo turístico durante praticamente, todo o ano. Espera-se assim, que estes atrativos possam ter vida própria, ou seja, que eles se tornem capazes de provocar uma demanda turística independente da Vesperata.

6.1.1. IMPACTOS PERCEBIDOS

Através dos dados e informações coletados nas entrevistas chegou-se à identificação de alguns impactos percebidos pelos atores, oriundos da realização da Vesperata.

6.1.1.1. IMPACTOS POSITIVOS

- O aumento de empregos diretos e indiretos, detectados nos setores: hoteleiro, de A& B e nas lojas de artesanato;
- O aumento de unidades habitacionais - UHS nos diversos hotéis e pousadas de Diamantina, principalmente nos ligados ao evento;
- As melhorias feitas nos estabelecimentos comerciais. O evento incrementou ainda as vendas em supermercados, no comércio em geral, nos sacolões e em outros estabelecimentos que vendem para a população local. Com o aumento da renda gerada pelo maior número de turistas, os comerciantes tiveram a preocupação de fazer com que o comércio se tornasse mais atraente e diversificado, melhorando o atendimento e a qualidade dos produtos oferecidos;
- A diversificação nos produtos oferecidos nas lojas de artesanato e de jóias, que além dos produtos de Diamantina, passaram a comercializar artigos das cidades próximas;
- O aumento no horário de funcionamento dos restaurantes, bares, farmácias e lojas de jóias e de artesanato. Em 1999, estes estabelecimentos não ficavam abertos após as vinte e uma horas, como hoje. Este horário beneficia também os moradores da cidade;
- A criação de novos projetos turísticos locais envolvendo outros atrativos musicais culturais que podem alavancar o fluxo de turistas para a cidade. Como a Vesperata é realizada em espaço aberto, os meses chuvosos não podem ser utilizados. Já os novos projetos contemplam a apresentação destas outras manifestações culturais em locais fechados, durante todo o ano. Com isso, podem contribuir com a diminuição da sazonalidade do turismo local;
- A possibilidade de criação de outros eventos ou a união de eventos que já existem na cidade, mas que não têm a mesma atratividade. As operadoras turísticas têm acrescentado as apresentações desses, nos pacotes comercializados, agregando-

lhes valor. São exemplos destas manifestações, as serestas, as serenatas, as retretas, o Café com Arte, no Beco da Tecla, no centro histórico da cidade, que acontece no domingo pela manhã, acompanhado de danças folclóricas como as Pastorinhas e a Feira de Alimentação e Artesanato, no sábado pela manhã, no antigo Mercado Municipal.

Como citado anteriormente, a Vesperata, hoje, é um evento auto-suficiente. Assim, o montante arrecadado pela ADELTUR com as mensalidades dos seus associados forma um fundo de investimentos destinado à promoção de outros eventos culturais de Diamantina. Trabalham em conjunto com algumas entidades que militam pela preservação da cultura musical da cidade, como o Arte Miúda e o Projeto Memória Musical, que têm como objetivo principal, resgatar e divulgar a tradição musical de Diamantina. Este trabalho é realizado principalmente através de encontros dos músicos tradicionais da cidade com os alunos da Arte Miúda para uma troca de experiências musicais entre gerações.

A Vesperata é um evento que a cidade de Diamantina comporta. Portanto, durante suas apresentações não ocorrem, por exemplo, falta de água, queda da energia ou problemas com a telefonia local. Sua realização não é causadora da elevação do custo de vida do residente, como acontece com diversas cidades de veraneio, na alta temporada.

Os aumentos detectados nos aluguéis, nos suprimentos, abastecimento e em outros serviços foram causados pela vinda de inúmeros estudantes para Diamantina que fixaram residência na cidade, aumentando a demanda por estes itens.

O turismo praticado na região é responsável direto pelo surgimento de diversos projetos que têm como finalidade a melhoria da infra-estrutura básica, a segurança e a infra-estrutura de apoio turístico das localidades.

Durante a 13ª Reunião do Fórum Estadual de Turismo, realizada em Diamantina, em dezembro de 2005, foram apresentados e votados cerca de cinquenta projetos turísticos para a região. Dentre eles foram aprovados dois para a cidade de Diamantina, devido ao aumento do fluxo turístico causado por eventos como o carnaval, as apresentações da Vesperata e o Festival de Inverno. O primeiro deles foi o projeto que objetivava implantar o Centro de Atendimento ao Turista e que deverá funcionar de segunda-feira a sábado, de

oito às dezoito horas e no domingo, de nove às quinze horas. Este projeto é uma parceria com a Prefeitura Municipal da cidade através de sua Secretaria de Turismo e Patrimônio, do SENAC e do Circuito dos Diamantes. O atendimento ao público será feito por estagiários selecionados entre os alunos das escolas públicas da cidade, que passarão por um treinamento ministrado pelo SENAC. Um dos objetivos do projeto é o incentivo e valorização da participação da população local no processo de inserção social no turismo. O governo local espera, assim, contribuir para o desenvolvimento da responsabilidade que a população deve ter de ser guardiã dos patrimônios natural, histórico e cultural do município (ESTRADA REAL, 2006)⁹.

O outro projeto contempla o reforço da segurança em Diamantina e em outros treze municípios do Alto do Jequitinhonha e Médio Espinhaço. A falta de segurança causada pelo aumento do fluxo turístico em grandes eventos foi um dos impactos negativos detectados nas entrevistas com os atores selecionados.

Já se encontra em construção o Posto Integrado de Defesa Social, localizado na Praça JK em Diamantina. Este posto será implantado pela Secretaria de Estado da Defesa Social, através da Polícia Militar, da Polícia Civil e do Corpo de Bombeiros Militar, da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais – FIEMG, do Instituto Estrada Real e das prefeituras de Diamantina e Serro. A unidade de defesa social atuará no combate à criminalidade na região e na orientação e auxílio a turistas no trecho (DIAMANTINA, 2006)¹⁰.

A implantação do Posto demandará um acréscimo de efetivo policial, equipamento de comunicação, de informática e de vigilância eletrônica. Para a capacitação do efetivo policial serão realizados cursos de relações interpessoais, ética, comportamento social, direitos humanos, qualidade no atendimento do turista, educação ambiental, introdução ao turismo e hospitalidade e conversação básica de espanhol e inglês aplicada ao turismo. Esta unidade atuará como centro de informações turísticas e como posto de identificação civil para a população regional.

⁹ Fonte: site disponível em <http://www.estradareal.org.cidade.notic/index.asp> – acesso em 26/01/06.

¹⁰ Fonte: site disponível em www.diamantina.com.br – acesso em 22/01/06.

6.1.1.2. IMPACTOS NEGATIVOS

- A não existência de agência de turismo e de receptivo na cidade, que operam com o produto turístico Vesperata. Assim, a maior parte de lucro obtido com a realização do evento não fica na cidade;
- A dificuldade na compra de mesas e convites para a Vesperata pelos moradores da cidade, porque são os proprietários de empreendimentos hoteleiros ligados à sua organização os responsáveis pela sua comercialização. Sua prioridade são os turistas hospedados em seus estabelecimentos. Ficou subtendido que ocorre na hotelaria a prática da “venda casada”, o que é considerado crime previsto por lei no Código de Defesa do Consumidor – Lei Federal 8.078 de 1990, em seu artigo 39, inciso I. Os moradores da cidade não aceitam que a Rua da Quitanda, logradouro público, seja fechada pela própria Prefeitura. Os residentes que quiserem participar do evento têm duas alternativas: ou compram mesas, o que nem sempre é possível, visto que a prioridade dos hoteleiros é o turista ou permanecem nas ruas laterais que dão acesso ao local, atrás das fitas de segurança colocadas pela Prefeitura, com o intuito de conter a entrada dos que não possuem o convite.
- Na opinião de alguns entrevistados, houve uma inversão de valores causada pela realização da Vesperata, no que se refere à motivação dos turistas que viajam para Diamantina.

Antes do evento se tornar famoso, a maioria dos turistas pretendia visitar a cidade pelo título, pela riqueza arquitetônica, pela história, por JK. Atualmente, a maior motivação é a Vesperata e, aproveitando a estada, os visitantes procuram os outros atrativos da cidade. Estes atores temem que, se houver declínio na demanda pelo evento, possa acontecer enorme queda do turismo na cidade.

- As músicas tocadas durante a apresentação das duas bandas fazem parte do repertório da Jovem Guarda, da MPB, além de serem apresentados alguns clássicos internacionais bem ao gosto da terceira idade ou das pessoas de meia idade, que formam o público-alvo do evento. Não há apresentação de músicas do antigo repertório da Banda do Maestro Piruruca, nem mesmo a “Mezza Noche” considerada como a fonte de inspiração do maestro na mudança de posição dos integrantes da Banda. Este legado cultural foi substituído por uma forma

estereotipada de apresentação. O evento não colabora, portanto, na preservação do acervo musical antigo que a cidade possui. O evento, cuja característica principal é a colocação dos músicos nas sacadas dos casarões da Rua da Quitanda enquanto os maestros regem do meio a rua já é apresentado, desde 2005, duas vezes por ano, em versões especiais, na Gruta do Salitre. Este é um lugar que comporta maior número de turistas. Não se levou em conta a característica original da Vesperata, mas a possibilidade de maiores ganhos com o evento.

- Com a percepção de lucro fácil, os proprietários das sacadas dos casarões localizados na Rua da Quitanda, onde se posicionam os músicos das bandas, passaram a cobrar pelo seu uso. Já houve problemas com alguns dos proprietários que quiseram manipular o aluguel destes espaços causando certo estresse nos organizadores, que optaram por excluí-los da apresentação. Esta resolução foi tomada para que não houvesse maior manipulação dos proprietários das sacadas em apresentações futuras.
- A desigualdade social existente na cidade é muito grande e data da época colonial, da exploração das minas de diamantes.

A Vesperata contribui muito pouco para a reversão desta situação. A renda auferida pelo evento não é distribuída equitativamente nas diversas camadas sociais de Diamantina. A maior parte do dinheiro advindo das apresentações da Vesperata fica em poder dos proprietários dos estabelecimentos que fazem a sua comercialização e nas operadoras turísticas que promovem e vendem os pacotes para o evento. Existe na cidade uma tabela de preços denominada pejorativamente “Tabela Vesperata” que é praticada pelos estabelecimentos hoteleiros e de A& B e ainda das lojas de pedras preciosas e de artesanato que fazem parte do “cartel” dos envolvidos neste produto turístico.

- Um aspecto interessante detectado na maioria das entrevistas é a não percepção, por parte destes atores, dos problemas ambientais causados pela Vesperata. Para eles, problemas ambientais são aqueles que causam destruição visível do patrimônio histórico e arquitetônico da cidade. Não têm a percepção de que, o aumento do lixo deixado pelos turistas, o aumento do trânsito e dos gases oriundos dos escapamentos dos carros que trafegam na cidade e a demanda por mais água e energia são também impactos ambientais negativos.

- Outro problema apresentado pelos entrevistados foi o declínio das festividades religiosas de Diamantina, como as Festas do Divino e do Rosário. A maior causa deste declínio, segundo a opinião dos atores envolvidos na pesquisa é a própria Igreja, que coloca uma série de empecilhos para sua realização e também o IPHAN. Estas duas festas são centenárias e sempre atraíram muitos turistas para Diamantina. O papel do “festeiro” – que era o escolhido para organizar as festas – antes muito cobiçado e de grande destaque na sociedade, já não atrai quase ninguém. As últimas festas que aconteceram foram de pequeno porte e voltadas somente para a população local.

A Prefeitura não participa da divulgação destas festividades e a hotelaria, de modo geral, sente ter perdido este público. Algumas autoridades locais já cogitaram em realizar uma apresentação da Vesperata na ocasião da Festa do Divino e do Rosário para atrair mais turistas, mas teme-se, com isto, uma completa descaracterização destes eventos.

Nas entrevistas, constatou-se certa descrença quanto às ações do Poder Público local em relação à Vesperata. A falta de controle na sua divulgação, comercialização e operacionalização do evento foram consideradas falhas graves, pois os atores acreditam que a prefeitura se tornou “refém” dos organizadores do evento. É também uma preocupação a divulgação da Vesperata como um evento cultural artificial para os turistas, sem valor algum para a população local. A mercantilização é uma antiga crítica feita em relação aos efeitos do turismo na cultura e na arte. Eventos culturais e rituais são muitas vezes levados a uma postura de exploração, tornados mais coloridos e mais espetaculares com o intuito de capturar a atenção e a imaginação de uma audiência, do que sua versão original.

Ainda, como crítica ao Poder Público, constatou-se que a Casa da Cultura de Diamantina criou um calendário de eventos do município. O calendário de eventos é uma técnica muito usada como solução para diminuição do problema da sazonalidade vivido por cidades turísticas. O Calendário de Diamantina seria composto pela Folia de Reis, numa tentativa de resgate dos grupos folclóricos existentes na região; pelo Teatro de Bonecos, apresentado nas janelas dos casarões; pela apresentação de bandas locais como a Bartucada, a Batcaverna e a Sapo Seco; pela apresentação de retretas, que eram bandas que se apresentavam nos coretos das praças ou em desfiles pela cidade pelo Encontro de Bandas –

evento que reúne bandas das localidades vizinhas em um Festival e pelo Circuito dos Corais. Mas a Prefeitura não disponibiliza verbas para a organização de nenhum destes eventos exceto o Circuito de Corais e assim gastam-se tempo e esforços para elaborar os projetos dos demais eventos. Estes são enviados ao Ministério do Turismo em Brasília para avaliação e patrocínio.

De acordo com os depoimentos colhidos, quando são aprovadas, as verbas para sua realização não são liberadas em tempo hábil e a Cada da Cultura não consegue manter este Calendário em funcionamento, causando descrédito da população local e dos grupos envolvidos nos eventos. Estes grupos culturais motivados pela falta de reconhecimento e apoio financeiro tendem a desaparecer causando uma perda irreversível de manifestações folclóricas e culturais da região.

Sobre a capacitação de mão - de - obra empregada nos setores que mais se desenvolveram a partir do sucesso da Vesperata, os entrevistados apontaram o SENAC MG e o SEBRAE MG como possíveis parceiros. Entrevistados, os responsáveis pelo SEBRAE MG em Diamantina relataram que trabalham em função dos projetos da Estrada Real a serem implantados na região. Já o SENAC MG informou que oferece diversos cursos de capacitação e atualização nos setores mencionados pelos entrevistados como aqueles que se destacaram por causa da Vesperata. Entrevistados o gerente do SENAC em Diamantina e o Gerente Regional desta instituição, constatou-se, porém, que não há uma demanda pelos cursos oferecidos nestas áreas a partir dos proprietários dos estabelecimentos de hospedagem e restaurantes.

Apesar das reclamações, apontadas nas entrevistas, em relação à qualidade dos profissionais destes setores, os proprietários dos empreendimentos hoteleiros e de A&B não costumam contratar os profissionais que se qualificam. Segundo o gerente do SENAC MG, há evasão desta mão-de-obra qualificada porque o salário pretendido por estes profissionais é maior do que aquele que é pago em Diamantina. Geralmente, as contratações nestes estabelecimentos são ainda por indicação ou parentesco, o que tornam inválidas estas reclamações.

6.2 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM AGÊNCIAS DE VIAGENS

Existem apenas duas agências de viagens em Diamantina. Apesar de não terem sido apontadas como um setor que tenha se desenvolvido a partir da Vesperata, estas foram incluídas na pesquisa por se perceber que este é um segmento importante do trade turístico.

Uma destas agências somente vende passagens aéreas e não quis participar da pesquisa. A outra agência foi abeta por funcionários da empresa Total Linhas Aéreas que, no ano de 2005, operou esporadicamente alguns vôos para Diamantina. Os seus proprietários residem em Belo Horizonte.

Detectou-se na entrevista realizada com seu representante, que o principal objetivo da agência é trabalhar com o turismo aventuras e o ecoturismo na região, possuidora de vários atrativos naturais que permitem a prática destas modalidades turísticas. Seus proprietários iniciaram suas atividades acreditando na consolidação da Estrada Real, da qual Diamantina faz parte e que é um produto turístico capaz de gerar grande demanda para a região.

Para atingir seu objetivo, a agência divulga estes pacotes no site do Descubraminas e para os associados do Minas Tênis Clube, um dos maiores e mais conceituados clubes particulares de Belo Horizonte. Este clube tem tanto associados jovens, adeptos a estas modalidades de turismo como os de terceira idade, público que consome o produto Vesperata.

6.3. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS EM ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS

Um dos setores apontados pelos entrevistados que tiveram expressivo desenvolvimento, decorrente da Vesperata foi o setor de hospedagem. Em Diamantina existem cerca de vinte estabelecimentos hoteleiros. Destes, foram entrevistados onze. O critério de seleção foi a sua proximidade com o local de realização da Vesperata, pois em entrevista com as duas operadoras que comercializam os pacotes para o evento, os dois pontos importantes que elas apontaram para a escolha dos hotéis ou pousadas que fazem parte do pacote foram a qualidade do estabelecimento e sua localização.

Dos onze entrevistados, seis fazem parte do grupo de empresas que são filiadas a Adeltur. Estes seis hotéis e pousadas são os primeiros a serem utilizados pelas operadoras que comercializam a Vesperata. Somente quando estes estão lotados é que são utilizados os outros estabelecimentos. A Adeltur tem treze hotéis ou pousadas associados, mas a maioria deles não fica no centro da cidade ou não têm condições de conforto e limpeza suficientes para hospedar o turista típico da Vesperata que é, em sua maioria, da terceira idade e de padrão sócio - econômico médio.

O quadro 1 mostra os tipos de estabelecimentos hoteleiros pesquisados na cidade de Diamantina

Quadro 1 - Tipos de estabelecimentos hoteleiros entrevistados

Estabelecimento hoteleiro	Hotel Fazenda	Hotel Urbano	Pousada	Chalé	Pensão	Dormitório	Outros
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							

Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina – MG - Guimarães, E.P.

A tabela 3 mostra a variação dos preços das diárias praticadas nos dias comuns e nos dias de apresentação da Vesperata.

Tabela 3 - Preço médio da diária dos estabelecimentos hoteleiros

Empreendimento Hoteleiro	Diária normal (em R\$)	Diária praticada na Vesperata (em R\$)	Diferença entre a tabela normal e a tabela Vesperata (em %)
1	-	-	-
2	60,00	85,00	30
3	25,00	35,00	40
4	30,00	40,00	34
5	60,00	85,00	41
6	100,00	150,00	60
7	40,00	50,00	30
8	30,00	40,00	34
9	110,00*	150,00*	54
10	80,00	100,00	25
11	50,00	85,00	30

Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina – MG - Guimarães,E.P.

* Este estabelecimento somente forneceu o preço de apartamento duplo. O preço de todos os outros é de apartamento solteiro

Pelo resultado dos dados apresentados na tabela 3 nota-se um aumento médio de 34% (trinta e quatro por cento) nas diárias dos hotéis/pousadas entrevistados, na época da realização da Vesperata. Os preços voltam à tabela normal logo após o término da apresentação deste evento. Na entrevista com os donos ou gerentes dos estabelecimentos, a justificativa dada por eles para este aumento é que, como o evento lota praticamente todos os hotéis de Diamantina, os turistas pagam o preço que eles pedirem. No carnaval, que é o evento que mais atrai turistas para a cidade, o critério adotado para o aumento do preço das diárias é o mesmo, apesar do público participante deste evento ser completamente diferente do da Vesperata. Apesar do público ser composto, em sua grande maioria por jovens estudantes, os estabelecimentos conseguem manter o preço alto da hospedagem durante o carnaval, porque nesta ocasião a cidade recebe cerca de trinta mil pessoas e os leitos existentes não são suficientes.

A tabela 4 trata das taxas de ocupação dos empreendimentos hoteleiros entrevistados em Diamantina.

Tabela 4 - Dados e taxas de ocupação dos estabelecimentos hoteleiros

Estabelecimento Hoteleiro	Tempo de existência	Nº de leitos	Capacidade máxima de hospedagem	Taxa média de ocupação (%)	Taxa de ocupação durante a Vesperata (%)	Relação entre Taxa média de ocupação e Taxa de ocupação durante a Vesperata (%)
1	06	16	16	20	40	100
2	03	48	53	40	100	150
3	05	16	16	40	100	150
4	06	50	50	50	70	40
5	06	35	80	40	80	100
6	16	120	180	50	100	100
7	06	23	25	60	80	33
8	01	10	50	30	40	33
9	06	44	44	50	100	100
10	52	27	80	40	65	62,5
11	14	100	120	40	70	75

Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina/ MG - Guimarães, E.P.

Na tabela 4 são apresentados alguns dados sobre o tempo de existência dos estabelecimentos e pode-se notar que 72,7% dos mesmos começaram suas atividades em 2000, na mesma época do aumento do fluxo turístico causado pela obtenção do título de Patrimônio Cultural da Humanidade para a cidade de Diamantina e do aparecimento da Vesperata como atrativo turístico. Somente 27,3% dos estabelecimentos pesquisados têm mais de seis anos de existência.

Nota-se também, nesta tabela, a capacidade máxima de hospedagem de cada estabelecimento hoteleiro, as taxas médias de ocupação de cada um deles em comparação com as taxas médias de ocupação durante a realização da Vesperata.

Na questão “se a Vesperata trazia mais clientes para seu estabelecimento”, 91% dos entrevistados responderam que sim e somente um, ou seja, 9% do total pesquisado respondeu negativamente à questão. Entretanto, este estabelecimento não recebe hóspedes durante a Vesperata porque suas instalações são extremamente simples e não correspondem ao perfil dos turistas que freqüentam este evento.

O quadro 2 revela quais são os meses de maior ocupação dos estabelecimentos hoteleiros entrevistados na cidade de Diamantina

Quadro 2 - Meses de maior ocupação dos estabelecimentos hoteleiros entrevistados

Estabelecimento	jan.	fev.	mar.	abr.	mai.	jun.	jul.	ago.	set.	out.	nov.	dez.
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												

Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina – MG - Guimarães, E.P.

De acordo com os dados do Quadro 2, 100% dos estabelecimentos pesquisados e que responderam ao questionário, o mês de maior movimentação turística em Diamantina é o mês de julho. Neste mês, além das apresentações da Vesperata, acontece o Festival de Inverno, que dura o mês inteiro e cuja programação apresenta inúmeros cursos, palestras, oficinas teatrais dentre outras atividades, atraindo turistas de diversos estados brasileiros, principalmente professores e universitários.

Os meses de realização da vesperata aparecem em 80% das respostas obtidas na aplicação dos questionários. Em especial foram citados por 63,63% dos estabelecimentos, os meses de fevereiro (realização do carnaval), abril (realização da Semana Santa) e maio (feriado de Corpus Christie).

É interessante ressaltar que o carnaval leva cerca de trinta mil pessoas a Diamantina. Em sua maior parte, este é um público jovem que consome menos.

O lucro obtido pelos estabelecimentos é devido ao grande número de pessoas na cidade e não pelos gastos realizados por elas. Já a Semana Santa e o feriado de Corpus Christie levam a esta localidade um público composto de pessoas da meia e terceira idades, em sua maioria. Nestas ocasiões, entretanto, não são realizadas apresentações da Vesperata pois as

festas religiosas devem permanecer como o atrativo que desperta a vontade do turista de conhecer Diamantina. Os líderes da comunidade temem uma inversão de valores entre as festas religiosas e a Vesperata, como já apresentado nesta pesquisa.

Somente um estabelecimento apresentou o mês de novembro e outro, o mês de dezembro (10% das respostas obtidas) como meses de maior taxa de ocupação de suas UHs. Para evitar este problema da sazonalidade existente no que se convencionou chamar de baixa temporada turística e que traz grande prejuízo econômico para a localidade e sua comunidade, a Secretaria de Turismo de Diamantina trabalha para a criação de um Calendário de Eventos. Estes deverão ser realizados no fim do ano para manter inalterado o fluxo turístico para a cidade.

Nesta entrevista, ainda foram questionadas as modificações que foram realizadas nos meios de hospedagem decorrentes da demanda turística ocasionada pela Vesperata. Perguntados sobre quais modificações foram feitas, as respostas foram as seguintes: ampliação do número de leitos (45%); melhorias realizadas nos quartos ou apartamentos como compra e instalação de frigobar, televisores, instalação de ar condicionado ou ventiladores (35%); instalação de TV a cabo (70%); melhorias realizadas na infraestrutura do estabelecimento sem contudo, citar quais foram (57%); melhoria no atendimento (32 %) e contratação de pessoal (25 %) embora não tenham mencionado se este era qualificado ou não. Somente o hotel que respondeu que a Vesperata não havia trazido aumento do número de hospedagens não realizou reforma alguma.

6.4. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS EM ESTABELECIMENTOS DE A&B

O segundo segmento apontado pelas entrevistas foi o de A&B. Dentre os diversos estabelecimentos de alimentação existentes em Diamantina foram descartadas as padarias e lanchonetes. Dentre os onze estabelecimentos que têm condições de receber os turistas que visitam a cidade, foram pesquisados sete. Quatros deles são diretamente ligados ao evento Vesperata, pois estão situados na Rua da Quitanda e são eles que servem as mesas dos participantes.

Dos sete restaurantes entrevistados, seis responderam que este evento trouxe mais clientes para seu estabelecimento, ou seja, 87,5% dos restaurantes têm seu movimento aumentado durante a realização da Vesperata. Somente um deles (14%) respondeu que este evento não traz maior movimento para seu restaurante.

A tabela 5 apresenta o número de mesas encontradas nos estabelecimentos de A&B assim como o número de refeições servidas por eles em diferentes ocasiões: nos dias normais, durante as apresentações da Vesperata e durante os feriados.

Tabela 5. Número de mesas e de refeições oferecidas pelos Restaurantes pesquisados em dias normais, durante a Vesperata e durante os feriados.

Restaurantes Entrevistados	Total de mesas	Refeições /dia	Mesas durante a Vesperata	Refeições durante a Vesperata	Mesas durante Feriados	Refeições durante Feriados
1	25	160	25	350	25	250
2	35	-	65	-	40	-
3	13	48	13	80	13	200 – 300
4	28	-	58	-	28	-
5	18	150	18	300	18	250
6	20	80	20	120	20	160
7	10	20	10	40	10	50

Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina/MG - Guimarães, E.P.

A tabela 6 indica quais foram os aumentos percebidos nos preços das refeições servidas em dias normais, durante os dias em que havia apresentações da Vesperata e nos feriados.

Tabela 6 . Aumento percentual de refeições em relação aos dias normais

Restaurantes Entrevistados	Aumento percentual em relação aos dias normais	
	Durante a Vesperata	Durante Feriados
1	219%	156%
2	-	-
3	167%	521%
4	-	-
5	200%	167%
6	150%	200%
7	200%	250%

Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina /MG - Guimarães, E.P.

A análise dos dados relativos ao número de refeições servidas/dia, apresentadas nas tabelas 5 e 6, mostra claramente que, durante a Vesperata as empresas têm um aumento, em média, de 187% na sua demanda. O aumento do número de refeições servidas diariamente nos feriados prolongados, quando há um fluxo maior de turistas mostra um aumento médio de 238% em relação às servidas no dia-a-dia. Inclui-se nesse item, o carnaval, que, por si só, leva para a cidade cerca de trinta mil pessoas. Conclui-se que a Vesperata é um evento que realmente aumentou o movimento nos restaurantes.

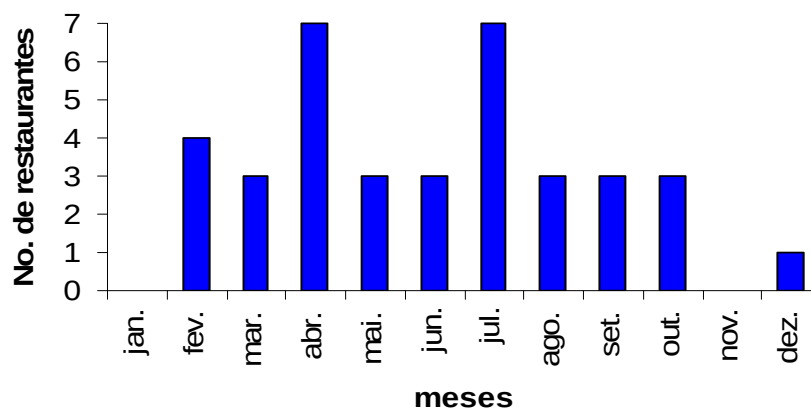
O Quadro 3 apresenta os meses que trazem mais turistas aos restaurantes na cidade de Diamantina. Os meses que mais apresentam movimento de turistas são os meses entre fevereiro e outubro, que é o período onde acontecem as apresentações da Vesperata. O mês de fevereiro é também citado devido ao carnaval, abril pela Semana Santa e julho pelo Festival de Inverno da UFMG.

Quadro 3 - Meses de maior movimento nos restaurantes entrevistados

Restaurante	jan.	fev.	mar.	abr.	mai.	jun.	jul.	ago.	set.	out.	nov.	dez.
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												

Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina – MG - Guimarães, E.P.

No Gráfico1 pode-se inferir o aumento da movimentação dos restaurantes entrevistados, de acordo com os meses. Este mostra que, nos meses de abril e julho, todos os restaurantes pesquisados têm aumento de movimento em seu estabelecimento.



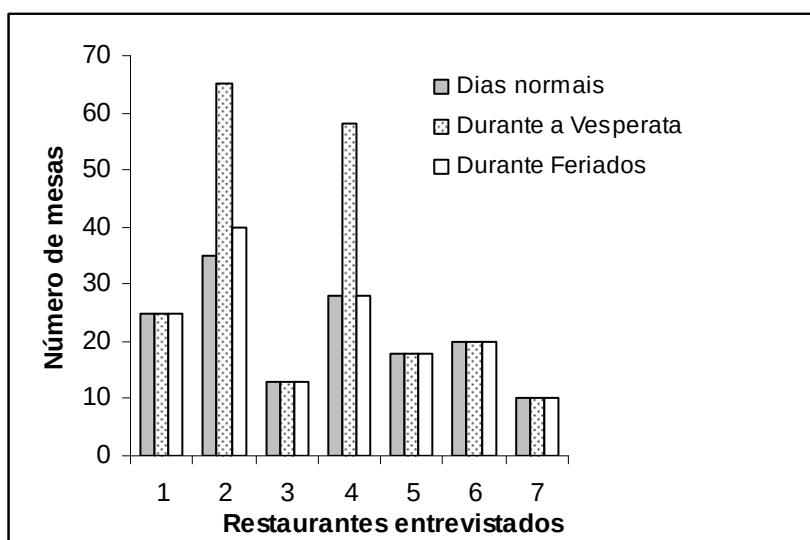
Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina/MG - Guimarães, E.P.

Gráfico 1. Número de restaurantes que têm seu movimento aumentado, de acordo com os meses do ano.

Na avaliação das questões, os restaurantes que não participam dos pacotes oferecidos pelas agências que operam a Vesperata revelam que o evento pouco ou nada acrescentou no movimento de refeições servidas aos turistas. Já os que estão situados na Rua da Quitanda e são os exclusivos no atendimento ao público visitante são os que têm sua taxa de atendimento elevada.

Nas questões abertas onde foi solicitada a opinião sobre a Vesperata, em geral, os entrevistados dizem que consideram - na um produto de grande importância para o comércio e para a cidade.

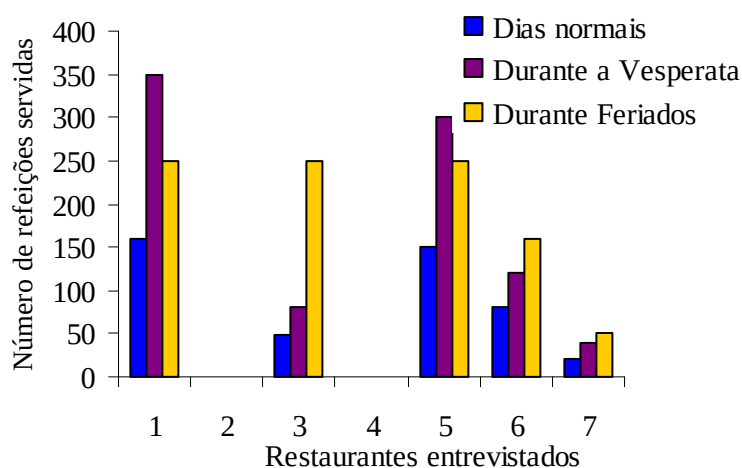
O Gráfico 2 mostra que, durante a Vesperata, o número de mesas praticamente dobra em dois restaurantes.



Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina/MG - Guimarães, E.P.

Gráfico 2. Número de mesas nos restaurantes pesquisados em dias normais, durante a Vesperata e durante feriados.

Quanto ao número de refeições servidas, pode-se observar no Gráfico 3 que, à exceção de dois que não quiseram dar a informação, todos tiveram seu movimento aumentado devido a Vesperata.



Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina/MG - Guimarães, E.P.

Gráfico 3 - Número de refeições servidas nos restaurantes pesquisados em dias normais, durante a Vesperata e nos feriados.

Perguntados ainda, sobre qual setor em seus estabelecimentos trazia mais problemas, 100% dos entrevistados afirmaram que o setor que mais carece de mão-de-obra capacitada é o de atendimento às mesas. 90% dos entrevistados ainda afirmaram que o setor de cozinha

também é carente. O interessante nesta afirmação é que, o SENAC MG instalado em Diamantina oferece cursos de capacitação de garçons e de cozinheiro. Segundo o gerente regional do SENAC, um dos entrevistados nesta pesquisa, não há demanda pelos cursos a partir dos proprietários de restaurantes e hotéis. Apesar das reclamações referentes à qualidade da mão-de-obra nestas duas áreas, quando um funcionário faz um destes cursos, na maioria das vezes, é despedido pois o salário pretendido por eles é maior do que o oferecido na cidade.

Estas pessoas não encontram um emprego que pague bem e geralmente saem da cidade em busca de melhores oportunidades, continuando o problema de carência de mão-de-obra capacitada. As contratações efetuadas nestes estabelecimentos são por indicação ou por parentesco, persistindo o problema do atendimento.

Nas questões abertas, 100% dos entrevistados consideram a Vesperata um evento importante para a divulgação da cidade como um todo e, especialmente, para o crescimento do comércio local. Do total, 25% (dois entrevistados) temem pela decadência do evento, o que traria impactos negativos para a economia local.

6.5. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS EM LOJAS DE ARTESANATOS E SOUVENIRES

Na pesquisa aplicada, o terceiro segmento indicado como beneficiado pela realização do evento foi o comércio em geral, que ganha com as compras efetuadas pelos turistas durante sua estada, especificamente as lojas de artesanato e souvenirs.

Os questionários foram aplicados nas oito lojas desta categoria, localizadas em Diamantina. O artesanato só recentemente passou a representar, no município, uma função de relativa importância econômica. Um de seus itens mais conhecidos são os tapetes Arraiolo, oriundos de Portugal. Sua produção é organizada em moldes de cooperativas e vem ocupando a mão-de-obra feminina antes ociosa, com naturais reflexos sociais.

Mais tradicional e rudimentar é a produção de outros objetos mais simples como artigos de ferro batido, cerâmica, algodão, além de jóias confeccionadas em coco e ouro, de pedras semi-preciosas, características do município. Bonecas de cerâmica do Vale do Jequitinhonha assim com enfeites com as sempre – vivas encontram-se em todas as lojas e são objetos fartamente procurados pelos turistas.

O Quadro 4 identifica os principais produtos artesanais comercializados na cidade. Prevalecem os objetos de cerâmica como potes, santos, enfeites, bonecas do Vale do Jequitinhonha (75%), seguem-se os objetos confeccionados em tecidos, palha e madeira como colchas, estandartes, toalhas de mesa e banho bordadas à mão, bonecos, talhas, quadros e enfeites diversos (50%). Em terceiro lugar, aparecem os objetos em ferro como castiçais, cinzeiros, porta - copos (37,5%) e em último lugar, aparecem os artigos feitos em pedras (12,5%), principalmente as jóias em pedras semipreciosas e os tapetes arraiolos que são objetos mais caros entre os itens comercializados. Os tapetes arraiolo são vendidos, em sua maioria, pela Casa da Cultura que representa a cooperativa das tecelãs.

Quadro 4 - Tipos de artesanatos comercializado em Diamantina

Loja	Tipo de Artesanato							
	Objetos em cerâmica	Tapetes arraiolo	Objetos em palha	Arranjos com sempre-vivas	Artesanato em tecido	Arte em ferro	Arte em madeira	Arte em pedra
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								

Fonte: pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 – Diamantina – MG - Guimarães,E.P.

No Quadro 5 revela-se que 50% das lojas de artesanato e afins têm sua abertura nos anos 2000/2001, correspondendo ao período do início da Vesperata e de sua afirmação como produto turístico. As operadoras que comercializam o evento têm participação efetiva no crescimento desta atividade comercial pois incluem uma visita às lojas no city-tour que oferecem aos turistas.

Quadro 5 - Tempo de existência das lojas de artesanato

Loja	01 a 05 anos	05 a 10 anos	10 a 15 anos	15 a 20 anos	Mais de 20 anos
01					
02					
03					
04					
05					
06					
07					
08					

Fonte: Pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006 - Diamantina/MG. Guimarães, E.P.

Quando perguntados se a Vesperata trouxe maior número de clientes, 75% das lojas responderam positivamente. As duas lojas (25%) que responderam negativamente estão situadas fora do eixo da Vesperata, ou seja, localizadas distantes do local de realização do evento e fora dos passeios direcionados pelas operadoras.

O Quadro 6 revela quais são os eventos que trazem turistas com maior poder aquisitivo e que compram artesanato e produtos afins.

Quadro 6 – Eventos que aumentam as compras de artesanato e afins

Lojas	Vesperata	Festival de Inverno	Carnaval	Semana Santa
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				

Fonte: Pesquisa realizada entre 23 e 25/01/2006- Diamantina/MG. Guimarães, E.P.

De acordo com os dados contidos no Quadro 6, não é somente a Vesperata a responsável pelo aumento das vendas de produtos artesanais e afins em Diamantina. Este evento e o Festival de Inverno, realizado durante todo o mês de julho, foram citados igualmente por 50% das lojas pesquisadas como os eventos que mais promovem suas vendas. Já o carnaval e a Semana Santa foram apontados por 32,5% e 12,5% das lojas, respectivamente.

Nas questões abertas, foi perguntado aos entrevistados o que eles achavam do evento Vesperata e os resultados foram semelhantes aos obtidos nas entrevistas semi-estruturadas realizadas com os atores envolvidos na organização do mesmo. Assim, 100% dos entrevistados considera a Vesperata um evento importante que pode projetar a cidade no cenário turístico nacional e que movimenta vários segmentos do comércio, principalmente, a hotelaria e os restaurantes; 25% dos empresários afirmaram que apesar de fantástico, o evento não beneficia a todos igualmente. Os privilegiados são as lojas localizadas perto do local do evento e que são indicados pelos guias contratados pelas empresas (agências de viagem) que comercializam este produto turístico; 42% sugeriram a necessidade de diversificação, ou seja, acham que a cidade não pode ficar refém de um único evento, pois se o fluxo turístico proveniente da Vesperata diminuir, as empresas que o comercializam podem mudar seu foco de interesse, deixando de operar na cidade e 62% afirma que a Vesperata não é o único produto turístico de excelência da localidade e sugere que os poderes públicos façam uma ação conjunta de marketing visando a divulgação de outros eventos como a Arte Instrumental, conceito nas Igrejas e outras que fazem parte do projeto Diamantina Musical e que se acham relegados a um segundo plano.

7. CONCLUSÕES

Por meio da análise dos dados da pesquisa detectou-se alguns impactos positivos e outros negativos causados pela atividade turística existente em torno do produto turístico Vesperata. Considerando estes impactos, chegou-se à conclusão que a solução para o desenvolvimento turístico local seria levar em consideração, a sustentabilidade.

Para tal, fez-se um exame dos dois termos integrantes do binômio: turismo e sustentabilidade. O primeiro tem seu significado consagrado pelo uso histórico. É ele o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens a lugares distintos de seu contexto habitual, denominados destinos, por um período inferior a um ano, com propósitos de ócio, negócios ou outros motivos (OMT, 2005).

O segundo é um conceito recente surgido concomitantemente à entrada em cena da questão ambiental. A essa definição ampla e formulada desde a perspectiva do viajante ou turista, há de se acrescentar os elementos constitutivos da cadeia do sistema integrado que surge com a dinamização do turismo.

O início dessa cadeia encontra-se nas atividades comerciais na origem, que, por meio e ações de marketing, suscitam e orientam a demanda por viagens e capitalizam o desejo e a disposição do consumidor de visitar um determinado destino. É a formação do que se denomina produto turístico. A partir daí, entram em cena os serviços de transportes que incluem todos os deslocamentos de origem até o destino. Um outro elemento desta cadeia são os serviços de hotelaria e hospedagem além dos serviços da alimentação, e, ao final desta, as atividades de acesso e desfrute, pelo turista, dos atrativos do local escolhido para conhecer. Pode-se comprovar, através dos dados obtidos na aplicação dos questionários que foram os setores citados acima os que mais se beneficiaram com a realização da Vesperata.

Através das informações coletadas na pesquisa conclui-se que o evento em questão é operacionalizado por operadoras turísticas localizadas fora do município. Nos destinos não metropolitanos, os atores envolvidos na atividade turística são, às vezes, provincianos, às vezes, rurais e, na maioria dos casos, não possuem nível educacional para compreender a atividade. Nem sempre eles conhecem os direitos que lhes caberiam nos resultados da

atividade. Nestes destino, os ganhos econômicos oriundos da Vesperata geram benefícios para uma pequena parcela da sociedade e deixam receita pouco expressiva nas arrecadações totais do destino.

Alguns empreendimentos e produtos turísticos formatados comprometem seus locais de destino por causas diversas. Entre elas, podem ser citados os danos causados ao patrimônio histórico e cultural, a depredação do ambiente natural, a poluição excessiva, a falta de segurança e a desorganização das estruturas sócio-econômicas da comunidade. Às vezes, se perdem as culturas locais que formavam parte do patrimônio que suscitava o interesse turístico. Em Diamantina, existem alguns destes problemas causados pelo produto turístico Vesperata, como já evidenciado nos resultados desta pesquisa.

Nesta localidade, a atividade turística desenvolvida em torno do produto “Vesperata” tem sido operada segundo a lógica dos negócios com busca de retorno econômico de curto prazo. Isto pode gerar o comprometimento do ambiente cultural deste destino, o aumento das desigualdades sociais da população local pela apropriação da prosperidade por um pequeno grupo de empresas e o estímulo da dependência econômica da comunidade receptora em relação à comunidade emissora, sem que esta ofereça garantias de longo prazo.

Daí, a necessidade de intervenção do Poder Público para regulamentar a atividade turística. Esta deve se desenvolver sem prejudicar aquilo que é a sua matéria-prima, ou seja, seu patrimônio natural, social e cultural.

Com relação à política econômica deve - se considerar a natureza capitalista da atividade onde a maximização incondicional de lucros pode provocar danos irreversíveis nos locais de destino e às suas comunidades.

No processo de planejamento do turismo devem ser consideradas as ações do governo, a interação deste com o trade turístico e a efetiva participação das representações da população residente nas decisões a serem tomadas. Ao se pensar em planejamento deve – se dar ênfase particular ao fortalecimento institucional do município pois a ele cabe administrar os impactos da atividade turística e aplicar as políticas locais, utilizando parte

das receitas arrecadadas com o turismo para transferência via serviços públicos, a benefícios direcionados à população local.

Seria interessante estruturar os mecanismos institucionais para garantia do controle social da validação e da execução dos planos elaborados, via formação de conselhos e câmara de turismo, além de estabelecer indicativos e respectivos mecanismos para monitoramento das ações e avaliação de resultados e impactos dos planos adotados.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados e informações coletados que permitiram detectar os impactos positivos e negativos advindos da realização de um evento cultural em uma localidade turística possibilitaram a proposição de uma série de considerações que devem ser levadas em conta na elaboração de políticas públicas para a região.

As políticas voltadas à promoção do turismo são, muitas vezes, calcadas em pacotes pré-formatados que favorecem corporações privadas. Este modelo leva à concentração de renda, que é geralmente apropriada pelos grandes centros que exportam seus produtos e serviços para os destinos turísticos. Mas, são nestes que os principais impactos ocorrem..

Alguns passos podem ser considerados quando da realização de um planejamento turístico para estes locais. O primeiro passo diz respeito à natureza das relações entre a atividade turística e seus locais de destino. Na noção tradicional de turismo, essas relações têm um caráter predatório – o empreendimento turístico beneficia-se do patrimônio local deixando muito pouco em troca e termina exaurindo ou transformando os recursos naturais ou culturais do destino, inviabilizando sua continuidade. O paradigma indicado por este estudo, o do turismo sustentável, propõe uma correção dessa forma exploratória, de maneira que a atividade possa perpetuar-se com a valorização do patrimônio histórico e cultural do destino. Assim, as proposições feitas abrangem ações práticas para a implementação da atividade turística, observando as dimensões de sustentabilidade ambiental, social, cultural, econômica e política.

As linhas gerais de ação sugeridas devem constituir base de políticas públicas de desenvolvimento includente pela atividade do turismo. São elas:

- O investimento no capital humano, através de elaboração de campanhas visando a conscientização da população, do governo local e dos turistas e demais interessados no desenvolvimento sustentável do setor, elaborando um programa de gestão para o estabelecimento, nos destinos, de unidades educativas para a capacitação em áreas específicas ligadas ao turismo e a promoção da inserção da população no mercado de trabalho oferecido por esta atividade.
- O investimento no capital social, privilegiando a comunidade local e nativa, na oferta de empregos gerados direta e indiretamente pela atividade turística e

promovendo ações de incentivo à organização e fortalecimento das comunidades locais. Além disto, é necessária a formulação de políticas de incentivo aos governos locais para o fortalecimento de sua governabilidade e capacidade de se beneficiar da renda gerada pelo turismo que deve ser revertida na melhoria dos serviços oferecidos à população local.

Entende-se que estas recomendações podem propiciar o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos, a melhoria de vida da população residente e, em consequência, constituirão um vetor de inclusão social e da destinação da renda.

9. BIBLIOGRAFIA

BAHL, Miguel. *Turismo e Eventos*. Curitiba: Protexoto, 2004.

BOITEUX, Bayard. *Turismo, inclusão social e responsabilidade social in Estudos Turísticos*. Atualizada em 31 de agosto 2003. Acesso em 15 de julho de 2005. Disponível em; <<http://www.estudosturisticos.com.br>. >

BOSCHI, Caio. *Os Leigos e o Poder*. São Paulo: Editora Ática, 1986.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima e BARBOSA, Fátima Marita. *O Evento como Contraponto do Cotidiano* in Revista Hospitalidade – Ano I, nº 1. São Paulo: Editora Anhembimorumbi, 2º semestre 2004.

CANTON, Antônia Marisa. *Eventos como Estratégia de Comunicação e Marketing das Empresas* – trabalho apresentado na Sessão de Temas Livres no XXVI Congresso anual em Ciência da Comunicação. Belo Horizonte: 2003.

CARVALHO, Caio Luiz de. *Desenvolvimento do turismo no Brasil*. Revista de Administração da USP, v.33, nº 4, p. 26-29. São Paulo: USP, out./dez. 1998.

CARVALHO, Caio Luiz de & BRITO, Gilvan de. *Destino Brasil – Novos Caminhos para o Turismo*. [s.l.]: [s.n.], 1994.

COOPER, Chris et alli. *Turismo: princípios e práticas*. Porto Alegre: Editora Bookman, 2001.

COUTO, Renata F. *Elaboração do Desenho de um Banco de Dados para a Secretaria de Estado do Turismo de Minas Gerais*. Monografia – Escola de Governo, Fundação João Pinheiro, Belo Horizonte, 2000.

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

DIAS, Reinaldo & AGUIAR, Marina Rodrigues de. *Fundamentos do Turismo*. Campinas: Editora Alínea, 2002.

FERNANDES, Antonio Carlos. *Os Arautos da Fé. A Vida e Obra de Dom João Antônio dos Santos e Dom Joaquim Silvério de Souza, 1863-1933*. Diamantina. Arquidiocese de Diamantina, 2001.

FERNANDES, Antonio Carlos & CONCEIÇÃO, Wander. *La Mezza Notte - O lugar social do músico diamantinense e as origens da Vesperata*. Pedro Leopoldo/MG: Editora Tavares, 2003.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa*. São Paulo: Editora Nova Fronteira, 1995, edição especial para Folha de São Paulo.

GIACAGLIA, Maria Cecília. *Organização de Eventos: Teoria e Prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

GOELDNER, C.R., RITTCHIE, J.R.B. & MCINTOSH, R.W. *Tourism: principles, practices and philosophies*. 8ª ed. New York: John Wiley & Sons, 2000.

IGNARRA, Luiz Renato. *Fundamentos do Turismo*. São Paulo: Pioneira, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO (EMBRATUR). *Pólos de Ecoturismo – Planejamento e Gestão*. [s.l.]: EMBRATUR, 2001.

JORNAL HOJE EM DIA. *Caderno de Turismo: Diamantina e a Vesperata*. Belo Horizonte, 16 de maio de 2005.

JORNAL PAMPULHA. *Caderno de Turismo – A Vesperata em Diamantina*. Belo Horizonte, 5 de abril de 2005.

LAGE, B.H.G. & MILONE, P.C. (org.). *Impactos Sócioeconômicos Globais do Turismo in Turismo: Teoria e Prática*. São Paulo: Editora Atlas, 2000.

LANGE, Francisco Kurt. *História da Música na Capitania Geral das Minas Gerais - Vila do Príncipe do Serro Frio e Arraial do Tijuco*. Vol. VIII. Belo Horizonte: Conselho Estadual de Cultura de Minas Gerais, 1982.

LÁUAR, Cristiany Lima. *A Música no Arraial do Tijuco no Final do Século XVIII*. Diamantina. FAFIDIA: Mimeo, 2001.

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

LYNCH, Richard. *Introduction to marketing*. São Paulo: McGrawHill, 1984.

MATA MACHADO FILHO, Aires da. *Arraial do Tijuco: Cidade de Diamantina*. Belo Horizonte: Livraria Martins, 1957.

MATIAS, Marlene. *Organização de Eventos: procedimentos e técnicas*. São Paulo: Editora Manole, 2002, 2ª Edição.

MEIRELLES, Gilda Fleury. *Tudo sobre eventos*. São Paulo: STS, 1999.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo Sustentável e Alívio da Pobreza no Brasil.: Reflexões e Perspectivas*. Brasília. DF: Gráfica do Ministério do Turismo, 2005.

MOLETTA, Vânia. *Comercializando um Destino Turístico*. Porto alegre: Sebrae, 2000.

MONTEJANO, Jordi. *Estructura del Mercado Turístico*, 2. Madrid: Editora Sintesis, 1999.

MOURÃO, Paulo K. Corrêa. *Sementeira de Valores – O Seminário de Diamantina – de 1867 a 1930*. Belo Horizonte: Tipografia Marília, 1971.

NÉRI, Luciane de Fátima in *Eventos: A Importância para o Turismo do Terceiro Milênio* (Organizador: Miguel Bahl). São Paulo: Editora Roca, 2003.

NEVES, José Teixeira in CONCEIÇÃO, Wander, 2002. *Anotações de Cadernetas. Índice Música. Cx. 7, envelope 7, fls. VIII*. Diamantina: Pimenta, 2002.

NOGUEIRA, Mário G. *O papel do turismo no desenvolvimento econômico e social do Brasil*. Revista de Administração Pública, v.21, nº 2, , p. 37-54. Rio de Janeiro: FGV, abr./jun. 1987

OLIVEIRA, Ricardo André Garroux Gonçalves de. *O Turismo e a Atuação da Administração Pública*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO 2001. Disponível em: < <http://www.abbtur.com.br> >

PEREIRA, Cássio Avelino Soares. *A Trajetória da Política de Turismo em Minas Gerais e o Papel do Poder Legislativo em sua Transformação*. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Belo Horizonte, 1999.

PEREIRA, Cássio Avelino Soares. *Turismo e Lazer: tendências para o terceiro milênio*. Revista Licere, 03 (1): p. 11-20. Belo Horizonte: [s.n.], 2000.

REVISTA SAGARANA – *Turismo e Cultura em Minas Gerais: Diamantina*. Belo Horizonte: Vereda Jornalismo Ltda., 2005.

RUIZ, C.V. & ARMAND, E.H. *Estructura Y Organización del Mercado Turístico*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 1997.

SEBRAE NACIONAL & FORUM BRASILEIRO DOS CONVENTION & VISITORS BUREAUX - *I Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil*. São Paulo, 2001/2002.

SILVA, Almir Neves Pereira da. *Diamantina – Roteiro Turístico*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial, 1975.

THEOBALD, William F. *Significado, Âmbito e Dimensão do Turismo* in THEOBALD, Willian F. (org). *Turismo Global*. São Paulo: SENAC, 2001.

THOMPSON, Paul. *A Voz do Passado*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

ZANINI, Carlos Alberto & FARIA, André Luiz Lopes. *Eventos: uma ferramenta para o desenvolvimento turístico*. In: Estudos Turísticos, Eventos. Acesso em 11 de julho 2005. Disponível em <[http. estudosturisticos.com.br](http://estudosturisticos.com.br)>

10. APÊNDICE

APÊNDICE I - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA OS ATORES ENVOLVIDOS NA VESPERATA

1. Nome completo do entrevistado:
2. Entidade/empresa ou órgão público onde trabalha:
.....
3. Cargo que exerce:
4. É nativo de Diamantina? Se não, há quantos anos mora na cidade? anos.
5. Você gosta de ver turistas visitando sua cidade? Por que?
6. Você acha que Diamantina mudou com a realização da Vesperata? Na sua opinião, quais foram as mudanças, quais setores foram afetados e como o foram?

Sugestões:

- Diversificação de serviços e do comércio.
- Locais de lazer para a comunidade.
- Melhorias na qualidade de vida dos moradores.
- Geração de novos empregos?
- Melhorias na infra-estrutura: acesso, água tratada, esgoto, lixo, energia, telefonia, segurança, outros.

7. A Vesperata trouxe problemas para a cidade?

- Em relação a barulho.
- Lixo excessivo.
- Drogas.
- Congestionamento de trânsito.
- Violência.
- Aumento do custo de vida.
- Outros? Citar.

8. Você acha que a realização da Vesperata duas vezes por mês, durante 8 meses, contribuiu para a diminuição dos impactos econômicos causados pela baixa estação turística? Por que?
9. Houve criação de novos negócios ligados à prestação de serviços na área do turismo, oriundos da Vesperata?
10. Houve capacitação de mão-de-obra direcionada ao turismo?
11. Como a população da cidade participa da Vesperata?
12. Você sabe se houve, por parte dos órgãos públicos ligados ao turismo, algum tipo de planejamento turístico para Diamantina? E para a realização e divulgação da Vesperata?
13. Houve outros projetos relacionados com o turismo em geral e com as manifestações culturais em particular, decorrentes do sucesso da Vesperata?

APÊNDICE II - QUESTIONÁRIO APLICADO NA HOTELARIA EM DIAMANTINA

1. Nome do Empreendimento:
.....
2. Endereço completo do empreendimento:
.....
3. Nome completo do entrevistado:
.....
4. Cargo que ocupa dentro deste estabelecimento:
.....
5. Há quanto tempo existe o empreendimento?anos.
6. Classificação do empreendimento:
() Hotel Fazenda
() Hotel Urbano
() Pousada
() Pensão
() Camping
() Outros? Especificar:
7. Total de leitos:leitos.
8. Capacidade máxima de hospedagem:turistas.
9. Preço médio da diária: R\$.....
10. Preço médio da diária na Vesperata: R\$.....
11. Taxa média anual de ocupação de seu estabelecimento:%.
12. Taxa média de ocupação durante a realização da Vesperata:%.

13. Em quais meses seu estabelecimento tem maior taxa de ocupação?

- () Janeiro () Fevereiro () Março () Abril
() Maio () Junho () Julho () Agosto
() Setembro () Outubro () Novembro () Dezembro

14. A Vesperata trouxe mais clientes para seu estabelecimento?

- () Sim () Não

15. Houve modificações realizadas em seu estabelecimento decorrentes do aumento da taxa de ocupação?

- () Sim () Não

17. Se sim, quais foram estas modificações?

.....
.....

18. O que você acha da Vesperata?

.....
.....
.....

APÊNDICE III - QUESTIONÁRIO APLICADO NOS RESTAURANTES EM DIAMANTINA

1. Nome do estabelecimento:
2. Endereço completo:
.....
3. Nome completo do entrevistado:
.....
.....
4. Cargo/função que ocupa no estabelecimento:
5. Número de mesas:
6. Número de mesas na Vesperata:
7. Número médio de refeições/dia:
8. Número médio de refeições em feriados prolongados ou fins de semana:.....
9. Número médio de refeições na Vesperata:
10. Horário de funcionamento:
 - Durante a semana:.....
 - Nos fins de semana e nos feriados prolongados:.....
 - Na Vesperata:
11. Especialidade (prato principal):
12. Em quais meses seu estabelecimento tem maior taxa de ocupação?
 () Janeiro () Fevereiro () Março () Abril
 () Maio () Junho () Julho () Agosto
 () Setembro () Outubro () Novembro () Dezembro
13. Preço médio da refeição/dia de semana: R\$
14. Preço médio a refeição em fins de semana e feriados prolongados:

15. Preço médio das refeições na Vesperata:
16. Existe carência de qualificação profissional? () sim () não
17. Marque a função que mais carece de profissionalização:
- () Gerente
- () Caixa
- () Garçon
- () Faxineiro(a)
- () Manutenção
- () Outros. Especificar:
18. A Vesperata trouxe mais clientes para seu estabelecimento? () sim () não
19. Você acha que a Vesperata causou algum tipo de impacto na economia de Diamantina?
-
- Qual?.....
-
20. E no meio ambiente? Qual?
-
21. Qual é a sua opinião sobre a Vesperata?
-
-
-
-

APÊNDICE IV - QUESTIONÁRIO APLICADO ÀS LOJAS DE ARTESANATO EM DIAMANTINA

1. Nome da loja:
2. Endereço completo:
3. Tipo do artesanato vendido:
.....
4. Há quantos anos a loja funciona?
5. O artesanato é típico a região ou vem de outros lugares para ser vendido?
.....
6. Se os produtos vêm de outros lugares, quais são estes lugares?
.....
7. A loja abre nos dias e no horário de realização da Vesperata?
.....
8. A Vesperata trouxe maior número de vendas para a loja?.....
9. Qual é o evento realizado em Diamantina no qual a loja vende mais?
.....
10. O que você acha da vesperata?
.....
.....
.....

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](#)