

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS - UFAM
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE APOIO À PESQUISA
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**

**Turistas Estrangeiros e as formas de uso do Largo de
São Sebastião e Rua 10 de Julho, centro de Manaus.**

BOLSISTA: Gabriela de Lima Erazo, CNPq.

**MANAUS
2009**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS - UFAM
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE APOIO À PESQUISA
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**

**RELATÓRIO FINAL
PIB-H-0084-2008**

**Turistas Estrangeiros e as formas de uso do Largo de São
Sebastião e Rua 10 de Julho, centro de Manaus.**

BOLSISTA: Gabriela de Lima Erazo, CNPq.

**ORIENTADORA: Prof^a. Dr^a. Márcia Regina Calderipe Farias
Rufino**

**MANAUS
2009**

SUMÁRIO

SUMÁRIO	I
1.INTRODUÇÃO	3
2.ABORDAGENS TEÓRICAS AO ESTUDO DO TURISMO	7
3.DESENVOLVIMENTO	18
3.1 AS INCURSÕES NO LARGO DE SÃO SEBASTIÃO E RUA 10 DE JULHO	18
3.2 APRESENTAÇÃO DOS ESPAÇOS E DOS SERVIÇOS	23
3.3 A DESCRIÇÃO DA EXPERIENCIA DO “EU” TURISTA	37
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
5. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	45
6. CRONOGRAMA	47

1. INTRODUÇÃO

As propostas que permearam a realização da presente pesquisa nos espaços sociais da Rua Dez de Julho e no Largo de São Sebastião foram executadas em torno de seu objetivo principal: a elaboração de uma análise dos modos de apropriação desses espaços pelos turistas estrangeiros – tomados nessa discussão como indivíduos de diferentes países que vêm ao Brasil e à cidade de Manaus. Identifica-se, então, dois turistas - os “guiados” e os “mochileiros”. Observações abrangendo o levantamento sobre os diversos serviços oferecidos e utilizados e o mapeamento - por meio de um croqui - desses locais consumidos também irão compor o corpo do trabalho.

O Largo de São Sebastião localiza-se no Centro Histórico de Manaus, sendo constituído pelo Teatro Amazonas e seu entorno, Monumento de Abertura dos Portos e algumas casas de cultura, como a Casa J. G. Araújo, Centro de Artes Visuais/Galeria do Lago, Casa Ivete Ibiapina e Casa das Artes, além de uma série de estabelecimentos comerciais e residências. No Largo de São Sebastião podem ser encontrados elementos que integram os diversos produtos turísticos que a cidade de Manaus oferece resultado das transformações em sua infra-estrutura.

A Rua 10 de Julho está localizada próximo ao Largo de São Sebastião, entre as Avenidas Eduardo Ribeiro e Joaquim Nabuco¹, podendo-se encontrar uma razoável quantidade de estabelecimentos comerciais, em que são ofertados os mais variados tipos de serviços aos frequentadores locais e turistas.

Esta pesquisa está vinculada ao projeto “As práticas turísticas em Manaus/AM”, financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas – FAPEAM, coordenado pela professora Dra. Márcia Regina Calderipe Farias Rufino, docente do Departamento de Antropologia/UFAM. O projeto que abriga esta proposta de PIBIC tem como objetivo identificar como as práticas turísticas têm sido organizadas e desenvolvidas no espaço urbano de Manaus, mapeando e classificando os tipos de serviços que são oferecidos aos turistas, de que modo os bens culturais são apropriados pelo mercado turístico e identificando quais são as concepções de práticas turísticas que orientam a atuação dos profissionais desse setor.

¹ A pesquisa será realizada somente entre as Avenidas Eduardo Ribeiro e Getúlio Vargas.

A pesquisa contou como instrumento metodológico com a realização de leituras e fichamentos de obras, visando o melhor entendimento do turismo como fenômeno social e os seus desdobramentos, posto que o ato de viajar passou a fazer parte das necessidades, criadas pelo mundo moderno e legadas ao século XXI em novos formatos, estes menos massivos e buscando atender diferentes segmentos de público, configurando-se num desejo que excede aos das elites abastadas (URRY, 1996). A sua existência implica na geração de demandas, seja do Estado, do mercado ou dos moradores locais.

A partir de uma revisão bibliográfica, abordaremos, no presente trabalho, a questão da interação com o outro a partir do turismo e tomando como base os estudos de CRUZ (2007) sobre “território turístico”, a partir do qual tentaremos fazer uma abordagem quanto às práticas – que não se resumem somente ao turismo – exercidas naquele espaço. Presentes na conversa sobre a rua estão LEFEBVRE (1999) e DA MATTA (1991), que auxiliam na análise da rua como um espaço social público e ao mesmo tempo regulado pelo poder da mercadoria e do consumo. MAGNANI (1996 p.40) adentra o debate com o conceito de mancha de lazer, onde encontramos equipamentos como “bares, restaurantes, cinemas, teatros, café da esquina etc.”. Entretanto, as manchas não se limitam somente ao lazer, posto, “que sustentam uma intrincada rede de sociabilidade que vai além da mera compra de produtos”.

O turismo, atividade característica da sociedade industrial, tem por finalidade usufruir o tempo livre. O segmento econômico fundamental continuou sendo a indústria da transformação durante todo o século XX e o tempo livre tinha por objetivo recompor a força de trabalho gastas no cotidiano – seja física ou mental. Sendo assim, “agir como turista é uma das características definidoras do ‘ser moderno’ e liga-se a grandes transformações do trabalho remunerado” (URRY, 1996, p. 17).

GRUNEWALD (2003) chama atenção para um dos aspectos mais significativos que marcam os estudos em antropologia do turismo, que é o da mudança cultural percebida em sociedades hospedeiras em consequência do impacto de um fluxo turístico. Conforme o autor “a antropologia do turismo não se apresenta como homogênea em sua abordagem, mas muito diversificada internamente na medida em que se constrói sob uma miríade de objetos temáticos”. (p.143).

As incursões a campo procederam em menor número nos últimos quatro meses, mas em maior permanência de tempo. Vale ressaltar que o período direcionado ao trabalho de campo, de acordo com o cronograma, se daria entre os meses de dezembro

de 2008 a fevereiro de 2009. Entretanto, houve a antecipação do mesmo, posto que o período antes estabelecido não suprisse as necessidades demandadas por esse projeto. As visitas se deram alternadamente entre os meses de outubro de 2008 a maio de 2009. Os horários das minhas incursões também sofreram alterações e passaram a ser mais constantes pelo período do final da tarde até o final da noite, principalmente nos finais de semana. Uma dessas incursões configurou-se numa hospedagem de dois dias no Hotel Dez de Julho na tentativa de criar situações de contato com os turistas, na qual estive em companhia do também bolsista e meu amigo pessoal Rodrigo Fadul, que desenvolve uma pesquisa acerca dos roteiros turísticos em Manaus. Noutras ocasiões participei da banda da BICA, de algumas programações na praça ou em suas proximidades e a entrevista com algumas pessoas.

As dificuldades em estabelecer um diálogo com os locais sob coordenação da Secretaria de Cultura (SEC) prosseguiram em detrimento do não funcionamento de atividades – que o Estado de propõe a fazer – ou mudança dessas “casas de cultura” como a Casa do Restauero, por exemplo.

Em se tratando dos estabelecimentos comerciais, o obstáculo para as entrevistas era justificado pela falta de tempo ou por estarem em horário de serviço. Por vezes tentei uma aproximação com os turistas com o intuito de fazer algumas entrevistas, entretanto, não obtive êxito. Entre os turistas “guiados” - como o próprio nome já diz – existe uma espécie de barreira que impede ou intimida a aproximação. Esse empecilho pode ser materializado, como na figura do guia, por exemplo, ou ser invisível, – porém, sentido por nós - como no caso da prensa com que o roteiro tem que ser seguido, já que há um tempo estipulado de permanência no local para a sessão de fotografias e filmagens. Outro ponto a ser exposto é o da outra invisibilidade recíproca: a que eles tem por nós, como se nos – sujeitos presentes no Largo de São Sebastião – fizessemos parte continuamente daquele cenário, mas como objetos. Os sujeitos ali presentes, aparentemente, não parecem se incomodar nenhum pouco com a presença dos turistas e de terem suas imagens - através das fotografias – por eles compartilhadas.

Com os “mochileiros” a experiência não foge muita à situação acima retratada, mas torna-se tortuosa principalmente pela dificuldade em encontrá-los “dando bobeira” no Largo, visto que estão em constante movimentação, numa passagem contínua. No espaço da rua era mais comum estarem presentes, fosse tomando uma cerveja ou se alimentado em restaurantes *self-service* ou de prato feito. Talvez fugindo, como nos lembra KRIPPENDORF, (1989) dos locais óbvios do turismo de massa.

O trabalho de pesquisa seguiu, então, fundado nas informações coletadas através de relatos fornecidos pelos demais prestadores de serviço, garçons, vendedores e demais sujeitos que atuam nessa arena turística e no espaço da rua e as observações como instrumento de coleta de dados, que se mostrou fundamental na construção do trabalho.

2. ABORDAGENS TEÓRICAS AO ESTUDO DO TURISMO

Nos estudos antropológicos realizados no Brasil, é recente a reflexão em torno de fenômenos que ocorrem na cidade, localizando-se a partir da década de 1970 os primeiros trabalhos elaborados (PEIRANO, 1999). Considerando que a reflexão sobre práticas turísticas está associada a esse campo de estudos, só mais tardiamente há um interesse dos pesquisadores para estudar tais práticas em nossa sociedade.

Numa revisão da literatura sobre turismo produzida no Brasil, Banducci Junior (2001) mostra que é a partir dos anos de 1990 que começam a surgir, de forma sistemática, um número maior de estudos sobre este tema. Inicialmente, a questão esteve associada a trabalhos realizados em comunidades pesqueiras e alertavam para os impactos dessa atividade na vida dos pescadores. Mesmo não tendo as práticas turísticas como foco das investigações, essas pesquisas chamaram atenção para a temática. Paulatinamente, os estudos começaram a debruçar-se especificamente sobre o fenômeno turístico que é observado e descrito por meio dos processos sociais que acontecem a partir de sua prática.

O turismo é aqui compreendido como um fenômeno social, cujo surgimento ocorre nos meandros do capitalismo, mas cujas raízes estão nos primeiros deslocamentos humanos. Vários autores concebem e partilham da idéia do turismo como um fenômeno advindo da modernidade e que este, vincula-se ao capitalismo em decorrência do acréscimo das horas disponibilizadas ao lazer e do desenvolvimento dos meios de comunicação e de transporte. ²Relevando-se ainda, as transformações socioeconômicas experimentadas após a da II Guerra Mundial, que fizeram do turismo uma manifestação do consumo de massa. A amplitude e a importância do turismo como fenômeno social é crescente desde então. BANDUCCI JR³ (2001) numa de suas

² Urry (1990) chama atenção para o desenvolvimento do turismo de massas e da transformação da praia em um lugar de prazer, juntamente com o sistema ferroviário como fatores que originaram os *resorts* marítimos tão frequentados pelos trabalhadores urbanos.

³ Essa primeira abordagem faz uma referencia especifica ao turismo, considerando o período/tempo em que o turista permanece longe de sua “casa”.

abordagens sobre o turismo, compreende-o como um fenômeno social, “porque faz parte das necessidades criadas pelo mundo moderno”. O turismo, então, apresenta-se como a “forma mais procurada de lazer e, na atualidade, fazer turismo tornou-se uma aspiração de todos os incluídos na sociedade global de consumo” (BANDUCCI JR., 2001, p. 8).

O turismo é considerado promissor do ponto de vista econômico, atingindo todos os seus limites, indo de áreas desenvolvidas até os locais ditos periféricos. Seu crescimento, conforme indicado por URRY (2001), representa uma democratização da viagem, posto que sempre fosse considerada “socialmente seletiva”, entretanto, sem negar o seu caráter “aproximador”, potencializado pelo deslocamento de pessoas para lugares nos quais não reside, possibilitando, assim, o paralelo entre turistas e os “nativos” da comunidade local, em outras palavras, um possível contato.

Em “Turismo e Etnicidade”, GRUNEWALD (2003) realiza, a partir da leitura de alguns autores um breve aparato da importância do turismo no âmbito das Ciências Sociais, mais precisamente na Antropologia, que tem se valido da multiplicidade de objetos em torno desse fenômeno para a construção de problemáticas envolvendo desde o turismo religioso até o turismo de lazer, entre tantas outras possibilidades que se apresentam à antropologia. Conforme nos aponta Grunewald (2003), o turismo não é uma área restrita a atuação acadêmica dos antropólogos, mas de muita capacidade para o trabalho antropológico prático e aplicado ao turismo.

Moesche (2002) por sua vez, percebe o turismo – fenômeno social - como “uma combinação complexa de inter-relacionamento entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais, salientando o seu aspecto multilateral e ultrapassando as barreiras do sistema econômico e do consumismo. (p. 9).

A importância dada ao viajar ganhou maior destaque a partir do século XIX, e passou a ser fundamental na sociedade moderna, conferindo status àqueles que poderiam usufruir dele, pois quanto mais se viaja maior é seu prestígio comparado aos demais. De acordo com Krippendorf (1989), estas novas necessidades surgem e somente podem ser atendidas “fora” e não “dentro” de casa, a não ser para alguns privilegiados que executam atividades agradáveis, criativas e variadas, que definem eles

mesmos o que pode ser feito no seu dia-a-dia e o ritmo de trabalho. Como observa este autor o que sucede na busca pelo deslocamento é a sua apropriação como uma “fuga” da vida cotidiana, ao se buscar o lazer, a satisfação e o prazer por meio dessa experiência.

CERTEAU (1994) nos estudos acerca do cotidiano nos revela ser este “aquilo que nos é dado a cada dia [...] nos pressiona dia após dia, nos oprime, pois existe uma opressão do presente. Todo dia pela manhã, aquilo que assumimos, ao despertar, é o peso da vida, a dificuldade de viver, ou de viver nesta ou noutra condição, com esta fadiga, com este desejo. O cotidiano é aquilo que nos prende intimamente, a partir do interior. É uma história a meio-caminho de nós mesmos, quase em retirada, às vezes velados...” (p.31). O turismo, por outro lado, apresenta uma outra questão: a temporalidade visto que após o êxito de seus objetivos, o passo seguinte resume-se ao retorno ao lugar de partida. Para URRY (2001) “O turismo resulta de uma divisão binária básica entre o ordinário/cotidiano e o extraordinário. As experiências turísticas envolvem algum aspecto ou elemento que induz experiências prazerosas, as quais em comparação com o dia-a-dia se situam além do habitual”. URRY (2001) entende que a busca por esse deslocamento é realizado porque proporciona situações de alegria e excitação, distintas daquelas com que nos deparamos na vida cotidiana. Estas experiências, no ponto de vista de URRY (2001, p. 15), serão dadas por um lançamento do “olhar ou encarar um conjunto de diferentes cenários, paisagens ou vistas de cidades que se situam fora daquilo que se considera normal”.

Considerável parte das viagens é motivada pela idéia de lazer e recreação, o que para muitos estudiosos não passa de uma “necessidade criada”. Na voz de RODRIGUES (1999) “O tempo de folga torna-se um período diário de imitação coletiva”. O indivíduo sofre impulsos fundamentais a partir dos quais ele pode se associar de modo conveniente, a seu gosto, a muitos outros indivíduos fazendo-se da “vida privada uma extensão da vida social”. Assim, o tempo de lazer, anteriormente mencionado, reproduz uma estrutura eminentemente capitalista como uma alternativa de geração de renda e não de efetivo lazer, vinculados aos aspectos culturais que os envolvem.

Krippendorff aponta que um dos obstáculos que fazem com que o turismo não progrida quanto aos seus aspectos harmônicos são as motivações egoístas dos turistas. O sujeito é aquele que instrui e não mais quer ser instruído, e com intuito de aproveitar esta oportunidade ao máximo. Este quer abandonar-se, divertir-se e ser tratado com gentileza, até mesmo desempenhar um personagem que não representa no dia-a-dia,

comportar-se como um “hóspede rei” num breve período de tempo e ser tratado como tal e, por fim, ter a impressão de ser alguém (KRIPPENDORF, 1989). Imperando seu comportamento egocêntrico e o desejo latente de fugir do seu cotidiano, viajando e conhecendo lugares de uma forma efêmera, onde possa exercer outro papel, no qual tenta se afastar da sua outra “vida”. Mas o que acontece nessa tentativa de mudança é a perpetuação dos nossos hábitos e o cotidiano e o turismo terminam misturando-se, permitindo que esses hábitos nos tragam conforto, uma sensação de proximidade do que somos diariamente (KRIPPENDORF, 1989).

A indústria do turismo, por intermédio da mídia e da publicidade, ajuda a exercer um intenso poder sob o imaginário dos viajantes, propondo a realização de sonhos e fantasias criados intencionalmente com o objetivo de vender. O egocentrismo permeia o deslocamento do turista, mesmo a escolha do lugar para a viagem é motivada mais pela escolha do país do que pelos nativos. Existe a necessidade de adaptação da população local para com os viajantes. O turista chega a determinado ambiente instigado em conhecer e consumir o que lhe foi oferecido através de panfletos e imagens de cenários fabricados pelo espetáculo como estratégia de consumismo. Um exemplo disso, no caso de Manaus, é o Teatro Amazonas e o encontro das águas, principalmente o Teatro, que é diretamente associado à cidade de Manaus. Anteriormente à revitalização, a área que ficava em torno do Teatro era estrategicamente escondida em divulgações publicitária, já que ali era um espaço degradado pelo consumo de drogas e de prostituição. O espaço turístico (MIOSSEC apud PIRES) “é antes de tudo, uma imagem, formada pelos organizadores de viagens”...) imagem complexa, mistificada refletida pelos pôsteres, pelos guias, pelos catálogos, pelas pinturas, pelos livros, pelos filmes...”. Podemos tomar como objeto de análise a transformação dos lugares⁴ em mercadorias pelo turismo, que a submete aos modismos e ações dos produtores de discurso envolvidos na produção do marketing. Temos então, a partir de LEFEBVRE (1999⁵) o espaço urbano relegado tão somente ao desfile das mercadorias. Mercadorias

⁴ O *lugar* de Michel de Certeau (1994) corresponde a “ordem segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência. [...] Aí impera a lei do “próprio”: os elementos considerados se acham uns ao lado dos outros, cada um situado num lugar “próprio” e distinto que define. Um lugar é portanto uma configuração instantânea de posições” (p.201).

⁵ Em “**A Revolução Urbana**”, LEFEBVRE (1999) faz uma proposta acerca da sociedade atual, que para ele é a sociedade urbana. O processo de industrialização é entendido pelo autor como uma fase na longa história das cidades, mas que já não corresponde a sua atual fase, que é dotada de um caráter urbano. Nesse sentido, a revolução urbana não é nada mais do que a superação deste momento de transição entre o processo da industrialização e a urbanização, de maneira que as questões próprias da cidade e de seus habitantes ganhem prevalência social

estas que converteram-se em símbolos que invocam a felicidade. Uma felicidade, pois, absolutamente mensurável.

Sobre a produção da fantasia, YÁZIGY (2001) afirma que o “espetáculo e a festa tornaram-se o grande razão do turismo. Um alimenta o outro” (p.15). Na visão de CARLOS (1999) “A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o “espetáculo” para uma multidão amorfa mediante a criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metaforizado, transfigurado para seduzir e fascinar “(1999; p.26)”.

É notório, nesse contexto, o status de criador de ilusão atribuído ao turismo ao explorar locais que dificilmente o turista iria visitar devido ao curto tempo de estadia do mesmo. Ocorre então, o reconhecimento de imagens, onde não se estabelece quaisquer vínculos de relação com o lugar. Tudo devidamente demarcado por um roteiro que, dependendo do turista – são incluídos ou excluídos, conforme seu interesse e disponibilidade de tempo.

“Assim quem planeja o que o turista gosta, quer e vai fazer não é o próprio turista que compra um “pacote” de turismo já programado, mas sim os que “vendem” este espaço de consumo. Interessante pensar nas diárias que são pagas pelos turistas: paga-se o serviço, a renda da terra, o aluguel do quarto e as amenidades”. (RODRIGUES, 1999, p.60)

Os city-tour é um dos exemplos dessa empreitada, pois é através desse trajeto definido que a “cidade transformada numa ou duas imagens perde seu significado, seu conteúdo, mas há também um panorama visto do alto indispensable num city-tour” (CARLOS, 1999, p.33) O viajante perpassa pelos ambientes com um olhar vago, sem se apropriar do lugar. Os excessos de informações passadas pelos agentes do turismo acabam confundindo-o. As imagens vistas, logo são esquecidas, reduzindo-se a uma mera lembrança do nome. Ao citar Baudelaire, Carlos (1999) diz que “o observador é um príncipe que consegue estar incógnito em toda parte; no caso do nosso turista, ele apenas olha a paisagem que desponta como um panorama que precisa ser desvendado com calma”.

Retomando Krippendorf (1989), o fato é que “a maioria dos turistas não sentem a necessidade urgente de se aproximar dos habitantes das regiões visitadas”. O turista busca uma compensação pela mobilização unilateral do trabalho como fazer e viver outra coisa, fugir da mesmice e por uma simples variação encontrar um derivativo.

Na distinção estabelecida por essa pesquisa entre “mochileiros” e “turistas guiados ou de pacote” as leituras em torno do fenômeno turístico e suas especificidades em Krippendorf (1989) e Labate (1997) mostraram-se de grande relevância para a discussão aqui proposta.

Krippendorf (1989) nos ajuda a pensar a distinção entre as duas formas de turismo por ele estabelecidas: as férias em gueto e as viagens alternativas. Na primeira, os turistas se restringem aos novos complexos hoteleiros, prevalecendo um ambiente exótico do lugar visitado como decoração do hotel. Sua principal atração se concentra no repouso oferecido aos visitantes, não havendo sequer a necessidade de deslocar-se para outros lugares, pois este já oferece absolutamente tudo, desde joalherias até restaurantes. O autor salienta que esta forma de turismo é menos prejudicial ao país visitado, por se resumir numa “fórmula bastante honesta no sentido de férias repousantes” e “por que um bom número de turistas não exige mais nada do que isso de suas férias... se forem sinceros em relação a si mesmos”.

Labate (1997) ⁶se propõe a partir de um ensaio, a fazer uma incursão nessa experiência turística contemporânea, acompanhada daquilo que ela define de “viajante-turista”, nesse caso, os “mochileiros”. Por intermédio de entrevistas, Labate se detém em elaborar uma análise entre as semelhanças dessas viagens e as motivações pessoais de cada um. A autora salienta que esses turistas – de um modo geral – “compartilham” informações, portando edições dos principais livros de “guias de viagens”. Entretanto, o grau de dependência, varia conforme a necessidade de cada indivíduo – uns o utilizam apenas como mera referência enquanto outros se apoderam para absolutamente tudo. Os dicionários ajudam a compor o “kit” e demonstram a disposição desses turistas em tentar compreender a língua nativa.

A adoção de diários – onde são descritas experiências e sensações pessoais – e de máquinas fotográficas desvenda elementos passíveis de uma espécie de padronização desse tipo de viagem. A bagagem desses “mochileiros” é outra prova disso, posta a semelhança entre os objetos trazidos pelos turistas, sendo como nos aponta a autora “a expressão da ambigüidade constante entre o estar lá e o estar cá que permeia esse estilo de viagem, tentando combinar recursos que permitam maior inserção no meio local [...] sem abrir mão de certos confortos da vida em casa” (LABATE 1997, p.70).

⁶ Este termo é abordado, segundo ela, de uma maneira muito precária. Justifica o seu uso pela falta de uma terminologia mais apropriada

Sobre as motivações que instigam os deslocamentos dos “mochileiros” Labate (1997) assinala para as viagens empreendidas num período de transição, tais como a saída do emprego, formatura ou o fim de um relacionamento. Havendo, porém, quem afirmasse a necessidade de conhecer a si ou a busca pelo outro – visando talvez angariar algum “sentido” para a vida, vazio esse que não se preenche no cotidiano.

Ao abordar a questão do contato com o autóctone KRIPPENDORF (1989), declara que “As férias em gueto” trazem consigo uma possível rejeição por parte da população visitada para com os turistas. O descontentamento é causado pelo sentimento de exploração, pelo retorno econômico ser insuficiente para eles que “quase sempre têm que se contentar com migalhas”, além da forma de exposição dos costumes locais sob um enfoque ofensivo e burlesco, priorizando o entretenimento do turista.

O turismo alternativo diferencia-se da rota e do comportamento dos de gueto. Engloba uma série de viagens e não tem uma noção definida⁷. Tende, porém, segundo o autor, a romper com a forma usual de turismo de massa, fugindo de roteiros e explorando locais poucos conhecidos, pois é exatamente esse o desejo do turista alternativo, que almeja ser diferente e para ser reconhecido como tal, se mostram mais acessíveis e disponíveis aos “nativos locais”, inclusive - adotando em determinadas situações – hábitos e comportamentos locais, tais como dormir em redes, tomar o ônibus e alimentar-se com produtos regionais. Mesmo com todo esse diferencial, acabou sendo englobado pelo grande comércio, onde o “turismo alternativo” na verdade, prepara o terreno para o turismo das massas.

Neste ponto é que o turismo alternativo passou a ser mais visado pela indústria do turismo, tornando-se um grande negócio comercial, principalmente no caso das viagens de aventura, que encontra cada vez mais espaço nas agências de viagens, onde são impressos os exorbitantes preços de seus pacotes “especiais” para pessoas “especiais”. Sendo assim, nos deparamos com uma “aventura” atrelada à sociedade industrial, organizada por ela, com toda a facilidade por ela oferecida. Pode-se adquirir a aventura por meio de um catálogo, onde estão inclusas as diárias e as refeições – geralmente preparadas pelos “nativos”. É nesse sentido que acontece o apoderamento das viagens alternativas pela máquina do turismo, onde sequer os seus adeptos

⁷ Ao fazer menção às viagens alternativas, Krippendorf afirma que “esse apelo é cada vez mais utilizado por um leque de viagens: viagens de estudo ou de aventuras, férias a pé ou viagens individuais dos *globe-trotters*. Essas viagens, em geral, desenrolam-se em países de Terceiro Mundo, mas também podem ocorrer em outras regiões do mundo”(p.60).

conseguem se desvincular, posto que estão interligados quase que umbilicalmente à sua indústria.

A relação entre visitantes e moradores locais, na verdade, estritamente de troca.⁸Troca essa que inserida no âmbito do turismo não ocorre em nível igualitário por conta dos custos sociais, no entanto, essas conseqüências incidem por todos os caminhos percorridos pelo turismo. Os autóctones querem o dinheiro dos turistas – e uma minoria alcança os lucros - os turistas, por sua vez “guardam uma lembrança instrutiva daquilo que percebem por uma porta entreaberta em um breve instante” (KRIPPENDORF, 1989, p.64). A atividade turística até permite um ganho considerável para os moradores locais, mas esse lucro é mínimo comparado as grandes redes de hotéis, por exemplo. Os gastos em infra-estrutura e no suprimento de produtos exigidos por turistas geram um eterno investimento pela corrida de quem atrai mais visitantes.

É óbvio que não se deve desconsiderar o turismo como um potencial aproximador de pessoas de distintas culturas como no caso do terceiro mundo, mas também transformou o relacionamento entre ambos mediante a necessidade da sobrevivência dos nativos, sendo que ela é - para algumas regiões - a única esperança de rendimento econômico. Então, para que isso aconteça da melhor maneira possível, há a necessidade de adaptação da população local para com os viajantes oriundos de várias partes do mundo. De qualquer forma, o que se sobressai é a vontade dos visitantes, sem se dar ouvidos aos desejos do povo local, que no fundo, ainda preza pela paz do ambiente – ainda que seja por um curto período de tempo. Contudo, um maior contato com os autóctones acontece resultante de compartilhamento de vida com os mesmos, incluindo-se as condições de vida.

Ainda segundo Krippendorf (1989), a viagem se configura num clichê, por que nem um dos grupos envolvidos, conhece de fato a realidade alheia, chegando a afirmar que são mínimas as chances de se conceber relações verdadeiras entre ambos, pois a ordem – na maioria dos casos – é enganadora e comercial, visto que o prazer de um é o trabalho do outro.

Em “A Metrópole e a Vida Mental” Simmel (1987), destaca que a modernidade pode ser apreendida por meio de seus dois principais símbolos: a metrópole e o dinheiro, já que estes são elementos que a melhor representam, graças ao aumento da individualização, que traz consigo a impessoalidade, proporcionando, assim, uma

⁸ O autor assinala como alguns aspectos negativos dessas causas: as alterações no meio ambiente da localidade, o fardo psicológico dos autóctones, a comercialização do folclore, a mendicância...

redução das distâncias e a possibilidade de estabelecimento de um maior número de laços sociais entre os indivíduos. Acarretou também mais liberdade ao homem, tornando-o livre dos laços estreitos da comunidade pela sua velocidade. Entretanto, tornou também mais frágil o contato humano e as relações sociais mais objetivas e menos pessoais, ou seja, mais superficiais.

O dinheiro é tomado pelo autor como um fenômeno de duplo significado, por separar e unir as pessoas ao mesmo tempo, já que corresponde a uma linguagem comercial falada em todos os lugares, exercida através das trocas que podem ser efetuadas por qualquer pessoa, no entanto, as relações sociais ganham ares de superficialidade, seu contato comercial é temporário – dura somente o tempo que decorre a troca - e impessoal. “O dinheiro, com toda sua ausência de cor e indiferença, torna-se o denominador comum de todos os valores; arranca irreparavelmente a essência das coisas, sua individualidade, seu valor específico e sua incomparabilidade” (1987; p. 16).

Simmel (1987) salienta que a “economia do dinheiro domina a metrópole” (p.14). Ao se referir à metrópole, o autor a especifica como dotada de heterogeneidade, onde habitam e convivem as diferenças dos variados indivíduos, que tem autonomia para exercer a sua liberdade, mas sem deixar de lado a impessoalidade, causada pelo ritmo frenético da cidade. Para o autor, o excesso de diferenças na metrópole a torna indiferente e banalizada, suscitando o surgimento do indivíduo com atitude blasé que ajuda a compor nossa sociedade. Conforme nos diz Simmel (1987) “Não há talvez fenômeno psíquico que tenha sido tão incondicionalmente reservado à metrópole quanto a atitude blasé.⁹ A atitude blasé resulta em primeiro lugar dos estímulos contrastantes que, em rápidas mudanças e compressão concentrada, são impostos aos nervos. Disto também parece originalmente jorrar a intensificação da intelectualidade metropolitana. (...) Uma vida em perseguição desregrada ao prazer torna uma pessoa blasé porque agita os nervos até seu ponto de mais forte reatividade por um tempo tão longo que eles finalmente param de reagir. (...) Surge assim a incapacidade de reagir a novas sensações com a energia apropriada. Isto constitui aquela atitude blasé que, na verdade, toda criança metropolitana demonstra quando comparada com crianças de meios mais tranquilos e menos sujeitos a mudanças.” (p.16).

⁹ LABATE (1997) atenta para a não atribuição de um caráter sagrado aos “mochileiros” no que toma as motivações que os levam a viajar. Abalizando um maior cuidado no exame dos discursos proferidos por eles, pois a viagem pode ser mais blasé do que podemos perceber

Sob a ótica de uma discussão acerca da produção do espaço ¹⁰Cruz (2007), esclarece o que viria a ser o “território turístico” tão habitualmente usado pelos estudiosos das grandes áreas da pesquisa envolvendo a prática do turismo. Os “territórios turísticos”, segundo a autora, seriam “as porções do espaço geográfico em que a participação do turismo na produção do espaço foi e ainda é determinante”. As aspas são justificadas pelo fato de que “teoricamente, não há território que seja adjetivamente turístico”, e adverte para a existência de usos turísticos do mesmo, mas não somente do turismo, podendo ser utilizada para diferentes fins.

Como suporte para a discussão com a rua¹¹, valer-me-ei da importante contribuição de Lefebvre (1999) ¹²sobre a sua visão da mesma ao tomá-la contra, como lugar de desenvolvimento do mundo das mercadorias, como a “transição obrigatória entre o trabalho forçado, os lazeres programados e a habitação como lugar de consumo”. Assim. “a passagem na rua, espaço de comunicação, é uma só vez obrigatória e reprimida”. É na sua existência que os atos de rebelião acontecem, mas é também onde são mais fortemente reprimidos. E acrescenta ainda que seja na rua que a passagem cotidiana torna-se espetacularizada pelos objetos de consumo, pois a mercadoria (espetáculo) agora se desenvolve na rua e transforma as pessoas em espetáculos umas para as outras.

A impessoalidade está embutida na rua, vista como um lugar dos encontros superficiais, apesar da proximidade física entre os sujeitos. Não há a constituição de vínculos com os demais. Lefebvre (1999) refere-se aquilo que ele chama de colonização do espaço urbano “que se efetua na rua pela imagem, pela publicidade, pelo espetáculo dos objetos [...] tornados símbolos e espetáculos”. O poder autoriza a apropriação desse espaço a partir de “aparência caricata”, que se fixa na uniformização dos cenários, através da modernização de antigas ruas e com a realização de festas carnavalescas, bailes e festivais folclóricos.

A favor, a rua é o espaço do encontro e da desordem. O primeiro propicia outros encontros em determinados lugares: os restaurantes, teatros, bares e tantos mais. Esses lugares são incumbidos de transmitir animação à rua, que se forma num movimento de mistura. A desordem vive, informa e surpreende e constrói uma ordem superior.

¹⁰ São convocados para esse debate Lefebvre, Smith e Milton Santos.

¹¹ Michel de Certeau afirma que o “espaço é um lugar praticado. Assim a rua geometricamente definida por um urbanismo é transformada em espaços pelos pedestres” (p.202)

¹² Apresentação de argumentos *contra e a favor* da rua, confrontada na idéia de “fase crítica”, que situa uma problemática urbana no processo geral. A cidade industrial procede uma zona crítica.

Em a casa e a rua, DA MATTA (1991) concebe-os apenas como "espaços" antagônicos e relacionados, mas também "esferas de ação social" específicas. Em cada uma dessas esferas existem valores e idéias específicas que guiam ou influenciam o comportamento dos agentes em determinada direção em cada caso. “Quando, então, digo que "casa" e "rua" são categorias sociológicas para os brasileiros, estou afirmando que, entre nós, estas palavras não designam simplesmente espaços geográficos ou coisas físicas mensuráveis, mas acima de tudo entidades morais, esferas de ação social, províncias éticas dotadas de positividade, domínios culturais institucionalizados e, por causa disso, capazes de despertar emoções, reações, leis, orações, músicas, e imagens esteticamente emolduradas e inspiradas”. (p. 17). A “casa” – espaço privado – vive se o familiar, o sagrado e os direitos, em contraposição, na “rua” - espaço público – tenho deveres e obrigações, com seus imprevistos, acidentes e paixões.

Ao escolhermos espaços de longa extensão, como a rua 10 de Julho optamos por compreendê-las como manchas de lazer. A mancha “apresenta uma implantação mais estável tanto na paisagem como no imaginário. As atividades que oferece e as práticas que propicia são o resultado de uma multiplicidade de relações entre seus equipamentos, edificações e vias de acesso – o que garante uma maior continuidade, transformando-a, assim, em ponto de referência físico, visível e público para um número mais amplo de usuários” (MAGNANI 1996, p.21). Sendo assim, a “rua” de DaMatta (1991) abrange tantos mais espaço inseridos nesse maior, onde tenho a oportunidade de conhecer pessoas, diversão, lazer, afetuosidade.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 AS INCURSÕES NO LARGO DE SÃO SEBASTIÃO E RUA 10 DE JULHO

Primeiramente, foi dado maior enfoque ao Largo e, conseqüentemente à praça, apesar dessa “ordem” não ter sido algo planejado, e tampouco soe como preferência, que poderia ter se manifestado no decorrer do trabalho. O que acontece, entretanto, é que a comodidade oferecida – pelo menos no meu caso – por essa área talvez tenha me deixado predisposto a iniciar por lá. Sentar em um dos seus mais de vinte bancos, tomar um pouco de vento e ouvir o badalar dos sinos da igreja ou a música vinda do teatro ou da casa das artes é quase um convite impossível de ser negado. E eu aceitei, mas sem ficar rendida ao comodismo, já que o flerte com a rua também era inevitável, sem contar com a possibilidade de fazer observações da rua mesmo sentada nalgum banco da praça. Por muitas vezes me permiti fazer esse exercício, mas felizmente a visão dos bancos para a rua não contempla toda a sua extensão, proporcionando apenas a visualização de algumas residências, lojas, botecos, o trânsito dos veículos e de pessoas.

Quando comecei a freqüentar o Largo não havia a necessidade de explicar o motivo da minha constante presença por lá a ninguém, por ainda não ter tido a oportunidade de conversar com quem solicitasse mais dados a meu respeito. Às vezes eu percebia a expressão de desconfiança e de curiosidade dos seguranças ou dos vendedores de pipoca que me olhavam como se já me conhecessem e como se pensassem consigo o que tanto eu fazia andando de um lado para o outro. Após um certo período, comecei a puxar conversa com pessoas que se sentavam ao meu lado, com os vendedores na hora de comprar um sorvete e com os empregados de um lanche das redondezas, incluindo também um ou outro guarda a quem pedia qualquer instrução ou informação sobre horários e eventos. Foi desse modo que conheci James, que é segurança do Largo e que se mostrou muito acessível no sentido de estabelecer conversas comigo. Logo em seguida, revelei que era aluna da UFAM e que estava fazendo uma pesquisa que tratava do turismo exercido naquela área – do Largo e da rua.

Através de James cheguei ao nome de Sr.Djavan, um vendedor de mapas, que segundo ele “entendia melhor dos turistas”. Assim sendo, nos aproximamos, eu e

Rodrigo, e nos apresentamos diretamente como estudantes e explicamos de forma muito breve a pesquisa de cada um. Ele se mostrou muito solícito e simpático à nossa abordagem um tanto constrangida, isso porque eu ainda não sabia ao certo quem era o Sr. Djavan, a não ser pela descrição física feita pelo James dias antes, que não estava trabalhando neste dia.

Pouco a pouco passamos a conversar mais – algumas vezes com o Rodrigo e noutras desacompanhada – sobre os turistas, sobre a sua vida e o trabalho desenvolvido com a venda dos mapas. Por meio de Sr. Djavan, que, na verdade, se chama Lecínio e é paraense, conheci outros tantos contatos que me ajudaram a compor este trabalho.

Ele é morador do bairro do centro, onde tem uma casa alugada. Tem por volta de cinquenta anos e é pai de três filhos ainda pequenos. Ele começou a trabalhar no Largo há mais de oito anos, sempre na mesma atividade. Por volta das 8h e 30 min a sua bicicleta já está estacionada no mesmo lugar: em frente ao Teatro, próximo à guarita e a Rua 10 de julho, permanecendo até as 18h, com intervalo no horário do almoço quando vai para casa e leva suas filhas para uma escola no centro, pegando-as no fim da tarde.

Nós nos conhecemos há menos de um ano e ele nos explicou - e por diversas vezes pudemos observar - como acontece o processo de venda do seu produto, no caso os mapas. Ele conhece, de acordo com sua fala, quase todos os guias. O que não é difícil acreditar, visto a sua popularidade com as pessoas que trabalham na região do centro e o seu carisma. Ao avistar os turistas, ele começa a andar ao seu alvo – com o mapa a mostra e arriscando algumas palavras soltas em inglês ou em outro idioma. Uns passam e fingem não notá-lo, outros param, olham e nada compram e existem aqueles que são mais generosos e compram mais de um mapa – que custa R\$15,00. Existe uma espécie de troca de favores entre ele e alguns guias, o que ele chama de “camaradagem”, ou seja, os guias conduzem alguns turistas em direção ao Sr. Djavan na tentativa de ajudá-lo a vender e ele, por sua vez, oferece cerca de 10% daquilo que foi vendido, dependendo do valor, ao guia. Esse acordo não se estende a todos os guias, outros nada cobram ou pedem, mas Sr. Djavan afirma que os presenteia com um mapa quando estes precisam. É necessário aqui afirmar que esses turistas estrangeiros a quem o Sr. Djavan oferece os mapas são em sua maioria turistas “guiados” por se tratarem daqueles viajantes que realizam um deslocamento interno, no seu país de origem ou de residência, ou externo - quando os viajantes são oriundos ou residentes de outro países que não seja aquele de destino. Esse deslocamento geralmente acontece em grupos ou em companhia de amigos, parentes, cônjuges e filhos que se organizam previamente a

viagem, procuram agências de turismo na tentativa de formar ou integrar um pacote que, dependendo do preço, inclui uma série de diárias em hotéis luxuosos, desfrute de um quarto confortável com serviços à disposição do cliente, refeições abastadas, passeios pelos principais pontos turísticos acompanhados de um guia poliglota – com uma fala decorada e gestos que se tornaram mecânicos de tanto serem repetidos aos outros turistas. A história de uma praça, prédio ou monumento e, em seguida, o momento mais importante do “passeio” - a sessão de fotos. A compra de produtos que comprovem a “passagem” por determinada cidade e seus pontos turísticos mais famosos. À volta ao hotel. O contato quase nulo e superficial com os moradores locais. E a volta para casa.



Turistas na praça de São Sebastião

Na definição, aqui estabelecida, utilizei-me dos estudos de Krippendorf (1989) acerca dos dois “turismos” por ele definido: férias em gueto e as viagens alternativas, do texto A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade de Labate (1997), para pensar a dicotomia surgida no período do trabalho de campo, visto que não poderia tomar a categoria “turista” de um modo generalizante, havendo uma vasta discussão literária que permeia a classificação dos tipos de turistas e ou de turismo. O presente trabalho se limitará a apresentar e a dialogar apenas com dois: os turistas “guiados” e os “mochileiros”. Estes se diferenciam dos demais por se contraporem a essa idéia de “férias em guetos” (KRIPPENDORF,1989) que engloba a hospedagem em hotéis caros

e óbvio, a fuga desses roteiros e caminhos turísticos tão apelativos, o comportamento e até mesmo a vestimenta se diferenciam dos demais.

Há pouca procura pelos mapas por parte dos turistas “mochileiros”, de acordo com os relatos de Sr. Djavan. O contato entre eles se restringe mais à troca de informações e dúvidas, é como se o mapa fossem as pessoas com as quais eles mantêm contato – ainda que vago. Eles são “guiados” pelos vendedores, pelos guardas e taxistas – sujeitos que trabalham próximo ao Largo e a Rua 10 de Julho e que eles supõem deter maior conhecimento do centro da cidade.

Os guardadores de veículos, mais conhecidos como “flanelinhas” também se enquadram como prestadores de serviços neste trabalho, apesar de não trabalharem em um estabelecimento comercial específico. No entanto, os guardadores de carro com quem mantive contato fossem responsáveis por uma determinada parte da Rua 10 de Julho, que envolve a metade do entorno do Teatro Amazonas até o Ecoshop.

Confesso que tive resistência em procurar interagir com os guardadores, talvez por não saber ao certo como abordá-los e tampouco ter oportunidade criada para isso, por não costumar ir para o Largo e para a Rua de carro, o que provavelmente seria pretexto para, quem sabe, puxar assunto com eles. Além disso, a fama dos “flanelinhas” na nossa cidade não é das melhores, o que contribuiu muito para a dificuldade que tive. É comum ouvir histórias de motoristas que tiveram os carros arranhados, quebrados e mesmo roubados por pessoas que se identificam como guardadores, principalmente quando o usuário do serviço, no caso o motorista não quer pagar o que é estipulado por eles.

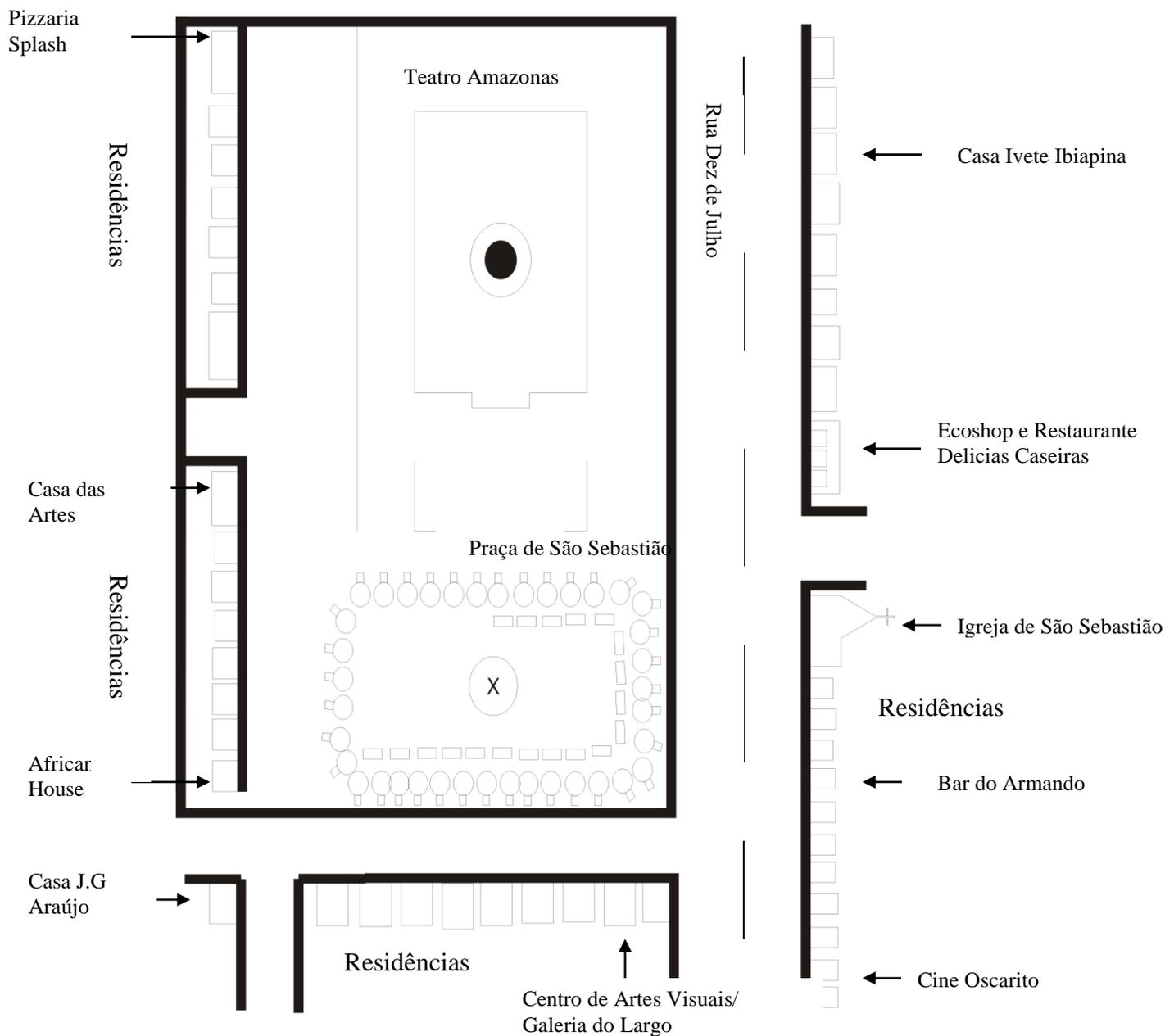
Na rua é muito confuso identificar os grupos ou sujeitos e em que áreas eles costumam trabalhar, porque na verdade são vários grupos de quantidade reduzida e com áreas demarcadas. Essas demarcações levam em conta o tempo de trabalho na rua, ou seja, quem chegou primeiro. Outro fator diz respeito à amizade, coleguismo e o parentesco entre eles. Como no caso de um senhor que trabalha na Rua Monsenhor Coutinho com quem tive contato numa outra ocasião, fora a situação da pesquisa. Este senhor, que aparentava ter acima de cinquenta anos e que, segundo ele, trabalha há mais de dezessete anos naquela rua é um exemplo disso. O filho mais velho dele também trabalha na mesma rua há mais de seis anos e o mais novo, que tem dezenove, começou em fevereiro desse ano. A dificuldade de conseguir emprego e o nascimento de um filho é apontada como os motivos que fizeram com que ele chamasse o mais novo para trabalhar com ele.

A experiência com esse senhor me ajudou a vencer a resistência da aproximação com os guardadores da 10 de Julho, me estimulando a entrar em contato com um grupo de guardadores. Dirigi-me até eles e me identifiquei como aluna da UFAM, explicando a pesquisa e a razão da conversa. Novamente, para minha surpresa, fui bem recepcionada pelo Sr. Raimundo, Ronaldo e pelo Amiraldo, que se mostraram bem à vontade colaborar comigo.

Eles se concentram numa casa, que antes eu considerava abandonada, mas que na verdade é residido pelo Sr. Raimundo, apesar deste não ser o dono da casa. O Sr. Raimundo mora nos fundos dessa casa, já que a frente é utilizada como estacionamento para os carros dos funcionários do proprietário da casa, um senhor que possui uma firma no centro da cidade e que empresta – numa troca de favores - os fundos da casa ao Sr. Raimundo. O que facilita o reparo dos carros durante o dia todo, pois a rua e o Largo são movimentados sempre, seja em menor ou maior frequência.

Conforme relatos de Ronaldo, que trabalha há mais de quinze anos como guardador na 10 de Julho e é uma figura muito conhecida ali, só ganham o dinheiro “na rua”. Indagado a respeito da fama dos guardadores, me disse que fica aborrecido com a situação e que por culpa de alguns guardadores, pagam todos. (INSERIR AREA DE RISCO)))

3.2 APRESENTAÇÃO DOS ESPAÇOS E DOS SERVIÇOS



O Largo tem como localização o centro histórico de Manaus e sua criação foi motivada com o intuito de oferecer um espaço de lazer e arte para seus moradores, visitantes e turistas de uma forma geral. O Largo é composto pelo Teatro Amazonas, o Monumento de Abertura dos Postos, a Casa Ivete Ibiapina, a Casa das Artes e o Centro de Artes Visuais/ Galeria do Largo e a Casa J.G Araújo. Os dois primeiros, diga-se de passagem, muito apreciados pelos turistas “guiados” em suas sessões fotográficas.

De acordo com informações da SEC, tal espaço tem:

a finalidade de resgatar a cidadania através da arte. Tal empreendimento, além de democratizar a arte, proporciona aumento da renda para a classe artística, na medida em que um novo mercado de trabalho se abre. Além de se tornar um local de entretenimento e lazer, há o resgate da memória local com a revitalização da área. (2007)

Não acredito que o resgate dessa cidadania se daria apenas com a democratização da arte. Não se pode contestar, entretanto, o fato de que o Largo passou a ser mais freqüentado pela população local após a revitalização em 2004. A sensação de segurança passada pela constante vigilância, confere um maior conforto aos sujeitos que ali permanecem por um curto ou longo período diariamente. O público é formado por pessoas de todas as idades e sexo e que fazem diferentes usos desse espaço.

Mas, retornando ao Largo de São Sebastião como um espaço de múltiplos usos pelos atores sociais ali inseridos, ainda que temporariamente, podemos fazer algumas reflexões sobre o que foi observado e vivenciado no processo da pesquisa. No decorrer da pesquisa estive em praticamente todos os turnos, em diferentes dias. Contudo, a movimentação constante de pessoas é uma característica predominante daquele espaço. Ao final da tarde e início da noite o Largo de São Sebastião, há definitivamente, uma superação nesse aspecto. Estudantes e trabalhadores da região central, turistas, casais, crianças acompanhadas de pais, vendedores de guloseimas e prestadores de serviços são figuras comuns naquele cenário.

Seja pela música ao vivo do “Tacacá na Bossa” as quartas-feiras, seja pelo Teatro Amazonas ou a praça – que neste período já está quase com todos os bancos ocupados – as motivações são diferentes para cada um. Ponto de encontro? Sempre. Quais encontros? Os mais variados, ocasionais ou propositais. Tem sempre alguém esperando no banco da praça. Esses mesmos bancos que são regulados pelos vigilantes e pelo Frei Fulgencio, conforme me foi relatado num momento em que em mesma fui “convidada” a tirar meus pés, que se encontravam sobre o banco. Nesse sentido Castrogiovanni (1999) chama a atenção para alguns elementos marcantes das cidades,

os pontos de encontro. Segundo o autor, esses pontos “podem estar associados às edificações ou aos espaços abertos: uma igreja, um clube de mães, uma cancha de bocha, uma rua, uma praça, uma feira.(...) Aqui, é possível sentir os movimentos do lugar, os seus valores próprios que podem ser capitalizados pelas diferenças”. (p.29).

A advertência – pelo menos no meu caso – foi gentil, mas já presenciei situações em que foi necessário um pouco menos de delicadeza por parte dos vigilantes, visto a insistência do casal de estudantes em permanecer “juntos demais”. Foi-me relatado por alguns taxistas e funcionários de uma empresa responsável pela limpeza do local, que não obstante a presença dos guardas para evitar essas situações e manter a imagem do Largo como “familiar”, harmônica e segura, há ainda a repressão por parte da igreja, na figura do Frei Fulgencio, que tem por costume ao ali passar e observar situações um tanto ultrajantes, aplicar uma espécie de castigo com o seu cinto, que é lançado em direção ao casal, por exemplo, seguido de um sermão.

Os estudantes costumam se aglutinar em grandes grupos, principalmente em torno do Monumento de Abertura dos Portos, onde conversam, flertam e namoram. As crianças, se muito pequenas, andam numa espécie carrinhos elétricos, locados ao preço de R\$5,00 pagos a cada quinze minutos.

É interessante notar essas divisões do espaço e as apropriações feitas pelos sujeitos, tais como os taxistas que se concentram entre o fim da Praça de São Sebastião e a rua 10 de Julho. Os próprios vigilantes – como já tive a oportunidade de presenciar várias vezes - unem-se aos vendedores e a alguns funcionários do Teatro para ficar jogando conversa fora, falar mal da vida alheia e tecer comentários acerca das mulheres que por eles passavam naquele determinado momento. No início do nosso relacionamento, se fazia importante para eles transmitir uma imagem de seriedade a respeito de suas falas e do comportamento, entretanto, com os passar dos meses, a minha postura para com eles e vice-versa - à medida que a minha figura passara a se tornar cada vez mais comum - ganhou contornos mais íntimos, logo eles se esqueceram de manter o distanciamento de antes e começaram a se familiarizar comigo e eu com eles, a ponto mesmo de ser quase uma obrigatoriedade dirigir-me até o banco para lhes falar, mesmo que por pouco tempo.

Outro ponto a ser aqui relatado é que devemos considerá-lo como um espaço constantemente observado – não no sentido da vigilância como dito anteriormente, mas pelos próprios freqüentadores, moradores, turistas e demais sujeitos que sentam-se nos bancos da praça ou mesmo em frente as suas casas e de lá observam com olhares atentos

ou nem tanto assim, as situações mais diversas e mesmo adversas vividas por conhecidos de longa data dos olhos ou os que chegam, que estão de passagem como no caso dos turistas. Alguns olhos se adestram e não mais conseguem identificar as diferenças entre um e outro, salvo os aspectos físicos.

Freqüentada principalmente por religiosos da área central da cidade ou dos bairros adjacentes, a igreja de São Sebastião conta com um público mais elitizado ou aqueles que são devotos do santo e os que participam da Juventude Franciscana de Manaus, coordenada pelo Frei Fulgêncio. É comum se ouvir o badalar dos sinos indicando o horário certo de quinze em quinze minutos e a grande quantidade de matrimônios ali celebrados, principalmente nos finais de semana.

A beleza da igreja¹³, cuja administração é de responsabilidade dos padres capuchinhos, é um dos fatores que instiga a visita dos turistas, além, do interesse pelo Santo e pela religião católica. Cabe aqui também salientar, que no caso dos turistas estrangeiros, a curiosidade em conhecer a igreja se limita a passar pela sua frente e tirar fotos e mais fotos, quando a curiosidade é maior, eles adentram-na e tiram fotos do seu interior. Em nenhum momento tomei conhecimento ou tive a oportunidade de observar um envolvimento maior do que esse aqui exposto, no entanto, isso não anula a possibilidade de que o mesmo aconteça ou possa vir a acontecer.

O meu comparecimento aos festejos de São Sebastião e que acontecem na Igreja que leva o mesmo nome do santo – o mártir da igreja católica - foi impossível por estar ausente da cidade naquele dia, contudo, participei da procissão e da missa no ano de 2007, o que me auxiliaria numa breve descrição, incluindo-se aí os dados colhidos a partir de alguns relatos. A data de comemoração ao santo é no dia 20 de janeiro e como vem ocorrendo há alguns anos – é preparada uma programação que abrange desde as quermesses, a queima dos fogos no início da manhã, o culto em seguida, a conhecida procissão – onde os fieis percorrem as ruas do centro e retornam à Igreja.

O arraial tem se realizado no espaço da rua e da calçada de igreja e não mais na praça, como era de costume alguns anos atrás, pois não foi concebida autorização por parte da SEC, que é o órgão do Estado responsável pela administração dos mesmos. Neste ponto pode-se notar a regulação do espaço (CRUZ, 2007), posto que alguns anos atrás, tal festividade acontecia no espaço do Largo de São Sebastião, contudo, sob

¹³ Religiosos de ordem franciscana.

alegação de que as barracas agridem o piso e o restante da estrutura física do Largo, ordenou-se a restrição quanto a sua realização.

A rua apresenta diferentes estabelecimentos comerciais, e como não poderia faltar, pela proximidade com o teatro, as lojas de *souvenirs* se fazem presentes graças à quantidade de turistas que transitam pela rua e pelo Largo. Uma delas é o Ecoshop, que se localiza ao lado do Teatro Amazonas, na Rua 10 de julho com esquina para a Rua Tapajós. A loja localiza-se num antigo prédio, que abrange outros estabelecimentos comerciais. Uma variedade de objetos regionais que vão desde os colares até as camisetas está à venda, além de um espaço onde são oferecidos serviços de cafeteria que, de acordo com Wilson – que se apresenta como relações públicas do estabelecimento e que conheci por intermédio do Sr. Djavan – foi intencionalmente criado para atrair mais pessoas. Wilson trabalha no entorno do Teatro Amazonas, na praça, fazendo divulgação da loja por meio de conversas e oferecendo cartões da mesma aos turistas. Tive, ainda, a oportunidade de entrevistar duas funcionárias da referida loja: Déborah e Sonia, sem muitas dificuldades, visto a constante movimentação da loja, sempre ocupada com ao menos um cliente – seja turista ou não. Acerca do atendimento, pode-se afirmar que não é por falta de comunicação e simpatia - representada com um sorriso constante - que as vendas deixarão de ser feitas.

De acordo com Déborah – balconista do estabelecimento - existe um bom fluxo de turistas, tanto os nacionais como os estrangeiros, apesar de os nacionais serem os mais freqüentes na loja. Quanto aos estrangeiros, os americanos ganham, segundo ela, maior destaque quando o assunto é compra, principalmente pelos artesanatos locais e pela procura pelos peixes amazônicos empalhados, como as piranhas. Elas destacam também o contato com os turistas orientais e a fama de negociadores de preço, que em comparação aos demais turistas, são descritos como mais “contidos”. “Apesar de não falarem o português, logo eles aprendem a falar a palavra” descreve “e passam a pedi-lo durante as compras” diz Sônia, que também trabalha no local.

Percorri outras lojas de artesanato e souvenir além do Ecoshop, como “Artesanato da Amazônia” e Galleria Amazônica. Nesta última, onde fui recebida por Melina, recepcionista do lugar, ocorre um processo similar ao do Ecoshop no atendimento e na venda de produtos, comercializando esteiras, cestarias, cerâmicas, desenhos, fotografias e publicações que, de acordo com Melina, são produzidos por indígenas, como os Baniwa e os Tukano, a loja possui uma seleção da arte tradicional e contemporânea da região, com um espaço de exposições, vendas e encomendas. A

busca pelos produtos é maior por parte dos turistas brasileiros, que, em alguns casos, os compram com a intenção de revenda em seus respectivos Estados, e até mesmo em outros países.

Fazendo jus à fama de “gastadores” atribuída pelos comerciantes - apesar da passagem de turistas vindos de todos os continentes – os americanos despontam na frente dos demais em se tratando de compras. Diferentemente dos orientais, que visitam a loja, fotografam e nada compram.

Para os turistas que chegam à cidade interessados em adquirir *souvenirs*, tem se tornado mais comum dirigirem-se diretamente à Praça Tenreiro Aranha, conhecida em Manaus pela diversidade de produtos exibidos por artesãos nas várias barracas distribuídas pelo local.

Na Cafeteria do Largo, a entrevista foi feita com D.Ana, que trabalha no local há algum tempo e que logo me informou que o estabelecimento iria fechar no dia 06 de janeiro de 2009, pelo fato de não ser mais de interesse da proprietária ali continuar, entrando a SEC com licitação para ocupação do espaço.

Segundo informações de D.Ana, a iniciativa para a criação da cafeteria foi da Secretaria de Cultura - SEC, que queria um espaço que remetesse à Belle-Époque e que fosse acessível aos turistas e para a população local. É visível, por parte dos visitantes, essas referências, misturando-se a ela um toque do regionalismo – esboçado por meio dos cd’s, livros e artesanatos espalhados pelo lugar. Outro exemplo é o cardápio oferecido aos clientes, que trazem pratos com o requinte francês, com ingredientes e receitas – em sua maioria – típicas e que levam nomes de figuras ilustres do Estado.

A cafeteria abre a partir das 17hs até as 23 h, de 4ª feira a Domingo. Seu movimento continua sendo bom, resultando na redução do fluxo de turistas, seja nacional ou internacional. Estes últimos são descritos por D. Ana como mais “educados” do que os “outros”, já que “eles não enrolam para fazer o pedido. Pedem o cardápio e só chamam para pedir tudo de uma só vez”.

O cardápio oferecido é também apresentado em inglês para facilitar a comunicação com os turistas estrangeiros. Não há ninguém que fale outro idioma trabalhando no lugar, e isso acaba prejudicando na hora de fazer o pedido, pois é comum a curiosidade a respeito dos ingredientes que ajudam a compor o prato que, na maioria das vezes, é regional. Na opinião de D.Ana, há muita coisa a ser feita, não somente na cafeteria, mas em todo o Largo, que segundo ela “não tem estrutura suficiente, pois falta gente que fale outros idiomas”. Mesmo com a possibilidade de ser

fechado, o estabelecimento continua a funcionar e todos os dias após as 17h, se pode ver as mesas que ocupam parte da rua, com poucos clientes, é verdade.

Segundo Paulo, responsável pela loja “Artesanato da Amazônia”, localizada no Largo, num prédio de estabelecimentos comerciais, houve uma considerável queda nas vendas dos produtos em decorrência da crise econômica mundial e também por conta da proibição de artigos que utilizam penas de pássaros em sua confecção. Em razão, principalmente, deste último acontecimento, as camisetas e os objetos decorativos de médio e pequeno porte ganharam mais espaço entre suas compras.

A “manipulação” dos turistas pelos guias – no caso dos turistas “guiados” – é outro fator visto como prejudicial às vendas, sendo que existe uma espécie de parceria entre donos de estabelecimentos e alguns guias, onde esses encaminham ou indicam visitas a determinados locais, assegurados numa relação de troca de favores entre ambos.

As afirmações de Paulo sobre as melhores e maiores vendas realizadas ainda dão maior crédito aos turistas nacionais, apesar de os norte-americanos serem considerados os melhores compradores estrangeiros, comparados aos alemães que nada compram e são até descritos como grosseiros.

Interessante salientar aqui, a idéia que esses comerciantes, vendedores, prestadores de serviço, entre outros sujeitos, fazem dos turistas orientais. Quando perguntados a respeito da relação pessoal e comercial com estes turistas, pode-se notar uma unanimidade em seus discursos: não são, em nenhum momento, descritos como bons compradores – ou compram pouco e coisas baratas - não dão gorjetas aos garçons, pedem desconto em tudo, tiram somente fotos dos produtos e dos pontos turísticos. Há muita dificuldade em dissociar a imagem do “turista guiado” à do oriental, é como se elas fossem uma só. Essa associação permeia também o nosso imaginário acerca do turista “de fora e endinheirado” e algumas situações por mim observadas e aqui relatadas, ajudam a reafirmar essa idéia. No período da pesquisa, não tomei conhecimento – e confesso nunca ter ouvido falar – de nenhum “mochileiro” oriental. Outro fator que muito reforça essa imagem por eles passada, é a da apropriação de tudo aquilo que lhes rodeiam por meio do uso da máquina fotográfica – reiterando que essa afirmação não implica na exclusão dos turistas de outras nacionalidades. Essa apropriação, no entanto, é efêmera.



Foto do Bar do Armando

Um prestigiado estabelecimento da cidade também compõe a Rua 10 de julho – o Bar do Armando. Para quem frequenta a praça ou passa pela rua, principalmente nas noites dos finais de semana, é impossível não perceber a movimentação dos carros que estacionam, das pessoas que chegam e saem, as mesas ocupando a calçada e parte da rua, os garçons atarantados e num movimento que chega a ser frenético de ida e volta. A partir de quarta-feira é comum o estabelecimento estar de portas abertas aos frequentadores, por sinal, dotado de um público dos mais variados, onde se incluem médicos, advogados, estudantes secundários e universitários, vendedores ambulantes, casais, turistas entre tantos mais.

Não sou uma frequentadora assídua do local, entretanto, passei a sentar-me numa de suas mesas de plástico com mais frequência do que de costume, mas não tanto como eu gostaria. À primeira vista o estabelecimento não tem nada de surpreendente – instaurando-se as perguntas: Qual a graça e as causas do sucesso do lugar são perguntas de difícil resposta, apesar de muito me agradar o clima do local nas sextas-feiras – o dia mais movimentado da semana, com absoluta certeza.

Como dito acima, o público é diversificado, mas pude observar a grande quantidade de pessoas do sexo masculino – alguns sentados, outros tomando cerveja no freezer ou no balcão, geralmente acompanhados de outros homens. É recorrente ainda, a aglutinação de pessoas que lá se encontram – coincidentemente ou não – e juntam-se em mais mesas, outros – grupos de amigos - chegam em número grande e também ocupam boa parte da calçada. Talvez o que eu nunca tenha visto, nas ocasiões em que lá estava,

seria a de mulheres desacompanhadas, sozinhas numa mesa. Estas estavam sempre em companhia de alguém.

Com um cardápio nada extenso, aliás, nem cardápio existe, o Bar do Armando é célebre por oferecer cerveja gelada e um sanduíche de pernil - não muito higiênico – mas saboroso. O que tem de informativo sobre os preços é uma espécie de placa, próxima ao balcão, com os preços das cervejas, refrigerantes e do sanduíche.

O estabelecimento é ornamentado com várias garrafas de bebidas numa estante presa à parede, uma infinidade de grades de cerveja, fotos da banda da BICA e do próprio Armando, um aparelho de som antigo e os LP's ao lado, além de alguns bonecos gigantes e camisas de edições anteriores da BICA. As músicas brasileiras e portuguesas servem de trilha para embalar as conversas em alto tom de alguns ou ao pé do olvido em outros casos. O barulho dos carros que não param de trafegar, as conversas, o assovio para chamar o garçom, a voz de D. Lourdes – esposa do Armando - balbuciando alguma coisa, gente vendendo artesanato ou adesivo, tudo isso e muito mais são elementos que ajudam a caracterizar esse boteco.

Existem os mais “chegados” ao Armando e sua esposa, que são os conhecidos de longa data e que visitam ou freqüentam o local de forma contínua. Aqueles que, assim como eu, o fazem de modo esporádico não conseguem estabelecer de imediato uma relação de intimidade e de camaradagem, salvo talvez, o reconhecimento físico pelo outro – garçons e os “religiosos” freqüentadores. Em se tratando dos turistas, que tem curiosidade de conhecer o bar, não se pode afirmar que se enquadram nos dois casos acima citados, pois a passagem pelo lugar é curta e impessoal, em sua maioria. Alguns “mochileiros” podem vir a ser freqüentadores temporários, dependendo do período em que permanecem na cidade, podendo mesmo, estabelecer relações mais duradouras do que as dos turistas “guiados”.



Fotos da Banda da BICA, em fevereiro de 2009.

O bar possui uma confraria, a Confraria do Armando, responsável, entre outras coisas, pela realização de eventos musicais no local. O mais importante acontece no carnaval, com a Bica (Banda Independente Confraria do Armando), criada em 1987 e que segue um estilo do carnaval de rua de outrora, com bonecos gigantes, marchinhas e a apresentação do samba-enredo oficial da banda, que sempre retrata algum acontecimento no cenário político ou social do Estado.

No mês de fevereiro, num sábado de carnaval, a banda concentra-se no bar do Armando para o tradicional percurso em ruas do centro, se estendendo pela madrugada do domingo. Por volta das 12h, já se pode notar a movimentação da rua causada pelos famosos “biqueiros”,¹⁴ estes, por sua vez, espalham-se e multiplicam-se após as 18h, preenchendo-a desde a Av. Eduardo Ribeiro até a Joaquim Nabuco.

Atualmente, o evento ganhou proporções mais elevadas – no que tange ao número de brincantes e até estruturais. Algumas ruas que dão acesso direto ao Largo, como a Costa Azevedo, são bloqueadas com tapume,¹⁵ restringindo o tráfego dos pedestres. O deslocamento, com exceção dos veículos, passa quase obrigatoriamente, pela caótica Av. Eduardo Ribeiro¹⁶. O fluxo de pessoas nas duas bandas é descomunal, havendo ainda o revezamento das mesmas entre uma e outra opção, dependendo do horário, das músicas e da animação do restante do público.

¹⁴ Aqui, entendidos como os foliões e brincantes da banda da BICA.

¹⁵ Vedação de madeira.

¹⁶ Nesta Avenida acontece a popular “Banda da Difusora”, que acontece – não coincidentemente - na mesma data da BICA, numa clara competição.

Cabe ressaltar – a partir das observações e de nem tão vasta experiência ao longo de cinco carnavais na BICA – que significativa parcela dos foliões que vão ao centro da cidade participar da banda da BICA dificilmente desviam-se para a da Difusora.

A banda da BICA é descrita por seus participantes e assim também se apresenta como “calma” e de “família”. Durante a festa, é normal ver pais com crianças, idosos e famílias inteiras dançando ao som das marchinhas, contudo, as brigas e os roubos tornaram-se corriqueiros. Devido às grandes proporções dessa festa de carnaval, o policiamento e a quantidade de vendedores ambulantes têm crescido a cada ano, assim como a de brincantes. Aqueles que frequentam a BICA há muitos anos, atribuem à violência e os roubos a alguns participantes da banda da Difusora que, segundo um grupo de senhoras - com quem tive oportunidade de conversar – é composto pelo “povão”.

Não existem dados suficientes que possam confirmar tais afirmações, entretanto, o fluxo e o deslocamento de pessoas entre as duas bandas é real, principalmente por parte dos brincantes da Difusora que, no geral atrai um público mais jovem, em decorrência – talvez - das músicas tocadas serem mais atuais. A BICA, com seus mais de vinte anos de tradição e dotada de um público mais antigo e fiel, tem fascinado, igualmente, os jovens e os turistas que estão na cidade nos dias de carnaval. Estes últimos, contudo, encontram-se em reduzida quantidade e em pequenos grupos¹⁷, confundindo-se com os demais ao beberem cerveja, dançarem, rirem e até “ficarem” – principalmente no caso do sexo masculino – com mulheres presentes na festa. Essa dedução baseia-se nas observações realizada no carnaval de fevereiro de 2009 e dada a constante movimentação das pessoas, torna-se inviável distinguir esses turistas.

Uma curiosidade sobre a banda fica por conta da publicidade feita em torno da mesma: uma faixa estendida na frente do bar anuncia o dia da saída da banda e é mais do que suficiente para mobilizar a população, daí em diante a notícia se espalha no boca a boca.

O tradicional desfile da banda vem sendo prejudicado já há alguns anos pelo carro de som da banda Difusora, que atravessa a Av. Eduardo Ribeiro¹⁸, impedindo o retorno da banda para a Rua 10 de Julho. No ano de 2006 a situação ficou ainda pior, pois a Rua Barrosa – utilizada para a subida da banda até o bar – foi obstruída pela SEC,

¹⁷ Refiro-me aos turistas oriundos de outros países

¹⁸ No antigo roteiro, a banda saía do Bar do Armando, no Largo São Sebastião, descia a Dez de Julho, pegava a Sete de setembro, dobrava na avenida Eduardo Ribeiro e, novamente entrava na Dez de Julho.

inviabilizando o desfile nos anos seguintes, que passaram a ser mais confusos e desorganizados.

Um palco é montado nas proximidades do Bar do Armando, onde se apresenta a banda oficial de metais “Demônios da Tasmânia” tocando marchinhas de carnavais. Os bonecos gigantes, que são outra atração, ora são manipulados pelos foliões, ora permanecem no palco, tal como o Armando, D. Lourdes, Mário Adolfo, Orlando Farias, Simão Pessoa e outros “biqueiros” de longa data e conhecidos na cidade.

A folia não tem hora para acabar, mas por volta das 02h a dispersão entre os brincantes se inicia. Uns vão de carro, de táxi, a pé, outros dormem pelos bancos ou pelos cantos e há até quem alugue um ônibus ou veículo semelhante para ir e retornar da banda. Ninguém vai nem volta só. Não tem graça nem sentido ficar sozinho na BICA, até porque raramente alguém fica só. Os encontros previamente combinados ou por acaso acontecem a toda hora, basta olhar para o lado que você encontra alguém ou vê os encontros dos outros.

O fim da folia ¹⁹traz consigo uma outra questão: o descaso com a rua. O caos da sujeira, o mau-cheiro, a desorganização se instaura. Apesar de ser um espaço público e com uma festa pública, não existe o reconhecimento daquilo como seu e tampouco o senso de responsabilidade por parte dos sujeitos. Na prática, trabalhadores se valem desse descaso para fins pessoais, como os catadores de lata, que as recolhem em troca de dinheiro, mas o grande responsável é o Estado, a ele é delegada a obrigação de zelar pela rua.

Adentrando aquilo que tange ao transporte e tráfego na rua, chama atenção a relativa calma dos carros e demais transportes em comparação a outras ruas movimentadas do centro de Manaus. Uma única linha de ônibus – 002 Interbairros II – percorre aquela via pública. O ponto de passageiros é em frente à praça e salvo em determinados dias e horários, ninguém fica a espera do coletivo e poucos são os que ali descem. A demora poderia justificar a situação, entretanto, isso não é um problema, pois em média, de vinte em vinte minutos – quando não antes – o mesmo passa parcialmente ocupado.

¹⁹ A singularidade do Carnaval, por sua vez, residiria no fato de a rua tornar-se casa por alguns dias. Uma casa que celebra em praça pública o mundo da “cintura para baixo”, o qual em dias normais é escondido dentro de casa, uma casa que torna seguro o ambiente desumano de competição hostil que caracterizaria a rua. Ao mesmo tempo, a rua transformada em casa subverte tanto o código (hierárquico) da rua quanto o da própria casa. Daí o Carnaval ser uma perfeita inversão da realidade brasileira: é uma festa sem dono num país que tudo hierarquiza (Da Matta, 1981, p. 116).

Diria que a falta de opção para deslocamento é o maior agravante, se considerarmos a distancia entre o Largo e os outros pontos, e que é agravada a partir da noite pelo risco de assaltos – o que é comum na área do centro.

Um ponto de táxi – estrategicamente posicionado - se concentra ao lado da praça por se tratar de um atrativo turístico, assim como o Teatro Amazonas e o Monumento de Abertura dos Portos. Sentados nos bancos -conversando, olhando as mulheres que por ali transitam ou lendo os jornais – os taxistas esperam algumas chamada da empresa de rádio táxi ou uma possível corrida com os turistas, de preferência. O motivo da predileção é simples: “eles pagam mais, principalmente os de fora” diz Sr Nelmo – com quem tive uma conversa informal em uma das visitas ao Largo.

Foi incomum captar essa procura pelos taxistas por parte dos turistas “guiados”, já que dificilmente eles rompem com o roteiro oferecido pela agencia. Esse rompimento é explicado quando a vontade ou curiosidade de ter contato com um lugar ou situação, muitas vezes incitada pelos moradores locais ou reflexo de uma idéia pré-concebida se sobressai ao o que lhe é apresentado ou oferecido. No caso dos “mochileiros”, o contato existe - mesmo que com escassez. Há utilização dos serviços em certas ocasiões: a dificuldade em se deslocar a pé ou de ônibus devido a distancia e a violência são duas delas. Como dito anteriormente, os taxistas são uns dos muitos sujeitos que guiam os “mochileiros”, seja através dos seus serviços ou das informações concebidas a eles.

O deslocamento²⁰ desses turistas pelas ruas do centro é efetuado a pé. Em nenhum momento os vi tomando um táxi e em poucas ocasiões a espera de um ônibus. Essas andanças eram realizadas constantemente em dupla ou em trio, com grandes mochilas ou bolsas nas costas, sacolas nas mãos, roupas e calçados despojados. As máquinas fotográficas ²¹não faziam parte dessa indumentária, assim como a necessidade de posar para fotos. Eles apenas andam – um tanto apressados – como se já soubessem que caminho seguir, como se não precisassem da orientação de ninguém, tais como os moradores locais. Por mais que a viagem apresente um caráter aventureiro, a interdependência permeia as suas relações com os agentes locais. Os turistas “consomem” as hospedagens oferecidas pelos albergues, os produtos dos

²⁰ Não estão visivelmente expostas, como no caso dos turistas “guiados ou de pacote”, que costumam exibi-las nos pescoço.

²¹ As cartografias de deslocamento são portadas por esses turistas, podendo ser um simples mapa do centro da cidade, fornecido pelo Centro de Atendimento ao Turista ou mesmo os “grandes” guias de viagem em formato de livro, como o *South American Handbook*, por exemplo.

supermercados, a cerveja do bar, o almoço do restaurante, as visitas ao teatro, a pipoca da praça, mas os atendentes das lojas de suvenires, as garçonetes do café e o vendedor de mapas também precisam ser solicitados, a demanda tem de ser das duas partes, não unilateral.

Fiz ainda incursões a Casa Ivete Ibiapina e Casa J.G Araújo, como já relatado. Entretanto me foi relatado nas duas ocasiões em que me dirigi à Casa Ivete Ibiapina que, não raro, aparecem pessoas interessadas em conhecer o lugar e, apesar da mesma não oferecer serviços de visita guiada e tampouco recolher assinatura de seus visitantes, a estrutura interna com seus espaços são abertos para quem quiser conhecer. Os “mochileiros” são os que mais têm curiosidade acerca do lugar, mas por não ser dotado de guia a comunicação com os estrangeiros é feita de modo “improvisado”.

Quanto a Casa J.G Araújo é sabido que funciona de segunda até sexta-feira, em horário comercial, gerenciando o projeto “Jovem Cidadão” ao que se constata e segundo informações de alguns vigilantes. De acordo com uma funcionária de nome Jéssica, a exposição do Renato Araújo (herdeiro de J.G Araújo) existe, mas no momento não está aberta para visitas, não obstante, a procura pela exposição e pela visita à casa seja algo corriqueiro, principalmente pelos turistas de um modo geral. A casa também serve de concentração dos vendedores de guloseimas que trabalham no entorno da praça e de depósitos para as charretes antes utilizadas como alternativa de passeio pelo preço de um real.

Instigada principalmente pela curiosidade, fui ao Cine Oscarito - ainda o chamam assim, apesar de a placa, que indica cinema aberto todos os dias não divulgar nenhum outro nome. Após algumas tentativas frustradas, pois o estabelecimento encontrava-se fechado nesses horários – consegui conversar com a Alcilene, uma das responsáveis pela bilheteria e que trabalha há dezoito anos na empresa. Ela me explicou que o cinema funciona todos os dias da semana, de 11h às 19h, o que pude confirmar graças ao aviso pregado na parte interna do cinema.

Notei que em todas as vezes que tomava a direção do Oscarito, condutores de veículos e alguns pedestres ficavam me olhando com ar de curiosidade, como se quisesse saber se eu iria entrar ou não. A bisbilhotice era maior – acredito eu – por se tratar de mulher e estar desacompanhada. Salientando que o público frequentador é composto em sua maioria pelo sexo masculino, e que as mulheres costumam ir acompanhadas, seja de outras mulheres ou homens.

Logo na entrada pode-se sentir o cheiro da fumaça de cigarro que vem da única sala do cinema e um aviso alertando a proibição de menores de dezoito anos. Na parede ao lado, estão os pôsteres do filmes em cartazes e a breve “sinopse”. A entrada custa R\$5,00 em todos os dias para qualquer freqüentador. As sessões costumam exibir dois filmes por dia: um nacional e internacional, continuamente. Nas segundas-feiras, quartas-feiras e sextas são dias de estréias de novos filmes, apesar disso, conforme nos relata Alcilene, não se pode afirmar com segurança qual é o dia mais movimentado.

Uma espécie de cabine aberta, com um ventilador no teto e balas na vitrine à venda. É neste cenário que Alcilene trabalha, juntamente com outra colega, num sistema de revezamento dos dias. Um outro senhor, que naquele momento estava ausente, é o responsável pela rotação dos filmes que, no geral, é heterossexual.

No momento da entrevista entraram dois clientes, em horários distintos. Os estudantes e trabalhadores do centro da cidade são os que mais assistem aos filmes, além dos casais homossexuais masculinos. Incluem-se, ainda, alguns poucos clientes fiéis, que comparecem em maior número nos dias de estréia e que são conhecidos de Alcilene, com quem conversam até dar início a sessão.

Perguntada sobre a freqüência de turistas ao estabelecimento, ela se limita a informar que é praticamente nula a presença deles no lugar, já que nem todos sabem da existência de um cinema pornô e se sabem, poucos comentam. “O maior público é formado por pessoas daqui mesmo”.

Não sei se felizmente ou infelizmente, mas optei por não descer até a sala dos filmes. Pensei que talvez pudesse ficar intimidada com a presença dos poucos homens que ali estavam. O receio de não saber lidar com tal situação nem de como me portar também me afligiram. Creio que foi a melhor coisa a ser feita.

É necessário aqui, destacar a importância destes espaços para as redes de sociabilidade, para o lazer, e para as trocas diversas dos grupos. Podemos vê-los como afirma Castrogiovanni (1999) como pontos de encontro e neles encontramos parte dos modos de ser dos moradores e dos turistas da cidade.

3.3 A DESCRIÇÃO DA EXPERIENCIA DO “EU” TURISTA

A idéia da hospedagem em um hotel partiu da nossa orientadora, numa tentativa de propiciar maior interação com os turistas, tendo em vista – e nesse caso específica

falo por mim – as dificuldades nas experiências anteriores de aproximação com os mesmos.

A escolha por um hotel nas proximidades do Largo de São Sebastião era um requisito importante e estratégico. Optamos, então, pelo Hotel 10 de Julho, por corresponder ao desejado, incluindo-se um preço mais acessível e o bom fluxo de viajantes que lá se hospeda.

Numa sexta-feira, quinze de maio, demos entrada no hotel por volta das 13h. Éramos dois hóspedes: eu e o Rodrigo Fadul, que desenvolve uma pesquisa sobre os roteiros turísticos na cidade de Manaus. Na chegada ao hotel, nos foi solicitado o preenchimento de um formulário que ajuda a construir os relatórios da BOH (Boletim de Ocupação Hoteleira). Somente Rodrigo o preencheu e, segundo informações da recepcionista – que aparentava também ser proprietária ou sócia do local pelo tom de voz que usava para falar com os demais empregados e mesmo pela postura mais altiva – não seria necessário que eu também o fizesse. Aliás, não nos era dada muita atenção quando perguntávamos algo referente ao formulário.

A intenção, a princípio, era de nos identificar como pesquisadores e, de certa forma, nós o fizemos, mas novamente não nos foi dada muita atenção. Nesse momento se encontravam no balcão essa senhora e um rapaz, que tentava nos dar uma orientação quanto ao hotel e ainda sobre o formulário, além de atender os demais hóspedes que chegavam ou de lá saíam.

Existia, ainda, uma grande rotatividade de funcionários na recepção do hotel, em certas situações as mulheres que faziam a limpeza dos quartos ocupavam o balcão. O uso de uniformes – que poderia facilitar a comunicação e ajudar a identificar os empregados do hotel – era um outro elemento ausente.

São oferecidos preços de quartos em diferentes valores, que podem variar de acordo com a quantidade de camas e de um frigobar. Todo o resto – pelo menos ao que consta na tabela – é igual. Cama, toalha, refrigerador de ar, televisão, banheiro e um cofre, pois o hotel não se responsabiliza pelo sumiço ou furto de objetos. Os quartos são limpos uma vez ao dia, dependendo da vontade do hóspede.

Um aspecto que muito me chamou a atenção foram dependências físicas do hotel, que, aparentemente, é bem menor do que aparenta. O prédio possui mais de três andares, inúmeras escadas e um elevador, sem contar o subsolo, onde é servido o café da manhã, no horário de 6h às 9h. Este espaço é composto por mais de sete grandes mesas, com oito bancos cada uma e dispendo ainda de rede *wireless* – o que tornava

esse espaço um dos mais freqüentados pelos hospedes, além da recepção e do fluxo constante de pessoas que chegavam, saíam, esperavam e conversam.

Aparentemente, a maioria dos hospedes estavam em grupos não muito grandes ou acompanhados por uma outra pessoa. A quantidade de hospedes de origem nacional sobressaía aos de origem internacional. No período do café da manhã, que era o horário do encontro – por mais superficial e impessoal que fosse – reinava uma sensação de isolamento. Cada um com os seus respectivos pares, as conversas eram direcionadas para o grupo ou acompanhante. Isso aconteceu durante os dois dias de hospedagem, mas não se pode afirmar ser este um comportamento padrão. Com os turistas nacionais a situação não se diferenciava tanto assim, apesar de mais “simpáticos” que os outros. A simpatia a qual me refiro envolve os sorrisos superficiais e forçados e o bom dia apático ou muito polido. Um “olá” de vez em quando e “posso pegar o adoçante, por favor” na mesa do café.

Depois desse encontro as pessoas se dispersavam. Uns iam para os quartos ou continuavam no subsolo acessando a Internet, outros saíam e voltavam com sacolas do Carrefour, de lojas de vestuário ou cheios de lembranças: artesanatos regionais, camisas, chaveiros, colares e tudo o que simbolizasse e que remetesse a uma viagem ao Amazonas. As fotos eram um acontecimento à parte, pois as dependências do hotel contam ainda com uma área ao ar livre – uma espécie de mini-praça com uma parte das paredes pintadas em forma de paisagem ou de animais - por andar, mas que durante a minha estadia estava pouco movimentada pelos hospedes. Com a exceção de um ou outro fumante e uma empregada que fazia a limpeza do chão, o principal atrativo para as pessoas eram as pinturas, visto que essas tiravam várias fotos em frente às paisagens e aos bichos pintados.

O passeio de *city-tour* se deu no dia seguinte à hospedagem no hotel. O ônibus saiu do Largo de São Sebastião por volta das 9h e seguiu do centro em direção aos outros pontos turísticos na cidade. Um passeio no “Amazon Bus” custa em média R\$ 60,00 para o turista e R\$ 40,00 para aqueles que residem no Estado. Todo o trajeto durou um pouco além do previsto devido as mais de três horas de forte chuva na cidade neste dia.

O serviço de *city-tour*, conforme é vinculado, pode ser contratado em hotéis e em agencias de turismo, entretanto, fomos diretamente ao ônibus, onde pagamos pelo serviço. O ônibus contava com um pouco menos de doze pessoas, sendo a maioria residente em Manaus, com exceção de um casal que se identificou como vindos de São

Paulo e duas outras senhoras vindas de Brasília. No decorrer do percurso, mantivemos maior contato com essa senhora paulista, hóspede do Tropical Hotel e que se mostrava muito falante e perguntava-nos a respeito da cidade: a comida, o que beber, onde comprar, o preço dos imóveis, sobre a violência e tantas coisas mais. E nós lhe respondíamos e também perguntávamos sobre as suas impressões sobre a cidade e ela, muito gentilmente nos falava sobre as dificuldades em se comprar “um pacote” de viagem em São Paulo para conhecer Manaus. Outro fator nada agradável eram os elevados preços das passagens e dos serviços de táxi, que ela considerava abusivo.

Ela se expressava um pouco insatisfeita por não ter tido até aquele momento a possibilidade de “conhecer melhor” a cidade – a chuva torrencial e a distância do hotel para o centro contribuía para isso. Esse conhecimento para ela se caracterizava como um “viver” a cidade, ou seja, andar no centro, pedir informações das pessoas, comprar presentes e pegar um ônibus, coisas que, segundo ela, estava acostumada a fazer em viagens a outros Estados.

Terminamos o passeio pela parte da tarde e encaminhamos-nos para um restaurante chamado “Delicias Caseira”, localizado na Rua 10 de Julho e de popular, onde almoçamos. Frequentado por trabalhadores da área do centro, turistas, casais e grupos de amigos, o estabelecimento oferece comida *self-service* e serviço de entrega de marmitas. No horário do almoço abre das 11h até às 14h, de segunda a sábado e, na parte da noite, oferece comida *à la carte*, funcionando de terça até sábado.

O restaurante é quase despercebido aos olhos daqueles turistas que passam pela rua apressadamente e considerado inexistente para os que se limitam a conhecer o Largo de São Sebastião e tirar fotos do Teatro e do Monumento de Abertura dos Portos que, de acordo com as minhas observações, é o campeão de flashes. A exposição de uma placa com o nome do estabelecimento, realmente, é o único indicio de que ele existe - isso em um horário que não seja o do almoço. Várias mesas, com quatro cadeiras cada uma, dois banheiros, uma pia, um bebedouro, uma televisão e a cozinha – o que é um desafio se formos pensar no espaço físico deste – dão o charme caseiro ao restaurante.

Durante a noite ficamos na praça e em seguida sentamos numa mesa da famosa pizzaria Splash, sendo logo atendidos por um dos garçons que trabalhavam de maneira incessante – anotando pedidos, trazendo bebidas e pizza, servindo os clientes, fechando conta e dando o troco. Nos finais de semana a pizzaria é tomada por um aglomerado de pessoas que riem, vendem, conversam, flertam e cantam ao som de músicas ao vivo que não tem hora para acabar. Dentre os consumidores podemos encontrar desde pais com

seus filhos - que brincam correndo ou de velocípede – até casais – de todos os gêneros. Estudantes secundários e universitários, grupos de homens e de mulheres aparentemente solteiros.

Foi-me informado por um rapaz que vende picolé e sorvete no Largo, que aquela área externa da pizzaria – mas não somente ali – era conhecida também por ser ponto de encontro de garotas de programa com turistas, sendo assim, elas se encaminhavam ao local, onde já se deparavam com eles ou os esperavam. Os programas eram combinados anteriormente ao encontro. Eles então comiam, bebiam e depois desapareciam, levando as meninas.

O Largo de São Sebastião foi, durante muitos anos, ponto de prostituição e de drogas. Hoje em dia, contudo, a prostituição de mulheres acontece de uma forma discretíssima e em horário noturno. Elas ficam andando pela praça ou sentadas nos bancos, aparentemente à espera de alguém – que nem sempre é o turista. Durante o trabalho de campo, pude observar – além dos relatos de dois seguranças do Largo de S. Sebastião, que afirmam conhecer “as meninas de vista”, considerando a frequência com que são vistas, deslocando-se mais intensamente entre o Bar do Armando, Tacacá da Gisela e a Splash. A prostituição no Largo não é um assunto fácil de ser conversado, pois as pessoas dizem ou fingem não saber da real existência da mesma, e quando falam é sempre em tom jocoso e misterioso, quase monossilábicos.

Retornamos ao hotel, que se mostrava bem tolerante aos horários, mas que mantinha as portas trancadas para maior controle das pessoas que entrassem, ainda que não nos fosse solicitado nenhuma identificação dos hóspedes. Na manhã seguinte fomos à feira da Avenida Eduardo Ribeiro, reduto dos turistas - seja nacionais ou internacionais. Grande fluxo de pessoas e de dinheiro, todas as barracas de café regional estavam ocupadas. As barracas de artesanato, de roupas, acessórios e bombons – todas apresentavam ao menos um interessado em efetuar compras. A quantidade de turistas orientais em grupos era quase absurda e eu me perguntava de onde havia saído tanta gente, que insistiam em comer pão com tucumã, tapioca e banana frita. Comecei a pensar que talvez fossem os preços mais acessíveis - para eles – pois os preços para quem aqui reside não são nada modestos, com exceção de um ou outro produto.

Para os trabalhadores e donos de estabelecimentos, principalmente os de souvenirs, a fama dos orientais é unânime: são “amarrados” e somente tiram foto, ou seja, poucos compram e, quando o fazem, ainda pedem desconto. Para Sr Djavan, é uma raridade eles comprarem seus mapas ou então compram apenas um para todo um grupo.

Em seguida voltamos à praça, onde conversamos com o Sr. Djavan e tiramos fotos dele e com ele. Despedimos-nos, retornamos ao hotel e um pouco antes das 12h – horário previsto pelo hotel para a desocupação dos quartos – fomos embora, encerrando assim, a nossa empreitada como turistas

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a apresentação do conteúdo relacionado ao relatório e a breve discussão da temática proposta para exame, percebemos como o turismo é essencialmente um fenômeno social, sendo, portanto, uma atividade de lazer, mesmo que temporário, pois o desejo do retorno existe. Tal atividade, como nos diz URRY (1996) origina a regulamentação e organização de um trabalho, que é desenvolvido pelos moradores locais, gerando uma relação de dependência – econômico-financeira. A referida pesquisa procurou deter-se na construção de uma descrição mais minuciosa sobre os campos a serem trabalhados: o Largo de São Sebastião e Rua 10 de julho, para tanto, estabelecemos uma delimitação sobre os turistas estrangeiros em questão. Definimos por turistas “guiados” aqueles que promovem o seu deslocamento, geralmente acompanhados por familiares, amigos ou mesmo desconhecidos, por intermédio de uma agência de turismo e usufruem de serviços especiais, tais como: hospedagem, traslado, refeições e visitas turísticas orientadas por um guia. Os “mochileiros” se caracterizam pela fuga ou distanciamento dos símbolos que os remetam aos “guiados”, mesmo os trajetos procuram se opor à obviedade dos roteiros turísticos tradicionais.

Vale ressaltar, que, por mais que o Largo de São Sebastião seja dotado de um aparato direcionalmente voltado para o desenvolvimento das práticas turísticas, não é um território destinado somente aos turistas. Os moradores do seu entorno e da cidade em si também se inserem e usam aquele espaço, assim como a rua, que possui um espaço livre e aberto ao trânsito e passagem de qualquer sujeito, configurando-se como mancha de lazer (Magnani, 1996) e “território turístico” (Cruz, 2007) Diferentemente do Largo, que está diariamente sob uma vigilância do Estado (Policia Militar) e de uma empresa privada de segurança para resguardar o patrimônio, a rua apresenta, dependendo de algumas situações ou período do dia ares um tanto perigosos no que se refere à incidência de assaltos e furtos, principalmente ao final da 10 de julho com a Av. Getúlio Vargas.

A atuação do Estado dá-se em diferentes frentes na promoção do turismo, seja como capacitador de mão-de-obra ou na criação de estratégias através do marketing público. Esse mesmo Estado age como regulador do espaço social, que é denominado a grosso modo de público, mas cuja apropriação pelo mercado é privada. Estabelece-se

então, uma espécie de subserviência do Estado para com o mercado, onde seus agentes atuam de variadas formas.

Desse modo, ao lembrar RÉMY KNAFOU, CRUZ (2007) afirma que “os turistas estão na base do turismo e, embora hoje não sejam mais os maiores inventores de novos destinos – dada a hegemonia dos agentes de mercado e do Estado – continuam ocupando lugar de destaque em qualquer discussão acerca do fenômeno do turismo” (p.31).

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, José Vicente de Souza. Manaus: Praça, café, colégio e cinema nos anos 50 e 60. Ano 2002. 166 pg. Série: Em busca da Identidade Regional. Ed. Valer.
- BANDUCCI JR. Álvaro; BARRETTO, Margarita (orgs.) Introdução. In: Turismo e Identidade Local: uma visão antropológica. Campinas, SP: Papyrus, 2001.
- BRAGA, Genesino. Chão e graça de Manaus. Manaus, Imprensa Oficial do Estado. 1987.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. O Turismo e a produção do nao-lugar. In: YÁZIGI, Eduardo. (Org) Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura. São Paulo. Ed. Hucitec, 1999.
- CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do Turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, Gilberto. (Org.). Antropologia urbana. Cultura e sociedade no Brasil e em Portugal. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999, p. 80-87.
- CASTROGIOVANNI, A. C. Turismo e ordenação no espaço urbano. In: _____; GASTAL, S. (orgs). Turismo Urbano: cidades, sites de excitação turística. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- CERTEAU, Michel de. Invenção do cotidiano: 1. Arte de fazer. – Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- COSTA, Maria do Socorro Brito da A educação patrimonial e sua relação com o turismo cultural em Manaus. Monografia do curso de turismo da UEA, 2007.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza. Política de turismo e território. São Paulo: Contexto. 2000.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza. Geografias do Turismo: de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.
- DA MATTA. (1991), *A casa e a rua*. Rio de Janeiro, Guanabara Koogan
- FORTUNA, Carlos. As cidades e as identidades – Narrativos patrimônios e memórias. RBCS. Rio de Janeiro, n. 33, ano 12. Fev./1997.
- GASTAL, Susana. O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de turismo. In: CASTROGIOVANNI, Antonio. (org.). Turismo Urbano. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2001.
- GRÜNEWALD, Rodrigo de Azeredo. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, nº. 20, p. 141-159, outubro de 2003.
- HARVEY, David. Condição pós-moderna: Uma pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural. Edições Loyola. São Paulo, 2004.

LABATE, Beatriz. A experiência do "viajante-turista" na contemporaneidade. In: SERRANO, Célia (1997)

LEFEBVRE, Henri. A revolução urbana. – Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

KRIPPENDORF, Jost. Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

MACCANNELL, Dean. The tourist – a new theory of leisure class. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1989.

MAGNANI, J.G.C. e TORRES, Lilian de Lucca (orgs.) “Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole”. In: Na Metrópole: Textos de Antropologia Urbana, São Paulo: EDUSP, 1996.

MONTEIRO, Elizandra Cristina dos Santos C. A implementação do turismo no Amazonas. Os programas turísticos desenvolvidos através da empresa estadual de turismo AMAZONASTUR. Manaus: UEA, 2005.

MOESCH, Marutschka. A produção do saber turístico. São Paulo: Contexto, 2002.

PEIRANO, Mariza. Antropologia no Brasil (alteridade contextualizada). In: MICELI, Sergio. (org). O que ler na ciência social brasileira (1970-1995). São Paulo: Sumaré; ANPOCS; Brasília: CAPES, 1999.

PIRES, Paulo dos Santos. A paisagem litorânea como recurso turístico. In: YÁZIGI, Eduardo. (Org) Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura. São Paulo. Ed. Hucitec, 1999.

RODRIGUES, Arlete Moysés. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. In: YÁZIGI, Eduardo. (Org) Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura. São Paulo. Ed. Hucitec, 1999.

URRY, John. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: SESC/Nobel, 1996.

WAINBERG, Jacques. “Cidades como sites de excitação turística”. In: CASTROGIOVANNI, Antonio. (org.). Turismo Urbano. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2001. p. 11-23.

YÁZIGI, Eduardo. O papel da fantasia na paisagem do turismo. In: FARIA, Ivani. (org.) Turismo: Lazer e Políticas de Desenvolvimento Local.

6. CRONOGRAMA

Nº	Descrição	Ago 2008	Set	Out	No V	Dez	Jan 2009	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul
1.	Revisão bibliográfica	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	
2.	Coleta de material em órgãos de turismo	R	R	R	R								
3.	Trabalho de campo			R	R	R	R	R					
4.	Organização dos dados						R		R	R	R	R	
5.	Apresentação oral parcial				R								
6.	Apresentação relatório parcial							R					
7.	Elaboração do Resumo e Relatório Final										R	R	R
8.	Preparação da Apresentação Final para o Congresso												R

R= Etapas realizadas