

Universidade de Brasília
Centro de Excelência em Turismo
Mestrado Profissional em Turismo

**CURSO – PATRIMÔNIO HISTÓRICO, CULTURAL E
TURÍSTICO DE BELO HORIZONTE: Incentivo à
Implantação do “Turismo de Cidade”**

Neuma de Moura Horta

Brasília-DF
2009

Universidade de Brasília
Centro de Excelência em Turismo
Mestrado Profissional em Turismo

**CURSO – PATRIMÔNIO HISTÓRICO, CULTURAL E
TURÍSTICO DE BELO HORIZONTE: Incentivo à
Implantação do “Turismo de Cidade”**

Neuma de Moura Horta

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional
em Turismo da Universidade de Brasília como
requisito para obtenção do título de mestre.

Brasília-DF
Junho 2009

Universidade de Brasília
Centro de Excelência em Turismo
Mestrado Profissional em Turismo

**CURSO – PATRIMÔNIO HISTÓRICO, CULTURAL E
TURÍSTICO DE BELO HORIZONTE: Incentivo à
Implantação do “Turismo de Cidade”**

Neuma de Moura Horta

Banca Examinadora:

Dra. Ellen Fensterseifer Woortmann

Orientador(a) Prof(a). Dr(a). (CET/UnB)

Dra. Cléria Botelho da Costa

Examinador(a) Interno(a) Prof(a). Dr(a). (UnB)

Dra. Izabela Maria Tamaso

Examinador(a) Externo(a) Prof(a). Dr(a). (Universidade Federal do
Mato Grosso)

RESUMO

"Esta pesquisa trabalha a formulação de um curso sobre o "Patrimônio histórico, cultural e turístico de Belo Horizonte" como forma de estímulo ao desenvolvimento do turismo no município e propõe a criação de uma nova segmentação turística: o "Turismo de cidade". O curso é destinado aos moradores de Belo Horizonte, que em sua grande maioria não conhece os atrativos turísticos e a história da cidade, sendo essa uma das grandes dificuldades da promoção do turismo na Capital. Através do relato dos resultados de um "Curso Piloto" a autora demonstra a necessidade de ações que visem melhorar o conhecimento que os belo-horizontinos possuem sobre sua história e seus atrativos turísticos. Propõe a criação do Turismo de Cidade objetivando incentivar os moradores a se tornarem turistas em sua própria cidade e parceiros do poder público na promoção do turismo do município".

ABSTRACT

This research works the formulation of the "Course – Historical and Touristic Patrimony of Belo Horizonte: incentive action to the tourism in the city", as an incentive form to the development of the tourism in the municipal district. The target-public is Belo Horizonte inhabitants, who, mostly, do not know the tourist attractions and the history of the city, being that one of the great difficulties of the promotion of the tourism in the Capital. The report of the results of a course that was applied by the author of this work to the employees and collaborators of Belotur, here denominated "Curso Piloto", demonstrates the need of actions to improve the knowledge that the "belo-horizontinos" possess on their own history and tourist attractions. The knowledge of the history of their own city makes possible for several communities' people that compose it, the perception of the importance of the patrimony as an identification symbol and it allows, through the built of knowledge, the comprehension of their own identity, stimulating a sense of belonging and responsibility for the symbols that represent the city and their cultural legacy".

AGRADECIMENTOS

À Professora Ellen Woortmann pelas orientações, incentivo, paciência e carinho.

À minha família, tios, irmãos, sobrinhos - em especial à minha mãe Conceição - pelo amor, paciência e torcida incondicional.

À Daisy carvalho por ser a guardiã de minha casa e de minha querida cadela pastor alemã (Tulipa) durante as minhas muitas viagens. Agradeço principalmente pela sua longa e incondicional amizade e pelo constante incentivo.

À Nathalie Danif – amiga, colega de mestrado e trabalho, e companheira nas muitas viagens à Brasília. Agradeço as “caronas” nas idas e vindas para o aeroporto. Seu apoio e ajuda foram muito importantes para a construção deste trabalho.

Às professoras Dra. Izabela Tamaso e Dra. Cléria Botelho pelas indicações bibliográficas, valiosas “dicas”, conselhos e incentivo.

A todos os meus queridos colegas de Mestrado pela amizade, companheirismo e agradável convivência. Já sinto saudades.

À querida Silvane Xavier pela eficiência, apoio e ajuda nas minhas horas de aflição. Este agradecimento é extensivo a todos os funcionários do CET.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
METODOLOGIA	8
1.CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA	10
Pesquisas e projetos de sensibilização para o Turismo realizados pela Belotur.....	21
Atrativos turísticos de Belo Horizonte: algumas reflexões.....	27
A HISTÓRIA DE BELO HORIZONTE: origem do patrimônio histórico cultural e dos atrativos turísticos da cidade.....	30
A Hospitalidade e as Cidades	69
O Turismo de Cidade.....	72
2. CULTURA, MEMÓRIA, PATRIMÔNIO E TURISMO	76
3. CURSO PILOTO	86
4. CURSO - PATRIMÔNIO HISTÓRICO, CULTURAL E TURÍSTICO DE BELO HORIZONTE: ação de incentivo ao Turismo de Cidade	102
Sobre o Curso.....	102
Metodologia.....	103
Estrutura do Curso.....	106
Recursos Humanos.....	108
Grade Curricular.....	109
Ementas das Disciplinas.....	109
Introdução ao Turismo.....	109
Patrimônio Cultural.....	110
História de Belo Horizonte.....	110
Conteúdo Programático, Procedimentos Didáticos e Recursos Didáticos.....	112
Orçamento.....	113
Orçamento para a organização do curso.....	113
Orçamento para o ano de 2010	114
Orçamento do Curso para os anos de 2011 e 2012.....	116
Cronograma.....	116

Calendário ano 2010.....	118
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	119
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	122
7. ANEXOS.....	129

LISTA DE QUADROS/TABELAS/ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Extinta Matriz de N. S. da Boa Viagem em estilo barroco.....	32
Figura 2 – A Comissão Construtora da Nova Capital.....	36
Figura 3 – A planta da Nova Capital.....	39
Figura 4 – Inauguração do Sistema de Bondes em 1902.....	42
Figura 5 – Carro “Belo Horizonte”.....	42
Figura 6 – Vista aérea da Praça da Liberdade em 1938.....	43
Figura 7 – Vista aérea da Praça da Liberdade.....	44
Figura 8 – Alameda principal da Praça da Liberdade.....	44
Figura 9 – Coreto da Praça da Liberdade.....	44
Figura 10 – Antiga Secretaria de Segurança.....	44
Figura 11 – Prédio da antiga Secretaria da Educação	44
Figura 12 – Prédio da antiga Secretaria da Viação e Obras Públicas.....	44
Figura 13 – Prédio do Palácio da Liberdade.....	45
Figura 14 – Prédio da Biblioteca Pública Professor Luiz de Bessa.....	45
Figura 15 – Museu de Mineralogia Professor Djalma Guimarães.....	45
Figura 16 – Palacetes Dantas e Solar de Narbona.....	45
Figura 17 – Palácio Arquiepiscopal.....	45
Figura 18 – Estátuas dos escritores.....	45
Figura 19 – Prédio do Automóvel Clube.....	47
Figura 20 – Viaduto de Santa Tereza.....	47
Figura 21 – Catedral de Nossa Senhora da Boa Viagem.....	48
Figura 22 – Inauguração da Praça Raul Soares 1936.....	49
Figura 23 – Praça Raul Soares atual.....	49
Figura 24 – Igreja de São Francisco de Assis. Entrada principal.....	50
Figura 25 – Painel em azulejos de autoria de Cândido Portinari.....	50
Figura 26 – Painel do altar-mor pintado por Cândido Portinari.....	51
Figura 27 – Igrejinha da Pampulha.....	51
Figura 28 – Entrada principal do Museu de Arte da Pampulha.....	51
Figura 29 – Museu de Arte da Pampulha.....	51

Figura 30 – Casa do Baile.....	52
Figura 31 – Vista aérea Casa do Baile.....	52
Figura 32 – Iate Clube.....	53
Figura 33 – Edifício Acaiaca.....	54
Figura 34 – Casarão da Fazenda do Leitão.....	55
Figura 35 – Fachada atual do Museu Histórico Abílio Barreto.....	55
Figura 36 – Um dos últimos bondes a circular em Belo Horizonte.....	55
Figura 37 – Locomotiva a vapor da época da construção da cidade.....	55
Figura 38 – Inauguração da Confeitaria e Padaria Savassi.....	56
Figura 39 – Mineirão parte interna.....	58
Figura 40 – Mineirão vista aérea.....	58
Figura 41 – Mineirinho.....	60
Figura 42 – Parque das Mangabeiras.....	61
Figura 43 – Elefante na Fundação Zoobotânica.....	61
Figura 44 – Tigre na Fundação Zoobotânica.....	61
Figura 45 – Praça da Estação após a construção do Boulevard Arrudas...	63
Figura 46 – Boulevard Arrudas na Praça da Estação.....	63
Figura 47 – Prédio da antiga Estação Ferroviária.....	64
Figura 48 – Monumento à Terra Mineira.....	64
Figura 49 – Acervo do Museu de Artes e Ofícios.....	64
Figura 50 – Acervo do Museu de Artes e Ofícios.....	65
Figura 51 – Acervo do Museu de Artes e Ofícios.....	65
Figura 52 – Parque Ecológico da Pampulha.....	66
Figura 53 – Parque Ecológico da Pampulha.....	66
Figura 54 – Jardim Japonês na Fundação Zoobotânica.....	66
Figura 55 – Jardim Japonês na Fundação Zoobotânica.....	66
Figura 56 – Memorial da Imigração Japonesa.....	67
Figura 57 – Memorial da Imigração Japonesa.....	67
Figura 58 – Maquete do Centro Administrativo de Minas Gerais.....	68
Figura 59 – Aula/seminário do “Curso Piloto”.....	88
Figura 60 – Aula/seminário do “Curso Piloto”.....	88
Figura 61 – Aula/seminário do “Curso Piloto”.....	89
Figura 62 – Aula/seminário do “Curso Piloto”.....	89

TABELAS

Tabela 1 – 15 Pontos Turísticos mais conhecidos pelo Belo Horizontinos	21
Tabela 2 – 15 Eventos mais conhecidos pelos Belo-Horizontinos.....	22
Tabela 3 – Avaliação Módulo I – Introdução ao Turismo.....	89
Tabela 4 – Avaliação do Módulo I – Introdução ao Turismo	90
Tabela 5 – Comentários Módulo I – Introdução ao Turismo.....	90
Tabela 6 – Comentários Módulo I – Introdução ao Turismo.....	91
Tabela 7 – Avaliação Módulo II – História e Atrativos Turísticos de Belo Horizonte.....	92
Tabela 8 – Comentários do Módulo II – História e atrativos turísticos de Belo Horizonte.....	93
Tabela 9 – Comentários sobre o curso “Atrativos Turísticos de Belo Horizonte”.....	93
Tabela 10 – Pesquisa de Preferência por Roteiros Turísticos de Belo Horizonte.....	99
Tabela 11 – Interesse em visitar os Roteiros Turísticos de Belo Horizonte	99
Tabela 12 – Grade Curricular	109
Tabela 13 – Conteúdo Programático / Procedimentos Didáticos e Recursos Didáticos.....	112
Tabela 14 – Orçamento para a organização do Curso - 2009	114
Tabela 15 – Orçamento para 2010.....	116
Tabela 16 – Cronograma para os anos de 2009 / 2010 / 2011 / 2012	117
Tabela 17 – Calendário para o ano de 2010.....	118

ANEXOS

Anexo 1 – Capa da pesquisa Conheça Belo Horizonte.....	129
Anexo 2 – Apresentação da pesquisa Conheça Belo Horizonte.....	130
Anexo 3 – Discussão dos Resultados da pesquisa Conheça Belo Horizonte.....	131
Anexo 4 – Conclusão da pesquisa Conheça Belo Horizonte.....	132
Anexo 5 – Segunda parte da conclusão da pesquisa Conheça Belo Horizonte.....	133
Anexo 6 – “Oficinas de Sensibilização para o Turismo” realizadas pela Belotur em 1993.....	134
Anexo 7 – “Oficinas de Sensibilização para o Turismo” realizadas pela Belotur em 1993.....	135
Anexo 8 – Mapa das Regiões Administrativas de Belo Horizonte apresentado no Plano Horizonte.....	136
Anexo 9 – Roteiros Turísticos de Belo Horizonte apresentado no Plano Horizonte.....	137
Anexo 10 – Descrição dos roteiros de Belo Horizonte apresentado no Plano Horizonte.....	138
Anexo 11 – Descrição dos roteiros de Belo Horizonte apresentado no Plano Horizonte.....	139
Anexo 12 – Programa de Sensibilização para a Hospitalidade apresentado no Plano Horizonte.....	140
Anexo 13 - Programa de Sensibilização para a Hospitalidade apresentado no Plano Horizonte – continuação.....	141
Anexo 14 - Projetos e Ações para a Hospitalidade apresentado no Plano Horizonte.....	142
Anexo 15 - Distribuição dos Investimentos por Programa do Plano Horizonte.....	143
Anexo 16 - Mapa Turístico da Região Central de Belo Horizonte	144

INTRODUÇÃO

O turismo é considerado uma das maiores e mais promissoras atividades econômicas e sociais da atualidade. As previsões feitas pela OMT¹ indicam que o turismo poderá ser o setor econômico mais importante para a geração de riqueza, empregos, e divisas no mundo. Para os países em desenvolvimento e em especial para os menos desenvolvidos, o turismo apresenta-se como uma das principais alternativas impulsoras do desenvolvimento econômico.

Cientes da importância do turismo muitos estados e municípios brasileiros têm apostado e investido na expansão desta atividade. Dentro desta perspectiva, nos últimos anos a Prefeitura e o *trade* turístico de Belo Horizonte estão empenhados em transformar o município em um forte destino turístico.

No entanto, devido a sua proximidade com as cidades históricas mineiras, Belo Horizonte é vista apenas como portão de acesso para estas cidades, sendo percebida pelos turistas e pela própria população como uma localidade com pouca atratividade turística. Como será detalhado adiante, alguns moradores simplesmente acreditam que a cidade não possua atrativos turísticos de lazer ou culturais, outros até reconhecem a existência de atrativos, mas atribuem a eles pouco valor. A única segmentação turística que se estabeleceu em bases sólidas em Belo Horizonte foi o turismo de negócios e eventos.

Essa constatação de que os belo-horizontinos não conhecem os atrativos turísticos e culturais da cidade e, em função disso, percebem-na como uma localidade com pouca atratividade turística, foi identificada em duas pesquisas² realizadas pela Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte SA. – BELOTUR³, e serão detalhadas mais adiante. Esta percepção equivocada por

¹ Organização Mundial de Turismo.

² A primeira pesquisa foi aplicada no ano de 1999, e a segunda em 2006.

³ A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A – Belotur, é uma Sociedade de Economia Mista, constituída sob a forma de Sociedade Anônima, com administração indireta

parte dos moradores, torna-se uma dificuldade na promoção do turismo no município, pois, para que ele se desenvolva é necessário não só que a infraestrutura da cidade esteja adequada, mas é preciso que a comunidade receptora esteja preparada e motivada para a recepção dos turistas, sendo esta uma das ações da hospitalidade. A comunidade precisa ser parceira na promoção turística de sua cidade, devendo para isto, conhecer sua história e seu patrimônio cultural, que são os bens materiais e imateriais representantes de sua identidade.⁴ Segundo GRINOVER (2007, p. 87), “a única possibilidade de construir a hospitalidade urbana pressupõe a capacidade de conhecer a cidade como ela é, sobretudo de conhecê-la como realidade”. Para YÁZIGI (*apud* Oliveira, 2004, p.4). “À medida que um lugar toma consciência de si mesmo, ele se afirma culturalmente”. Assim, ao conhecer a sua cidade os habitantes valorizarão seus símbolos identitários e serão capazes de desvendá-los e interpretá-los aos visitantes.

O desejo pessoal e local de falar de seu lugar, do passado histórico, de acontecimentos recentes, ou mesmo problemas atuais, bem como a coleta de evidências pessoais da história, são fundamentais no processo de interpretação e valorização. (...) Mais que informar, interpretar é revelar significados, é provocar emoções, é estimular a curiosidade, é entreter e inspirar novas atitudes no visitante, é proporcionar uma experiência inesquecível com qualidade. (MURTA & ALBANO, 2002, p.14)

Baseados nas pesquisas realizadas pela Belotur, alguns projetos que visavam melhorar o conhecimento dos moradores sobre os atrativos da cidade foram realizados pela Empresa ao longo destes últimos dez anos e, em função de sua importância para esta dissertação, eles serão analisados na Contextualização do Tema. Contudo, é importante ressaltar que nestes projetos os objetivos não foram plenamente alcançados, devido à descontinuidade dos projetos e pouca clareza dos que eles pretendiam atingir.

da Prefeitura de Belo Horizonte. Foi criada pela Lei nº 3.237, de 11 de agosto de 1980, e começou a operar a partir de 1981, com a missão de promover Belo Horizonte como destino de turismo de lazer, eventos e negócios.

⁴ Grifo meu.

Um trabalho que realizei de outubro a dezembro de 2007, e que serviu de idéia para a proposição desta dissertação merece destaque. Juntamente com outros profissionais da Belotur, empresa em que trabalho desde março de 2006, como supervisora geral dos oito Postos de Informação Turística da Capital, ministrei um curso com os temas “Introdução ao Turismo” e “História e Atrativos Turísticos de Belo Horizonte”, para os empregados e colaboradores da referida empresa. O convite para ministrar este curso se deveu à minha longa experiência na área e os resultados altamente satisfatórios deste curso fizeram com que eu confirmasse a necessidade da disseminação deste tipo de trabalho para um público mais amplo. Em função destes resultados, tomei esta primeira experiência de curso como sendo uma experiência piloto que será abordada em um capítulo específico desta dissertação, denominado de “Curso Piloto”.

Baseando-me nas pesquisas realizadas e nas minhas experiências profissionais, confirmo, portanto, que para que haja a expansão do turismo em Belo Horizonte, é mister que seus moradores conheçam a cidade nos seus aspectos históricos, culturais e turísticos. Assim sendo, visando atender a esta necessidade, esta dissertação propõe à formulação de um curso com enfoque na educação patrimonial para os moradores da cidade. O curso “Patrimônio Histórico, Cultural e Turístico de Belo Horizonte” constitui-se como uma ação de incentivo à implantação do “Turismo de Cidade”. Espero com a implantação deste curso, estimular a auto-estima e a cidadania dos moradores, além incentivá-los a serem parceiros do poder público na promoção do turismo do município.

Ao construir, juntamente com os participantes do Curso, a história e a identidade da cidade através da reconstrução das várias memórias oficiais e das memórias deles próprios, pretendo estimular um sentimento de pertencimento, amor e responsabilidade pelos símbolos que representam a cidade e seu legado cultural. Dessa forma, “(...) fazer a história conduz o sentido da própria palavra, passando da memória dos lugares aos verdadeiros lugares de memória”. LE GOFF & NORA (1979, p.13) *apud* TAMANINI & PEIXER, (2007, p.28).

A relevância de um curso sobre os patrimônios históricos, culturais e turísticos de Belo Horizonte, com enfoque na educação patrimonial, vai além do simples conhecimento dos atrativos turísticos da cidade. Seu objetivo é construir um Turismo em Belo Horizonte a partir do olhar do morador, é possibilitar que eles entendam porque determinados monumentos e edifícios se tornaram patrimônio e, como conseqüência, atrativos turísticos. Mais do que isso, este Curso aspira a desconstruir a idéia de que patrimônio seja feito apenas de pedra e cal e deseja incentivá-lo a refletir sobre o que seja patrimônio (material e imaterial).

Este Curso não foi pensado com o intuito de adequar pessoas para aceitarem o que está oficialmente estabelecido como patrimônio e/ou atrativo turístico. Ao contrário, ele almeja, antes de tudo, possibilitar trocas de experiências e reflexões como: patrimônio deve existir para que e para quem? Dessa forma, espera-se que este Curso possa propiciar aos participantes a compreensão de que eles são sujeitos agentes da história de sua cidade, e quem sabe, essa compreensão seja capaz de incentivá-los a se tornarem defensores de seu patrimônio histórico.

O Curso a longo prazo, pretende alcançar o maior número possível de moradores⁵. Contudo, em função da grandeza deste universo, foi necessário se delimitar o público alvo, afim de que, num primeiro momento, ele seja ministrado a um grupo específico, tornando-se modelo a ser repetido no futuro para outros grupos da comunidade.

Para a primeira edição do Curso, optei pela Empresa de Transporte e Transito de Belo Horizonte – BHTRANS, em função de seu papel estratégico para o turismo, na medida em que é o órgão responsável pelo trânsito na capital e a facilidade de acesso aos atrativos turísticos é fator fundamental no desenvolvimento do turismo. Há que ressaltar que, em 2014, Belo Horizonte sediará alguns jogos da Copa do Mundo de Futebol e receberá um grande

⁵ É minha pretensão no futuro, levar o curso a todos os órgão da prefeitura, a grupos de terceira idade, associações de bairro, etc.

número de turistas que circularão pela cidade e a BHTRANS e os funcionários da empresa lidarão diretamente com os turistas. A escolha se justifica também pelo grande número de pessoas que se enquadra neste grupo (cerca de 2.000 funcionários) e por sua importância para o município.

Vale ressaltar que a proposta é que este Curso não se enquadre como um curso de qualificação ou profissionalizante. Seu principal objetivo é estimular a reconstrução da memória e identidade social dos belo-horizontinos e o afeto da população em relação à cidade. Em cursos de qualificação e/ou profissionalizantes, na maioria das vezes, a atenção dos participantes é desviada para a preocupação em se auferir notas, conceitos e notoriedade, se perdendo o objetivo central que é o sentimento, a identificação, a emoção e o prazer de se descobrir ou redescobrir a cidade. “A metodologia da educação patrimonial baseia-se em [...] etapas sucessivas de percepção, análise e interpretação das expressões culturais”. (HORTA, GRUMBERG, MONTEIRO, 1999.p.10). “Essas etapas são desenvolvidas em ações de observação e registro (percepção); exploração (análise); e apropriação (interpretação)”. (LIMA, 2003 p.62). Além do mais, aqueles empregados e servidores de baixa escolaridade se sentiriam inibidos e não quereriam participar se o curso tivesse essa preocupação com notas. Contudo, uma avaliação para se averiguar o grau de aproveitamento será aplicada: “para avaliar as atividades será usado a auto-avaliação, evitando-se as formas punitivas de avaliação”. (LIMA, 2003 p.63) e, ao final, os alunos receberão um certificado de participação.

Para melhor entendimento, é importante ressaltar que este projeto almeja alcançar níveis distintos de objetivos, a serem atingidos a curto, médio e longo prazos, sendo que formular um curso sobre o patrimônio histórico, cultural e turístico de Belo Horizonte para os próprios belo-horizontinos, como uma ação de incentivo à implantação do “Turismo de Cidade” em Belo Horizonte, é o objetivo geral desta dissertação.

Os objetivos específicos que pretendo alcançar com a aplicação do Curso são mais abstratos, na medida em que visam estimular mudanças de

comportamento, através da mudança de mentalidades dos moradores de Belo Horizonte e, sendo assim, demandarão um tempo maior para se concretizar.

Um dos objetivos específicos que espero alcançar à médio prazo é a criação de um modelo de Curso que poderá ser repetido com as devidas adequações em outras cidades de Minas Gerais e do Brasil, através das Secretarias Municipais de Turismo. A experiência adquirida a partir deste primeiro “Curso - Patrimônio Histórico, Cultural e turístico de Belo Horizonte: Incentivo à Implantação do “Turismo de Cidade” permitirá a elaboração de um modelo de Curso mais inovador e original, na medida em que apontará novos rumos a partir das contribuições dos alunos, que serão obtidas nas oficinas que se realizarão.

Os objetivos de longo prazo do Curso visam estimular a cidadania, o aumento da auto-estima, à construção da memória e da identidade social dos belo-horizontinos, pelos próprios belo-horizontinos, através da educação patrimonial. Além destes, completam os objetivos do Curso, estimular a hospitalidade através da criação do “Turismo de Cidade”; ampliar a imagem da cidade como produtora do “Turismo de Negócios e Eventos”; consolidar a imagem de Belo Horizonte como produtora de “Turismo Cultural”; e incentivar os munícipes a se tornarem parceiros e aliados do poder público na promoção do turismo na cidade.

Tendo em vista que este é um Mestrado “Profissional”, optei pela escolha de um tema que julgo de relevância para o desenvolvimento do turismo em Belo Horizonte, levando em consideração que fosse um tema prático, de tal forma que sua execução colaborasse efetivamente para a melhoria da qualidade do turismo na Capital mineira. O resultado final dessa dissertação será minha contribuição à cidade de Belo Horizonte e à Belotur, cujo apoio e ajuda possibilitaram a minha participação neste mestrado.

Para a fundamentação teórica deste trabalho recorri a autores que abordam temas de educação patrimonial, memória, patrimônio, identidade e turismo.

Após apresentar nesta introdução o objeto deste trabalho, sua importância e os objetivos que pretendo alcançar, a seguir, discorrerei sobre as abordagens metodológicas utilizadas para atingir os objetivos propostos.

Na Contextualização do Tema disserto sobre o turismo em Belo Horizonte, destacando os atrativos turísticos que a cidade oferece. Serão apresentadas as pesquisas e trabalhos de sensibilização para o turismo, já realizados pela Belotur, seguidos de análise sobre seus resultados. Em seguida será descrita a história de Belo Horizonte, a origem dos atrativos histórico-culturais da cidade.

No segundo capítulo, discorri sobre os conceitos de cultura, memória, identidade, patrimônio e sua relação com o turismo, para fundamentação teórica deste trabalho.

No terceiro capítulo foi detalhado o Curso Piloto, destacando sua importância para o desenvolvimento deste trabalho de dissertação.

O quarto capítulo é dedicado à apresentação e ao detalhamento do Curso - Patrimônio Histórico, Cultural e Turístico de Belo Horizonte, contemplando grade curricular, ementas, orçamento e cronograma e após, encerro este trabalho com as considerações finais.

METODOLOGIA

Para o presente trabalho foram adotadas três abordagens metodológicas que se apresentaram mais adequadas ao desenvolvimento desta dissertação: 1) pesquisa de gabinete; 2) levantamento de pesquisas e projetos de sensibilização para o turismo, que foram realizados pela Belotur; 3) análise das pesquisas, projetos e do Curso Piloto, que realizei juntamente com uma equipe de colegas. Após as análises, propus a elaboração do Curso, objeto desta dissertação.

A pesquisa de gabinete foi realizada em dois momentos: no primeiro, foi feita uma leitura investigativa da bibliografia que fundamentou teoricamente este trabalho, acerca de temas relacionados a turismo, patrimônio, hospitalidade, identidade, educação patrimonial, memória social, turismo de cidade, turismo urbano e turismo cultural, além de dados históricos sobre a cidade de Belo Horizonte e seus atrativos turísticos. Recorri a autores que abordam reflexivamente estes temas como Ataídes (1997) Arreguy & Ribeiro (2008), Barretto (1950), Barretto (2002), Beni (1998), Botelho (2007), Bruseke (1995) Bourdieu (1992) Cougo (2007), Corrêa (2006) Dias (2006), ECKERT (1993) Fagliari (2005), Faria (2008), Ferrari (2008), Grinover (2007), Halbwachs (1990) Horta (1999), Jeudy (2005), Lage & Milone (2001), Lévy (1999), Lima (2003), Matheus (2002), Medeiros & Santos (2009), Meneses, (2004), Murta & Albano (2002), Oliveira (2004), Papatheodorou (2006), Pollak (1992), Prats (2004), Prochnow & Schaffer (1999), Tamanini (2007). Tamazo (2007), Woortmann (1998), entre outros. No segundo momento, foram efetuados levantamentos das pesquisas, estatísticas e projetos de sensibilização para o turismo já realizados pela Belotur ao longo de sua existência.

Na segunda abordagem metodológica, foram analisadas as pesquisas que avaliavam o grau de conhecimento que os belo-horizontinos possuem a respeito da história e dos atrativos turísticos da cidade e as ações já realizadas pela Belotur no sentido de se resolver os problemas detectados nestas

pesquisas. Apresentei a experiência e os resultados que obtive com a aplicação do curso “Introdução ao Turismo” e “História e Atrativos Turísticos de Belo Horizonte” para os empregados e colaboradores da Belotur, que por sua relevância, considerei como uma experiência piloto, aqui denominada como “Curso Piloto”.

O resultado da análise das pesquisas e do Curso Piloto revelou a necessidade de ações que estimulem a reconstrução da memória e identidade social dos belo-horizontinos e o afeto da população em relação à cidade, e se tornou o embasamento desta dissertação.

A terceira fase foi dedicada à elaboração do “Curso - Patrimônio Histórico, Cultural e Turístico de Belo Horizonte” em sua estrutura básica, e levantamento de dados sobre o público alvo escolhido para aplicação do curso. À medida que os dados eram obtidos, o Curso foi se adequando às novas informações, sendo este período dedicado às alterações e acréscimos que se fizeram necessários à estrutura final do curso e a conclusão final da dissertação.

A metodologia da pesquisa foi baseada em Lakatos e Marconi (2001), em Silva & Menezes (2001) e na Associação Brasileira de Normas Técnicas (2002).

1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA

Belo Horizonte foi cidade projetada para abrigar 250 mil habitantes⁶, e nasceu sob os auspícios dos ideais republicanos de modernidade, na passagem do século XIX para o século XX, e continua sendo reinventada pela ação de seus sujeitos diversos. Nestes seus 111 anos de existência⁷, a capital mineira se tornou uma das mais importantes cidades do país em relação à cultura e à política e conta atualmente com 2.432.000 habitantes⁸, sendo a sexta Capital do Brasil em termos populacionais. Representa 1,4% do PIB nacional e é o principal pólo de serviços, conhecimento e tecnologia do Estado de Minas Gerais. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do município atingiu 0,84 em 2000, enquanto 98% dos municípios brasileiros possuem um IDH menor que o de Belo Horizonte⁹.

Localizada na Região Sudeste, com uma área terrestre de 331km² e uma altitude média de 852 metros. Belo Horizonte é também o centro de uma região metropolitana com 34 municípios, sendo administrativamente dividida em nove regionais: Centro-Sul, Barreiro, Nordeste, Leste, Norte, Noroeste, Oeste, Pampulha e Regional Venda Nova¹⁰. A Serra do Curral atravessa a maior parte da cidade, contribuindo para manter a temperatura média anual de 21,1°C. A Capital de Minas é considerada uma das cidades mais arborizadas do Brasil e abriga cerca de 250.000 árvores em suas mais de 16.000 ruas e conta hoje com 68 parques¹¹. (Ver Anexo).

⁶ Maiores informações sobre a história de Belo Horizonte, consultar Abílio Barreto: Resumo Histórico de Belo Horizonte – 1701 à 1947.

⁷ Completados em 12/12/2008.

⁸ Estimativa do IBGE em 2008.

⁹ Investir BH – Guia da Cidade de Belo Horizonte para Investidores – 9ª edição: revista, ampliada e atualizada 2006.

¹⁰ “O conceito de regional é apresentado como uma “unidade administrativa” territorialmente maior do que o bairro, criada pela Prefeitura como forma de facilitar a gestão da cidade (...) A designação popular “regional” é a circunscrição (área de atuação) de uma Secretaria de Administração Regional Municipal.” APCBH 2008 e Site da Prefeitura de Belo Horizonte: www.pbh.gov.br/regionais. Acessado em dezembro de 2008.

¹¹ Retirado do site oficial da Prefeitura de Belo Horizonte. Disponível em: www.pbh.gov.br, no link fundação de parques, acessado em 31/05/2009.

Segundo a FIPE/EMBRATUR *apud* Cougo (2007), em 2004, um relatório do Ministério do Turismo sobre a Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil, contabilizou que 165 mil estrangeiros visitaram Belo Horizonte naquele ano, e em 2005, esse número aumentou para 310 mil visitantes, e destacou como sua principal motivação de viagem, “negócios” e “visitas a parentes e amigos”.

Belo Horizonte dispõe de variados atrativos turísticos, que podem ser visitados sob a forma de roteiros em meio período, um, dois ou mais dias¹². A divulgação dos atrativos é feita pelas operadoras e pelos órgãos de fomento ao turismo descrevendo-os de acordo com sua região, para facilitar seu entendimento¹³ e por esta razão, assim serão elencados¹⁴:

Atrativos Turísticos da região da Pampulha: Igreja São Francisco de Assis, Museu de Arte da Pampulha (antigo Cassino), late Tênis Clube, Casa do Baile, Mineirão, Mineirinho, Casa JK, Fundação Zoobotânica (Jardim Japonês, borboletário, jardim botânico e zoológico) e Parque Ecológico Promotor José Lins do Rego (em sua parte interna o Memorial da Imigração Japonesa).

Atrativos Turísticos da Praça da Estação e Entorno: Praça da Estação, Museu de Artes e Ofícios, Casa do Conde de Santa Marinha e Serraria Souza Pinto.

Atrativos Turísticos da Av. Afonso Pena e Entorno: Prédio do Laces JK, Praça Sete, Cine Brasil, Instituto Moreira Salles, Edifício Acaiaca, Igreja de São José,

¹² Atualmente os roteiros comercializados pelas operadoras de turismo receptivo em Belo Horizonte e pelas operadoras de outros estados são os “city tours” de meio período, que contemplam apenas uma pequena parte dos atrativos turísticos da cidade. Um dos motivos de se comercializar roteiros de curta duração é o desconhecimento que o próprio Trade turístico possui sobre os atrativos turísticos de Belo Horizonte, e/ou o pouco valor que lhe atribuem, conforme se verificou em pesquisa realizada pela Chias Marketing, que será abordada posteriormente.

¹³ A descrição de atrativos turísticos é comumente confundida com “roteiros”. Desta forma, é recorrente se encontrar termos como “roteiros da região da Pampulha”, ao invés de “atrativos turísticos da região da Pampulha”, como seria o correto.

¹⁴ A descrição pormenorizada dos atrativos será abordada posteriormente na HISTÓRIA DE BELO HORIZONTE: Origem do Patrimônio Histórico-Cultural e dos Atrativos Turísticos da Cidade.

Parque Municipal Professor Américo René Gianetti, Edifício Sede da Prefeitura, Edifício Sede dos Correios e Telégrafos, Automóvel Clube, Tribunal de Justiça, Palácio das Artes, Conservatório Mineiro de Música, Prédio do Centro Cultural da Rua da Bahia, Museu Inimá de Paula, Igreja de Nossa Senhora de Lourdes, Igreja Matriz de Nossa Senhora da Boa Viagem, Instituto de Educação (em sua parte interna o Museu da Escola), Praça Tiradentes e Museu dos Brinquedos. Na parte central da Av. Afonso Pena acontece aos domingos das seis horas da manhã até por volta das quinze horas, a maior “Feira de Artesanato” da América Latina.

Atrativos Turísticos da Praça Raul Soares e Entorno: Praça Raul Soares, Mercado Central, Prédio do Centro de Exposições Minascentro, Edifício JK (obra de Niemeyer), Prédio a Igreja Universal do Reino de Deus e pólo de modas do Barro Preto.

Atrativos Turísticos do Conjunto Arquitetônico da Praça da Liberdade e Savassi: Palácio da Liberdade, Biblioteca Pública Professor Luis de Bessa, Museu de Mineralogia Prof. Djalma Guimarães, Secretaria de Estado da Educação, as estátuas dos “Quatro Cavaleiros do Apocalipse”¹⁵, Secretaria de Estado da Fazenda, Secretaria de Estado de Transportes e Obras Públicas, Secretaria de Segurança Pública, Edifício Niemeyer, Palácio Arquiepiscopal de Belo Horizonte, Palacete Dantas e *Solar de Narbona*, Museu Mineiro e Praça da Savassi (estátuas da poetisa Henriqueta Lisboa e do escritor Roberto Drumond).

Atrativos Turísticos da Praça do Papa e Entorno: Praça do Papa, Serra do Curral, Palácio das Mangabeiras, Mirante, Parque das Mangabeiras, Rua do Amendoim e Praça da Bandeira e Museu das Telecomunicações Oi Futuro.

Atrativos Turísticos em locais variados da cidade: Museu Giramundo (teatro de bonecos), Museu de História Natural e Jardim Botânico da UFMG (em sua parte interna encontram-se o Museu de Paleontologia, o Presépio do Pipiripau e pequeno Museu de Mineralogia), Museu Histórico Abílio Barreto, Museu de

¹⁵ Fernando Sabino, Otto Lara Resende, Paulo Mendes Campos e Hélio Pelegrini.

Ciências Naturais da Puc, Centro de Memória da Medicina de MG, Centro de Memória do Sistema Fiemg, Memorial do Judiciário Mineiro, Museu da Força Expedicionária Brasileira, Museu de Ciências Morfológicas da UFMG, Museu de Minerais da IRFFI Internacional, Museu de Valores do Banco do Brasil, Museu do Bordado, Museu Histórico da PMMG, Praça da Assembléia e o aquário “Mundo das Águas”, no bairro Sion.

Belo Horizonte conta com constantes investimentos em infra-estrutura urbana e turística e com facilidade de acesso aéreo e terrestre. O desenvolvimento econômico da capital mineira tem como desafio o incentivo a ações que possibilitem o aumento do emprego e da renda, atenuando a pobreza e as desigualdades sociais. O setor de serviços, no qual o turismo está inserido, é o que alcança maior destaque e vem despontando como uma promissora alternativa para melhoria dos níveis de emprego no município¹⁶.

Devido à importância do setor turístico para a economia municipal criou-se em 1980, a Empresa Municipal de Turismo S/A – Belotur, como órgão gestor do turismo na capital, cuja missão prevê:

“Fazer da cidade um pólo de atração turística com visibilidade nacional, internacional, e referência em turismo de negócios, eventos, lazer, entretenimento, cultura e atividades complementares em Minas Gerais e no Brasil, mantendo as tradições e os valores característicos de povo mineiro”¹⁷. (BELOTUR, 2005 p.3).

Ao longo destes anos a Belotur tem se esforçado em fazer cumprir sua missão, realizando ações que já se demonstraram positivas como a criação de postos de informação turística em oito pontos estratégicos da cidade, a criação de um abrangente sistema de banco de dados sobre turismo no município (Infortur), a

¹⁶ Investir BH – Guia da Cidade de Belo Horizonte para Investidores – 9ª edição: revista, ampliada e atualizada 2006.

¹⁷ Retirado do Manual de Atendimento dos Postos de Informação da Belotur – Documento Interno – 2007.

realização de pesquisas sobre o perfil do turista da capital, captação de congressos e feiras, a participação e promoção de eventos de divulgação da cidade nas esferas municipal, estadual, nacional e Internacional e o aperfeiçoamento da mão de obra turística.

Como mencionado anteriormente, apesar dos esforços da Belotur, por causa de sua proximidade com as cidades históricas mineiras, a capital é vista apenas como portão de acesso para estas cidades, sendo muitas vezes utilizada apenas como dormitório pelos turistas, devido a sua boa infraestrutura hoteleira e sua estratégica posição geográfica em relação aos atrativos turísticos do estado de Minas Gerais. Num raio de cerca 150 km da capital, encontram-se as cidades de Ouro Preto, Mariana, Congonhas do Campo, Sabará, Caeté, Santa Bárbara, dentre outras. Para a prática do ecoturismo, têm-se várias possibilidades como por exemplo, o Parque Nacional da Serra do Cipó e a RPPN¹⁸ da Serra do Caraça, além das Grutas do Maquiné, Rei do Mato e Lapinha.

Além da Belotur, desde 2005 o município conta com a Fundação Municipal de Cultura, que oferece para os moradores e visitantes de Belo Horizonte um vasto leque de atividades relacionadas à cultura, como os cinco festivais internacionais que fazem parte do calendário oficial da cidade:¹⁹ o FIT-BH (Festival Internacional de Teatro de Palco & Rua de Belo Horizonte), Festival

¹⁸ Reserva Particular do Patrimônio Natural

¹⁹ **1-** FIT- BH (Festival Internacional de Teatro de Palco & Rua de Belo Horizonte). Criado em 1992 este evento é promovido pela Prefeitura, através da Fundação Municipal de Cultura, com realização conjunta do Teatro Francisco Nunes e o Grupo Galpão. Sua realização é bienal, com duração de 11 dias, sempre ao final do mês de julho e início de agosto, sendo que sua última edição ocorreu em 2008. **2-** Festival Internacional de Teatro de Bonecos: surgiu em 1999 com o objetivo de aproximar elementos do circo com o teatro de bonecos. A Catibrum Teatro de Bonecos é quem realiza o festival. Ocorre sempre no início de junho em vários teatros e ruas da cidade. **3-** Festival Internacional de Curtas de Belo Horizonte: existente desde 1998, tem por objetivo exibir, discutir e valorizar a produção brasileira e internacional e acontece anualmente no mês de julho. **4-** FIC – BH (Festival Internacional de Corais de Belo Horizonte): o festival começou em 2002 com um coral de universitários e foi crescendo gradualmente, sempre adotando temas para homenagens. Neste ano de 2009, o tema será “50 anos de morte de Villa Lobos”. Realizado anualmente entre os meses de agosto e outubro. **5-** EXPOCACHAÇA – Festival Internacional da Cachaça: é um evento pioneiro do setor de cachaça, atualmente é a maior e mais importante Feira de Agronegócios de Cachaça. Ocorre anualmente no final do mês de maio e início de junho (o clima frio do inverno é o mais apropriado para uma feira de cachaça), geralmente no centro de exposições chamado Expominas.

Internacional de Teatro de Bonecos, Festival Internacional de Curtas de Belo Horizonte, FIC – BH (Festival Internacional de Corais de Belo Horizonte e o EXPOCACHAÇA – Festival Internacional da Cachaça.

Na cidade surgiram vários grupos de teatro e dança que já alcançaram reconhecimento nacional e internacional, como o grupo de Dança Corpo, o Balet Primeiro Ato, as companhias de teatro Galpão e Armatrix, o grupo de Teatro de Bonecos Giramundo, e os grupos musicais 14 Bis, Skank, Jota Quest, Sepultura e Pato Fú.

Merece destaque o movimento musical conhecido como “Clube da Esquina”. Este movimento é hoje um dos maiores e mais queridos patrimônios imateriais de Belo Horizonte. Surgiu no bairro de Santa Tereza, um dos mais tradicionais de Belo Horizonte nos anos 60. O termo foi criado e empregado pela primeira vez por Maria Fragoso Borges para nomear a esquina das ruas Paraisópolis com Divinópolis, onde a família Borges morava. Nesta esquina os jovens moradores das redondezas se reuniam para conversar, tocar violão e cantar. A turma original era formada por Lô e Yé Borges, Joãozinho, Amauri, Landinha²⁰, Dago, João Luiz, Beto Ronca Ferro, e dezenas de outros jovens. Quando o também jovem Milton Nascimento chegou à capital para estudar e trabalhar, Milton conheceu os irmãos Borges (Marilton, Márcio e Lô). Passou a frequentar a casa dos irmãos Borges e foi tocar na noite com Marilton. Pouco depois conheceram os outros músicos que fizeram parte do Clube da Esquina: Flávio Venturini, Vermelho, Tavinho Moura, Toninho Horta, Beto Guedes e o letrista Fernando Brant.

O talento de Milton Nascimento ficou conhecido quando venceu o Festival de Música Popular Brasileira em 1967, e ao ter uma de suas composições, “*Canção do sal*”, gravada por Elis Regina. Em 1972 a EMI gravou o primeiro LP, *Clube da Esquina*, apresentando o grupo de jovens que chamou a atenção pelas composições engajadas, a miscelânea de sons e riqueza poética. Os músicos do Clube da Esquina despontaram no cenário da música popular

²⁰ A “Landinha” aqui referida, trata-se de Iolanda Campolina, responsável pelo Setor de Recursos Humanos da Belotur, e, portanto, minha colega de trabalho.

brasileira, e seus integrantes seguiram carreira solo de sucesso. Alguns dos jovens músicos formaram o grupo 14 Bis, que também fez muito sucesso. Em 2003, Márcio Borges sonhou com um museu para o Clube da Esquina:

"Eu sonhei que estava num museu do Clube da Esquina, de arquitetura simples, mas genial, desenhada pelo Veveco. Tinha um espaço que era réplica da boate Berimbau, onde certa noite de 1964, eu e Bituca (Milton Nascimento), ele com 21 anos, eu com 18, juramos ser amigos para sempre e servir às causas certas com nossa música e nossa arte. (...) Sonhei com um Museu vivo e pulsante, digno de nossos melhores arroubos juvenis. Um espaço consagrado a preservar um tempo e uma experiência, onde todos podíamos hastear de novo a bandeira da amizade e da convivência criativa. Foi um sonho tão lindo que agora quero me dedicar à sua realização." MÁRCIO BORGES²¹.

A execução do projeto começou oficialmente em 03 de fevereiro de 2004. Por enquanto o museu somente existe virtualmente, num site que fala da história e trajetória do movimento musical e das pessoas que dele fizeram e fazem parte. Foram espalhadas placas por vários pontos de Belo Horizonte, por onde os integrantes do Clube passaram ou trabalharam, inclusive na esquina da rua da família Borges. O museu em seu aspecto físico está em andamento. O Clube da Esquina representa um importante patrimônio cultural de Belo Horizonte.

A área de eventos na cidade é igualmente rica. No calendário anual encontram-se eventos como a Feira de Artesanato, que é realizada no Expominas (maior centro de exposições de Belo Horizonte), onde artesãos de todo o Brasil e de Minas vêm mostrar e vender os seus trabalhos. O Arraial de Belô,²² o Axé Brasil (já em sua décima edição) e o Pop Rock Brasil, a Banda Mole, que é um tradicional desfile que acontece, no sábado anterior ao início do Carnaval, onde os homens desfilam vestidos de mulheres. Atualmente conta com a

²¹ Retirado do site http://www.museudapessoa.net/clube/o_museu.htm., acessado em 25/05/09.

²² Este evento é realizado pela Belotur há 30 anos entre os meses de junho e julho.

participação de 4 trios elétricos e estima-se que neste ano de 2009, tenha atraído um público de 40 mil pessoas, numa grande manifestação de alegria²³.

Eventos permanentes no calendário da cidade são as feiras “Tom Jobim” e “Feira de Antiguidades”, que acontecem aos sábados, sempre juntas, à Av. Bernardo Monteiro, entre Av. Brasil e Rua Padre Rolim. A “Feira de Antiguidades” reúne cerca de 30 expositores para a comercialização de móveis, objetos antigos, além de adornos, e a “Feira de Comidas Típicas” reúne cerca de 80 barracas que oferecem comidas e bebidas de várias regiões e também pratos internacionais. Às sextas-feiras, no mesmo endereço das feiras anteriormente citadas, acontece a “Feira de Flores e Plantas Naturais” que conta com mais de 50 expositores. No quarteirão entre Rua Padre Rolim e Rua dos Otoni, também às sextas-feiras, é realizada a “Feira de Artesanato do Espaço Cidadania”. Aos domingos de seis horas da manhã às quinze horas, acontece a “Feira de Arte, Artesanato e Produtos de Variedades da Avenida Afonso Pena”, que existe há 40 anos. São mais de três mil barracas, visitadas por um público estimado em 70 mil pessoas a cada domingo²⁴ e a “Feira de Artesanato do Mineirinho”, que é realizada aos domingos pela manhã e quintas feira à noite”.

A gastronomia é um dos grandes destaques da área de eventos em Belo Horizonte e tem se tornado um grande aliado do turismo na cidade.

“Turismo e alimentação podem e devem caminhar lado a lado. Esse aproveitamento de elementos gastronômicos de diferentes localidades turísticas pode ser feito de forma vantajosa para todas as partes envolvidas: turistas, gestores, planejadores e comunidade. Ao mesmo tempo em que se trabalha a questão de valorização da cultura, por meio de valorização de culinárias tradicionais e da criação de novos empregos, também se disponibiliza oferta maior e diferenciada

²³ Retirado do site oficial da Belotur: www.belotur.com.br, acessado em 03/04/09.

²⁴ Tudo começou por acaso, em 1969, quando meia dúzia de artistas plásticos resolveram expor seus trabalhos na Praça da Liberdade. Aos poucos, outros artistas foram se juntando ao grupo e preenchendo todos os espaços da praça. Na década de 70, o evento foi chamado de “Feira Hippie”, devido àqueles que iam vender seus colares feitos à mão. Nos últimos anos da década de 80, a Praça da Liberdade ficou pequena para tantos expositores e a feira foi transferida em 17 de fevereiro de 1991, para a Avenida Afonso Pena.

de atrativos turísticos para os visitantes”. (FAGLIARI, 2005, p.16).

Vale observar que os eventos gastronômicos tem se tornado os bens imateriais da cidade em função da identificação dos moradores com estes eventos. Os mais conhecidos são o “Comida di Buteco”, o “Brasil Sabor”, a “Expocachaça” (já citada anteriormente) e o “Festival Bar em Bar”. O maior deles é o “Festival Comida di Buteco”, já em sua décima edição em 2009. Este é o evento de gastronomia mais esperado de Belo Horizonte, tanto pelos moradores e turistas, quanto pelos proprietários dos Butecos. Trata-se de um concurso “com a finalidade de resgatar a boa culinária de raiz”²⁵. Seus idealizadores, Eduardo Maya e Maria Eulária Araújo, fizeram a primeira edição com apenas dez bares participantes. A partir de 2007, o número subiu e teve que ser limitado em 41 bares.

O Comida Di Buteco tem a duração de 30 dias e elege o melhor buteco, por votos dos moradores, turistas e de uma comissão julgadora. Além do melhor tira-gosto, são votados a cerveja mais gelada, o banheiro mais limpo, e o melhor atendimento. O evento oferece atrações culturais como grupos musicais, teatrais e intervenções de artistas nos banheiros. A festa de encerramento e premiação conhecida como “A Saideira”, é um dos momentos mais esperados do festival. Reúne em um só local todos os butecos participantes e segundo o site oficial do Comida di Buteco, chegou a reunir um público estimado de 40 mil pessoas durante os dias em que é realizada.

Segundo o livro *Comida Di Buteco*, organizado pela editora Autência (2007), “O evento (...) é responsável por projetar o nome da cidade na imprensa nacional e atrair turistas para esse novo roteiro urbano de gastronomia. Atrai turistas e também provoca o belo-horizontino a conhecer e redescobrir melhor a sua cidade”. (COMIDA DI BUTECO, 2007, p.7 e 8).

²⁵ Comida Di buteco – os 41 butecos de 2007 / Organizado por Autêntica Editora, 2007.

Devido ao seu sucesso o evento expandiu e é realizado pelos empresários idealizadores em várias cidades do interior de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Goiânia e Salvador, além de ter inspirado o Boteco Bohemia de São Paulo.

Concomitantemente ao “Comida Di Buteco”, ocorre o festival “Brasil Sabor” que por sua vez, também acontece simultaneamente em diversas cidades do Brasil. Segundo informações da ABRASEL-MG e do SEBRAE-MG, *apud* (MEDEIROS e SANTOS, 2009, p. 86 - 87) “este evento floresceu a partir da idéia do Festival Belô Sabor que surgiu em 2001 e era realizado apenas na capital mineira”. O sucesso do festival ocasionou sua expansão e ele foi levado para várias cidades do interior de Minas. Em 2007 a ABRASEL, o SEBRAE e o Ministério do Turismo lançaram o Brasil Sabor, inspirados no “Belô Sabor”, lançaram o “Brasil Sabor”, com o objetivo de divulgar a gastronomia regional brasileira e é considerado um dos maiores eventos gastronômicos do planeta. Entretanto, em Belo Horizonte o “Comida di Buteco” atrai maior número de participantes e é mais reconhecido pelos belo-horizontinos.

A “Expocachaça”, já descrita anteriormente, é um evento cujo objetivo é divulgar a cachaça no mercado nacional e internacional e, durante sua realização é dividido entre o festival e a feira. A feira destina-se aos empresários do setor e o festival ao público em geral. O evento oferece degustação das cachaças e shows variados.

Outro evento que também surgiu inspirado na cultura dos bares foi o festival “Bar em Bar”. O diferencial deste festival é a campanha “porções de harmonia” que aborda o lado social dos bares. Segundo o site oficial do evento, em sua edição de 2008²⁶, o festival lançou sete “bolachas”²⁷ de chopp temáticas com ilustrações e frases criativas como "O som nos bares deve encher os ouvidos, não a paciência da vizinha", "Os melhores bares servem qualidade e segurança para o cliente", entre outras, que mostram o papel do bar na valorização da cidadania. O festival Bar em Bar surgiu em 2007, organizado

²⁶Disponível em: www.barembar.com.br; acessado em 25/05/09.

²⁷ Bolachas são usadas para se colocar os copos de cerveja. Podem ser de materiais variados. No festival Bar em Bar as bolachas são de papelão.

pela ABRASEL e é realizado em várias cidades de todo o Brasil. Na sua primeira edição em Belo Horizonte, o festival contou com a participação de 37 bares.

Além de todos os eventos e atrativos citados, Belo Horizonte dispõe ainda de 21 cinemas, 37 teatros e 48 galerias de arte/espços para exposições.

Contudo, apesar de tantas opções culturais e turísticas, Belo Horizonte ainda assim é percebida pelos turistas e pela própria população como uma localidade com pouca atratividade turística de lazer e cultura. Em um recente livro, lançado em 2008 por um jornalista nascido na cidade, intitulado "Só em Beagá", o autor afirma:

"Belo Horizonte não é lugar para turistas. Os bons resultados de Minas Gerais no turismo interno (segundo colocado logo atrás apenas de São Paulo) e a ocupação de mais de 60% da capital durante todo o ano não representam a realidade do turismo da cidade. A capital não foi construída (...) para receber pessoas. (...) Vista de cima, Belo Horizonte está sempre dominada por carros, circulando pelas ruas ou estacionados junto às calçadas. Essa invasão de carros, quase 800 mil veículos, mostra que a cidade não tem futuro como destino turístico." (FERRARI, 2008. p.99 - 100).

A constatação de que a capital é percebida pelos moradores como uma localidade com pouca atratividade turística revela um sentimento de baixa auto-estima e demonstra que eles não conhecem a cidade e seus atrativos, ou, quando conhecem, atribuem a eles pouco valor, o que se torna uma dificuldade na promoção do turismo em Belo Horizonte.

Algumas pesquisas realizadas pela Belotur confirmaram essa constatação do senso comum e serviram de base para esta dissertação. Em função de sua importância serão analisadas a seguir.

PESQUISAS E PROJETOS DE SENSIBILIZAÇÃO PARA O TURISMO, REALIZADOS PELA BELOTUR.

Em julho de 1999 foi realizada pela Belotur uma primeira pesquisa junto à população de Belo Horizonte, com o objetivo de averiguar o grau de conhecimento que os belo-horizontinos possuíam sobre as opções de lazer e pontos turísticos da capital. A pesquisa quantitativa (com margem percentual de erro de 3%) foi aplicada em 2.952 pessoas, em vários pontos da cidade. Na página 96 do relatório final desta pesquisa, consta que os moradores de Belo Horizonte elegeram como os 15 pontos turísticos mais conhecidos, mostrados na tabela a seguir:²⁸

OS 15 PONTOS TURÍSTICOS MAIS CONHECIDOS PELOS BELO-HORIZONTINOS

Tabela 1

15 PONTOS TURÍSTICOS MAIS CONHECIDOS. TOTAL DE ENTREVISTADOS: 2.952 PESSOAS							
Pontos Turísticos		Homens		Mulheres		Total	
1	Mercado Central	1510	51,2%	945	32,0%	2455	83,2%
2	BH Shopping	1594	54,0%	822	27,8%	2416	81,8%
3	Mineirão	1638	55,5%	772	26,2%	2410	81,6%
4	Minas Shopping	1451	44,2%	946	32,0%	2397	81,2%
5	Bahia Shopping	1461	49,5%	777	26,3%	2238	75,8%
6	Zoológico	1329	45,0%	872	29,5%	2201	74,6%
7	Mineirinho	1483	50,2%	710	24,1%	2193	74,3%
8	Praça da Liberdade	1275	43,2%	908	30,8%	2183	73,9%
9	Shopping Cidade	1307	44,3%	860	29,1%	2167	73,4%
10	Central Shopping	1231	41,7%	910	30,8%	2141	72,5%
11	Aeroporto da Pampulha	1132	38,3%	952	32,2%	2084	70,6%
12	Praça da Estação	1216	41,2%	855	29,0%	2071	70,2%
12	Shopping Del Rei	1284	43,5%	772	26,2%	2056	69,6%
14	Praça Raul Soares	1147	38,9%	886	30,0%	2033	68,9%
15	Parque das Mangabeiras	1085	36,8%	900	30,5%	1985	67,2%

Como opções de lazer foram eleitos os seguintes 15 eventos mais conhecidos²⁹, listados na tabela a seguir:

²⁸ O Bahia Shopping listado no item 5 e o Central Shopping, listado no item 10, quando da elaboração desta dissertação, já não existiam mais.

²⁹ O Carnabelô citado no item 1, era um carnaval fora de época, realizado na Av. Afonso Pena. Há alguns anos este evento foi extinto. A "Banda Mole", citada no item 2, é um desfile carnavalesco onde os homens saem vestidos de mulheres e acontece sempre no sábado anterior ao sábado de carnaval. A Feira de automóveis, citada no item 6, é uma feira de carros usados, realizada no estacionamento do Mineirão aos domingos pela manhã. O Pop Rock é

OS 15 EVENTOS MAIS CONHECIDOS PELOS BELORIZONTINOS

Tabela 2

15 EVENTOS MAIS CONHECIDOS. TOTAL DE ENTREVISTADOS: 2.952 PESSOAS							
Pontos Turísticos		Homens		Mulheres		Total	
1	Carnabelô	665	22,5%	513	17,4%	1178	39,9%
2	“Banda Mole”,	601	20,4%	470	15,9%	1071	36,3%
3	Feira de Artesanato da Av. Afonso Pena	683	23,1%	324	11,0%	1007	34,1%
4	Comemorações do Sete de Setembro	586	19,9%	252	8,5%	838	28,4%
5	Reveillon na orla da Lagoa da Pampulha	533	18,1%	278	9,4%	811	27,5%
6	Feria de automóveis do Mineirão	507	17,2%	275	9,3%	782	26,5%
7	Pop Rock	470	15,9%	233	7,9%	703	23,8%
8	Comemorações de aniversário de Belo Horizonte	397	13,4%	269	9,1%	666	22,6%
9	Carnaval realizado pela prefeitura nas regionais da cidade	453	15,3%	173	5,9%	626	21,2%
10	Feira de Antiguidades e Comidas Típicas	231	7,8%	355	12,0%	586	19,9%
11	“Arraiá de Belô	355	12,0%	193	6,5%	548	18,6%
12	Inauguração da Iluminação de Natal	349	11,8%	185	6,3%	534	18,1%
12	Feira da Praça Afonso Arinos	332	11,2%	186	6,3%	518	17,5%
14	“Música ao Pé das Árvores”,	356	12,1%	161	5,5%	517	17,5%
15	Lavagem do “Pirulito da Praça Sete”.	377	12,8%	134	4,5%	511	17,3%

Dado importante a ser considerado nesta pesquisa, e que nos leva a algumas indagações é que, dos 13 museus existentes na cidade nesta época, nenhum foi citado entre os quinze pontos turísticos mais conhecidos e com relação às opções de lazer, nenhum teatro, cinema, ou eventos culturais de porte como a “Campanha de Popularização do Teatro”, que acontece há 35 anos consecutivos e resgata os grandes sucessos teatrais apresentados durante o ano a preços populares³⁰ foi citado. Como resultado, a pesquisa demonstrou que os belo-horizontinos não conhecem a cidade.

O mérito desta pesquisa reside no fato de ela ser a primeira sobre o assunto, elaborada pelo poder público da capital. Por ser uma pesquisa investigativa,

um show musical anual que acontece no Mineirão. O “Arraiá de Belo” é uma festa junina realizada pela Belotur. O “Pirulito da Praça Sete” é um obelisco em granito em comemoração ao primeiro Centenário da Independência do Brasil, que fica no centro da cidade, no cruzamento das Av. Afonso Pena e Amazonas.

³⁰ A campanha de Popularização do Teatro de 2009 disponibilizou ingressos para todos os espetáculos em todos os teatros da cidade pelo valor de R\$10,00 (dez reais), durante dois meses.

seu objetivo não contemplava medidas para resolver ou minimizar os problemas detectados.

Em 2003 algumas ações começaram a ser realizadas no intuito de melhorar o conhecimento dos belo-horizontinos sobre os atrativos da cidade. Neste ano foram efetuadas de julho a outubro, “oficinas de sensibilização e planejamento estratégico para o desenvolvimento do turismo”, realizadas pela Belotur, juntamente com moradores das nove grandes regiões oficialmente estabelecidas em Belo Horizonte, conhecidas como “regionais”, pelos representantes do poder público e da iniciativa privada.

Estas oficinas de sensibilização merecem destaque, por serem as primeiras ações concretas no sentido de se melhorar o conhecimento dos belo-horizontinos sobre os atrativos da cidade. Entretanto, apesar do seu inegável mérito, seus objetivos não foram plenamente alcançados. Um dos motivos foi o projeto partir do princípio de que os participantes (e os moradores em geral) já tinham conhecimento prévio sobre o que seja turismo e quais são os critérios adotados para se eleger um local, um monumento ou um evento como atrativo turístico e que eles concordavam com estes critérios. Outro motivo foi não ter havido uma continuidade dos trabalhos. Foram elaborados planejamentos estratégicos para o desenvolvimento do turismo, mas estes planejamentos não foram executados. Outro motivo igualmente importante foi não se ter priorizado atividades que incentivassem a construção da memória coletiva e a auto-estima dos participantes acerca dos patrimônios da cidade. A memória coletiva legitima o valor simbólico de objetos, prédios, saberes e fazeres de um grupo. Além do mais, as oficinas atingiram um universo muito pequeno, com um pouco mais de 250 pessoas. Para que trabalhos de “sensibilização” obtenham resultado é necessário que eles alcancem um grande número de pessoas dentro do universo que se pretenda atingir e que seja um trabalho contínuo.

Desde o final de 2005 a Belotur, com recursos do Ministério do Turismo,³¹ implantou um projeto de capacitação permanente, conhecido como Capacitur, cujo objetivo é elevar os padrões de qualidade de atendimento turístico em Belo Horizonte. A primeira fase, em 2005 foi direcionada a profissionais que direta ou indiretamente trabalhavam no turismo, como garçons, taxistas, recepcionistas, camareiras de hotel e estudantes de turismo. O objetivo era prepará-los para o maior evento já recebido pela cidade: a 47ª Reunião Anual da Assembléia de Governadores do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID e a 21ª Reunião Anual da Assembléia de Governadores da Corporação Interamericana de Investimentos, que aconteceu em Belo Horizonte, de 3 e 5 de abril de 2006³². Este curso foi muito importante para a qualificação da mão de obra que trabalhou no encontro do BID. As entidades executoras das aulas foram a Faculdade do Comércio – FATEC/CDL e a Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte.

Na segunda fase do Capacitur, em 2008, além dos taxistas, garçons, recepcionistas e camareiras de hotéis, foram envolvidos profissionais do comércio, guias de turismo e agentes de segurança pública. As entidades executoras foram a Faculdade do Comércio – FATEC/CDL, Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte e o Senac/MG.

A terceira fase do Capacitur acontecerá neste ano de 2009 e tem a previsão de qualificar gestores da área de hotelaria, expositores da Feira de Artesanato da

³¹ Os recursos para o Capacitur vêm do Ministério do Turismo, com 20% de contra-partida da prefeitura de Belo Horizonte.

³² A 47ª Reunião Anual da Assembléia de Governadores do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, e a 21ª Reunião Anual da Assembléia de Governadores da Corporação Interamericana de Investimentos contaram com a presença de ministros da área econômica, presidentes de Bancos Centrais (que integram a comunidade de governadores do BID), instituições financeiras multilaterais, agências de desenvolvimento e bancos de desenvolvimento e comerciais. Pela primeira vez o encontro anual não foi unicamente direcionado ao setor público, contou com a presença, mediante convite especial, de empresas e outras organizações do setor privado. O BID, fundado em 1959, é integrado hoje por 47 países, e tem como principal objetivo proporcionar financiamento aos Estados em desenvolvimento da América para que executem projetos nas mais diferentes áreas. O encontro dos governadores (ministros das finanças e planejamento dos 47 países membros), foi precedido de uma reunião de entidades da sociedade civil, em 29 de março de 2006, e tratou de temas como inovação tecnológica e meio-ambiente. O evento contou com a participação de cerca de 5000 pessoas.

Av. Afonso Pena e agentes de segurança pública, e a comunidade Aeroportuária do Aeroporto Internacional Tancredo Neves³³, conhecido como Aeroporto de Confins.

O sucesso e a importância deste programa de capacitação são inegáveis e sua continuidade se faz cada vez mais necessária, tendo em vista que Belo Horizonte sediará alguns jogos da Copa do Mundo de Futebol em 2014. Entretanto, este é um programa de capacitação³⁴, tendo como seu público alvo os profissionais que já trabalham direta ou indiretamente com o turismo, sendo que os moradores em geral não são contemplados neste programa.

Prosseguindo sua política de estímulo ao setor turístico, em 2006 a Belotur contratou uma das mais conceituadas empresas de marketing turístico do mundo na atualidade, a espanhola Chias Marketing, para desenvolver um Plano de Marketing turístico para a capital. Esta empresa elaborou o chamado Capacitur, que foi dividido em três grandes fases: I - Diagnóstico, II - Formulação da Estratégia de Marketing e III - Plano Operacional, contemplando 44 ações que devem ser trabalhadas até o ano de 2010 para o desenvolvimento do turismo na capital. (ver anexo).

Na fase inicial do Plano Horizonte, foram realizadas pesquisas a fim de se identificar os potenciais turísticos e os entraves que poderiam dificultar a promoção do turismo na capital. Segundo o plano, “um dos principais problemas identificados na Fase I foi o pouco conhecimento que o *trade* turístico, em específico, e a comunidade, em geral, têm de Belo Horizonte e de seus atrativos”³⁵. CHIAS MARKETING (2006), pág. 63”. Desta forma, o Plano Horizonte ratificou o que já se havia detectado na pesquisa realizada no ano de 1999³⁶.

³³ O Capacitur entende como “comunidade aeroportuária” as pessoas que trabalham no e para o aeroporto em questão, e que tenham contato com turistas e usuários do mesmo.

³⁴ Grifo meu.

³⁵ A pesquisa também demonstra que a comunidade além de não conhecer os seus atrativos, em muitos casos, quando os conhecem atribuem a eles pouco valor. (CHIAS MARKETING, 2006, p. 63).

³⁶ Grifo meu..

Para solucionar este problema, a Chias Marketing propôs um “Programa de Sensibilização para a Hospitalidade”, que visa melhorar a percepção que a população e os profissionais da atividade turística têm de Belo Horizonte, esperando como resultado a melhora da recepção ao turista por meio do conceito da hospitalidade.

A Chias Marketing entende hospitalidade como o “ato de receber o outro, possibilitar abrigo e acolhimento, uma troca entre hóspedes e anfitriões”. (CHIAS MARKETING, 2006, p. 63). A cidade de Belo Horizonte é entendida, de acordo com o Programa de Sensibilização para a Hospitalidade, como anfitriã, assim como todas as pessoas, empresas ou instituições que trabalham direta ou indiretamente com turismo. O programa de sensibilização para a hospitalidade propõe como foco além do setor público (representado pela Belotur), o *Trade* turístico e os moradores em geral.

Entretanto ao analisar este Plano de Marketing, percebe-se que ele não especifica ações concretas de como fazer cumprir o Plano. No caso específico do pouco conhecimento que o *trade* turístico, e os moradores em geral têm de Belo Horizonte e de seus atrativos, ele apenas descreve que se deve “Informar sobre o Plano Horizonte e promover os atrativos turísticos da cidade para os próprios belo-horizontinos” (CHIAS MARKETING, 2006, p. 64), mas não esclarece as ações concretas que se deva realizar para alcançar este objetivo. Outro ponto importante, é que o Plano direciona o planejamento principalmente para o desenvolvimento do Turismo Cultural, desconsiderando o Turismo de Negócios e Eventos já consolidado em Belo Horizonte.

Assim, a comprovação da necessidade de se melhorar o conhecimento que a população de Belo Horizonte possui sobre si mesma e seus atrativos turísticos, motivou a proposta deste trabalho de se criar o “Curso - Patrimônio Histórico, Cultural e Turístico de Belo Horizonte: Incentivo à Implantação do “Turismo de Cidade”. Trabalhar o patrimônio com os moradores se faz necessário, na medida em que os atrativos turísticos, em sua grande maioria, são patrimônios históricos do município.

Atrativos Turísticos de Belo Horizonte: Algumas Reflexões

Atrativo turístico pode ser conceituado como tudo que exerça um poder de atração que motive as pessoas a se deslocarem para conhecê-lo. Pode ser de natureza material ou imaterial, como edificações, monumentos, paisagens naturais, assim como festas populares, eventos religiosos, atividades artesanais de uma região, etc.

É importante ressaltar que quanto maior for o diferencial do atrativo, maior poder de atração ele exercerá. Isto quer dizer que alguns atrativos exercem maior poder de atração que os outros. A Torre Eiffel é um exemplo. Para conhecê-la é preciso ir a Paris. Se alguém quiser conhecer uma paisagem como a de Veneza, é só indo até lá. Pelo seu diferencial, estas edificações exercem tal poder de atração que não são necessários muitos estímulos de marketing incentivando as pessoas a irem conhecê-las; elas vão quase que espontaneamente, pelo seu interesse pessoal.

Contudo, a maioria dos atrativos encontrados no mundo concorrem entre si, por serem relativamente parecidos. É o caso das praias, que são encontradas em boa parte do planeta. Neste caso, o que faz uma pessoa escolher uma praia do nordeste brasileiro ao invés das praias do Caribe? Ou, o que faz uma pessoa escolher visitar Olinda ao invés de Ouro Preto? A teoria econômica da utilidade defende que o consumidor sempre dará preferência para um produto turístico que lhe proporcione maior benefício, prazer e alegria.

“Utilidade pode ser definida como a qualidade que possuem os bens econômicos de satisfazer às necessidades humanas. Ela é também considerada como o grau de satisfação que os consumidores atribuem aos bens e serviços”. (LAGE E MILONE, 2001, p. 47).

Vale ressaltar que, apesar da livre escolha do consumidor, ele sempre é obrigado a escolher. Se ele gostar mais de um determinado bem ou serviço, terá que abrir mão de consumir outros bens e serviços. Contudo, o consumidor sempre procurará obter a máxima satisfação em relação aos seus gastos. No caso do turismo, ele irá procurar um atrativo turístico que satisfaça ao máximo os seus interesses particulares. Se ele gostar de teatro por exemplo, tenderá a buscar locais onde possa assistir a várias peças, ou assistir a uma peça famosa, ou com atores famosos.

Papatheodorou (2006) explica que os turistas vão procurar sempre fazer uma combinação entre as variáveis renda, preço, característica do produto e sua utilidade. Assim como Lage e Milone (2001), Papatheodorou esclarece que quaisquer mudanças nestas variáveis irão alterar a escolha dos turistas por determinado produto.

A teoria da utilidade nos fornece um dado importante de como se dá a escolha de um produto turístico. Contudo ele não é o único a influenciar o consumidor de turismo, pois o preço de um produto e a sua renda também exercerão influência na sua escolha.

Quando um turista opta por um local, ele leva em conta o atrativo turístico em si, a infra-estrutura, os equipamentos e serviços que são disponibilizados, e o valor que ele vai dispendir para usufruir deste produto turístico. Entretanto, além das considerações já citadas, os turistas levam em conta também o que se pode chamar de agregamento de valor. Agregamento é tudo o que se pode acrescentar a um atrativo turístico que lhe agregue algum valor. O consumidor do turismo, assim como qualquer outro tipo de consumidor, irá tentar maximizar a sua satisfação em relação ao produto turismo. Ele procurará adquirir pacotes turísticos ou viajar por conta própria para locais que agreguem valor ao produto adquirido.

Um exemplo de agregamento de valor é a Festa Literária Internacional de Paraty, que se tornou um dos importantes festivais literários do Brasil, com reconhecimento internacional. Este festival tem atraído verdadeira multidão de

turistas para aquela cidade. Ora, na verdade, Paraty já é uma cidade turística consolidada pela sua história, arquitetura e natureza, mas o fato de haver um festival deste porte agrega valor a este atrativo turístico e pode pesar na decisão de um turista na hora de escolher entre Ouro Preto, Olinda ou aquela cidade. O turista opta por aquele local que lhe ofereça mais opções de lazer e cultura.

Ao observar Belo Horizonte sob esta ótica, percebe-se que a cidade enfrenta algumas dificuldades. Ela não dispõe de um atrativo que seja tão diferente que venha a exercer um grande poder de atração nos turistas. É uma grande cidade, com muitas opções de atrativos históricos, culturais e de lazer, mas o que levaria uma pessoa a se deslocar para conhecê-la? O que faria uma pessoa optar por Belo Horizonte, ao invés de São Paulo, Rio de Janeiro ou Brasília?

Está claro que os turistas viriam a Belo Horizonte pelo que a cidade poderia oferecer de singular, pelo que a diferenciasse das outras grandes metrópoles, apesar de suas evidentes semelhanças. No entanto, para identificar estas singularidades é necessário que a cidade se conheça³⁷. Somente através do auto-conhecimento os moradores poderão reconhecer seus atrativos turísticos e avaliar seu grau de atração. O auto-conhecimento permitirá que a cidade detecte e valorize suas singularidades, aquilo que lhe seja característico e que possa ser utilizado como um agregamento de valor.

No caso de Belo Horizonte, agregar valor significa também propiciar aos moradores as condições para que eles possam entender e valorizar os atrativos turísticos da cidade. Só assim eles poderão interpretar a cidade para os turistas.

Para o produto turístico a interpretação é um componente essencial, sobretudo quando se apóia na cultura e em paisagens especiais.(...) Investir em interpretação significa agregar valor ao produto turístico.(...) Mais que informar, a interpretação tem como objetivo convencer as pessoas do valor

³⁷ Grifo meu.

de seu patrimônio, encorajando-as a conservá-lo(...) Neste sentido, envolvendo desde o início a população do lugar, a interpretação pode ser um poderoso aliado do desenvolvimento local sustentável. Uma comunidade que não conhece a si mesma dificilmente poderá comunicar a importância de seu patrimônio, seja na interação com os visitantes, seja na sensibilização das operadoras. A prática interpretativa deve, portanto, promover a discussão entre os vários segmentos sociais sobre aquilo que torna seu lugar especial e diferente. Deve também levar os moradores a (re)descobrir novas formas de olhar e apreciar seu lugar, de forma a desenvolver entre eles atitudes preservacionistas. Finalmente, deve despertar novas vocações e possibilitar oportunidades de trabalho e renda ligados ao turismo. (MURTA & ALBANO, 2002, p.10 - 11).

Para atrair um número cada vez maior de novos turistas, os belo-horizontinos precisam entender seus atrativos turísticos, que são constituídos em sua grande maioria por patrimônios histórico-culturais. Assim, o conhecimento sobre a história da cidade, que deu origem à maioria dos atrativos turísticos, é essencial para o turismo da Capital.

A HISTÓRIA DE BELO HORIZONTE: origem do patrimônio histórico-cultural e dos atrativos turísticos da cidade.

O Curral Del Rei

Foi somente a partir da metade do século XVII que surgiram grandes expedições exploratórias, conhecidas como “bandeiras”, responsáveis pelas descobertas de ouro e diamantes nas terras das gerais.

Vários grupos de bandeirantes, em sua quase totalidade paulistas, vieram em busca de ouro, pedras preciosas e para escravizar os índios ali residentes. A primeira forma de exploração de ouro foi o de “aluvião”, onde o precioso metal era retirado do leito dos rios e córregos. Com o intuito de facilitar o garimpo, à medida que se ia encontrando ouro, os bandeirantes se estabeleciam perto destes córregos e rios, dando origem aos arraiais e vilas, que posteriormente

se transformaram em cidades, que hoje são conhecidas como “cidades históricas do período colonial”. Surge assim a província de Minas Gerais, que mais tarde se transformou no estado de Minas Gerais, colonizado pelos bandeirantes paulistas em busca de riquezas.

Foi também atraído pelo sonho de encontrar ouro, que o bandeirante João Leite da Silva Ortiz saiu de São Paulo e incentivado pelo seu futuro sogro, Bartolomeu Bueno da Silva (o Anhanguera II) e acabou por se estabelecer na região em que hoje se situa Belo Horizonte.

Construiu uma fazenda, a que denominou de “Cercado”, e se dedicou à lavoura e criação de gado, pois nestas paragens o metal precioso não foi encontrado. Apesar de ter se estabelecido na região desde 1701, Ortiz somente obteve posse definitiva das terras em carta de sesmaria em 1711.

Logo após a fundação da Fazenda do Cercado, começou a surgir ainda dentro das terras de Ortiz, e próximo da sede da fazenda, um arraial que recebeu o nome de “Curral Del Rey”³⁸.

“O arraial foi assim denominado porque aí se encurralava o gado vindo dos sertões da Bahia e São Francisco, depois de contado no registro das Abóboras³⁹, para pagar tributos régios em Sabará (...) o nome Curral Del-Rey começou a aparecer em documentos públicos em 1707”. (BARRETO, 1950 p.25).

Assim que surgiu o arraial, no início de 1700, ergueu-se uma singela capela, coberta de sapé, sob a invocação de Nossa Senhora da Boa Viagem, pois se tratava de local de passagem de tropeiros que traziam o gado para ser contado e logo seguiam viagem para as outras cidades. Posteriormente a capela foi

³⁸ O nome Curral Del Rei se faz ainda presente na vida da Belo Horizonte atual. Emoldurando a cidade, temos a Serra do Curral, cujo nome se originou do curral que ficava dentro da Fazenda do Cercado, que por sua vez ficava aos pés da Serra. Com o passar dos anos e pelo jeito próprio de falar do mineiro, a Serra do Curral Del Rey, passou a ser chamada apenas de Serra do Curral. Um dos grandes shoppings da cidade recebe o nome de “Del Rei”, numa clara homenagem e referência ao antigo Arraial do Curral Del Rey.

³⁹ Atual cidade de Contagem, na região metropolitana.

substituída pela Matriz em estilo barroco⁴⁰, entre 1755 e 1793, exatamente onde hoje se encontra a Catedral Basílica de Nossa Senhora da Boa Viagem, padroeira da cidade de Belo Horizonte, e um dos belos atrativos turísticos da capital.



Figura 01: Extinta Matriz de Nossa Senhora da Boa Viagem, em estilo barroco, da qual hoje restam o lavabo e o altar mor.
Foto: Acervo Museu Histórico Abílio Barreto

Em 1718 o arraial já havia sido elevado à categoria de freguesia e, no ano seguinte sediava um quartel dos Dragões do Rei⁴¹. Entre 1721-22, João Leite vende a Fazenda do Cercado para se aventurar nas lavras de ouro em Goiás. O arraial seguiu se desenvolvendo e em 1814 já possuía uma escola pública com 22 alunos. Por esta época, contava a sede da freguesia com 1.801 habitantes.

Em 1889 o Curral Del Rei recebeu com festas a proclamação da República e imediatamente fundou-se o “Clube Republicano”, que tomou para si a tarefa de mudar o nome do arraial, pois era desejo dos republicanos apagar da memória coletiva tudo que fizesse lembrar o período monárquico. Assim, numa reunião no recém criado “Clube Republicano” naquele mesmo ano, foram propostos

⁴⁰ Da extinta Matriz de Nossa Senhora da Boa Viagem em estilo barroco, hoje só restam o lavabo e o altar mor. As imagens se perderam, desconhecendo-se seu paradeiro.

⁴¹ O prédio que abrigava o Quartel dos Dragões do Rei, que era a cavalaria real, não existe mais, assim como todos os prédios do antigo Arraial do Curral Del Rey, que foram demolidos para a construção da cidade de Belo Horizonte, conforme será descrito à frente.

novos nomes, tais como Terra Nova, Santa Cruz, Nova Floresta e Cruzeiro do Sul. Segundo BARRETO (1950, p.36) “Coube ao velho professor Luiz Daniel Cornélio de Cerqueira propor a denominação Belo Horizonte, justificando-a com as belezas naturais da localidade, cujo horizonte sempre foi realmente encantador”.

A escolha dos habitantes do arraial recaiu sobre o nome Novo Horizonte, e a proposta foi levada ao então governador provisório de Minas, Dr. João Pinheiro da Silva. Não concordando com a escolha dos curralenses, João Pinheiro escolheu o nome Belo Horizonte, que foi adotado por decreto em 12 de abril de 1890. Por esta época, o arraial agora chamado de Belo Horizonte, era um local pacato, mas em desenvolvimento.

Contava com uma população aproximada de 4.000 habitantes e possuía uma igreja, duas capelas, dois largos, 8 ruas, 172 casas, 16 estabelecimentos comerciais, 2 escolas públicas, uma para o sexo masculino com 78 alunos e outra para o sexo feminino com 60 alunas, uma farmácia, 31 fazendas de cultura e criação e era banhado por vários córregos e rios como o Leitão, Ilha, Capão Grande, Mangabeira, Bolina, Capão da Posse, Bom Sucesso, Cercadinho, Piteiras, Taquaril, Cardoso e o Ribeirão Arrudas. Tinha mais o arraial 8 olarias fabricando telhas, tijolos e panelas, 2 caieiras, várias pedreiras de granito e calcáreo, 7 curtumes de barbatimão, curtindo de 5 a 6.000 couros por ano, uma fundição de ferro e bronze com 40 operários, 40 fábricas de farinha de mandioca, produzindo 15.000 alqueires por ano, 16 engenhos de cana, produzindo açúcar, rapaduras e aguardente, uma cultura de café em início, dois cultivadores de vinha em pequena escala, 6 marchantes vendendo carne verde e seca, abatendo em média 100 reses por mês. Exportava muitas madeiras e frutas excelentes.(...) Não havia iluminação de espécie alguma no arraial. O povo, sinceramente religioso, era ordeiro e bom. Somente a política algumas vezes agitava e dividia os seus filhos em dois grupos. Não havia mendigos nem ladrões. Podia-se deixar, sem receio, abertas portas e janelas das casas dia e noite: ninguém as assaltava. (...) As diversões profanas favoritas dos belorizontinos eram os bailes e cavalhadas. O carnaval não passava do clássico entrudo. (BARRETO, 1950, p. 37 - 38).

A Mudança da Capital de Minas

A idéia de se retirar a capital mineira da cidade de Ouro Preto era antiga, mas foi somente com a proclamação da República em 1889, que a mudança da

capital toma corpo, com um pedido feito pelo Sr. Augusto Muler, vice-presidente da Câmara de São João Del Rei ao Governador Provisório do Estado, Sr. Cesário Alvim, para que a Capital fosse transferida para aquela localidade.

O pedido de mudança da Capital de Ouro Preto para São João Del Rei abriu uma acirrada disputa entre os municípios de Minas Gerais, que também reivindicavam o direito e o desejo de se tornarem a nova Capital do Estado. Dentre eles constava o Arraial de Belo Horizonte, que através de seu Clube Republicano encaminhou ao Governador em exercício o seu pedido de candidatura.

A decisão final ficou a cargo do Congresso Constituinte, que convocou reuniões extraordinárias em Barbacena para deliberar sobre a mudança da capital. Várzea do Marçal, indicada por Aarão Reis⁴², estava ganhando as intenções de voto, quando o Dr. José Pedro Drumond percebeu que seus colegas anti-mudancistas estavam agora inclinados pelo Arraial de Belo Horizonte, pois pensavam que naquele local desprovido de recursos seria impossível a construção de uma cidade no prazo máximo de 4 anos, conforme especificava a lei⁴³, ao contrário de Várzea do Marçal, onde tudo seria mais fácil, em função da presença da Estrada de Ferro Oeste de Minas. Assim sendo, os anti-mudancistas, acreditando que a Capital permaneceria em Ouro Preto, votaram pelo Arraial de Belo Horizonte, que saiu vitoriosa por 30 votos contra 28.

Em 17 de dezembro de 1893 foi promulgada a lei nº 3, determinando a mudança do nome de Arraial de Belo Horizonte para “Cidade de Minas” e a

⁴² Engenheiro paraense contratado pelo Presidente de Estado Afonso Pena para organizar e dirigir uma comissão de estudos das localidades que já haviam sido pré-selecionadas para sediarem a nova capital. Aarão Reis apresentou parecer favorável à Várzea do Marçal (hoje São João Del Rei), por oferecer melhores condições econômicas e de infra-estrutura, apesar de pender também pelo Arraial de Belo Horizonte.

⁴³ Os que eram contra a mudança, numa manobra política, conseguiram aprovar uma lei que determinava o prazo máximo de quatro anos para a mudança da capital. Caso contrario, ela permaneceria em Ouro Preto.

construção da cidade em Belo Horizonte, devendo a mudança da capital realizar-se dentro de 4 anos improrrogavelmente.

A Construção da Nova Capital

Assim que foi promulgada a lei autorizando a construção da nova Capital, Afonso Pena convidou o engenheiro Aarão Reis para organizar e dirigir a Comissão Construtora que seria responsável pela obra. Imediatamente o engenheiro chefe convocou os técnicos mais notáveis do Brasil e especialistas de todos os ramos para participar da empreitada.

Em fevereiro de 1894, Aarão Reis dirigiu-se para Belo Horizonte, a fim de providenciar habitações para ele e seus subordinados, além de móveis e materiais de escritório. Desde o início, as dificuldades eram muitas, uma delas era o deslocamento, uma vez que o transporte era feito em carros de boi, ou no lombo das tropas.

Bem recebido pelos moradores de Belo Horizonte, Aarão Reis comprou imediatamente a chácara do Sapo⁴⁴ (hoje Parque Municipal Américo René Gianetti) para sua residência, bem como um sobrado na rua General Deodoro (a principal do Arraial de Belo Horizonte) para o Escritório Central da Comissão Construtora.

O quadro de pessoal da Comissão era composto de 194 funcionários, e com apenas uma pequena parte destes, em 5 de março de 1894, iniciaram as obras, sendo fincada a primeira estaca de exploração da estrada de ferro, à margem do Rio Arrudas.

⁴⁴ Conforme dito anteriormente, todos os prédios do antigo Arraial do Curral Del Rey foram demolidos, inclusive a Chácara do Sapo. Em seu lugar está hoje o Parque Municipal Prof. Américo René Gianetti, conhecido pela população simplesmente como "Parque Municipal".



Figura 02: A Comissão Construtora da Nova Capital. Ao Centro o Engenheiro Chefe Aarão Reis.

Foto: Acervo do Museu Histórico Abílio Barreto.

A falta de estrutura do Arraial de Belo Horizonte se tornou um problema. No local só havia um modesto hotel, pouco antes instalado, que serviu de refúgio para os funcionários. Segundo BARRETO (1950, p. 70) “As casas comerciais eram mal estabelecidas. A melhor de todas era a “Nova Capital”, do Sr. Candido de Araújo, à rua de Sabará”.

Apesar das dificuldades as obras iniciaram em ritmo acelerado. Imediatamente o Engenheiro Chefe Aarão Reis tratou de implantar a linha férrea. Em 1º de fevereiro de 1895, inaugurou-se o serviço telegráfico, colocando o Arraial de Belo Horizonte em contato com o Governo de Minas e do Brasil.

Um problema que estava gerando nervosismo nos belo-horizontinos era a questão da desapropriação, medida considerada absolutamente necessária pelo Engenheiro Chefe, para a construção da nova cidade. Assim, para fazer nascer a nova capital, toda a população do arraial foi expulsa. Outra consequência direta das desapropriações foi o desligamento do distrito de Belo Horizonte da cidade de Sabará, à qual pertencia.

O Engenheiro chefe a 14 de maio (de 1895), obtinha do Governo a expedição do decreto nº 712, aprovando a planta nº 2 do Relatório da Comissão de Estudos das localidades indicadas para Sede da Capital do Estado, para o fim de serem desapropriados todos os terrenos, prédios e benfeitorias do distrito de Belo Horizonte, município de Sabará. Logo em seguida, obteve igualmente que o Governo baixasse o decreto nº 716 de 5 de junho, desligando de Sabará o território requerido e encarregando o mesmo Engenheiro chefe da administração local. (...) O decreto nº 776, de 30 de agosto, autorizava aquêle chefe a proceder às desapropriações amigável ou judicialmente. A área desligada era de 19.200.000 metros quadrados. (...) O Dr. Aarão Reis desapropriou as 430 propriedades existentes no arraial e imediações. (...) Foi uma cêna triste o êxodo dos habitantes

de Belo Horizonte, a maior parte mudando-se para as circunjacências do arraial e outros para outras terras. Muitas famílias choravam e se lastimavam. À proporção que as casas se desocupavam eram alugadas aos funcionários da Comissão, que as habitaram durante todo o período da construção. (BARRETO, 1950, p. 76).

Á medida em que as casas foram desapropriadas passaram a ser ocupadas pelos funcionários da Comissão Construtora que nela permaneceram até a sua demolição. Já os operários não puderam se estabelecer dentro da área onde estava sendo construída a nova cidade. Em razão disso, foram expulsos para fora de seus limites e se estabeleceram no local onde formaram os bairros Floresta e Santa Tereza, dois dos mais tradicionais bairros da Capital. Foi também nesta região que surgiu a primeira favela de Belo Horizonte, a favela “Alto da Estação”.

Em setembro de 1894 tomou posse do governo de Minas o novo Presidente de Estado,⁴⁵ Sr. Bias Fortes. Aarão Reis enviou a ele a planta geral da cidade, que foi aprovada pelo decreto nº 817 de 23 de março de 1895. Contudo, Bias Fortes pediu que Aarão Reis modificasse alguns itens do projeto. Apesar de não concordar com as intervenções, o engenheiro Chefe cumpriu as determinações do Presidente de Estado. Entretanto, a partir daí a divergência de opinião entre os dois se estabeleceu, culminando no pedido de exoneração de Aarão Reis em 20 de maio de 1895, sendo imediatamente substituído pelo Engenheiro Francisco de Paula Bicalho.

Mesmo com o desligamento de Aarão Reis, a planta geral projetada por ele e aprovada por decreto, continuou a ser executada sob a supervisão de Francisco Bicalho. Esta planta foi inspirada nas cidades de Washington D. C., nos Estados Unidos e La Plata na Argentina e é um dos atrativos turísticos histórico-culturais de Belo Horizonte, pela sua singularidade.

⁴⁵ Atual cargo de governador. Antes do Presidente Getúlio Vargas, os governadores eram denominados Presidentes de Estado. Nota da autora.

A planta que Aarão Rei projetou reflete a mentalidade da época, período em que a república começava a se consolidar no Brasil, e era francamente influenciada pelo positivismo⁴⁶. Aarão desenha uma cidade que pretendia ser a expressão da razão e do definitivo rompimento com o passado, demonstrando em seu traçado moderno a recusa pelas antigas formas barrocas e coloniais.

Tudo foi meticulosamente planejado: os quarteirões em forma de um tabuleiro de xadrez, num quadriculado exato, são emoldurados por uma grande avenida⁴⁷, em forma circular, que delimitava a área suburbana da rural. Aarão Reis projetou todas as ruas no sentido norte-sul com nomes de tribos indígenas. Desta forma, temos consecutivamente as ruas Oiapoque, Guaicurus, Caetés, Tupinambás, Carijós, Tamoios, Tupis, Goitacases, Guajajaras, Timbiras, Aimorés e Guaranis (a única que não obedeceu o alinhamento consecutivo). Na seqüência, foram contemplados personagens da história do Brasil, os inconfidentes e poetas escritores.

No sentido leste-Oeste encontram-se as ruas com nomes de estados do Brasil: Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí, Maranhão, Grão Pará e Manaus⁴⁸.

As avenidas Amazonas e Paraná fazem referência aos grandes rios do Brasil, e para que não houvesse repetição na seqüência das ruas com nomes dos estados, eles foram substituídos por suas capitais. O Estado do Amazonas foi substituído pela rua Manaus, assim como a rua Curitiba substituiu o Estado do Paraná.

⁴⁶ “Corrente filosófica do séc. XIX, que teve como principal precursor Augusto Conte. Teve grande influência sobre os eventos que antecederam a Proclamação da República, tanto que a bandeira brasileira faz uma referência à máxima positivista: amor por princípio, ordem por base e progresso por fim.” – retirado do filme **Ruas Ilustres** – 2007.

⁴⁷ Avenida do Contorno, antiga Av. 17 de Dezembro.

⁴⁸ De acordo com a planta de Aarão Reis, na região central de Belo Horizonte os cruzamentos são sempre o encontro de uma tribo indígena com um estado brasileiro.

Curiosamente, na Praça da República (atual Afonso Arinos), nascia a Av. Liberdade (atual João Pinheiro), que conduzia à Praça da Liberdade que levava ao Palácio da Liberdade que por sua vez, remetia à Rua da Liberdade (atual Levindo Lopes, atrás do Palácio da Liberdade), significando que a República conduz a quatro liberdades. Topograficamente a área escolhida para abrigar a Praça e o Palácio da Liberdade era o local mais alto da região, de onde poderia ser vista de qualquer ponto da cidade.

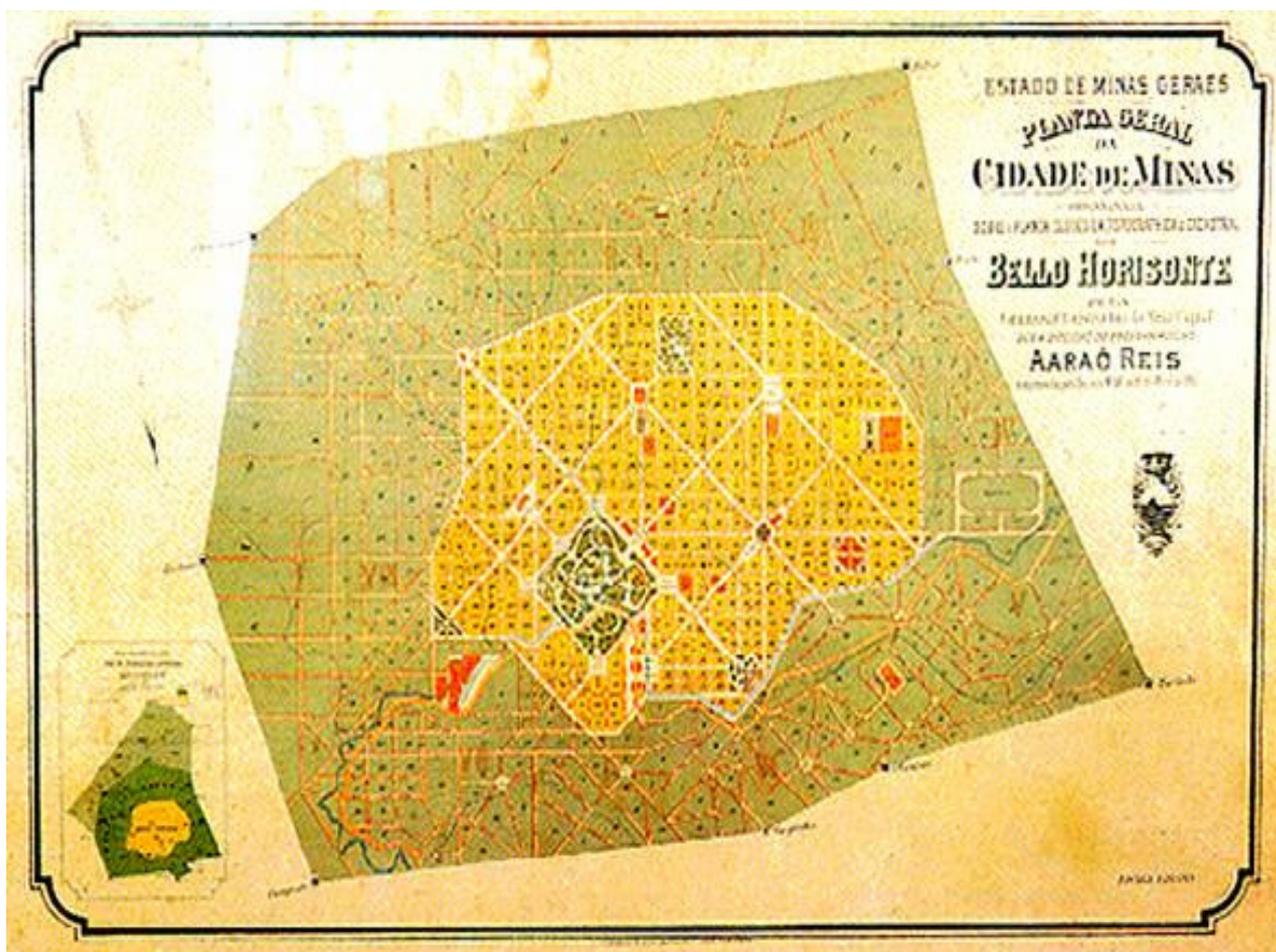


Figura 03: A planta da Nova Capital elaborada pelo Engenheiro Aarão Reis.
Foto: Acervo do Museu Histórico Abílio Barreto.

O projeto previu uma cidade totalmente organizada, dividida em três áreas: uma central, denominada urbana, que contemplava toda a infra-estrutura para o funcionamento e desenvolvimento da cidade, com área hospitalar, área

residencial, área comercial, um centro administrativo e um parque; todos ligados por largas avenidas e muitos cruzamentos, que em alguns casos formam praças, como a Praça Sete, a Praça Raul Soares e a Praça da Savassi. Em torno desta primeira área, mas ainda dentro dos limites da Av. do Contorno, uma outra, denominada de suburbana; e uma terceira, chamada de rural, imediatamente após a avenida, que foi destinada às chácaras, sítios e áreas de plantio para o abastecimento da Capital.

A área residencial, na parte central da cidade, foi dividida em construções que foram destinadas ao uso particular e casas que foram construídas para abrigar os funcionários públicos das Secretarias de Estado, que seriam deslocados de Ouro Preto para Belo Horizonte. Estas últimas ficavam bem próximas à Praça da Liberdade, onde foram construídos o Palácio do Governo e as Secretarias de Estado e deram origem a um dos bairros mais nobres e tradicionais da cidade: o bairro Funcionários.

A Inauguração da Capital

Apesar das dificuldades financeiras e de infra-estrutura, o cronograma das obras foi cumprido e a nova Capital, agora com o nome de a “Cidade de Minas”, foi inaugurada em 12 de dezembro de 1897, ainda com muitas obras por fazer:

Contava a cidade, então, além de considerável número de casas velhas e dos grandes bairros de cafuas e barracões – a “Favela” e o “Leitão” – 200 casas de funcionários, 300 casas particulares, 16 edifícios públicos, a saber: o Palácio do Governo ainda não concluído, 3 secretarias, Chefia de Polícia (ex-Imprensa), Fórum, Ginásio, Quartel, Distribuidora de Eletricidade, Capela do Rosário, 4 palacetes para residência dos Secretários e Chefe de Polícia, a Estação de Minas e o Armazém do Ramal em construção, o Parque já vistoso e interessante, o serviço de água e esgotos quase concluído, a Colônia do Barreiro em início e em início também o Canal do Acaba-Mundo. Poder-se-ia calcular em 10.000 almas a população local. (BARRETO, 1950. p.153)

Foram vários dias de festejos, que começaram no dia 11 de dezembro à tardinha, com a inauguração da iluminação da cidade. O ponto alto das festas foi a chegada do trem que trazia as autoridades estaduais para instauração oficial da Capital, que seguiram a pé da Praça da Estação até à Praça da Liberdade, onde a cerimônia oficial aconteceu.

Após a euforia inicial, a Cidade de Minas retoma ao seu dia a dia, contudo, agora num novo ritmo, adaptando-se aos ares de capital e de modernidade que ora se estabeleceu no que fora antes o antigo arraial.

A Cidade de Belo Horizonte

Pouco dias depois à instalação da nova Capital, criou-se a Prefeitura da Cidade de Minas, sendo o Dr. Américo Werneck o primeiro prefeito (interino) da cidade.

Já nos últimos meses que antecederam a inauguração da Capital um grande número de pessoas interessadas em tentar a sorte chegaram na cidade e nos novos prédios que iam sendo construídos, estabeleceram casas comerciais e indústrias, e surgiram os mais variados tipos de prestadores de serviços.

Para melhorar a falta de habitações foi construída uma pequena vila de casinhas para aluguel nas ruas Grão Mogol e Alfenas, chamada Vila Bressane. Outras duas vilas foram construídas à rua do Bonfim e à rua do Ramal, com materiais das casas que haviam sido demolidas e, além dessas, outros grupos de vilas foram construídas nas ruas do Ramal e Rio Preto.

Alguns anos mais tarde, essas vilas, antes isoladas, foram atingidas pelo crescimento da cidade, tornando-se bairros próximos ao centro que ainda se encontram na atual Belo Horizonte. Com o desenvolvimento urbano acelerado, as zonas rurais, antes destinadas a sítios para pequena lavoura, foram divididas em colônias, que mais tarde tiveram os seus terrenos subdivididos em quarteirões e lotes e se povoaram rapidamente. Assim, a cidade que havia sido

planejada para se restringir aos limites da Av. do Contorno, começa seu crescimento desordenado.

Nos primeiros dias da cidade a sua população era calculada em 10.000 habitantes. Pelo primeiro recenseamento feito em 1900, verificou-se a existência de 13.472 habitantes, que se elevaram para 17.619 em 1905, a 39.533 em 1912, a 55.563 em 1920, a 111.000 em 1928, a 116.981 em 1930, a 214.005 em 1940, a 258.224 em 1946 e atualmente (1950), é calculada em 300.000 habitantes. (BARRETO, 1950, p.183)

Em 1901 o Congresso restabeleceu o nome de “Belo Horizonte” para denominar a Capital. Nos primeiros anos da cidade foi criado o Conselho Deliberativo, por votação dos moradores⁴⁹.

Em 1902 foi inaugurado o serviço de transporte coletivo de bondes com 4 carros, aproveitando os trilhos do extinto ramal Férreo Urbano. Eles faziam 22 viagens por dia. Em 1910 inaugurou-se o prédio da agência central de bondes, chamado de Viação Elétrica, localizado na Av. Afonso Pena esquina com a Rua da Bahia, onde se localiza hoje o Mercado das Flores.



Figura 04: Inauguração do Sistema de Bondes em 1902
Foto: Acervo do Museu Histórico Abílio Barreto.

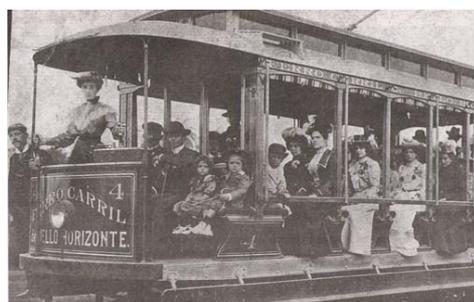


Figura 05: Carro “Belo Horizonte”, um dos quatro primeiros Bondes que circularam na Capital.
Foto: Acervo do Museu Histórico Abílio Barreto.

Nos primeiros anos de vida, Belo Horizonte passou por sérios problemas econômicos, advindos em parte de dívidas acumuladas pela construção da cidade. Entretanto, apesar das dificuldades, a cidade continuou seu

⁴⁹ Após a Revolução de 30 o Conselho foi extinto, sendo criado em seu lugar a Câmara Municipal. Durante a ditadura de Vargas a Câmara foi fechada e só foi reaberta em 1947.

crescimento em ritmo vertiginoso, como se pode verificar pelos dados estatísticos descritos anteriormente.

Em 1920, Belo Horizonte recebeu a visita dos Reis da Bélgica Alberto e Elizabeth. Várias modificações foram realizadas na Praça da Liberdade em razão desta visita. Os jardins da praça foram totalmente refeitos, inspirados nos jardins do Palácio de Versailles. Atualmente a Praça da Liberdade é um dos principais atrativos turísticos da cidade e um dos pontos mais freqüentados pelos belo-horizontinos, que pelas manhãs e ao final das tardes fazem caminhadas ao seu redor, ou para lá se dirigem apenas para ler um bom livro, sentados em um dos muitos bancos da praça, ou para namorar no coreto, ou simplesmente para não fazer nada, admirando as belezas desse local.



Figura 06: Vista aérea da Praça da Liberdade em 1938.
Foto: Acervo do Museu Abílio Barreto.



Figura 07: Vista aérea da Praça da Liberdade.
Foto: Acervo Belotur.

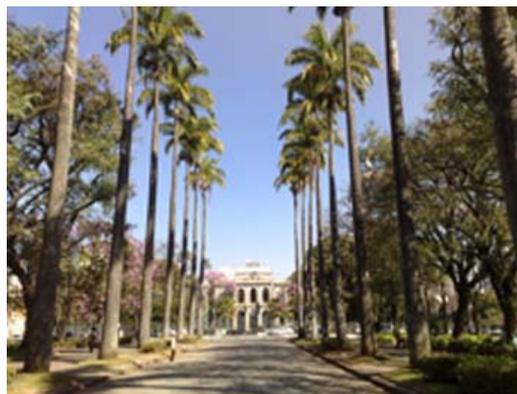


Figura 08: Alameda principal da Praça da Liberdade. A Lei 3901 de 27/11/1984, de autoria do Vereador Arthur Vianna lhe confere o nome de "Travessia" em homenagem a travessia do Regime Militar para a Democracia que estava sendo realizada por Tancredo Neves naquele período.
Foto: Acervo Belotur.



Figura 09: Coreto da Praça da Liberdade
Foto: Neuma Horta.



Figura 10: Antiga Secretaria de Segurança
Foto: Hector Falcon.



Figura 11: Prédio da antiga Secretaria da Educação
Foto: Neuma Horta.



Figura 12: Prédio da antiga Secretaria da Viação e Obras Públicas
Foto: Acervo Belotur.



Figura 13: Prédio do Palácio da Liberdade
Foto: Patrícia Coelho.



Figura 14: Prédio da Biblioteca Pública Professor Luiz de Bessa. Projeto de Oscar Niemeyer.
Foto: Acervo Belotur.

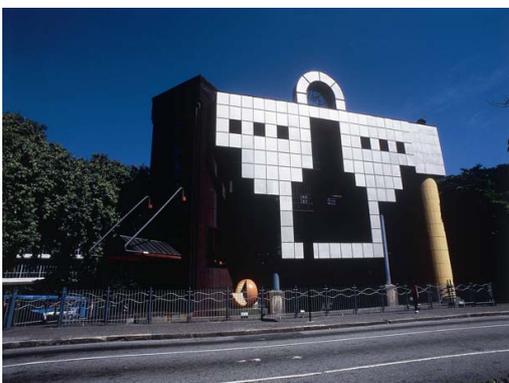


Figura 15: Prédio do Museu de Mineralogia Professor Djalma Guimarães. Conhecido popularmente como “Rainha da Sucata”.
Foto: Acervo Belotur.



Figura 16: Palacetes Dantas e Solar de Narbona (atual Secretaria Estadual de Cultura).
Foto: Acervo Belotur.



Figura 17: Palácio Arqueiscopal, conhecido como Palácio Cristo Rei.
Foto: Acervo Belotur.

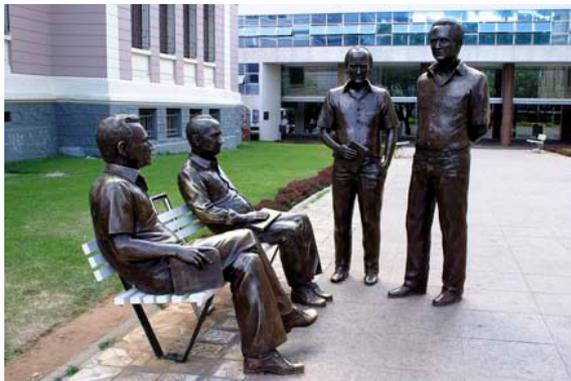


Figura 18: Estatuas dos escritores Fernando Sabino, Paulo Mendes Campos, Hélio Pellegrino e Otto Lara Resende, conhecidos como os “quatro cavaleiros do apocalipse”.
Foto: Acervo Belotur.

Atualmente a Praça da Liberdade ainda abriga o centro administrativo do Estado de Minas Gerais, contudo, um outro centro administrativo está em fase de construção⁵⁰, num local retirado do centro da cidade, onde ficava o Jockey Clube Serra Verde. Ao final das obras, as funções administrativas serão transferidas para lá. A Praça da Liberdade e seus prédios administrativos serão transformados num “corredor cultural”, dotado de espaços para shows, museus e centros culturais. O conjunto arquitetônico e paisagístico da Praça da Liberdade é tombado pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais, IEPHA-MG.

A década de vinte foi de agitação cultural. Em 1924 os modernistas Tarcila do Amaral, Oswald de Andrade e Mário de Andrade vieram a Belo Horizonte, antes de seguirem viagem para as cidades históricas de Minas. Encontraram-se com Carlos Drummond de Andrade, Emílio Moura, Pedro Nava, entre outros. Os cafés da Rua da Bahia e o Bar do Ponto na Avenida Afonso Pena tornaram-se o ponto de reunião dos intelectuais e surge a Universidade de Minas Gerais⁵¹.

A década de vinte foi também período de impulso econômico. Várias indústrias foram implantadas e o comércio se intensificou. A Rua dos Caetés se afirma como reduto de comerciantes sírios, libaneses e judeus e ganha o apelido de “rua dos turcos”.

Na Av. Afonso Pena esquina de Av. Álvares Cabral, surgiu o mais elegante e seletivo clube da Capital, o Automóvel Clube. Projeto de Luiz Signorelli, o prédio em estilo neoclássico, foi inaugurado em 1929.

⁵⁰ Com previsão de ficar pronto no final do ano de 2011.

⁵¹ Hoje Universidade Federal de Minas Gerais.



Figura 19: Prédio do Automóvel Clube.
Foto: Acervo Belotur.

Neste mesmo ano foi inaugurada a Ponte Melo Viana ligando a parte central da cidade ao bairro de Santa Tereza. Conhecido como Viaduto de Santa Tereza, este ícone da arquitetura de Belo Horizonte foi na época o maior vão de cimento armado da América Latina, e teve projeto de Emílio Baumgart.

Além de sua singela beleza arquitetônica, o Viaduto de Santa Tereza sempre despertou o espírito de aventura dos rapazes da cidade, que através dos anos desafiavam o perigo ao subir em seus arcos. O primeiro a fazer a façanha foi Carlos Drummond de Andrade, ao voltar de uma das reuniões no Café Estrela na Rua da Bahia quando retornava para sua casa. Anos depois, Fernando Sabino, Paulo Mendes Campos, Oto Lara Rezende e Hélio Pellegrini (conhecidos como os Quatro Cavaleiros do Apocalipse), repetiram a façanha, seguidos, ao longo dos anos, por outros tantos jovens anônimos.



Figura 20: Viaduto de Santa Tereza, vendo-se ao fundo a Serraria Souza Pinto.
Foto: disponível no site:
<http://bhnostalgia.blogspot.com/2008/10/viaduto-santa-tereza-ponte-melo-viana.html>

O viaduto foi tombado como patrimônio cultural de Belo Horizonte na década de 90, transformando a travessia em parte integrante do conjunto arquitetônico da Praça da Estação.

A década seguinte entra tumultuada com a Revolução de Trinta, e a cidade ganha ares de metrópole.

No início dos anos 30, começou a surgir um novo momento na arquitetura belo-horizontina. Se até então era enfatizado o eclético, com forte marca do neoclássico, a tendência passou para o que se chamava à época de estilo cubista, culminando no art-decô. As mudanças aconteceram no momento em que o estilo das construções da cidade eram alvo de críticas. (...) Rafaelo Berti e Luiz Signorelli foram os principais arquitetos que adotaram o estilo. (...) Um detalhe curioso é que esse padrão que dominava a arquitetura dos anos 30 chegou a ficar conhecido como 'estilo fascista' por ter suas origens na escola italiana de arquitetura. A sede da Prefeitura Municipal, o Colégio Marconi, o Instituto Izabela Hendrix, a Casa de Itália e o Edifício Chagas Dória são alguns exemplos deste tipo de arquitetura. ESTADO DE MINAS, 1997⁵².

Em 1932 fica pronta a atual Igreja Basílica de Nossa Senhora da Boa Viagem, padroeira da Cidade, em estilo neo-gótico, substituindo à antiga Capela em estilo Barroco.



Figura 21: Catedral de Nossa Senhora da Boa Viagem em estilo neo-gótico.
Foto: Acervo Belotur.

⁵² _____, BH 100 ANOS: nossa história. Publicação do Jornal Estado de Minas, Belo Horizonte, 1997.

Surgiram os primeiros arranha-céus. Em 1932 o Cine Brasil com seis pavimentos impressiona os moradores. Em 35 é inaugurado o Ibaté com dez andares de autoria do arquiteto Ângelo Murgel. Na época é considerado primeiro grande arranha-céu da cidade. Em 36 foi construído à rua Rio de Janeiro próximo à Praça Sete o edifício Capichaba. A cidade acelera seu crescimento desordenado e o bairro de Lourdes começa a se desenvolver. Atualmente um dos mais valorizados de Belo Horizonte.

Também em 1936 o prefeito Otacílio Negrão de Lima manda construir a represa da Pampulha, conhecida como Lagoa da Pampulha, para abastecimento de água para a população e foi aberta a Av. Pampulha (atual Av. Presidente Antônio Carlos), ligando a Lagoa ao centro da cidade. Neste mesmo ano, acontece o Congresso Eucarístico Nacional e a Praça Raul Soares foi construída às pressas para o evento e tornou-se espaço de convivência dos moradores. A partir dos anos 80 enfrentou dificuldades e passou a ser freqüentada por mendigos e bêbados, tornando-se violenta, o que espantou os moradores. Em 2008 foi restaurada a pedido da população através do programa “Orçamento Participativo” da Prefeitura, que liberou recursos para a sua recuperação. Atualmente um dos reconhecidos atrativos turísticos da Capital.



Figura 22: Congresso Eucarístico Nacional 1936. Inauguração da Praça Raul Soares. Foto: Acervo Museu Abílio Barreto.



Figura 23: Praça Raul Soares atual. Foto: disponível no site: http://pt.wikipedia.org/wiki/Pra%C3%A7a_Raul_Soares

Na década de 40, sob a supervisão do novo prefeito Juscelino Kubitschek Belo Horizonte entra na era da arquitetura moderna ao convidar o arquiteto *Oscar Niemeyer* para projetar um conjunto de edifícios na orla da Lagoa da Pampulha. Juscelino tinha a intenção de construir um bairro de elite ao lado da Lagoa da Pampulha, margeado por equipamentos de turismo e lazer e Belo Horizonte ganhou o seu mais valioso atrativo turístico. O primeiro projeto concebido por Niemeyer foi o Cassino, mas foi a Igreja de São Francisco de Assis, que mereceu maior destaque e se transformou numa das mais importantes obras da arquitetura brasileira, sendo a primeira Igreja em estilo moderno do Brasil. Por seu caráter inovador, a igreja foi foco de controvérsias, que impediram o seu uso para fins religiosos de 1945 até 1959.

Juntamente com Niemeyer, um grupo de modernistas trabalhou na ornamentação da Igreja e dos outros prédios do Conjunto Arquitetônico da Pampulha. São de autoria de Cândido Portinari os painéis em azulejos da fachada posterior, do púlpito, e da parte externa do batistério, assim como os 14 painéis da Via Sacra e a pintura do altar mor. Alfredo Ceschiatti trabalhou na parte interna do batistério um painel em bronze, representando a criação de Adão e Eva e a expulsão dos dois do paraíso. Paulo Werneck adornou com pastilhas a fachada externa e o paisagismo ficou a cargo de Roberto *Burle Marx*. A Igreja da Pampulha como é carinhosamente chamada pelos moradores da cidade, se tornou o maior símbolo de Belo Horizonte.



Figura 24: Igreja de São Francisco de Assis. Entrada principal.
Foto: Acervo Belotur



Figura 25: Painel em azulejos de autoria de Cândido Portinari. As curvas da Igrejinha da Pampulha são uma homenagem de Niemeyer às montanhas de Minas Gerais.
Foto: Neuma Horta



Figura 26: Pannelo do altar-mor pintado por Cândido Portinari
Foto: Neuma Horta



Figura 27: Igreja da Pampulha.
Foto: acervo Belotur.

O cassino projetado por Niemeyer data de 1940 e funcionou apenas quatro anos, uma vez que, em 1946, o Presidente Dutra proibiu o jogo no Brasil e o cassino foi fechado. O prédio somente foi reaberto em 1957, já com a função de ser um museu de arte. O antigo cassino é contornado por jardins projetados por Roberto *Burle Marx* e adornado com esculturas de Ceschiatti, Zamoiski e Luiz Pedrosa.



Figura 28: Entrada principal do Museu de Arte da Pampulha
Foto: Neuma Horta.



Figura 29: Museu de Arte da Pampulha
Foto: Neuma Horta.

A Casa do Baile, outro importante projeto concebido por Niemeyer, foi inaugurada em 1943 para ser um espaço de dança popular, abrigando um restaurante. Situada em uma pequena ilha artificial, às margens da Lagoa da

Pampulha, possui formas sinuosas e imensas paredes de vidro que causam ainda hoje admiração por seu projeto arquitetônico revolucionário. O projeto paisagístico foi assinado por Burle Marx. Em 1946, o espaço foi fechado junto com o Cassino e posteriormente foi usado como depósito da Prefeitura, salão de festas, bar e restaurante. Atualmente abriga o Centro de Referência em Urbanismo, Arquitetura e Design.



Figura 30: Casa do Baile.
Foto: Acervo Belotur.



Figura 31: Vista aérea Casa do Baile.
Foto: Acervo Belotur.

Idealizado por Juscelino Kubitschek para ser o clube da Prefeitura Municipal, o “iate”, como é chamado pela população, faz parte do Conjunto Arquitetônico da Pampulha. O projeto de Niemeyer para o telhado do clube causou admiração, quando o arquiteto projetou a caída das águas de forma invertida, criando o famoso telhado “asa de borboleta”. Outra inovação do projeto que depois passou a ser largamente usado nas construções foi o “pilotis”. Em janeiro de 1961 foi vendido, tornando-se um clube particular com o nome de late Tênis Clube e sofreu acréscimos, alterando o projeto original de Niemeyer. No salão de festas de onde se avista a lagoa, encontra-se um painel de Portinari denominado “Jogo” e os jardins são assinados por Burle Marx. O clube não é aberto à visita pública.



Figura 32: late Clube, com destaque para o telhado em forma de “asa de borboleta”.
Foto: Acervo Belotur.

Outra obra projetada por Niemeyer foi uma casa com jardins e pomar de Burlle Marx, concebida ser a residência de fim de semana do então prefeito de Belo Horizonte Juscelino Kubitschek. Tem como característica marcante o telhado em asa-de-borboleta (o mesmo estilo do telhado do late Tênis Clube), com seus planos inclinados, configurando tipologia característica da arquitetura brasileira dos anos 50. Recentemente adquirida pela Prefeitura, está em restauração e abrigará uma extensão do Museu Histórico Abílio Barreto, dedicado à memória da Pampulha e de JK.

Concomitantemente à construção do conjunto arquitetônico da Pampulha, outras obras também arrojadas surgiram no centro de Belo Horizonte. Em 1943 na região da Praça Raul Soares o construtor Cel. Redelvim Andrade ergueu o Edifício Randrade, o primeiro a possuir instalação de fogões elétricos. Em 1947 foi inaugurado o Edifício Acaiaca, na Av. Afonso Pena, em frente à Igreja de São José. O projeto de Luiz Pinto Coelho foi um marco do estilo art-decô na Capital. Com vinte e três andares - ainda hoje um dos grandes edifícios de Belo Horizonte - possuía requintes como os elevadores mais velozes da cidade e

um abrigo anti-aéreo⁵³. Possui esculpido pelo próprio engenheiro em sua fachada o rosto de dois índios acaiaca, que deram nome ao prédio.



Figura 33: Edifício Acaiaca. Primeiro grande arranha-céu de Belo Horizonte com 23 andares. Em primeiro plano vê-se o telhado em forma de cruz da Igreja de São José.
Foto: Neuma Horta.

O prefeito Juscelino Kubistchek no início de sua gestão já se preocupava com a questão da memória da cidade e a seu pedido, em 1941 o Prof. Abílio Barreto, que fora testemunha ocular da construção da Capital e um dos maiores conhecedores da história de Belo Horizonte, organizou no Arquivo Municipal, o núcleo de história, embrião do atual Museu, que herdou o seu nome, inaugurado em 18 de fevereiro de 1943. O prédio escolhido para abrigar o museu foi o casarão que fazia parte da Fazenda do Leitão, construído por Cândido Lúcio da Silveira em 1883. Era uma das fazendas mais produtivas da região que ocupava na época a atual área dos bairros Santo Antônio, Lourdes e Cidade Jardim. A fazenda era banhada pelo córrego do Leitão, hoje sob a Avenida Prudente de Moraes.

Sendo o único prédio remanescente do antigo Arraial do Curral Del Rey, o Museu Histórico Abílio Barreto é um dos mais importantes atrativos turísticos

⁵³Influência da Segunda Grande Guerra Mundial. O Acaiaca ainda hoje é o único edifício com abrigo anti-aéreo de Belo Horizonte. Nota da autora.

de Belo Horizonte e guarda em seu acervo peças ligadas direta ou indiretamente à memória do Curral Del Rey. Dentre eles destacam-se a Carta de Sesmaria passada ao bandeirante João Leite da Silva Ortiz em 1711, a locomotiva a vapor da época da construção da cidade, carinhosamente chamada “Mariquinha”, o mobiliário autêntico da época da construção da Capital, telas de Emílio Rouede retratando o Arraial do Curral Del Rey, encomendadas por Aarão Reis, fotografias, documentos e plantas originais da Comissão Construtora e um dos últimos bondes a trafegar pelas ruas de Belo Horizonte.

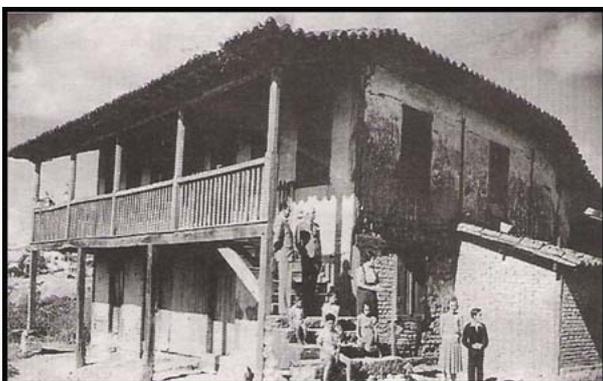


Figura 34: Casarão da Fazenda do Leitão. Em suas escadas estão JK e o Historiador Prof. Abílio Barreto.
Foto: Acervo Museu Abílio Barreto.



Figura 35: Fachada atual do Museu Histórico Abílio Barreto, antigo casarão da Fazenda do Leitão.
Foto: Acervo Belotur.



Figura 36: Um dos últimos bondes a circular em Belo Horizonte, acervo do Museu Histórico Abílio Barreto.
Foto: Acervo Belotur.



Figura 37: Locomotiva a vapor da época da construção da cidade, carinhosamente chamada “Mariquinha”.
Foto: Acervo Belotur.

Foi na década de 40 que Belo Horizonte deixou de ser a “cidade dos funcionários” para se transformar no maior pólo industrial do Estado. O comércio também despontou no cenário econômico da Capital, sendo a Padaria e Confeitaria Savassi um dos ícones desse desenvolvimento. Inaugurada em 1940, pelos irmãos Hugo, José Guilherme e João Savassi no bairro Funcionários, a padaria fez tanto sucesso que impulsionou o comércio ao seu redor e transformou a região num dos pontos comerciais mais importantes e requintados de Belo Horizonte. A Praça 13 de Maio (atual Diogo de Vasconcelos) onde ficava a padaria passou a ser popularmente chamada de Savassi e com o passar dos anos toda a região ficou conhecida com o mesmo nome, apesar de não ser oficialmente reconhecido⁵⁴.

A Praça da Savassi é um dos locais mais freqüentados da cidade e é palco de reunião de variados grupos de pessoas. Em seus quarteirões fechados acontecem shows musicais, performances teatrais e diversificadas manifestações culturais.



Figura 38: Inauguração da Confeitaria e Padaria Savassi, em 16 de Março de 1940, na Praça 13 de Maio, hoje Diogo Vasconcelos, pelos irmãos Savassi.
Foto: Museu Histórico Abílio Barreto.

⁵⁴ A Padaria Savassi se mudou da Praça onde se estabeleceu originalmente e hoje só comercializa seus produtos para outras padarias, não atendendo ao público em geral.

Em março de 1941 foi criada oficialmente a “Cidade Industrial Juventino Dias” hoje conhecida apenas como Cidade Industrial. O local escolhido foi uma grande área no distrito de Contagem (até então pertencente a Betim), na divisa com Belo Horizonte, a nove quilômetros do centro de Belo Horizonte.

A escolha teve razões como o potencial da Capital enquanto mercado consumidor e as facilidades de mão de obra. (...) Até 1947 a ocupação da Cidade Industrial foi lenta, com a implantação de apenas dez indústrias, entre elas a de cimento Itaú, a Magnesita, a Supergás e a Estamparia. (...) Um dos problemas detectados no início foi a falta de espaço para o operariado. Na tentativa de contornar a falha, foram desapropriados terrenos da região para a criação de uma vila operária, que não surtiu muito efeito. ESTADO DE MINAS 1997.

Os esportes tiveram grande impulso neste período com a criação do Clube Olímpico e a inauguração da grande piscina do Minas Tênis Clube. Nos anos que se seguiram os atletas que passaram a treinar nesta piscina ganharam o campeonato brasileiro por seis vezes. Por esta época havia em Belo Horizonte sete equipes de futebol. Destas restam hoje o Cruzeiro Futebol Clube, o América e o Clube Atlético Mineiro.

Os anos 50 chegaram sob a égide do retorno de Getúlio Vargas à presidência da República eleito por voto popular. Em 1954, mesmo ano em que Getúlio se suicida, a barragem da Pampulha se rompeu. As pessoas e a imprensa da época acreditavam tratar-se de uma maldição, provocada por uma praga rogada pelas famílias desalojadas para a construção da represa. Além do rompimento da lagoa, nesta época estavam fechadas a Igreja da Pampulha, (que a Igreja católica se recusava a abençoar), o Cassino (por causa da proibição do jogo no Brasil) e a Casa do Baile. JK veio pessoalmente inspecionar o local e prometeu fazer de tudo para resolver o problema.

No ano seguinte iniciaram as obras de recuperação e em 1958 a Lagoa da Pampulha foi reinaugurada com grandes festejos. O final dos anos 50 foram muito bons para a Pampulha. Em 1957 o Cassino recuperou seu prestígio sendo transformado em Museu de Arte e finalmente a Igreja da Pampulha foi consagrada em 1959.

Foi também na década de 50 que a televisão chegou à cidade com a instalação da Tv Itacolomi inaugurada pelo Senador Assis Chateaubriand. Neste período a população se divertia com as apresentações gratuitas do Cine Grátis que era uma caminhonete equipada com cabine de projeção que percorria a cidade apresentando filmes ao ar livre.

Além do Complexo Arquitetônico da Pampulha, Niemeyer projetou em Belo Horizonte nos anos cinquenta o *Edifício Niemeyer* e o prédio da Biblioteca pública Professor Luiz de Bessa (ambos na Praça da Liberdade), a sede do Banco Mineiro da Produção (antigo Bemge) na Praça Sete e o Colégio Estadual Governador Milton Campos, conhecido como “Estadual Central” no bairro de Santo Antônio.

Nos anos sessenta o verde cede espaço ao progresso e as árvores que estavam presentes nas grandes avenidas foram sendo retiradas para facilitar o tráfego dos veículos. As obras do Anel Rodoviário foram concluídas e foram feitas grandes obras de melhoria das principais vias de ligação do centro da cidade com os bairros.

O Estádio Governador Magalhães Pinto, conhecido como Mineirão foi inaugurado no dia 05 de setembro de 1965, num jogo entre a seleção mineira e o River Plate da Argentina, sendo que a vitória coube à seleção mineira, num gol feito por “Bugle”, na época atacante do Clube Atlético Mineiro. Inicialmente projetado para abrigar 130 mil torcedores, após uma reforma teve sua capacidade reduzida para 74 mil pessoas. No segundo semestre de 2009 o estádio será fechado por dois anos, quando passará por profundas reformas, a fim de se adequar para receber os jogos da Copa do Mundo de 2014.



Figura 39: Mineirão parte interna.
Foto: Neuma Horta.



Figura 40: Mineirão vista aérea.
Foto: Acervo Belotur.

As décadas de 60 e 70 viveram os anos de chumbo sob a batuta dos militares. Apesar das dificuldades, a Capital seguiu seu ritmo de crescimento. Um fato trágico marcou a memória dos moradores quando em 1971 aconteceu o desabamento do Parque de Exposições da Gameleira que estava em construção, matando 64 operários e ferindo dezenas de pessoas.

Ao final dos anos setenta, novo ânimo se estabelece com a invasão de empresas estrangeiras na Região Metropolitana, trazendo possibilidades de novos empregos para a população. A Fiat foi uma destas empresas e se instalou na cidade de Betim. Foram construídos vários conjuntos habitacionais para as classes de menor poder aquisitivo, e houve grande adensamento populacional nas zonas norte e oeste da capital.

A vida cultural se intensifica com o surgimento do grupo de dança Corpo, o grupo de teatro de bonecos Giramundo e o músicos do Clube da Esquina obtêm sucesso de público e crítica. Conjuntamente a esta farta produção finalmente ficou pronto o Palácio das Artes, depois de quase trinta anos de obras.

A cidade entra os anos 80 com a benção de sua Santidade o Papa João Paulo II que esteve em visita a Belo Horizonte naquele ano. Seguindo seu desenvolvimento vertiginoso a cidade se transforma em metrópole e sofre com o caos urbano. O trânsito inicia seu processo de esgotamento. Segundo a publicação do caderno especial em comemoração aos cem anos de BH do jornal Estado de Minas (1997), “em meados de 80, a cidade era atendida por 385 linhas com 2.691 ônibus, transportando diariamente, cerca de 1,4 milhão de passageiros”. (ESTADO DE MINAS, 1997, p. 9).

Vários trechos do Rio Arrudas foram canalizados nesta época, o túnel da lagoinha ficou pronto e o aeroporto internacional Tancredo Neves, conhecido como aeroporto de Confins foi inaugurado.

O Mineirinho é também da década de oitenta. O Estádio Jornalista Felipe Drummond é um ginásio poliesportivo coberto, com capacidade para 25 mil pessoas. Destinado ao incremento do esporte especializado ele também é utilizado como palco para grandes shows e eventos. Ocupa uma área construída de 80.000 metros quadrados e possui infra-estrutura adequada para a prática de esportes. Além de seu uso esportivo, toda a quinta-feira à noite e aos domingos pela manhã acontece em suas dependências uma Feira de Artesanato.



Figura 41: Mineirinho.
Foto: Acervo Belotur.

Também na década de oitenta Belo Horizonte ganhou o Parque das Mangabeiras localizado numa área que era anteriormente denominada de “Mata da Caixa de Areia”. O local foi transformado mais tarde em um reservatório de água da companhia de saneamento básico da cidade - a Copasa - e posteriormente na Ferrobela, uma companhia de mineração que explorava o minério de ferro nas encostas da Serra do Curral. Projetado pelo paisagista Burle Marx, o Parque das Mangabeiras é um dos maiores parques urbanos do país com matas que ocupam a maior parte dos seus 2,3 milhões de metros quadrados. Além de funcionar como centro de pesquisa e de educação ambiental aberto à toda comunidade, dispõe de variadas opções de lazer como o parque esportivo, a ciranda dos brinquedos, os quiosques para piqueniques,

as áreas de estar, o teatro de arena, o bar e restaurante e uma praça de eventos.



Figura 42: Parque das Mangabeiras.
Foto: Marcílio Gazzinelli, acervo Belotur.

Nos anos 90 a guerra no trânsito se intensifica e começam a surgir os congestionamentos. A região onde se encontra a Lagoa da Pampulha como previu Juscelino, transformou-se numa das áreas mais aprazíveis de Belo Horizonte. Nesta região desde 1991 o antigo jardim zoológico, inaugurado em 1959 atua como Fundação Zôobotânica no espaço que foi inicialmente projetado por Oscar Niemeyer para ser um Golf Clube. Hoje com aproximadamente 1.000 animais de 200 espécies vindas e uma área verde de mais de 1,4 milhões de metros quadrados, que inclui ainda o primeiro borboletário público da América Latina.



Figura 43: Elefante na Fundação Zoobotânica.
Foto: Acervo Belotur.



Figura 44: Tigre na Fundação Zoobotânica.
Foto: Acervo Belotur.

Na década de noventa a música mineira novamente conquistou o Brasil com o surgimento dos grupos Pato Fú, SkanK e Sepultura em Belo Horizonte. O teatro de rua se fortaleceu com a primeira edição do Festival Internacional de Teatro de Rua em 1992.

O esporte comemorou o título de campeão da Liga Nacional de Vôlei 92/93 e surge na cidade as pistas e cooper incentivando os moradores a praticar caminhadas nas manhãs e ao final das tardes.

O novo milênio irrompeu em Belo Horizonte com a confirmação de que a cidade seguirá se reinventando e se confirmando como a cidade do futuro. Para além da cidade ideal projetada por Aarão Reis, surgiu a cidade real marcada pelo seu dinamismo e contradições. Na tentativa de conter o crescimento desordenado, a Câmara Municipal aprovou o Plano Diretor e a Lei de Uso e Ocupação do Solo, com novas regras para o desenvolvimento da Capital em 1996 e seus reflexos positivos já são sentidos na primeira década de 2000.

Uma das obras mais significativas desta nova mentalidade foi a construção do Boulevard Arrudas, que se caracterizou pelo fechamento de parte do canal do Ribeirão Arrudas na Praça da Estação e adjacências e a implantação de intervenções urbanísticas que requalificaram aquela área. Um dos principais objetivos da intervenção foi melhorar o tráfego de veículos em direção à Linha Verde, outra obra de vulto na Capital que foi construída pelo governo estadual para facilitar o acesso do centro de Belo Horizonte ao Aeroporto de Confins. O Boulevard Arrudas está localizado em área de grande valor histórico onde se encontram os primeiros prédios construídos na cidade, como a Estação Ferroviária, a Casa do Conde de Santa Marinha, a Serraria Souza Pinto e o Parque Municipal. A requalificação desta área que estava muito degradada, refletiu positivamente na estima dos moradores, que voltaram a frequentá-la, principalmente nos eventos que agora acontecem com frequência na grande área livre em frente ao Prédio da antiga Estação Ferroviária, como o Arraial de Belô por exemplo, que é realizado anualmente pela Belotur.



Figura 45: Praça da Estação após a construção do Boulevard Arrudas, vendo-se abaixo o Prédio da antiga Estação Ferroviária, agora transformada no Museu de Artes e Ofícios.
Foto: Acervo Belotur.



Figura 46: Boulevard Arrudas na Praça da Estação, vendo-se ao fundo o Prédio da antiga Estação Ferroviária, agora transformada no Museu de Artes e Ofícios.
Foto: Acervo Belotur.

Imediatamente após à criação do Boulevard Arrudas, o Prédio da Estação Ferroviária foi restaurado para abrigar o Museu de Artes e Ofícios, o primeiro empreendimento museológico brasileiro dedicado integralmente ao tema das

artes, dos ofícios e do trabalho. Além do acervo permanente o Museu oferece exposições temporárias e promove apresentações musicais. Hoje é o maior museu da cidade, e um dos principais atrativos turísticos da Capital.



Figura 47: Prédio da antiga Estação Ferroviária após restauração, que o adequou para a instalação do Museu de Artes e Ofícios.
Foto: Miguel Aun – acervo do Museu de Artes e Ofícios.



Figura 48: Monumento à Terra Mineira, localizado na Praça da Estação em frente ao Museu de Artes e Ofícios.
Foto: Neuma Horta.



Figura 49: Acervo do Museu de Artes e Ofícios.
Foto: Neuma Horta.



Figura 50: Acervo do Museu de Artes e Ofícios.
Foto: Neuma Horta.



Figura 51: Acervo do Museu de Artes e Ofícios.
Foto: Neuma Horta.

A preocupação com a qualidade de vida, se reflete no desenvolvimento de atividades culturais e Belo Horizonte adentra o novo milênio se consolidando como o terceiro centro produtor de teatro e arte cênica do Brasil e como uma capital de eventos culturais. Nos últimos anos foram abertos o Museu dos Brinquedos, o Museu das Telecomunicações e o Museu Inimá de Paula.

Em 2005 foi inaugurado o Parque Ecológico Promotor Francisco Lins do Rego, popularmente chamado de Parque Ecológico da Pampulha, numa área onde se encontrava antes uma pequena ilha, conhecida como “Ressaca” na Lagoa da Pampulha. Sua formação é o resultado do assoreamento dos resíduos dragados do fundo da Lagoa. A Prefeitura destinou o espaço para lazer, educação e pesquisa. Conta com 30 hectares de áreas verdes e oferece à população programação permanente de educação ambiental e cultural.



Figura 52: Parque Ecológico da Pampulha.
Foto: Acervo Belotur.



Figura 53: Parque Ecológico da Pampulha.
Foto: Acervo Belotur.

Em 2008 foi inaugurado dentro da Fundação Zoobotânica mais um atrativo turístico da cidade: o Jardim Japonês em comemoração aos cem anos da imigração japonesa no Brasil.



Figura 54: Jardim Japonês na Fundação Zoobotânica.
Foto: Neuma Horta.



Figura 55: Jardim Japonês na Fundação Zoobotânica.
Foto: Neuma Horta.

Em Maio do corrente ano foi inaugurado dentro do Parque Ecológico da Pampulha o “Memorial à Imigração Japonesa” encerrando as comemorações ao centenário da imigração japonesa no Brasil e já se afirma como um novo atrativo turístico da cidade.



Figura 56: Memorial da Imigração Japonesa.
Foto: Neuma Horta.

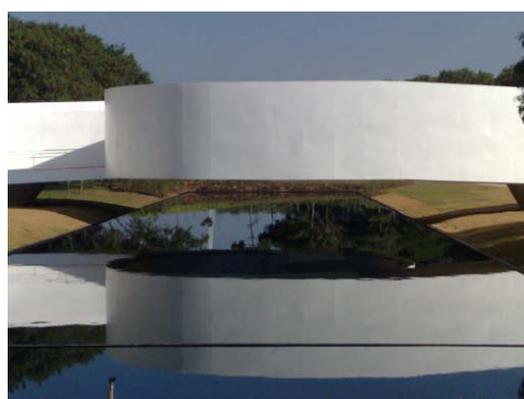


Figura 57: Memorial da Imigração Japonesa. .
Foto: Neuma Horta.

Belo Horizonte segue agora rumo ao futuro ainda com grandes desafios a vencer. Na parte arquitetônica a cidade com certeza sofrerá significativas modificações em função da Copa do Mundo de Futebol em 2014. Uma das obras que se fará presente num futuro próximo é o novo Centro Administrativo Estadual, mais um projeto de Niemeyer na Capital.

Previsto para o final de 2011 o centro administrativo alterará profundamente a dinâmica da cidade quando começar a funcionar, uma vez que todo o funcionalismo estadual será transferido para lá, o que obrigará a população a resignificar os espaços da Praça da Liberdade e também do antigo Jokey Clube, local onde está sendo construído o novo centro administrativo.



Figura 58: Maquete do Centro Administrativo de Minas Gerais, assinado por Oscar Niemeyer.

Foto: retirado do site: <http://www.minasdehistoria.blog.br/2009/04/praca-da-liberdade-x-centro-administrativo>, acessado em maio de 2009.

Um dos grandes desafios que ora se apresenta para Belo Horizonte será a superação da percepção equivocada que os moradores possuem sobre o seu patrimônio histórico-cultural e turístico. A cidade será anfitriã de um grande número de turistas que virão para a Copa do Mundo de Futebol em 2014, portanto é mister que ela se prepare para a recepção destas pessoas.

A Hospitalidade e as Cidades

No século passado e, em especial, nas últimas décadas, o turismo se desenvolveu vertiginosamente, acompanhando o desenvolvimento tecnológico e as tendências de globalização. Inserido neste contexto, um número cada vez maior de pessoas passaram a visitar cidades que tenham algum atrativo turístico. Em função disto, as cidades passaram a desempenhar importante papel no contexto turístico e seus moradores adquiriram o status de anfitriões, na grande maioria das vezes sem estar preparados para tal e, em alguns casos, sem querer desempenhar este papel. É o caso de Belo Horizonte, que

sediará alguns jogos da Copa do Mundo de 2014 e receberá um grande número de turistas, sendo que seus moradores não estão ainda, totalmente preparados para exercer a função de anfitriões. Esta é uma realidade que tende a crescer, pois a cada dia “florescem as cidades com função específica: a de acolher populações de outras cidades, nas suas diversas modalidades de atendimento envolvendo a cura e o entretenimento”. (VIEIRA, 2005, p.1).

Ao ser utilizado pelo turismo, o ato de receber foi transformado em um produto da chamada indústria da hospitalidade, sendo entendido pelo setor, principalmente, como os equipamentos que são disponibilizados para o recebimento do turista como hotéis, restaurantes, lojas e estabelecimentos de entretenimento. Entretanto, esta visão puramente técnica de que o fenômeno da hospitalidade se restringe à parte infra-estrutural do turismo exclui as relações sociais que se estabelecem entre os visitantes e os moradores da cidade visitada causando, em alguns momentos, tensões entre os turistas e as comunidades receptoras.

Neste processo relacional entre turistas e moradores, a atenção dos empresários, governos locais e do *trade* turístico tem se voltado quase que exclusivamente para os turistas, por serem eles os “clientes”, aqueles que trazem divisas para os municípios e, segundo acredita-se, trazem em seu bojo a melhoria da qualidade de vida, adquirida pela melhoria da economia.

Os moradores das cidades receptoras tem sido relegados a segundo plano e até mesmo desconsiderados em detrimento dos visitantes. Este fato é mais visível em cidades menores, como é o caso de Tiradentes, em Minas Gerais. Nesta cidade boa parte dos moradores foram deslocados do centro histórico para as periferias, sendo que a maioria dos hotéis, pousadas, restaurantes e lojas de artesanato hoje são de propriedade de pessoas vindas do Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte. Os tiradentinos de nascimento agora trabalham para os empresários que se instalaram na cidade, como mão de obra barata. Esta postura necessita urgentemente ser reavaliada se o turismo quiser cumprir sua função social, pois, apesar de seu cunho inegavelmente

econômico, o turismo é em sua essência social, na medida em que trabalha diretamente com pessoas.

"Turismo é movimento de pessoas, é um fenômeno que envolve, antes de mais nada, gente. É um ramo das ciências sociais e não das ciências econômicas, e transcende a esfera das meras relações da balança comercial." (BARRETO, 2002, p.12).

Antes de serem preparadas para receber turistas, as cidades devem estar preparadas para receber seus próprios moradores. Segundo MATHEUS (2002, p.57), "as cidades devem ser capazes de receber e integrar seus moradores(...) desenvolvendo sentimentos de identidade, orgulho, cidadania, garantindo assim o bem-estar social".

O turismo como fenômeno social deve promover o bem estar social. Quem primeiro deve se beneficiar do turismo é a própria comunidade. Para tal ela precisa se conhecer, se amar e se valorizar.

Além da expulsão dos nativos dos centros históricos, ou centros nobres, outra consequência igualmente catastrófica para as cidades turísticas é a "adequação" que elas passaram a receber a fim de viabilizar o turismo. Prédios são restaurados ou reformados, ruas são revitalizadas, praças são reordenadas, museus são criados e lojas do mais "autêntico" artesanato local são estabelecidas. Tudo absolutamente "preparado" para receber os visitantes. Belo Horizonte está entrando neste processo, na medida em que começa a se "preparar" para a Copa de 2014. Várias obras serão feitas na cidade no sentido de adequá-la para o evento.

Esta transformação do local em benefício do global propicia o surgimento de verdadeiros cenários para o turismo. Este é um dilema que se apresenta: "Como acentuar o poder simbólico de um espaço sem correr o risco de banalizá-lo? As reordenações urbanas se parecem cada vez mais, e essa equivalência gera um prejuízo para a singularidade dos locais". JUEDY (2005,

p.103). Na verdade, o que os turistas buscam é o diferente, o que singulariza um local e um povo e não o global.

Paradoxalmente uma vez adequados, existe uma tendência a se petrificar estes locais ou cidades, utilizando-se o discurso da preservação e da patrimonialização. Contudo, o tombamento garante a preservação? E por outro lado, será possível conciliar desenvolvimento com preservação? O que se percebe neste processo é que a necessidade de transformação da memória em mercadoria alimenta o discurso de musealização das cidades:

Uma igreja, um monumento, construções antigas, parecem de uma maneira ou de outra assinalar que uma cidade dispõe de um patrimônio. Mas, o futuro dessa cidade depende exclusivamente da revalorização de elementos de seu patrimônio? (JUEDY, 2005, p.102).

Transformar as cidades ou alguns espaços dela em museus ou musealizar as festas, os costumes e tradições de um grupo impedindo suas transformações e evoluções naturais não é garantia de preservação. Uma forma talvez mais eficaz de garantir a preservação seja envolver toda a população do local num processo de reconhecimento de seus símbolos, possibilitando ao morador o entendimento do porquê determinados monumentos e edifícios se tornaram patrimônio e, como conseqüência, atrativos turísticos. E mais que isso, este envolvimento deve propiciar que eles próprios elejam seus símbolos identitários.

A reconstrução da história e da identidade da cidade, obtida através do resgate das várias memórias oficiais e das memórias dos próprios moradores, poderá estimular um sentimento de pertencimento, amor e responsabilidade pelos símbolos que representam a cidade e seu legado cultural. Como conseqüência, aquela cidade poderá se tornar uma cidade mais hospitaleira no sentido das relações entre os turistas e os moradores, pois, para que uma cidade seja hospitaleira é necessário não só que a infra-estrutura da localidade esteja

adequada, mas é preciso que a comunidade receptora esteja envolvida e motivada para a recepção dos turistas. A comunidade precisa participar do processo de produção do turismo de sua própria cidade, devendo, para isto, conhecer sua história e seu patrimônio cultural, que são os bens materiais e imateriais representantes de sua identidade. Segundo Montandon apud GRINOVER (2007, p. 29) “oferecer hospitalidade é tomar consciência, descobrir e apreciar suas próprias riquezas (da cidade)”.

O Turismo de Cidade

Uma maneira interessante de ajudar os moradores a descobrirem suas próprias riquezas é incentivá-los a percorrer sua cidade e, para tal, estou propondo uma nova segmentação turística, que sob meu ponto de vista se apresenta como possibilidade promissora: o “Turismo de Cidade.”⁵⁵

Em um sentido amplo, caracterizo o “Turismo de Cidade” como aquele tipo de turismo que incentiva os moradores de uma determinada localidade à fruição dos aspectos singulares de sua própria cidade: a gastronomia, a arte, o artesanato, festas, celebrações, a música, os bares, e tudo que singulariza o seu próprio *modus vivendi*, a sua própria identidade. Percebo uma proximidade do “Turismo de Cidade” com o turismo cultural, na medida em que ambos têm como característica o mesmo objeto constitutivo: o *modus vivendi*, a cultura de um determinado grupo. A diferença básica está no público que usufrui este turismo. O turismo cultural é destinado ao forasteiro de uma localidade, o turista. Já no “Turismo de Cidade” estou propondo a destinação às pessoas da própria localidade, ao morador daquela cidade.

Cabe esclarecer que apesar de o termo turismo de cidade ser mundialmente conhecido, normalmente ele é usado como sinônimo de “Turismo Urbano”, significando aquele tipo de turismo praticado em cidades. Esta nomenclatura adquiriu força principalmente para diferenciar o turismo que é praticado em ambientes urbanos dos que são praticados fora destes ambientes, como o

⁵⁵ Grifo meu.

turismo rural e o turismo ecológico. Assim sendo, o Turismo de Cidade que estou propondo é distinto do Turismo Urbano⁵⁶, e seu entendimento implicará num alargamento do conceito de Turismo.

O deslocamento é a condição básica do turismo, sem ele o fenômeno deixa de existir. Beni (1998, p.39) aponta a viagem ou deslocamento, a permanência fora do domicílio, a temporalidade, e o objeto do turismo, como os elementos básicos para a existência deste fenômeno. Portanto, a essência do turismo é o deslocamento. Em função disto, o turismo é associado a viagem, normalmente saindo de seu entorno habitual (uma cidade) para outro local.

Com o Turismo de Cidade proponho a ampliação deste conceito de deslocamento. Minha proposta é incentivar que as pessoas “saíam de suas rotinas espaciais e temporais”, e estimular que os moradores de uma localidade pratiquem turismo dentro de sua própria cidade. Os moradores não só podem quanto devem se tornar turistas em suas próprias cidades. No Turismo de Cidade proponho que os moradores comecem a descobrir a sua própria cidade, a viajar por ela. Proponho que os moradores comecem olhar o seu entorno com olhos de turistas, e desvendar singularidades que lhes haviam passado despercebidas e descobrir seu entorno com outros olhares. Segundo JUEDY (2005, p.103). “Se a cidade é antes de tudo compreendida como imagens dela mesma, é justamente na medida em que ela é produtora de signos ao olhar”.

Com a proposta do Turismo de Cidade pretendo despertar sentimentos de identidade, de acolhimento, de pertencimento e almejo que Belo Horizonte se torne hospitaleira em si mesma. Esta nova segmentação turística poderá ajudar a promover o intercâmbio das várias comunidades existentes em Belo Horizonte e poderá promover a integração social e o reconhecimento das diversidades existentes entre os vários grupos da cidade.

⁵⁶ O Turismo de Cidade não se confunde também com turismo na cidade, que neste caso tomaria o mesmo sentido de Turismo Urbano, ou seja, o turismo praticado em ambientes urbanos.

A heterogeneidade de uma cidade não é necessariamente o sinal de sua ausência de coesão. A coerência espacial, ligada à história de uma configuração territorial, impõe-se por ela mesma. A cidade tão sem unidade produz ainda assim uma paisagem. Se olhada um pouco mais de perto, há laços implícitos unindo os fragmentos. (JUEDY, 2005, p.102).

O papel da hospitalidade para os belo horizontinos pode ser ajudar no combate ao preconceito pelo diferente, através do conhecimento e da convivência das várias comunidades existentes na cidade. A diversidade deve ser reconhecida como forma de atenuar a violência. “A mesma heterogeneidade que promove a violência e a segregação entre as características cidadinas é que favorece outras interpretações em relação à cidade”. (JÚNIOR, 2006, p.57).

A Cidade Hospitaleira

O que faz uma cidade ser hospitaleira? Ou mais, o que torna uma cidade mais hospitaleira que as outras? Obviamente que não se encontra uma única resposta para estes questionamentos. Entretanto, as questões centrais giram em torno da estrutura física da cidade disponibilizada para seus moradores e visitantes e de como é tratada a dimensão humana naquele espaço político-geográfico.

Tornar-se uma cidade hospitaleira deve, antes de tudo, significar melhorar as condições de vida das várias comunidades que a compõe e promover a interação entre essas comunidades e os visitantes.

“A hospitalidade representa, eminentemente, o sustentáculo do laço social, pois ela tem como princípio fundamental atar o indivíduo a um coletivo, contrapondo-se inteiramente ao ato de exclusão. A qualidade de vida insere e reconstitui o tecido social, em uma sociedade de “justos” cada um trabalha para incluir os outros”. (LÉVY 1999, p.58)

A cidade hospitaleira é aquela que primeiramente propicia aos seus moradores um sentimento de pertencimento, de identidade, de valores sociais. Não se

fecha em territórios oficialmente estabelecidos. Ela desperta nos cidadãos a sensação de que eles estão em casa, de que ela é o seu lar. Somente quando o morador se sentir acolhido pela sua cidade ele poderá, num outro momento, acolher aquele que vem de fora. “A hospitalidade supõe a acolhida; é uma das leis superiores da humanidade, é uma lei universal. Acolher é permitir, sob certas condições, a inclusão do outro no próprio espaço”. GRINOVER (2007 p.125). Somente após ser verdadeiramente hospitaleira para si mesma é que Belo Horizonte poderá ser hospitaleira para os forasteiros.

Propiciar e garantir estes sentimentos aos belo horizontinos é um dos grandes desafios que se terá que enfrentar na busca da sustentabilidade⁵⁷ sócio cultural do turismo em Belo Horizonte, na medida em que a sua realização implica em se ter uma cidade que seja mais justa socialmente, viável economicamente e sustentável ambientalmente.

Não é mais possível, como se tem feito ao longo da história do turismo, negligenciar as comunidades de destino, sob o risco de se ver sucumbir todos os esforços realizados pelos planejadores e gestores do setor turístico. A exclusão da população do processo de planejamento do turismo tem produzido como resultado cidades turísticas estéreis, sem acolhida, “sem a vitalidade das práticas culturais e sociais das comunidades locais”. MURTA & ALBANO (2002, p.14). Esse tem sido o principal pecado do turismo. As comunidades receptoras também são agentes fundamentais no processo da produção do turismo.

Assim, para que o turismo se torne realmente possível em Belo Horizonte, deve haver um planejamento que leve em consideração os desejos e necessidades da população e ações que promovam o diálogo e a harmonia entre todos os atores do processo: planejadores, gestores, turistas e os moradores.

⁵⁷ Não é objeto deste trabalho discorrer sobre o conceito de sustentabilidade. Entretanto, alguns autores consideram sustentabilidade como “uma forma de desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as futuras gerações satisfazerem as suas próprias necessidades”. (BRUSEKE, 1995 p.33)

2. CULTURA, MEMÓRIA, PATRIMÔNIO E TURISMO

Segundo o dicionário Aurélio, cultura pode ser entendida como “O conjunto complexo dos códigos e padrões que regulam a ação humana individual e coletiva, tal como se desenvolvem em uma sociedade ou grupo específico, e que se manifestam em praticamente todos os aspectos da vida: modos de sobrevivência, normas de comportamento, crenças, instituições, valores espirituais, criações materiais, etc”. Notadamente, cultura está presente em todas as esferas sociais e está intimamente ligada ao turismo. Segundo (MYANAKI, LEITE, CÉSAR e STIGLIANO, 2007, p.27) de modo geral, pode-se dizer que a cultura:

“Permeia todos os segmentos do turismo (...) já se disse mesmo que o turismo é um *transe cultural*. Qualquer que seja o motivo da viagem, haverá sempre um elemento cultural a ser consumido dentre toda a produção associada ao turismo: a gastronomia, a arte, o artesanato ou outros produtos locais, as paisagens naturais e culturais do receptivo, suas festas e celebrações, a música ao vivo nos bares e a cultura viva presente nas ruas”.

Beni (1998, p.86) afirma “que o turismo é, em certo sentido, o instrumento que serve de veículo à reabilitação das culturas, contribuindo em grande medida para sua difusão mundial”. Para o Ministério do Turismo (p. 13), cultura é entendida como a “totalidade ou o conjunto da produção, de todo o fazer humano de uma sociedade, suas formas de expressões e modos de vida”. A abrangência de seus significados se reflete na grande variedade de conceitos de cultura que são atualmente encontrados sobre ela. O britânico Edward Burnett Tylor foi o primeiro antropólogo a definir o conceito de cultura em seu livro *Primitive Culture* (1871). Segundo Tyler⁵⁸ (apud COUGO, 2007, p.25) cultura é definida como “aquele todo complexo que inclui conhecimentos, crença, arte, moral, lei, costumes e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem na condição de membro da sociedade”. Antonacci

⁵⁸ TYLOR, Edward Burnett. A ciência da cultura (1871). In: CASTRO, Celso. **Evolucionismo Cultural: textos de Morgan, Tylor e Frazer**. Tradução de Maria Lúcia Oliveira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005, p. 67-99.

(*apud* NORA, 1981, p. 5) define cultura como “sistemas de valores, crenças, hábitos, tradições, no contexto dos quais os sujeitos históricos experimentam suas relações sociais e atribuem significado a suas ações, considerações e expressões”. Para Geertz (*apud* LARAIA, 1986, p. 62) cultura “não é um complexo de comportamentos concretos, mas um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras, instruções para governar o comportamento”. Panofsky (*apud* BOURDIEU, 1992, p. 349) afirma que a cultura:

“Não é só um código comum, nem mesmo um repertório comum de respostas a problemas comuns ou um grupo de esquemas de pensamento particulares e particularizados; é sobretudo um conjunto de esquemas fundamentais, previamente assimilados, a partir dos quais se engendram (...) uma infinidade de esquemas particulares, diretamente aplicados a situações particulares.”

Keesing (*apud* COUGO, 2007, p. 26) aborda três subdivisões sobre as teorias idealistas de cultura: (1) cultura como sistema cognitivo (W. Goodenough); (2) cultura como sistemas estruturais (Claude Lévy-Strauss) e cultura como sistema simbólico (Clifford Geertz e David Schneider).

Analisando os conceitos descritos percebe-se que cultura está presente em todas as instâncias sociais e é uma das principais características que distingue raça humana. Ao se entender a cultura como uma somatória de saberes e fazeres transmitidos através de gerações percebe-se sua proximidade com os conceitos de patrimônio, memória e identidade. Sendo considerada um “legado” a cultura geralmente atrela-se a noção de patrimônio, sendo uma somatória de saberes e fazeres é transmitida através da memória e a memória cultural constrói as identidades sociais.

O conceito de identidade passa pelo entendimento de que “é a partir do diferente que se estabelecem as identidades dos povos e dos indivíduos”. (SOARES, 2003, p.25). Para Lima Filho (*apud* POLETTO, 2000, p. 22), “é possível perceber a identidade de um grupo quando a contrastamos com a alteridade”. Assim, o reconhecimento da identidade pessoal pressupõe o reconhecimento do outro indivíduo em comparação a si próprio e seu grupo

identitário. A identidade individual se estabelece a partir do confronto com a identidade coletiva. Ataídes (1997) diz muito importante que a identidade de um povo, grupo ou sociedade seja mantida ou preservada por meio da memória, que armazena as informações, os conhecimentos, as experiências, tanto em nível individual como social ou coletivo.

Partindo para o conceito de memória, verifica-se que vulgarmente ele é entendido como sinônimo de lembrança ou reminiscência. O dicionário Aurélio define memória como a “faculdade de reter as idéias, impressões e conhecimentos adquiridos. Lembrança, reminiscência”. Examinando o conceito de memória, POLLAK (2005, p. 2) explica:

“A *priori*, a memória parece ser um fenômeno individual, algo relativamente íntimo, próprio da pessoa. Mas Maurice Halbwachs, nos anos 20-30, já havia sublinhado que a memória deve ser entendida também, ou sobretudo, como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes”.

Portanto, a memória constitui a identidade individual e coletiva. As memórias individuais e coletivas estão diretamente ligadas entre si, compondo os pensamentos e ideais dos vários grupos sociais que a constituem, formatando a cultura de um grupo. Segundo (FARIA, 2008, p.81):

Os “pedaços de memórias” se combinam e se transformam em uma grande rede de idéias, valores e ideologias que moldam o senso de identidade do indivíduo a um grupo ou sociedade. Assim, memória e identidade se estabelecem através da prática social.

A memória coletiva se estabelece na luta pelas forças sociais pelo poder. Segundo POLLAK (1992, p.5), “a memória e a identidade são valores disputados em conflitos sociais e intergrupais, e particularmente em conflitos que opõem grupos políticos diversos”. Para Le Goff, (apud NAJJAR, 2006, p. 178) “a memória coletiva foi posta em jogo de forma importante na luta das forças sociais pelo poder. Tornarem-se senhores da memória e do conhecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos

indivíduos, que dominaram e dominam as sociedades históricas. Os esquecimentos e os silêncios são reveladores desses mecanismos de manipulação da memória coletiva”.

Para Woortmann (1998), ‘memória’ também pode ser abordada como ‘história oral’, significando os relatos orais sobre um passado que é transmitido de geração a geração e envolvendo os mitos de origem de determinado grupo social. “O relato oral restitui – de modo lacunar – o passado a partir do presente, o que quer dizer que toda lembrança pertence ao passado e ao presente, e se modifica segundo este último.” (PEREIRA & FREIRE, p. 125). Segundo Woortmann (1998), a memória dá forma ao passado, significa o presente e constrói identidades. “Dessa maneira, se a vida é uma sucessão de rupturas, de desestruturações, é na memória que estão os significados de uma história vivida”. (ECKERT, 1993, p.156).

A reconstrução da memória social dos moradores de Belo Horizonte será, no contexto deste trabalho, o fio condutor que possibilitará a construção do sentimento de pertencimento e responsabilidade pelos símbolos que representam a identidade social cidade e seu legado cultural.

“É através do trabalho da memória que se poderá articular a população nos projetos de preservação e conservação, engajando-a no interior mesmo da ação coletiva em torno da recuperação e elaboração de suas memórias sociais e naturais”. (CORRÊA, 2006, p. 79).

A memória é de particular importância para o turismo, na medida em que são as memórias que dão significados aos patrimônios.

“é nessa rede simbólica, que a atividade turística estabelece relações entre a vida material do passado, a paisagem e os costumes. (...) Reconhecer um espaço como “turístico” é elaborar uma construção cultural. É dar sentido e significado às coisas e costumes de tempos diversos e de pessoas diferentes do turista”. (MENESES, 2004, p.104)

Quanto ao conceito de patrimônio, pesquisas etimológicas localizam a origem do vocábulo no latim *patrimonium*, referindo-se “à herança paterna, ou seja, aos bens materiais transmitidos de pai para filho, daí do termo, ainda hoje, referir-se à herança familiar”. (TEIXEIRA, 2006, P.5). Segundo Gonçalves (*apud* TAMASO, 2002, p.20) o termo remete a uma “*propriedade herdada em oposição a uma propriedade adquirida.*” O Dicionário Aurélio define a palavra como “herança paterna, bens de família, riqueza”. Na concepção de Dias (2006, p. 69) o termo “esta relacionado com bens de família, herança e posses.” Prats (2004, p. 7), entende que “el Patrimonio es el legado del padre que recibimos en herencia y que nosotros transmitimos a su vez en aras de la continuidad del linaje”.

A partir da idéia original a concepção de patrimônio evoluiu e teve seu significado ampliado. Na França pós-Revolucionária o termo adquiriu outra dimensão valorativa, “quando o Estado decide tutelar e proteger as antiguidades nacionais às quais era atribuído significado para a história da nação” (TEIXEIRA, 2006, P.5). Neste período o patrimônio passa a ter interesse histórico e, como conseqüência, passou a recuperar e conservar os bens do passado que foram eleitos para se tornarem a herança do povo de uma nação, sendo desta forma entendido como patrimônio histórico. Assim, o patrimônio assumiu o papel simbólico de representar a cultura e a identidade da nação e ganhou uma função política ao ser identificado com o Estado, entendido como representante da nação. “A nação adotou o patrimônio cultural como símbolo da unidade, representativo de uma pretendida unidade nacional e com inúmeras funções simbólicas.” (DIAS, 2006, p. 70).

Dos séculos XVI ao XVIII a identificação com as civilizações greco-romana e egípcia, justificou a valorização do antigo e lançou a idéia do patrimônio monumental. Foi neste contexto que turismo e patrimônio estabeleceram seu primeiro vínculo, quando os jovens da nobreza européia passaram a viajar para as regiões onde se encontravam estas edificações monumentais com objetivos educacionais. Dias (2006, p.70) explica que estas viagens são consideradas uma forma anterior ao que é atualmente considerado como turismo e ficaram

conhecidas como *Grand Tours*. Elas antecederam as populares viagens organizadas por Thomas Cook, em 1841, consideradas o marco inicial do turismo moderno.

O termo monumento deriva do latim: *monumentum*, palavra por sua vez derivada de *monere* (“lembrar”). Neste caso, monumento adquire o sentido de memorização, “de lembrança de algo que se queira guardar, algo que é digno de memória e de co-memorar (memorizar com; no coletivo)” (MENESES, 2004, p.31). Monumento pode também adquirir o sentido de “edificação” que abarca uma rede de significados para o grupo social que o produziu. “O monumento, busca tornar viva a memória de algo importante e identitário socialmente. Neste caso, ele tem, necessariamente, como mediadora a memória.” (MENESES, 2004, p.31). Assim, num certo sentido, monumento veio reforçar o termo “patrimônio” como um legado “concreto” a ser transmitido às futuras gerações, com a função de promover a memorização do passado e ao mesmo tempo, provocar releituras no presente.

De acordo com os conceitos apresentados, percebe-se que patrimônio está sempre ligado à idéia de algo que é herdado e superou sua concepção original de materialidade para adquirir uma dimensão de significados e valores culturais. “Os bens patrimoniais são instrumentos importantes de identidade dos grupos sociais”. (MARTINS, 2003, p. 53). Dessa forma, patrimônio cultural representa “a produção dos homens nos seus aspectos emocional, intelectual e material e todas as coisas que existem na natureza. Tudo que permite ao homem conhecer a si mesmo e ao mundo que o rodeia” (ATAÍDES, MACHADO E SOUZA, 1997, p.20); Concordando com os autores anteriores, Camargo (apud COUGO, 2007, p.30) afirma que há uma diferenciação entre:

“o conceito clássico do patrimônio – bens culturais ou monumentos de excepcional valor histórico e artístico – do conceito contemporâneo de patrimônio – conjunto de símbolos que precisam ser desconstruídos e interpretados para que se entenda o seu significado”.

A UNESCO (2002, p. 290), define patrimônio cultural como os "monumentos, grupos de edifícios e sítios que têm valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico". No Brasil foi somente a partir da Constituição Brasileira de 1988, que o país assumiu uma visão mais holística de patrimônio cultural. Em seu Art. 216 é apresentada a definição:

“Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I – as formas de expressão; II – os modos de criar; III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.” (BRASIL, 2001, p.200).

Apesar de o termo patrimônio cultural pretender abarcar valores de importância social para a construção e reconstrução da identidade da nação e dos grupos que a compõem, “as práticas patrimoniais são elitistas e excludentes” (TEIXEIRA, 2006, p. 07), na medida em que ainda são concebidas e praticadas por uma elite em parte inserida nos órgãos oficiais. Rodrigues (apud SOARES, 2003, p. 24) afirma que:

“O patrimônio não é, uma representação de ‘todos’ (...) Hoje, embora o conceito de patrimônio tenha se deslocado da nação para a sociedade, esta concepção permanece como um dos traços das práticas preservacionistas (...) e como um fator de dissimulação das diferenças sociais e culturais”.

Discussões recentes no meio acadêmico trazem à tona questionamentos sobre o conceito de patrimônio enquanto material (bens culturais ou monumentos de excepcional valor histórico e artístico) e imaterial (formas de expressão, modos de criar, criações científicas, artísticas e tecnológicas):

Têm-se colocado como distintos no conceito de patrimônio aquilo que seria um patrimônio material e o que se configuraria como um patrimônio imaterial. (...) Essa dicotomia, na minha opinião, é falsa e não se sustenta nem didaticamente, posto que a inteligibilidade de uma manifestação cultural só tem sentido se percebido em conjunto. O universo material media

sentidos, valores, significados. Separa-los em sua compreensão, buscando uma compartimentação irreal da vida, seria destruir a possibilidade de apreensão da construção de uma cultura. (MENESES, 2004, p. 24)

O mesmo autor defende que há que se fazer um esforço reflexivo para que o entendimento das culturas não produza teorias e conceitos que reforcem a dicotomia entre vivência e legado histórico. O turismo enquanto prática cultural poderá representar o elo entre o legado histórico-cultural e o tempo presente, podendo – se praticado com critérios – ressignificar o patrimônio mantendo-o vivo. Nesse sentido a educação patrimonial assume importância, pois para ressignificar é preciso entendê-lo.

Educação Patrimonial

A Educação Patrimonial é uma valiosa ferramenta que possibilita a promoção da cidadania, através da construção do conhecimento e do incentivo à apropriação e valorização da herança cultural. Rangel (apud TEIXEIRA, 2006, p.17) define:

“a Educação Patrimonial deve ser entendida como todo processo de trabalho educacional que vai tratar do patrimônio cultural, sendo este produto de uma comunidade que com ele se identifica e que deverá cuidar para garantir sua permanência e vitalidade”.

Para (SOARES, 2003, p. 24) “é um programa que busca a conscientização das comunidades acerca da importância da criação, da valorização e da preservação dos patrimônios locais”. Já para (TEIXEIRA, 2006, p.17) “um processo permanente e sistemático de trabalho educacional centrado no Patrimônio Cultural como fonte primária de conhecimento e enriquecimento individual e coletivo”. A educação patrimonial pode também ser utilizada para integração dos vários grupos sociais que conformam uma cidade e seus patrimônios, minorizando práticas segregacionistas.

Como se pode observar, o conceito de “educação patrimonial” está se consolidando enquanto prática educacional do ensino formal, apesar desse processo ser ainda lento. Bezerra (apud FARIA, 2008) diz que

[...] educar é um ato político que visa à formação de sujeitos críticos que utilizem o conhecimento construído na escola para lutar pelos seus direitos. Esses direitos que incluem o acesso aos bens culturais são constituintes da cidadania. Isto posto, entendo que a escola forma cidadãos e não agentes do patrimônio cultural. Então, educação patrimonial é... educação. (BEZERRA, 2006, p.83).

No entanto, o “Curso – Patrimônio Histórico, Cultural e Turísticos de Belo Horizonte” que ora se apresenta no contexto deste trabalho, tem por pretensão expandir a educação patrimonial para além dos limites da escola (e da academia) e leva-la para o seio das comunidades de Belo Horizonte. Fazendo coro com o cantor mineiro (de coração e alma) *Milton Nascimento* que diz em uma de suas canções: “*todo artista*⁵⁹ *tem de ir aonde o povo está...*”, defendendo que a educação patrimonial deve ser levada ao povo, aqueles que em última instância “são portadores, criadores e herdeiros daquele bem cultural” (TAMASO, 2007, p.8)

Se a educação patrimonial objetiva despertar “uma comunidade para a descoberta e identificação de seus valores, de sua identidade cultural, de seus modos de fazer e de viver, de pensar e de agir, a partir de suas experiências e do seu cotidiano” (HAIGERT, 2003, p. 36), ela deve ser levada até as comunidades. É importante que se encontrem meios de expandi-la a todos os horizontes da sociedade, principalmente porque “grupos diferentes se apropriam diferentemente do patrimônio”. (TAMASO, 2007, p.11).

A UNESCO (2001) equipara a Educação Patrimonial com a Educação Ambiental, na medida em que ambas enfatizam a formação do cidadão, fortalecendo o sentimento de pertencimento e laços afetivos entre os membros

⁵⁹ O artista, as artes, enfim, a cultura em todas as suas formas de manifestação, devem ir aonde o povo está. Comentário da autora.

da comunidade, favorecendo as economias locais através do desenvolvimento turístico⁶⁰.

Os retornos sociais e turísticos para Belo Horizonte com a aplicação do curso aqui proposto serão a valorização das memórias individual e coletiva, o aumento da auto-estima dos moradores, contribuindo para o desenvolvimento de um sentimento de responsabilidade pelos símbolos que representam a cidade e seu legado cultural e o reconhecimento de que a cidade possui atratividade turística.

Contrastando com a aparente singeleza do Curso aqui proposto, o projeto assume dimensões audaciosas por pretender desenvolver mudanças comportamentais e afetivas nos moradores de Belo Horizonte com relação ao seu patrimônio e o turismo na cidade.

Portanto, para promover o turismo em Belo Horizonte de forma sustentável e economicamente rentável, trabalhos como este serão imprescindíveis para a cidade. Esta ação se torna urgente em vista a aproximação da Copa do Mundo de 2014, onde vários projetos começam a ser pensados e ações a serem desenvolvidas. A não mobilização dos moradores como atores integrantes desse evento, além ser uma ação excludente, poderá ter conseqüências negativas não só para o turismo, como para os sentimentos dos moradores com relação à cidade.

⁶⁰ UNESCO. Website disponível em www.unesco.org. Acessado em abril de 2009.

3. CURSO PILOTO

“Conheci muita coisa que não conhecia. Não imaginava que tinha tanta coisa de beleza assim em Belo Horizonte!”⁶¹

Em 2007 o Presidente da Belotur, Sr. Fernando Lana, alertado pelas pesquisas de 1999 e 2006, e por uma enquete informal realizada por ele junto aos empregados da Belotur, percebeu que, apesar destes funcionários trabalharem no órgão oficial de turismo de Belo Horizonte, uma boa parte não conhecia os atrativos turísticos da cidade. Isto representava um problema, pois os atrativos turísticos são a base do turismo. O desconhecimento do que seja um “atrativo Turístico” e de quais sejam os atrativos da cidade demonstra deficiência na qualificação da mão-de-obra da Empresa e é fator sério de empobrecimento da qualidade dos serviços prestados.

Somado ao desconhecimento dos atrativos turísticos do município, observava-se que os próprios funcionários da Belotur não consideravam a cidade como sendo “turística” e, em função disto, não a valorizavam.

Buscando solucionar este problema, a presidência solicitou a uma equipe de funcionários que elaborassem um curso sobre os atrativos turísticos da cidade. Em função de minha extensa experiência como ministrante de cursos nesta área, a Sra. Iolanda Campolina, responsável pelo Setor de Recursos Humanos da Empresa, convidou-me para elaborar este curso, juntamente com mais duas funcionárias: Sra. Maria Alzira Carvalho Giesbrecht, Encarregada do Departamento de Documentação e Biblioteca, e a Sra. Patrícia Coelho de Oliveira, Técnica em Turismo da Belotur.

A proposta deste Curso foi informar sobre a atividade turística, a história da cidade e os atrativos de Belo Horizonte, de modo que todos os Colaboradores

⁶¹ Comentário de um funcionário da Belotur sobre o Curso: “História e Atrativos Turísticos de Belo Horizonte”.

participantes conhecessem e valorizassem a cidade, internalizassem a missão da Belotur e, a partir daí, agissem como multiplicadores dos símbolos turísticos e culturais representantes da identidade dos belo-horizontinos.

Por minha sugestão, e por questões didáticas, o curso foi subdividido em dois módulos:

Módulo I - *“Introdução ao Turismo”*

Módulo II - *“História e Atrativos Turísticos de Belo Horizonte”*.

Foi-me destinada elaboração do primeiro módulo, *Introdução ao Turismo*, que foi direcionado ao público interno sem formação técnica específica e teve por objetivo nivelar o conhecimento entre os Colaboradores da Belotur e conscientizar os participantes da importância de seu trabalho para a promoção turística de Belo Horizonte. Como se tratava de um curso apenas introdutório, que visava disponibilizar os conceitos básicos de turismo para aqueles empregados que não eram especificamente da área de turismo, o tempo previsto para a aula foi de 2 horas. A resistência por parte de alguns diretores e chefias em liberarem os funcionários para participarem das aulas colaborou para que se destinasse um mínimo de tempo necessário para se alcançar os objetivos almejados. Participaram deste primeiro módulo os funcionários da área de computação, do setor jurídico, do setor financeiro, o serviço de limpeza, os boys, as secretárias, etc., num total de 72 pessoas, e as aulas aconteceram nos dias 3, 4, 9,10 e 11 de outubro de 2007.

As aulas foram ministradas na sala de reuniões da diretoria, por ser a mais espaçosa, comportando cerca de 25 pessoas e por possuir uma TV de plasma que possibilitava a transmissão das apresentações em “power point” que foram desenvolvidos. Em função da precariedade com relação a equipamentos, uma vez que a Empresa não dispunha de “data show”, emprestei meu lep top pessoal, para que fosse conectado à tv de plasma.

A metodologia usada foi aula expositiva e, em função do tempo exíguo, não foi possível a interação dos alunos, em uma oficina. No entanto, ao iniciar a aula, pedi aos participantes para escreverem em um papel que foi disponibilizado a seguinte pergunta: - o que vocês entendem por “turismo”? As respostas serviriam como uma primeira análise do grau de entendimento que os alunos possuíam sobre o assunto, e já inicialmente os estimulava a serem participantes ativos da aula, saindo da atitude de meros espectadores.

Após as respostas serem lidas em voz alta pelos próprios alunos, passei o vídeo “Turismo – um bom negócio para todos”, da editora Senac, que aborda o assunto de forma bastante didática e esclarecedora. Após o vídeo, os alunos foram novamente consultados, desta vez de forma oral, com a seguinte pergunta: E agora? Mudou alguma coisa na maneira que vocês percebiam o turismo? A partir das respostas, iniciei as explicações sobre o tema.

Ao final de cada aula, foi aplicado um questionário avaliativo com 5 questões: 1. metodologia de trabalho; 2. atuação do instrutor; 3. material utilizado; 4. aplicabilidade no trabalho; 5. benefícios gerados. Neste mesmo questionário, que foi respondido de forma anônima para que os participantes pudessem avaliar o curso sem constrangimentos, foi destinado um espaço para “comentários”, onde poderiam ser abordadas críticas, elogios e sugestões. É importante ressaltar que o preenchimento deste questionário foi opcional, e, desta forma, nem todos os participantes o responderam.



Figura 59: Aula/seminário do “Curso Piloto” ministrado pela autora desta dissertação. Foto: Iolanda Campolina.



Figura 60: Aula/seminário do “Curso Piloto” ministrado pela autora desta dissertação. Foto: Iolanda Campolina.



Figura 61: Aula/seminário do “Curso Piloto” ministrado pela autora desta dissertação.
Foto: Iolanda Campolina.



Figura 62: Aula/seminário do “Curso Piloto” ministrado pela autora desta dissertação.
Foto: Iolanda Campolina.

A análise das avaliações deste primeiro módulo, conforme gráficos abaixo, demonstram que em todos os aspectos avaliados, foram alcançados altos índices de aprovação (entre bom e ótimo) de mais de 97% dos participantes. Do total dos comentários recebidos, 53,3% representam elogios ao curso e/ou a equipe, 45,5% são sugestões e 1,2% são reclamações.

Tabela 3

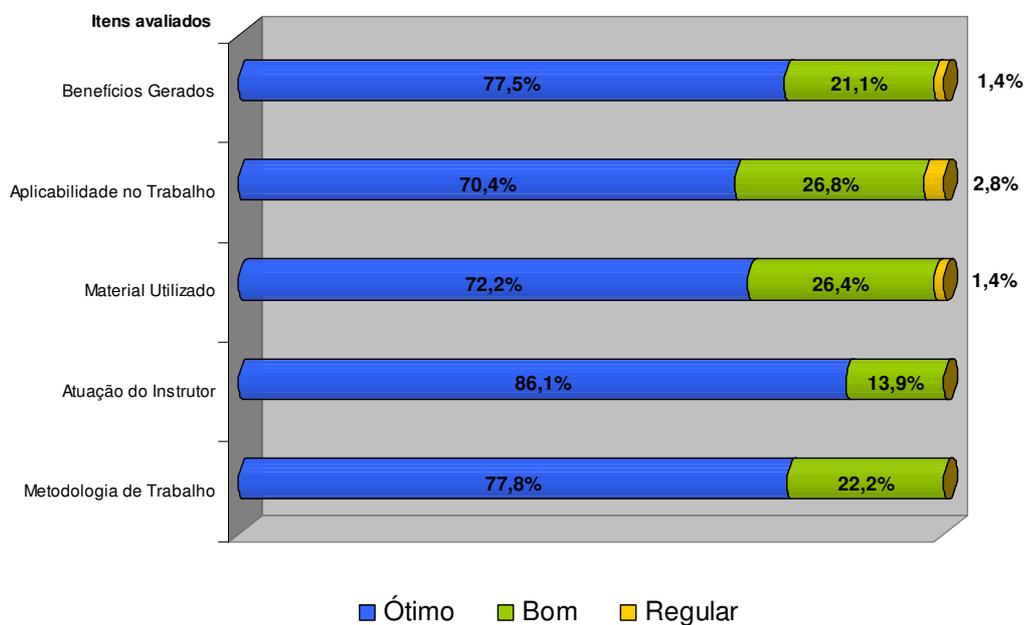
Avaliação Módulo I - Introdução ao Turismo

Item avaliado	Ótimo	Bom	Regular	TOTAL
Metodologia de Trabalho	56	16	0	72
	77,8%	22,2%	0,0%	100,0%
Atuação do Instrutor	62	10	0	72
	86,1%	13,9%	0,0%	100,0%
Material Utilizado	52	19	1	72
	72,2%	26,4%	1,4%	100,0%
Aplicabilidade no Trabalho	50	19	2	71
	70,4%	26,8%	2,8%	100,0%
Benefícios Gerados	55	15	1	71
	77,5%	21,1%	1,4%	100,0%

*Nota: A opção ruim não foi citada pelos participantes

Tabela 4

Avaliação do Módulo I - Introdução ao Turismo



A repercussão das aulas superou as expectativas dos elaboradores do curso e o entusiasmo dos alunos pode ser percebido não só pelas suas falas, mas pelos seus comentários, conforme poderá ser constatado adiante.

Tabela 5

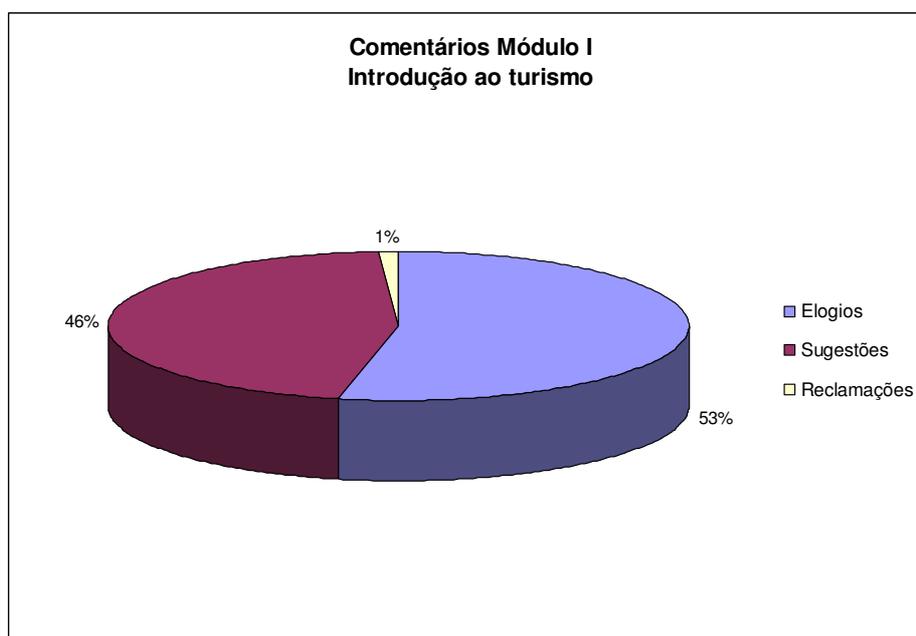


Tabela 6

Comentários Módulo I - Introdução ao Turismo

COMENTÁRIOS	F	TOTAL	TEMAS
Recomendaria o curso para outra pessoa	71	124	Elogios 53,3%
"Parabéns à equipe"	6		
Excelente apresentação	6		
Estas informações introdutórias sobre turismo são muito importantes.	5		
Ótimo	3		
"Entrosamento e sinergia da equipe foi muito bom, dando suporte à instrutora"	2		
"Esclareceu de forma simples o conceito de turismo e ações da Belotur"	2		
"Parabéns à Diretoria por apoiar o evento"	2		
Informações fundamentais sobre a Belotur no contexto do município.	2		
Instrutora objetiva e direta	2		
Melhor entendimento sobre turismo.	2		
Muito bom.	2		
"Ação importante para os funcionários"	1		
"Agradável"	1		
"Atendeu bem ao objetivo proposto"	1		
"Bem apresentado"	1		
"Boa explicação"	1		
"Demorô! Foi muito ótimo"	1		
"Entusiasmo da instrutora é contagiante"	1		
"Exposição clara e de qualidade"	1		
"Gostei"	1		
"Instrutora competente"	1		
"Muito construtivo"	1		
"Muito interessante"	1		
"Nota 10"	1		
"O curso não é básico não! Tem muita informação!"	1		
"Ótima idéia"	1		
"Ótima iniciativa"	1		
"Passo importante da Belotur"	1		
"Sinto satisfação em ser belorizontino".	1		
"Útil"	1		
"Curso extremamente produtivo e proveitoso, porém se não houver a valorização remuneratória do funcionário, a motivação pretendida não será alcançada. Não falo exatamente por mim, mas especialmente pelos que já estão na empresa há mais tempo".	1	3	Reclamações 1,2%
"O instrutor em algumas situações não soube amenizar os conflitos"	1		
"Período de tempo curto. Poderia ser maior"	1		
Solicitação do material impresso.	71	106	Sugestões 45,5%
Solicitação de City tour	32		
Deve ter seqüência, novos cursos.	3		
TOTAL	233	233	100%

O segundo módulo, *História e Atrativos Turísticos de Belo Horizonte*, foi destinado a todo o público interno da Belotur, independentemente de seu grau hierárquico e escolaridade. O tempo previsto para as aulas foi de 4 horas, devido extensão do tema, e foram ministradas nos dias 12, 13, 14, 19, 20, 21, e 23 de novembro e 19 de dezembro de 2007. Este módulo teve como objetivo contextualizar Belo Horizonte historicamente, informar e apresentar curiosidades sobre seus atrativos turísticos e despertar o interesse de conhecê-los e divulga-los.

A resistência por parte de alguns diretores e chefias em liberarem os funcionários para o segundo módulo foi bem menor, mas ainda existiu. Este segundo módulo foi elaborado pela equipe do projeto, as funcionárias Alzira Giesbrecht, Iolanda Campolina, Patrícia Coelho e eu (Neuma Horta). Pelo grande volume de alunos, as aulas foram ministradas pelas professoras Neuma Horta e Patrícia Coelho, em dois turnos diferenciados, a fim de não prejudicar o andamento do trabalho na Empresa.

A participação nestas aulas foi além das expectativas, e o envolvimento dos alunos demonstrou a importância deste trabalho. De acordo com os questionários avaliativos, o índice de aprovação dos mesmos itens analisados no módulo I, atingiu mais de 98%. Do total de comentários, 68,9% são elogios, 18,5% representam sugestões, 8,9% são agradecimento à equipe coordenadora e à diretoria da Empresa, e 3,7% são reclamações.

Tabela 7

Avaliação Módulo II - História e Atrativos Turísticos de Belo Horizonte

ITEM	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	TOTAL
Metodologia de Trabalho	109 85,2%	18 14,1%	1 0,8%	0 0,0%	128 100,0%
Atuação do Instrutor	120 93,8%	8 6,3%	0 0,0%	0 0,0%	128 100,0%
Material Utilizado	96 75,0%	30 23,4%	2 1,6%	0 0,0%	128 100,0%
Aplicabilidade no Trabalho	107 83,6%	17 13,3%	2 1,6%	2 1,6%	128 100,0%
Benefícios Gerados	117 90,7%	11 8,5%	1 0,8%	0 0,0%	129 100,0%

Tabela 8

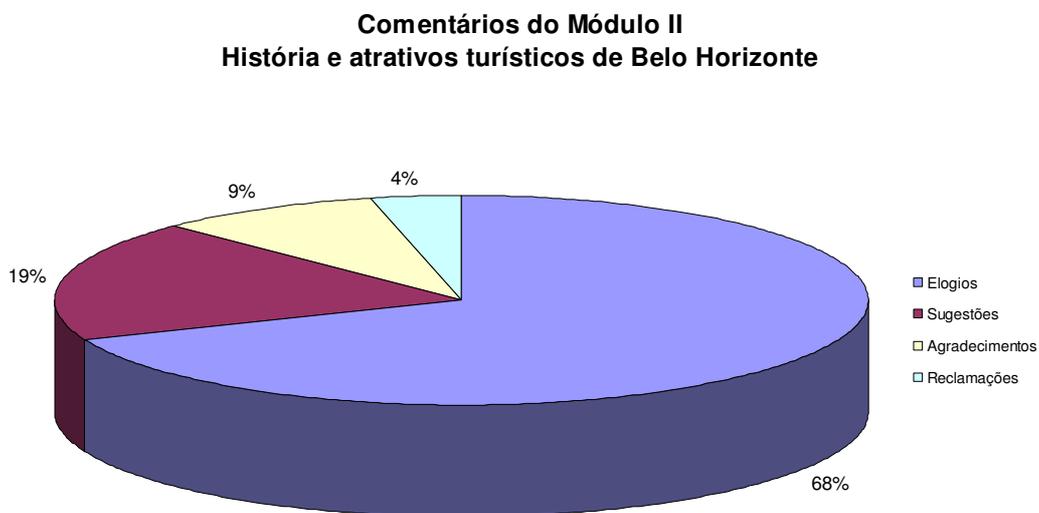


Tabela 9

COMENTÁRIOS SOBRE O CURSO "ATRATIVOS TURÍSTICOS DE BELO HORIZONTE"			
COMENTÁRIOS	F	S	TEMA
Agradecimentos à Diretoria e à equipe coordenadora do curso.	12	12	Agradecimentos = 8,9%
"Parabéns!"	29	93	Elogios = 68,9%
Curso muito bom, proveitoso, construtivo, agradável, interessante, utilíssimo, excelente, bem elaborado.	20		
A liderança, organização, execução e coordenação foi excelente.	3		
Ótima apresentação.	3		
Gostaria de visitar todos os roteiros.	2		
"Simplesmente maravilhoso! A apresentação e a aprendizagem foram excelentes!"	1		

" O trabalho de fazer um curso com relação aos atrativos turísticos de Belo Horizonte, se torna muito útil porque é aí que percebemos que muitos dos atrativos da cidade nos passa despercebidos, e é somente quando recebemos as informações corretas é que damos conta dos fatores históricos e assim valorizamos os atrativos da cidade e a olhamos com outros olhos. Seria impossível passar todo o conteúdo do curso para toda a população da cidade, mas como profissionais da área e funcionários que atuam como "germinadores e propulsores" da informação turística, faremos com que Belo Horizonte seja bem vista por todos os belo-horizontinos."	1		
" Projeto de grande valia para os empregados, os quais serão multiplicadores de nossas riquezas culturais."	1		
"A aplicabilidade no trabalho é alta no meu cargo. A maioria dos turistas pedem a nossa opinião pessoal sobre os atrativos, daí a importância do Citytour.	1		
"A dedicação e qualificação de cada um envolvido pode ser observada e reconhecida."	1		
"A iniciativa da empresa ao nos proporcionar esta oportunidade é fantástica."	1		
"A iniciativa de mostrar para os belo-horizontinos e funcionários da Belotur as belezas existentes em nossa cidade foi importante para que o nosso olhar mude com relação a Belo Horizonte."	1		
"Acho que a iniciativa de se adotar esses cursos uma brilhante idéia. Considero fundamental a manutenção desses trabalhos. Mantendo-se atitudes de avivamento junto aos colaboradores da Belotur."	1		
"Adorei o curso, aprendi muito com tudo, coisas que ficava em dúvida, aprendi, entendi."	1		
"Adorei."	1		
"Aguardo novos cursos!"	1		
"Apresentação muito eficiente e competente."	1		
"As instrutoras são duas enciclopédias belo-horizontinas"	1		
"Aumentou o interesse e o orgulho de morar em Belo Horizonte"	1		
"Conheci muita coisa que não conhecia. Não imaginava que tinha tanta coisa de beleza assim em Belo Horizonte."	1		
"Curso necessário e importante para todos nós funcionários da principal empresa que promove a belíssima imagem da nossa cidade."	1		
"Deveriam ser feitos mais cursos como este."	1		
"Espero que este trabalho tenha continuidade."	1		
"Esse treinamento foi de suma importância para quem trabalha na área de turismo."	1		

"Eu adorei bastante. Vi muitos pontos turísticos que eu não conhecia. Vou aproveitar muito agora."	1		
"Ficou claro porque devo gostar cada vez mais de minha cidade."	1		
"Iniciativa, gestores e apresentadoras nota 10".	1		
"Mais uma vez mostra a competência dos profissionais que formam a equipe de trabalho."	1		
"Muito bem administrado, lindas fotos e boa dinâmica."	1		
"Muito válida a iniciativa da Belotur em qualificar seus funcionários na sua principal função exercida, de desenvolver e promover Belo Horizonte".	1		
"Nem pareceu que fiquei aqui 4 horas de tão natural e construtivo, todas as informações passadas."	1		
"Nossas riquezas culturais foram apresentadas com bastante amplitude e muito abrangente nos detalhes."	1		
"Obtive informações que serão muito utilizadas no meu dia-a-dia e que trará mais qualidade ao meu serviço (informações turísticas). "	1		
"Que muitos outros trabalhos como esse venham para nosso proveito e integração."	1		
"Superou minhas expectativas. Não caí na mesmice em momento algum e atraiu a máxima atenção durante a maior parte do tempo e, principalmente aumentou minha curiosidade sobre os atrativos de Belo Horizonte que não conheço tão bem. Sinceramente, tentei apontar defeito mas no momento não consigo apontar nenhum."	1		
"Tal iniciativa só pode ser elogiada! Espero que essa equipe se sinta motivada o suficiente para elaborar/planejar mais projetos como esse."	1		
"Uma iniciativa importante da empresa na capacitação de seus funcionários em promover, com conhecimento mais aprofundado, o turismo de Belo Horizonte."	1		
"Valeu muito."	1		
"Valeu o esforço de todos".	1		
Muito interessante a iniciativa do curso que serve de fator motivador para os funcionários de "sair da rotina."	1		
"Acho que Belo Horizonte já é uma cidade histórica e turística com tudo que já é, uma linda e Belo Horizonte, só o nome já diz tudo."	1		
O tempo do curso é muito curto. Deveria ter sido feito em mais de um turno. O material utilizado poderia ainda ser mais amplo se houvesse maior disponibilidade de tempo.	3	5	Reclamações = 3,7%
"Lamento o curso ter sido interrompido, ter havido mudança no horário."	1		

"Os funcionários não têm acesso de forma interativa e pedagógica as ações de promoção dos atrativos turísticos, ações de intervenção da Belotur no planejamento do turismo na cidade de Belo Horizonte."	1		
Fazer Citytour para que os empregados da Belotur possam apreciar os atrativos da cidade.	5	25	Sugestões = 18,5%
É uma reciclagem que deveria acontecer periodicamente.	4		
Como sugestão, seria interessante a reprodução de algum material didático para os participantes. Seria útil para consulta, mais estudo e uma lembrança do trabalho maravilhoso que vocês estão fazendo	2		
"A Belotur poderia promover uma visita a Inhotim ou fazer um sorteio nas festas de fim de ano para levar os funcionários."	1		
"Acho que este curso deveria ser repassado para as escolas públicas, para que a geração futura já traga informações. Citytour com patrocínio da PBH para tirá-los dos caminhos tortuosos e mostrassem desde cedo o quanto é bonita nossa capital, educando-os para melhor cuidarem da mesma."	1		
"Alguns empregados reclamam de não terem sido convidados a visitar Inhotim-Caci. Sugiro que todos sejam convidados e que o passeio seja realizado."	1		
"Conhecer a história da cidade e seus atrativos in loco (citytour) é muito importante e se faz essencial, principalmente, para os maiores contatos da Belotur com os turistas: os funcionários e estagiários dos postos de informação turística."	1		
"Desenvolver outras oficinas abordando as festas folclóricas e religiosas, bem como os festivais de cultura e arte belo-horizontina."	1		
"Essa aula deve ser divulgada para turistas e moradores que não conhecem o potencial de sua própria cidade e por isso as vezes não a valorizam como deveriam."	1		
"Gostaria que eventos fossem divulgados no mural."	1		
"Investir em uma divulgação, de igual nível ao curso dado, de forma externa a Belotur, para a população, com o intuito de fomentar o interesse e "abrir os olhos" dos belo-horizontinos para as atrações municipais. Com certeza o retorno será em grande escala, não só a nível municipal."	1		
"Mesmo tendo conhecimento dos atrativos, considero importante poder fazer um citytour, pois, muitas áreas e alguns atrativos passam por uma revitalização e, mesmo nós, turismólogos, estaremos nos inteirando das novas condições e modificações. Considero importante também mostrar aos que não conhecem. Acho que o citytour deveria continuar para os estagiários dos postos de informações turísticas."	1		

"Na minha opinião, todos os belo-horizontinos deveriam participar deste curso. Não deve ser algo que acabe aqui na Belotur, que a equipe continue com este ótimo trabalho. Se precisarem de ajuda, podem contar comigo."	1		
"No Programe-BH existem muitos centros de cultura periféricos que deveriam ser incluídos em roteiros, mas de que forma? Como descentralizar e expandir as áreas de visitação turística?"	1		
"Sugiro que a Belotur ofereça o mesmo curso para outros órgãos da Prefeitura. Afinal, trata-se de um assunto que merece ser levado a todo o funcionalismo. Para os outros órgãos, o curso poderia abrir uma janela específica do Plano Horizonte (no nosso caso não houve necessidade, pois todos da Belotur tiveram conhecimento do plano."	1		
"Tomara que venham outros cursos."	1		
"Conheça mais o que temos de bom. Está tudo perto e não os conhecemos."	1		
TOTAL DE COMENTÁRIOS	135	135	100%

Como sugestão recebida ao final do módulo I, foi feita uma pesquisa ao final do módulo II, sobre o interesse em se realizar um city tour por Belo Horizonte, a fim de possibilitar aos funcionários conhecerem *"in loco"* os atrativos que estudados em sala de aula. Foi aplicado um questionário com o intuito de se pesquisar quais os roteiros e locais da cidade eles tinham interesse em conhecer. Os roteiros disponibilizados para a escolha dos participantes do curso foram aqueles desenvolvidos pela empresa Chias Marketing apresentados no Plano Horizonte e foram oficialmente adotados pela Belotur. São eles:

BH: Passado e Presente: Conjunto arquitetônico da Praça da Liberdade:

(Biblioteca Pública, Edifício da Previdência, Edifício Niemeyer Museu de Mineralogia, Estátuas dos Quatro Cavaleiros do Apocalipse, Palacete Dantas, Palácio Arquiepiscopal, Palácio da Liberdade, Secretarias de Estado e Solar Narbona); Igreja da Boa Viagem, Igreja de Lourdes, Igreja de São José, Museu Histórico Abílio Barreto, Museu Mineiro (Av. João Pinheiro), Savassi.

Ofícios de Minas Av. Afonso Pena e Praça da Estação): Centro Cultural Laces JK, Centro de Cultura Belo Horizonte, Conjunto arquitetônico da Avenida Afonso Pena, Automóvel Clube, Cine Brasil, Conservatório de Música da UFMG, Edifício Acaiaca, Edifício Sede da Prefeitura, Edifício Sede dos Correios, Instituto Moreira Sales, Museu das Telecomunicações, Palácio das Artes, Tribunal de Justiça, Feira das Flores, Feira de Artesanato da Av. Afonso Pena, Feira Tom Jobim, Conjunto Arquitetônico da Praça da Estação, Casa do Conde de Santa Marinha, Museu de Artes e Ofícios, Praça da Estação, Serraria Souza Pinto, Parque Municipal e Praça Sete.

Marcos da Modernidade (Região da Pampulha): Casa do Baile, Casa JK, Centro de Referência Turística Álvaro Hardy – Veveco, Fundação Zôo Botânica, late Tênis Clube, Igreja São Francisco de Assis, Mineirão, Mineirinho, Museu de Arte da Pampulha, Parque Ecológico da Pampulha.

Sínteses de Minas: Mercado Central e Minascentro;

Horizontes da Cidade: Parque das Mangabeiras, Praça do Papa, Rua do Amendoim, Mirante Alta Vila.

Vida ao ar livre: Butecos, bares e restaurantes da cidade.

Das 129 pessoas que avaliaram o curso, somente duas declararam que não têm interesse em participar do city tour. Daqueles que manifestaram interesse, 49,2% optaram por conhecer primeiramente o roteiro Marcos da Modernidade. Em segundo lugar, com 22,4%, foi escolhido o roteiro Ofícios de Minas, para em seguida, com 19,2% ser escolhido o roteiro Passado e Presente. O quarto escolhido, com 8,8% foi o roteiro Horizontes da Cidade e, em quinto lugar, o roteiro Síntese de Minas, com 4% dos votos.

Tabela 10

Pesquisa de Preferência por Roteiros Turísticos de Belo Horizonte

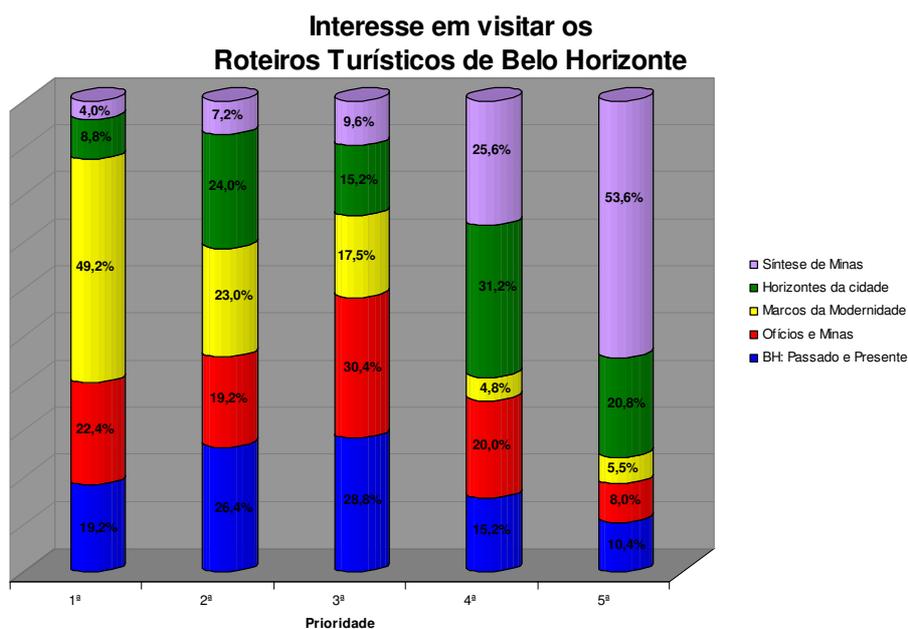
Roteiros	1ª opção	2ª opção	3ª opção	4ª opção	5ª opção	Total
BH: Passado e Presente	24 19,2%	33 26,4%	36 28,8%	19 15,2%	13 10,4%	125 100%
Ofícios e Minas	28 22,4%	24 19,2%	38 30,4%	25 20,0%	10 8,0%	125 100%
Marcos da Modernidade	62 49,2%	29 23,0%	22 17,5%	6 4,8%	7 5,5%	126 100%
Horizontes da cidade	11 8,8%	30 24,0%	19 15,2%	39 31,2%	26 20,8%	125 100%
Síntese de Minas	5 4,0%	9 7,2%	12 9,6%	32 25,6%	67 53,6%	125 100%

Notas: *Uma pessoa marcou só uma opção;

** Duas pessoas responderam sim ao citytour mas não ordenaram a preferência pelos roteiros;

*** Duas pessoas responderam que não se interessam pelo city tour.

Tabela 11



Através das avaliações dos funcionários, pode-se constatar que o curso atingiu seus objetivos e superou as expectativas dos organizadores. No decorrer do mesmo percebemos o entusiasmo e a participação efetiva do público presente.

Após o término das apresentações houve comentários positivos a respeito do curso e dos benefícios gerados. A maioria das sugestões é referente à continuidade de procedimentos de valorização das pessoas na Belotur, através de cursos, palestras e eventos similares.

Os pontos negativos que foram apontados fazem referência à duração do curso e à falta de material didático (apostila) para distribuição, como mostram os depoimentos 1 e 2:

1. "Como sugestão, seria interessante a reprodução de algum material didático para os participantes. Seria útil para consulta, mais estudo e uma lembrança do trabalho maravilhoso que vocês estão fazendo" – Participante do Curso.

2. "O tempo do curso é muito curto. Deveria ter sido feito em mais de um turno. O material utilizado poderia ainda ser mais amplo se houvesse maior disponibilidade de tempo". – Participante do Curso.

Os resultados altamente positivos do Curso me fizeram perceber a necessidade de se levar este trabalho para um público maior e serviram de inspiração para o tema dessa dissertação. Essa necessidade foi também percebida e sugerida por alguns participantes:

3. "Sugiro que a Belotur ofereça o mesmo curso para outros órgãos da Prefeitura. Afinal, trata-se de um assunto que merece ser levado a todo o funcionalismo. Para os outros órgãos, o curso poderia abrir uma janela específica do Plano Horizonte (no nosso caso não houve necessidade, pois todos da Belotur tiveram conhecimento do plano)." Arthur Viana.

4. "Investir em uma divulgação, de igual nível ao curso dado, de forma externa a Belotur, para a população, com o intuito de fomentar o interesse e "abrir os olhos" dos belo-horizontinos para as atrações municipais. Com certeza o retorno será em grande escala, não só a nível municipal."

5. "Essa aula deve ser divulgada para turistas e moradores que não conhecem o potencial de sua própria cidade e por isso as vezes não a valorizam como deveriam."

6. "Acho que este curso deveria ser repassado para as escolas públicas, para que a geração futura já traga informações. City tour com patrocínio da PBH para tirá-los dos caminhos tortuosos e mostrassem desde cedo o quanto é bonita nossa capital, educando-os para melhor cuidarem da mesma."

7. "Na minha opinião, todos os belo-horizontinos deveriam participar deste curso. Não deve ser algo que acabe aqui na Belotur, que a equipe continue com este ótimo trabalho. Se precisarem de ajuda, podem contar comigo."

4. CURSO - PATRIMÔNIO HISTÓRICO, CULTURAL E TURÍSTICO DE BELO HORIZONTE: Incentivo à Implantação do “Turismo de Cidade”.

Sobre o Curso

O “Curso – Patrimônio Histórico, Cultural e Turístico de Belo Horizonte: Incentivo à Implantação do “Turismo de Cidade” é um projeto que se propõe a alcançar todo o universo dos funcionários da Prefeitura. A primeira edição do curso será oferecida aos empregados diretos e indiretos da Empresa de Transporte e Transito de Belo Horizonte – BHTRANS⁶², independentemente de sua escolaridade ou grau hierárquico. Numa segunda fase outro órgão será escolhido, como a Secretaria de Educação por exemplo, e assim sucessivamente, até que toda a estrutura organizacional da Prefeitura seja contemplada.

A escolha deste público se deve pelo grande número de pessoas que se enquadra neste grupo (1.534 empregados diretos e 500 empregados terceirizados)⁶³ e pelo papel estratégico do órgão para o turismo e para o município. Ele é o responsável pelo trânsito na capital e a facilidade de acesso aos atrativos turísticos é fator fundamental no desenvolvimento do turismo. Há que se ressaltar que nos jogos da Copa do Mundo de Futebol em 2014, o órgão será um dos grandes responsáveis pelo bom desempenho do evento, sendo que a mobilidade urbana e a sua gestão é um dos requisitos que será mais cobrado pela FIFA. Consequentemente essas pessoas serão, em primeira instancia os anfitriões, representantes da cidade junto aos turistas, na medida em que, uma grande parte destes empregados estará atuando direta ou indiretamente com os turistas.

Como já foi abordado anteriormente, pesquisas realizadas demonstraram que um dos grandes problemas na promoção do turismo em Belo Horizonte é a

⁶² A BHTRANS é uma Sociedade de Economia Mista, constituída sob a forma de Sociedade Anônima, com administração indireta da Prefeitura de Belo Horizonte.

⁶³ Informação obtida com a Supervisora de Gerência de Pessoas da BHTRANS.

visão equivocada dos moradores de que a cidade não possui atratividade turística. Essa percepção do senso comum de que Belo Horizonte é uma localidade com pouca atratividade turística, não só revela baixa auto-estima por parte dos moradores, quanto se torna uma dificuldade da promoção do turismo no município.

Por isso é necessário o Curso. A sua aplicação possibilitará que os moradores entendam Belo Horizonte e percebam a importância do patrimônio (e dos atrativos turísticos) como símbolos identitários. O que se pretende alcançar com o Curso é a mudança das mentalidades e, por consequência, do comportamento dos moradores com relação ao seu patrimônio e atrativos turísticos.

A partir das experiências adquiridas com aplicação deste primeiro “Curso – Patrimônio Histórico, Cultural e Turístico de Belo Horizonte: Incentivo à Implantação do Turismo de Cidade”, será criado de um modelo de Curso que poderá ser repetido com as devidas adequações em outras cidades de Minas Gerais e do Brasil, através das Secretarias Municipais e Estaduais de Turismo.

Metodologia

O Curso foi planejado de tal forma que os alunos tenham participação ativa nas aulas, propiciando a idéia de que a história é um processo contínuo, resultado das relações que os sujeitos estabelecem tanto com a sociedade, quanto com os espaços urbanos. Este procedimento tem como objetivo levantar algumas reflexões sobre como se dá o processo relacional dos alunos com relação à cidade e o seu patrimônio.

No primeiro dia de aula será construído, juntamente com os alunos, o conceito de turismo, destacando sua importância como fenômeno social, cultural e econômico, estabelecendo sua ligação com a história da cidade e o patrimônio.

Como recurso didático será utilizado o vídeo “Turismo um bom negócio para todos”, da editora Senac, e uma apresentação em Power Point, com slides sobre o tema.

Para se trabalhar história e patrimônio, serão realizadas atividades de análise comparada de fotografias de lugares de Belo Horizonte em diversas temporalidades, incentivando a identificação do que se transformou e o que se manteve semelhante tanto em termos de paisagem quanto do seu uso pela população.

Os alunos serão incitados a fazer uma leitura inicial das fotografias, antes da fala do professor, relacionando cada referência urbana retratada com a sua localização na cidade, a data das fotografias e os usos daqueles espaços através do tempo.

Serão relatadas as histórias consideradas “oficiais” daquelas referências urbanas, contudo, a interação dos alunos será parte integrante do processo de leitura, pois muitas são as interpretações possíveis a partir das memórias individuais sobre os espaços coletivos. Os alunos serão incentivados a relatarem vivências que eles, seus familiares ou antepassados tenham sobre aqueles espaços. Assim todos serão motivados a interpretar e narrar a história da cidade, a partir de seu próprio ponto de vista. Segundo HALBWACHS (1990, 51) “Cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva”.

O objetivo desta metodologia é apresentar um panorama sobre os caminhos percorridos pela cidade e sua evolução, de tal forma que os alunos passem a estabelecer as relações entre história e patrimônio e como são os processos de criação das identidades urbanas.

A apostila que será desenvolvida dará suporte didático às apresentações de power-point com as imagens da cidade no passado e na atualidade. O texto será elaborado a partir de pesquisas históricas e abordará com mais ênfase os transportes e a evolução do trânsito em Belo Horizonte, contemplando

curiosidades e atrativos turísticos ligados ao assunto, destacando alguns museus que possuam exemplares históricos em seus acervos. Esta abordagem visa despertar o interesse dos alunos em relação ao tema do Curso e esta será uma estratégia que será utilizada sempre que o Curso for levado a órgãos municipais diferentes: o conteúdo será adaptado, levando em consideração os interesses específicos das pessoas daqueles órgãos.

As fotografias para o Curso serão selecionadas de tal forma a dialogarem com o texto apresentado na apostila. Assim o professor poderá pedir aos alunos que façam a leitura das fotografias, procurando identificar o que eles já conhecem sobre as localidades abordadas, para em seguida, fazer a leitura do texto, podendo desta forma estabelecer relações entre as histórias relatadas oralmente e a história apresentada no texto.

Como recursos didáticos complementares, serão utilizados mapas com a evolução da cidade, assim como o mapa da planta da cidade, projetada pelo engenheiro Aarão Reis, assim como o vídeo “Ruas Ilustres”, que aborda de forma lúdica e didática a história de Belo Horizonte.

Por ser um Curso interativo, ele abre possibilidades para novas intervenções e participações que em princípio não foram planejadas. Os alunos poderão montar na empresa um painel com fotografias pessoais que resgatem a história da cidade, de um bairro, ou de um patrimônio, por exemplo. Manifestações culturais que sejam desconhecidas para os participantes poderão ser apresentadas, assim como algum funcionário que tenha conhecimento sobre algum assunto relevante ao tema trabalhado, pode ser convidado a ministrar palestras para os colegas. Até mesmo escrever um livro contando a evolução do trânsito em Belo Horizonte poderá ser uma proposta dos alunos.

No último dia das aulas/oficinas será realizada uma avaliação oral com os alunos, a fim de se averiguar o seu grau de satisfação e aproveitamento em relação ao curso. Estes relatos ajudarão a detectar possíveis falhas ou dificuldades na aplicação do curso. Será também distribuído um questionário avaliativo, para que fiquem registradas as impressões sobre o curso. Neste

questionário não será obrigatório a identificação do aluno, assim, todos os participantes poderão avaliar o curso de forma imparcial e sem constrangimentos.

Para controle dos participantes serão passadas diariamente folhas de frequência. Este procedimento possibilitará comparar o número de participantes inscritos com o número de desistentes, a fim de se quantificar o número de participantes e acompanhar o desempenho do projeto. Desta forma, ações corretivas poderão ser tomadas sempre que necessárias.

Como fechamento do Curso será realizada uma visita técnica visitando vários pontos turísticos de Belo Horizonte. O Museu Histórico Abílio Barreto será contemplado na visita, em razão de ser o único prédio remanescente do antigo Arraial do Curral Del Rei e possuir em seu acervo peças ligadas ao transporte. Os outros atrativos e locais a serem visitados, serão escolhidos pelos próprios alunos, por votação durante as aulas.

Ao término de cada curso todos os alunos receberão um certificado de participação.

Estrutura do Curso

A carga horária total de cada Curso será de trinta horas, divididas em cinco dias com quatro horas de duração, seguido de um dia de visita técnica aos atrativos turísticos da cidade, com duração de 10 horas, sempre aos sábados. As aulas poderão ser ministradas nos dois períodos do dia, de acordo com a disponibilidade do espaço destinado para a realização do curso e a disponibilidade dos funcionários.

As aulas/oficinas do turno da manhã iniciarão às 08:00hs, com término previsto para as 12:00hs, tendo vinte minutos de intervalo durante este período. Quando realizadas no turno da tarde iniciarão às 14:00hs, com término previsto para as 18:00hs., também com vinte minutos de intervalo.

As turmas serão compostas de no máximo 25 pessoas, objetivando possibilitar a participação ativa dos alunos nas aulas. Neste curso é fundamental a interação entre os alunos e o professor. Em turmas grandes se perde este vínculo. O professor precisa estar intimamente ligado com os alunos com os quais trabalhando, pois seu objetivo é cativá-los para essa nova percepção de Belo Horizonte.

O local escolhido para a realização das aulas do Curso foi a “sala de eventos”, com capacidade para quarenta pessoas, nas dependências da BHTRANS, localizado no bairro Estoril. A escolha se deve pelo fato de o espaço físico da sala ser adequado para as aulas e ela possuir estrutura para a realização de eventos e aulas, como quadro branco com pincéis e multimídia (datashow).

Os cursos deverão ser ministrados nos próprios locais de trabalho como forma otimizar o tempo dos alunos na medida em que não terão que se deslocar para participar das aulas. Esta medida visa também reduzir os custos do curso, uma vez que é mais em conta se deslocar um professor para ministrar as aulas, do que se deslocar um grupo de 25 pessoas para assisti-las.

Os recursos didáticos a serem utilizados em cada curso serão um lep-top, um data show para as apresentações em “Power Point”, as apostilas desenvolvidas, mapas e vídeos sobre os conteúdos das aulas, além de folhas formato A4 em branco, canetas e pincéis atômicos.

Para a visita técnica aos pontos turísticos da cidade será necessário fretar um ônibus munido de microfone. Se durante a semana forem ministradas aulas para duas turmas, o transporte terá que ser um ônibus com cinquenta lugares, caso na semana seja ministrada aulas para apenas uma turma, um micro-ônibus com capacidade para 25 alunos será suficiente.

Recursos Humanos

Para que todas as atividades do curso sejam coordenadas e acompanhadas, o projeto contará com uma equipe com quatro professores que ministrarão as aulas/oficinas, em regime de escala e um Coordenador.

A seleção dos instrutores e do Coordenador Técnico poderá ser feita pela própria proponente do Projeto, em parceria com a Belotur, ou em parceria com a equipe de alguma empresa que queira financiar o Projeto.

Na fase de organização do Curso, caberá aos instrutores contratados fazerem pesquisas sobre a história e os atrativos turísticos de Belo Horizonte, coletando curiosidades, fotos e vídeos sobre os temas, além de buscarem informações mais específicas sobre a evolução dos transportes na cidade. A partir dos dados coletados será elaborada a apostila do Curso.

Também nesta fase serão elaboradas as aulas que serão ministradas e deverão ser apresentadas ao Coordenador responsável pelo acompanhamento do projeto, dentro do prazo estipulado por ele.

Na fase da aplicação do Curso, durante o primeiro mês, os professores trabalharão juntos nas aulas/oficinas. Essa interação entre eles é fundamental para que todos possam nesta fase introdutória trocar experiências adquiridas nas primeiras turmas e a partir daí falarem a mesma linguagem. Neste curso, é desejável que o professor seja profundo conhecedor da história da cidade e dos seus atrativos turísticos. Em função disso, é importante que os instrutores sejam belo-horizontinos, ou morem na Capital há muitos anos, pois o conhecimento da cidade será peça chave no processo de construção da memória. É importante ressaltar, que a função deles não é simplesmente passar informações, mas construir juntamente com os participantes do Curso, a história da cidade. A matéria prima a ser trabalhada nas aulas serão as memórias deles próprios, além das memórias oficiais. Pretende-se com isto

estimular um sentimento de pertencimento, amor e responsabilidade pela cidade e seu legado cultural.

GRADE CURRICULAR DO CURSO:

Tabela 12 – Proposta da grade curricular do Curso – Patrimônio e História de Belo Horizonte

PATRIMÔNIO HISTÓRIA E ATRATIVOS TURÍSTICOS DE BELO HORIZONTE	
Disciplina	Carga Horária / Hora
1. Introdução ao Turismo	4
2. Patrimônio Cultural	8
3. História e atrativos turísticos de Belo Horizonte	8
4. Visita Técnica aos Atrativos de BH	10
TOTAL HORAS	30

EMENTAS DAS DISCIPLINAS:

Introdução ao Turismo

Construção do conceito de turismo como forma de preparar a comunidade para a compreensão da importância do Turismo como fenômeno social, cultural e econômico e sua relação com a história da localidade onde ele se desenvolve.

Objetivo Geral:

- Preparar o aluno para a compreensão do que é o fenômeno turístico, e sua importância para as localidades onde ele se desenvolve.

Objetivos Específicos:

- Identificar as relações entre turismo e história;

- Desenvolver o conceito de Atrativo Turístico e sua relação com Patrimônio Histórico.
- Estimular os moradores a tornarem-se parceiros e aliados do poder público na promoção do turismo na cidade;

Patrimônio Cultural

Identificação dos conceitos de Cultura e Patrimônio material e imaterial, como forma de preparar a comunidade para a compreensão de sua importância para a formação da identidade cultural de um grupo.

Objetivo Geral:

- Entender o que é considerado como Cultura e Patrimônio Cultural, e sua importância na formação da identidade das comunidades onde ele se desenvolve.

Objetivos Específicos:

- Relacionar o conceito de Patrimônio Histórico-Cultural com Turismo Cultural e Identidade Cultural;
- Relacionar conceito de patrimônio e de monumentos.
- Consolidar a imagem de Belo Horizonte como produtora de “turismo cultural”.

História de Belo Horizonte

Conhecer os antecedentes da história de Belo Horizonte, começando pela formação do Estado de Minas Gerais até o surgimento do Curral Del Rei, primeiro arraial existente na localidade onde hoje se encontra a capital do estado.

Entender o processo de formação da cidade de Belo Horizonte: a necessidade de transferência da capital do Estado da cidade de Ouro Preto; a escolha do antigo Arraial do Curral Del Rei para sediar a nova capital; o planejamento e a construção da cidade e seu desenvolvimento até os dias atuais estabelecendo sua relação com os patrimônios materiais e imateriais constituídos e observando a relação destes com o turismo.

Objetivo Geral:

- Entender como surgiu a cidade de Belo Horizonte, conhecendo seus antecedentes, seu processo de formação e desenvolvimento, estabelecendo comparações com os dias atuais e as relações entre história, patrimônio e turismo.

Objetivos Específicos:

- Identificar na atual Belo Horizonte os patrimônios histórico-culturais e monumentos remanescentes do Arraial do Curral Del Rei e do início da cidade;
- Estimular uma nova segmentação de turismo em Belo Horizonte: o “Turismo de Cidade”;
- Identificar os atrativos turísticos da cidade, a partir do conhecimento da história do município;
- Estimular a reconstrução da memória, identidade social, a cidadania e o aumento da auto-estima dos munícipes;
- Potencializar os atrativos turísticos da cidade;
- Analisar a realidade do patrimônio da cidade, destacando seus problemas e possíveis soluções.
- Fomentar o sentimento de identificação e responsabilidade pela conservação deste patrimônio;
- Incentivar os participantes do curso a visitarem os atrativos turísticos da cidade, tornando-se turistas da própria cidade e multiplicadores da divulgação do patrimônio histórico;

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO / PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS / RECURSOS DIDÁTICOS:

Tabela 13 – Proposta do Conteúdo Programático, Procedimento Didáticos e Recursos didáticos do Curso – Patrimônio e História de Belo Horizonte.

Patrimônio e História de Belo Horizonte			
Disciplina	Conteúdo Programático	Procedimentos Didáticos	Recursos Didáticos
1. Introdução ao Turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Conceitos de Turismo - Tipos de Turismo (segmentação turística) - Conceito de turista x Excursionista - Agentes Econômicos do Turismo - Conceito de Atrativo Turístico - Classificação dos Atrativos - Classificação de Turismo (receptivo e emissor) - Setores da Economia - O turismo e o Setor de Serviços - Demanda e Oferta (Produto Turístico) - Fórmula Básica do Turismo 	<p>Todas as aulas serão expositivas Ilustradas. Os alunos serão incentivados a participar através de debates e narrativas pessoais sobre o tema.</p> <p>Vídeo "Turismo: um bom negócio para todos" da editora Senac;</p> <p>Power Point com apresentações sobre o tema</p>	<p>Data Show; Lep top; Quadro; Pincéis para quadros e Papel ofício</p>
2. Patrimônio Cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Conceitos de Cultura - Conceito de Patrimônio - Conceito de Turismo Cultural - Patrimônio Material x Imaterial - Patrimônio Cultural x Turismo Cultural - Atrativo Turístico x Monumento Histórico 	<p>Todas as aulas serão expositivas Ilustradas. Os alunos serão incentivados a participar através de debates e narrativas pessoais sobre o tema.</p> <p>Power Point com sentações sobre o tema</p>	<p>Data Show; Lep top; Quadro; Pincéis para quadros e Papel ofício</p>
3. História de Belo Horizonte	<ul style="list-style-type: none"> - Formação do Estado de Minas Gerais - Surgimento do Curral Del Rei - Mudança da capital do Estado (contexto político) - A Comissão Construtora - A construção de Belo Horizonte - Inauguração da cidade - desenvolvimento até década de 40 - Juscelino Kusbistchek e Oscar Neiemeyer - Belo Horizonte da década de 40 aos dias atuais - Atrativos Turísticos de Belo Horizonte 	<p>Todas as aulas serão expositivas Ilustradas. Os alunos serão incentivados a participar através de debates e narrativas pessoais sobre o tema.</p> <p>Vídeo "Ruas Ilustres" sobre a história de Belo Horizonte;</p> <p>Power Point com fotos de Belo Horizonte</p>	<p>Data Show; Lep top; Quadro; Pincéis para quadros e Papel ofício</p>
4. Visita Técnica em Belo Horizonte	<ul style="list-style-type: none"> - Todos os conceitos aprendidos 	<ul style="list-style-type: none"> - Visita técnica orientada aos atrativos turísticos da cidade. 	<ul style="list-style-type: none"> - Micro-ônibus

ORÇAMENTO

Orçamento para a organização do curso

Por ser o órgão oficial de turismo de Belo Horizonte, os recursos para a execução do curso poderão ser disponibilizados pela Belotur. O “Plano Horizonte” estabelece previsão orçamentária para sua execução por Programas e Subprogramas (vide anexo), sendo que para o Programa de sensibilização o plano previu o valor anual de R\$ 160.000,00. O Ministério do Turismo também prevê verbas anuais para programas que visem o desenvolvimento do turismo, como o PRODETUR⁶⁴, que podem ser captadas pela Belotur.

A parte da organização do curso, como captação de recursos, seleção de professores, pesquisas e montagem das aulas e apostilas, ocorrerá no segundo semestre de 2009, sendo que o início do Curso propriamente dito está previsto para fevereiro de 2010, conforme está especificado no cronograma do Curso. Desta forma, para melhor entendimento e controle, o orçamento é apresentado discriminando os custos por ano.

Uma parte dos gastos previstos para 2009 não se repetirá nos anos posteriores, uma vez que serão utilizados para a montagem da infra-estrutura básica, ou seja, a compra de lep-tops e datas-show. Da mesma forma, os gastos com pessoal nesta primeira fase, serão utilizados para levantamento de pesquisas históricas sobre a evolução do trânsito em Belo Horizonte, coletando

⁶⁴ O PRODETUR é um programa de crédito para o setor público (estados e municípios) que foi concebido para criar condições favoráveis tanto à expansão e melhoria da qualidade da atividade turística nas regiões brasileiras, quanto para melhorar a qualidade de vida das populações residentes nas áreas beneficiadas. O PRODETUR é financiado com recursos do BID para execução de obras de infra-estrutura (saneamento, transportes, urbanização e outros), projetos de proteção ambiental e do patrimônio histórico e cultural, projetos de capacitação profissional e fortalecimento institucional das administrações de estados e municípios.

curiosidades, fotos e vídeos ligados ao assunto, para que sejam elaborados os power-point para as aulas, assim como as apostilas⁶⁵.

Além do coordenador, serão contratados quatro professores que trabalharão em regime de escala, alternadamente, ou havendo necessidade e condições de infra-estrutura física e de material, quatro turmas poderão ter aulas simultaneamente. Na elaboração do curso todos os professores trabalharão juntos. Dois meses foram previstos para esta primeira fase.

Tabela 14 – Orçamento para a organização do Curso - 2009

Item	Discriminação dos Custos	Custo Unitário	Quantidade	Investimento
A - INFRA-ESTRUTURA				
01	Lep-Top	R\$4.000,00	2	R\$ 8.000,00
02	Data Show	R\$4.000,00	2	R\$ 8.000,00
03	Apostilas (para o primeiro ano)	R\$ 30,00	800	R\$ 24.000,00
04	Materiais de escritório*	R\$1.000,00	-	R\$ 1.000,00
Sub-Total 1				R\$ 41.000,00
B - PESSOAL				
05	Coordenador	R\$1.500,00 (p/mês)	4 (meses)	R\$ 6.000,00
06	Professores (autônomos) (4)	R\$ 3.760,00 (p/mês)	2 (meses)	R\$ 7.520,00
07	Vale transporte professores (4)	R\$ 184,00 (p/mês)	2 (meses)	R\$ 368,00
08	Lanche para professores	R\$ 120,00 (p/mês)	2 (meses)	R\$ 240,00
Sub-Total 2				R\$ 14.128,00
TOTAL				R\$ 55.128,00

* Para compra de canetas, lápis, papel A4, etc

Orçamento para o ano de 2010

Foi previsto R\$ 6,00 por pessoa para os lanches diários. Sendo que serão cinco dias de aula, mais a visita técnica. Assim tem-se R\$ 30,00 por pessoa pelos seis dias. Terão aulas 75 pessoas por mês, mais os professores: 78 pessoas x R\$ 30,00 de lanche = R\$ 2.340,00 de lanche por mês. Este valor

⁶⁵ Como já foi dito anteriormente, sempre que o Curso for levado a órgãos municipais diferentes, o conteúdo será adaptado, levando em consideração os interesses específicos das pessoas daqueles órgãos.

multiplicado por 10 meses⁶⁶ perfaz = R\$ 23.400,00 para lanches para o ano de 2010.

Para as visitas técnicas em Belo Horizonte serão fretados 3 micro-ônibus por mês ao valor unitário de R\$ 600,00, ou seja, R\$ 1.800,00 por mês x 10 meses = R\$ 18.000,00 ano.

O valor estipulado para o almoço dos alunos e professores durante as visitas técnicas foi de R\$ 17,00 por pessoa. Sendo 78 pessoas ao mês⁶⁷ x R\$ 17,00, tem-se R\$ 1.326,00 ao mês x 10 meses = R\$ 13.260,00 por ano. Para entrada nos atrativos turísticos o orçamento previsto foi de R\$ 4,00 por pessoa x 78 pessoas ao mês = R\$ 296,00 x 10 meses = R\$ 2.960,00.

Os professores trabalharão sob regime de contrato. Para base de cálculo da remuneração será utilizado o valor referencial de R\$30,00 a hora/aula, sendo que a carga horária total do curso são 30 horas. Para o ano de 2010 estão previstas três turmas por mês, de fevereiro a novembro. Assim, o valor para a remuneração dos professores no primeiro ano de aula será: R\$30,00 x 30 = R\$ 900,00 por curso x 3 turmas por mês = R\$ 2.700,00 por mês x 10 meses = R\$ 27.000,00.

Para seu deslocamento os professores receberão vale transporte ou o valor correspondente aos vales para aquele período. Os valores podem sofrer reajustes caso haja alteração no preço das passagens de ônibus. Dessa forma tem-se R\$ 2,30⁶⁸ x 4 passagens diárias = R\$ 9,20 por dia x 5 dias = R\$ 46,00 por semana, sendo 3 turmas por mês = R\$138,00 por mês x 10 meses previstos para execução do curso em 2010 = R\$ 1.380,00.

⁶⁶ Número de meses previsto para a execução do Curso no ano de 2010, conforme está especificado no cronograma.

⁶⁷ Turmas de 25 alunos mais os professores.

⁶⁸ Valor da passagem em abril de 2009.

Tabela 15 – Orçamento para 2010

Ítem	Discriminação dos Custos	Custo Unitário	Quantidade	Investimento
A - INFRA-ESTRUTURA				
01	Lanche p/ aulas e visitas técnicas	R\$ 2.340,00 (p/mês)	10 (meses)	R\$ 22.400,00
02	Transporte p/ as visitas técnicas*	R\$ 1.800,00 (p/mês)	10 (meses)	R\$ 18.000,00
03	Almoço na visita técnica - alunos+prof	R\$ 1.326,00 (p/mês)	10 (meses)	R\$ 13.260,00
04	Entrada dos atrativos turísticos	R\$ 296,00 (p/mês)	10 (meses)	R\$ 2.960,00
			Sub-Total 1	R\$ 56.620,00
B - PESSOAL				
05	Salário Professores (autônomos)	R\$ 9.000,00 (p/mês)	10 (meses)	R\$ 27.000,00
06	Vale transporte professores	R\$ 138,00 (p/mês)	10 (meses)	R\$ 1.380,00
07	Salário do Coordenador	R\$ 1.500,00 (p/mês)	10 (meses)	R\$ 15.000,00
			Sub-Total 2	R\$ 43.380,00
			TOTAL	R\$ 100.000,00

* Valores apenas referenciais, sujeitos as oscilações de mercado.

Orçamento do Curso para os anos de 2011 e 2012

Para o Curso nos anos de 2011 e 2012 os gastos praticamente se repetirão ao do ano de 2010, e poderão sofrer reajustes caso haja aumento de preços. Assim, para cada ano novos cálculos deverão ser feitos, a fim de se adequar as verbas à realidade do mercado. Do valor previsto para o ano de 2010 deverá ser acrescido R\$ 38.700,00 correspondente à confecção de 1.290 apostilas, que serão utilizadas até o término total do projeto no ano de 2012.

Cronograma

O tempo previsto para que o projeto contemple todos os 2.034 funcionários da BHTRANS são de vinte e sete meses, sendo que foram programadas para cada mês um mínimo três turmas⁶⁹. Os cursos serão ministrados ao longo do ano, excetuando-se as semanas com feriados e o meses de dezembro e janeiro, em função das festas de fim-de-ano e férias. Caso seja possível se ministrar mais de três turmas por mês, o prazo para término do projeto será

⁶⁹ Cálculo do tempo que será gasto para a total realização do curso, contemplando todos os 2.034 funcionários da BHTRANS: 3 turmas de 25 pessoas por mês = 75 pessoas mês. 75 pessoas mês x 27 meses = 2.025 pessoas.

reduzido. É possível que alguns atrasos ocorram em função de dificuldades de montagens de turmas, ou por uma questão de horários ou calendário. Em função disto, o prazo previsto para o término do curso poderá se estender. Assim, foram previstos três meses ao final do Curso para atender esta possível demanda.

A meta para este primeiro Curso é atingir todos empregados diretos e indiretos da Empresa de Transporte e Transito de Belo Horizonte – BHTRANS, perfazendo um total de 2.025 pessoas, no prazo máximo de dois anos e seis meses, contados à partir do início das atividades.

Tabela 16 – Cronograma para os anos de 2009 / 2010 / 2011 / 2012

Preparação do Curso	Ano 2009			
	Ago	Set	Out	Nov
Captação de recursos				
Seleção de professores				
Tempo de preparo das aulas				
Compra dos materiais (lep-tops e data-show)				
Contato com a BHTRANS p/ montagem das turmas				

	Ano 2010											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Aplicação do Curso												

	Ano 2011											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Aplicação do Curso												

	Ano 2012											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set*	Out*	Nov*	Dez
Aplicação do Curso												

* Meses destinados a turmas que não puderam fazer o Curso dentro do prazo.

Tabela 17 - CALENDÁRIO ANO 2010

FEVEREIRO						
D	S	T	Q	Q	S	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

ABRIL **						
D	S	T	Q	Q	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

JUNHO						
D	S	T	Q	Q	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

AGOSTO						
D	S	T	Q	Q	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

OUTUBRO **						
D	S	T	Q	Q	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

MARÇO						
D	S	T	Q	Q	S	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

MAIO						
D	S	T	Q	Q	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

JULHO						
D	S	T	Q	Q	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

SETEMBRO						
D	S	T	Q	Q	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

NOVEMBRO **						
D	S	T	Q	Q	S	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

** Meses em que acontecerão duas turmas em uma mesma semana.

Aulas durante semana (2ª a 6ª feira)
 Visita técnica aos sábados
 Feriados



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Belo Horizonte é uma cidade que foi construída e inventada para ser grandiosa. Ainda nova e dinâmica, ela se reconstrói e se reinventa a cada momento, comprovando a sua vocação de cidade do futuro. Ao longo dos seus cento e onze anos de existência Belo Horizonte se tornou guardiã de um importante legado histórico-cultural, que representa não só a evolução histórica da cidade, mas a identidade das várias comunidades que a constitui.

Entretanto, uma grande parte dos moradores não conhece os patrimônios culturais de Belo Horizonte, e em função deste desconhecimento, não a reconhecem como uma cidade turística e só se ama e se respeita o que se conhece.

A percepção de que Belo Horizonte é uma localidade com pouca atratividade turística, não só revela baixa auto-estima por parte dos moradores, quanto se torna uma dificuldade da promoção do turismo no município. Nasce daí a necessidade de criar um Curso que desvende aos belo-horizontinos não só os atrativos de sua cidade, mas a sua história.

O objetivo deste curso é possibilitar que os moradores entendam Belo Horizonte, percebam a importância do patrimônio como símbolo identitário e passem a ser sujeitos agentes ativos da história da cidade. Ressalte-se que, como foi dito anteriormente, este curso não visa a adequação dos moradores a simplesmente aceitarem o que está oficialmente estabelecido como patrimônio e/ou atrativo turístico. Ao contrário, ele pretende estimular nos participantes questionamentos, tais como o porquê determinado monumento, prédio ou uma festividade foram eleitos como patrimônios e/ou atrativos turísticos e através deste conhecimento poderem validar ou não estas eleições.

O fato de que o bem cultural tenha recebido uma atribuição de valor oficial não garante que a mesma seja apropriada pelos moradores do lugar, aqueles que são os portadores, criadores e herdeiros daquele bem cultural. (...) Em alguns casos permanecem sendo, por parte dos moradores, apenas bens

culturais, a despeito do reconhecimento oficial como bens patrimoniais. (Tamaso, 2007, p.8).

O Curso foi estruturado de maneira a incentivar que os alunos tenham participação ativa nas aulas, propiciando a idéia de que a história é um processo contínuo, resultado das relações que os sujeitos estabelecem tanto com a sociedade quanto com os espaços urbanos. Este procedimento tem como objetivo levantar algumas reflexões sobre como se dá o processo relacional dos alunos com relação à cidade e o seu patrimônio.

O entendimento de que o urbano é um ambiente historicamente produzido, possibilita o surgimento de pessoas mais questionadoras e possivelmente conscientes de seu papel neste processo. Reconstituir a trajetória da cidade percebendo suas permanências e transformações é uma forma de se construir a memória juntamente com os alunos.

As lembranças evocadas estabelecem um elo da história com a comunidade. Esse fato contribui para despertar em todos os envolvidos com o processo um sentimento de pertencer a um lugar num determinado tempo. Essa percepção pode vir a fortalecer o comprometimento do indivíduo com a comunidade local ou global e o interesse na sua preservação. (SOUZA, 1999, p.23)

O compartilhamento das memórias individuais dos alunos com o grupo atuará como um redutor do isolamento social que é muito presente em grandes empresas, proporcionando a interação entre os funcionários. O contato com as pluralidades individuais facilita o reconhecimento da diversidade coletiva, sendo uma ferramenta contra a exclusão e a violência.

A proposta de Educação Patrimonial é romper com as práticas segregacionistas, procurando trazer à tona todos os grupos sociais envolvidos, valorizando e incentivando novas propostas e alternativas de resguardo e ativação da memória. (SOARES, 2003, p.24).

O trabalho com a educação patrimonial possibilita o aumento da auto-estima dos moradores e contribui como elemento incentivador do turismo, na medida em que os participantes serão multiplicadores dos saberes construídos no curso. Informados sobre a importância do patrimônio os alunos disseminarão estes conhecimentos para fora do âmbito do trabalho e se sentirão pessoas mais responsáveis pela preservação deste legado, refletindo positivamente no turismo.

A Educação patrimonial com vistas a preservação do patrimônio histórico cultural – é de particular importância para o turismo, uma vez que ele depende desse patrimônio histórico cultural enquanto um dos principais atrativos de sua sustentação. Quando esse patrimônio é destruído, as perspectivas de futuro para o turismo são reduzidas. Desse modo, a preservação das tradições culturais, dos museus, dos monumentos, das identidades étnicas, dentre outros, além de serem marcos culturais que balizam as identidades dos sujeitos envolvidos no desenvolvimento turístico, eles ampliam as expectativas do horizonte turístico. Essa educação deve ser direcionada tanto para o turista quanto para os moradores da comunidade local, portanto deve ser uma preocupação dos gestores do turismo. (BOTELHO, 2007, p.16).

O estímulo à conscientização sobre as questões patrimoniais promove a valorização da cultura local, o aumento da auto-estima dos moradores e ao mesmo tempo incentiva a hospitalidade, pois aqueles que se sentem bem com relação ao espaço em que vivem recebem melhor o visitante. Ao se sentir acolhido pela cidade o morador poderá num outro momento acolher o turista.

Assim, a aplicação do Curso – Patrimônio Histórico, Cultural e Turístico de Belo Horizonte pretende não só promover a valorização dos bens materiais e imateriais que compõem a identidade dos belo-horizontinos, mas incentivar a sustentabilidade sociocultural do turismo na cidade. Este é o grande desafio de que se apresenta para o turismo em Belo Horizonte: trabalha-lo sob esta nova perspectiva da sustentabilidade social onde a comunidade receptora também se beneficie com o seu desenvolvimento.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ATAÍDES, Jésus Marco; MACHADO, Laís Aparecida; SOUZA, Marcos André Torres de. **Cuidando do patrimônio cultural**. Goiânia: UCG, 1997. 35p.

ARREGUY, Cíntia Aparecida Chagas; RIBEIRO, Raphael Rajão. Orgs. **História de Bairros de Belo Horizonte: Regional Centro-Sul**. Belo Horizonte: Arquivo Público da Cidade de Belo Horizonte, 2008.

BARRETTO, Abílio. **Resumo Histórico de Belo Horizonte – 1701 à 1947**. Belo Horizonte: Imprensa Oficial, 1950. 342 p.

BARRETTO, Margaritta. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 10 ed. Campinas: Papyrus, 2002. 164 p.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo. Ed. Senac. 1998.

BOTELHO, Cléria. **Sustentabilidade Sócio-Cultural do Turismo**. Brasília: CET/UNB, 2007.

BRASIL. Constituição (1988). Seção II – Da Cultura: Art. 216. In: **Constituição da República Federativa do Brasil**. 17ª ed. São Paulo: 2001.

BRUSEKE, Frans Joseph. O problema do desenvolvimento sustentável. In: CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez; Recife-PE: FUNDAJ, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1992.

CORRÊA, Alexandre Fernandes. Teatro das memórias sociais e do patrimônio cultural: a educação patrimonial em perspectiva. In: FILHO, Manuel Ferreira Lima; BEZERRA, Márcia. (Org.). **Os caminhos do patrimônio no Brasil**. Goiânia: Alternativa, 2006. P.69-88.

COUGO, Marcela. **Museus e sua Utilização como Atrativo Turístico: Um Estudo em Belo Horizonte**. Dissertação de Mestrado. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte. 2007.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e Patrimônio Cultural, recursos que acompanham o crescimento das cidades**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ECKERT, C. **Memória e Identidade**: ritmos e ressonâncias da duração de uma comunidade de trabalho: mineiros do carvão (La Grand-Combe, França). Porto Alegre: PPGAS/UFRGS, 1993

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e alimentação: análises introdutórias**. 1ª Ed. São Paulo: Roca, 2005.

FARIA, Nathalie Danif. **CURSO DE EDUCAÇÃO PATRIMONIAL PROFISSIONALIZANTE: Instrumento de inserção social para jovens de 14 a 18 anos moradores da cidade de Sabará**. Dissertação de Mestrado Profissional em Turismo. Brasília: UNB. 2008.

FERRARI, Eduardo. **Só em Beagá: Histórias, crônicas e reportagens sob o olhar de uma cidade**. Belo Horizonte: Medialuna Editora: Mondana Editorial, 2008.

FREIRE, Doía. PEREIRA, Lígia Leite. História Oral, Memória e Turismo cultural. In: ALBANO, Celina. MURTA, Stela Maris. (Orgs.) Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

GRINOVER, Lúcio. **A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice Editora, 1990.

HAIGERT, Cynthia Gindri. Estado da arte sobre Educação Patrimonial. In: SOARES, André Luis Ramos (Org.). **Educação Patrimonial: relatos e experiências**. Santa Maria: Ed. UFSM, 2003. P.33-41.

HORTA, Neuma de Moura; RODRIGUES, Jean Cláudio. **Manual de Atendimento dos Postos de Informação da Belotur**. 2007. Documento Interno.

HORTA, Maria de Lourdes Parreiras; GRUMBERG, Evelina; MONTEIRO, Adriane Queiroz. **Guia Básico de Educação Patrimonial**. Brasília: INPHAN/Museu Imperial, 1999.

JEUDY, Henri-Pierre. **Espelho das Cidades**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra. 2005.

JÚNIOR, Ronaldo Rosa dos Santos. Goiânia e o patrimônio cultural das crianças. In: FILHO, Manuel Ferreira Lima; BEZERRA, Márcia. (Org.). **Os caminhos do patrimônio no Brasil**. Goiânia: Alternativa, 2006. P.51-67.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **A Economia do Turismo**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999, 260 p.

LIMA, Janice Shirley Souza. **Educação Patrimonial na área do projeto Serra do Sossego – Canaã dos Carajás (PA)**. Belém: Gráfica Santa Marta. 2003.

MATHEUS, Zilda Maria. **A idéia de uma cidade hospitaleira**. In: DIAS, Célia Maria de Moraes. *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri, SP: Manole, 2002.

MEDEIROS, Mirna de Lima; SANTOS, Eliana Márcia dos. **FESTIVAIS GASTRONÔMICOS EM BELO HORIZONTE - MG. Considerações sobre os reflexos gerados nos empreendimentos envolvidos**. Artigo. CULTUR – Revista de Cultura e Turismo. ano 023 – n. 02 – abril/2009. Disponível em: www.uesc.br/revistas/culturaeturismo. Acessado em Maio de 2009.

MENESES, José Newton Coelho. **História e Turismo Cultural**. 1ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. 128p.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sustentabilidade Sociocultural** – Princípio Fundamental. Programa de Regionalização do Turismo: Brasília.

MURTA, Stela Maris & Albano, Celina (Orgs). **Interpretar o Patrimônio**: um exercício do olhar. BH: UFMG, 2002.

MYANAKI, Jacqueline. LEITE, Édson. CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. STIGLIANO, Beatriz Veroneze. **Cultura e Turismo**. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro. 2007.

NAJJAR, Jorge; NAJJAR, Rosana. Reflexões sobre a relação entre educação e arqueologia: uma análise do papel do IPHAN como educador coletivo. In: FILHO, Manuel Ferreira Lima; BEZERRA, Márcia. (Org.). **Os caminhos do patrimônio no Brasil**. Goiânia: Alternativa, 2006. P.171-181.

NORA, Pierre. **Entre Memória e História**: a problemática dos lugares. *In*: PROJETO HISTÓRIA: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP. São Paulo: PUC, 1981.

OLIVEIRA, Luis Cesar Fleury de. **Projeto de Criação e Implantação da UNED – Cidade de Goiás**. Universidade Católica de Goiás. Trabalho apresentado ao Projeto de Gestão do Mestrado Profissionalizante em Gestão Patrimonial Cultural. Área de Concentração: Antropologia. Goiânia, 2004.

PAPATHEODOROU, Andréas. Microfoundations of Tourism Choice. *In*: Peter Foryth. **International Handbook on the Economics of Tourism**. Austrália: Larry Dwyer. 2006. Cap. 2. P. 73-87.

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. **Plano Horizonte**. Belo Horizonte, 2007.

PROCHNOW, Miriam; SCHAFFER, W.B. **Pequeno manual para elaboração de projetos**. Rio do Sul: APREMAVI7AMAVI7FEEC, 1999, (Apostila de curso).

POLLAK, Michael. **Memória e Identidade Social**. *In*: Estudos Históricos, vol. 10. Rio de Janeiro, 1992.

POLETTTO, Sara Araújo. **Esboço de um personagem fugaz – o turista sob o olhar dos moradores da Cidade de Goiás – Patrimônio da Humanidade**. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Brasília: UnB, 2000.

PRATS, Llorenç. **Antropologia y Patrimônio**. Barcelona: Editora Ariel, 2004, 2. edición.

SILVA, Edna Lúcia; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3ª edição, revista e atualizada. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001. 121p.

SOARES, André Luis Ramos. Educação Patrimonial: valorização da memória, construção da cidadania, formação da identidade cultural e desenvolvimento regional. In: SOARES, André Luis Ramos (Org.). **Educação Patrimonial: relatos e experiências**. Santa Maria: Ed. UFSM, 2003. P.15-32.

SOUZA, Elza Maria de. **Reminiscências integrando gerações**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

TAMANINI, Elizabete; PEIXER, Zilma Isabel. “**Água mole em pedra dura tanto bate até que fura**: educação popular e herança cultural no século XXI”. In: REVISTA ARQUEOLOGIA PÚBLICA. São Paulo: UNICAMP, 2007, n.2. p.23-32. Publicação anual.

TAMASO, Izabela. **Em Nome do Patrimônio**: Representações e Apropriações da Cultura na Cidade de Goiás. Tese de Doutorado. Brasília: UNB, 2007.

TAMASO, Izabela. **Preservação dos Patrimônios Culturais**: direitos antinômicos, situações ambíguas. In: Anuário Antropológico/98. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2002.

TEIXEIRA, Simonne. (Coord). VIERA, Silviane de Souza. SILVA, Tatiana Gonçalves. SALES, Adriana Borges. LIMA, Sabrina Viviane de Araújo. **Educação Patrimonial: novos caminhos na ação pedagógica**. Campos dos Goytacazes, RJ: EDUENF, 2006.

VIEIRA, Mirna Ligya. **Turismo Urbano – Práticas e Perspectivas**. Artigo. Belo Horizonte: PUC Minas – Revista de Turismo – Vol. 1 - N° 1- 2005.

WOORTMANN, Ellen F. Homens de Hoje, Mulheres de Ontem: Gênero e Memória no Seringal. In: Freitas, C. **Anais do I Seminário e da II Semana de Antropologia da UCG**. Editora UCG: Goiânia, 1998.

_____. **BH 100 ANOS: nossa história.** Caderno Especial de Publicação do Jornal Estado de Minas. Belo Horizonte, 1997.

_____. **Comida Di Buteco – os 41 butecos de 2007.** Belo Horizonte. Ed. Autêntica, 2007.

_____. **Investir BH – Guia da Cidade de Belo Horizonte para Investidores** – 9ª edição: revista, ampliada e atualizada 2006.

www.pbh.gov.br, link fundação de parques, acessado em 31/05/2009.

http://www.museudapessoa.net/clube/o_museu.htm. acessado em 25/05/09.

www.belotur.com.br, acessado em 03/04/09.

www.baremba.com.br; acessado em 25/05/09.

7. ANEXOS

Anexo 1 – Capa da pesquisa Conheça Belo Horizonte

Pesquisa: Conheça Belo Horizonte

2

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S.A. - BELOTUR

CONHEÇA BELO HORIZONTE

Trabalho de pesquisa realizado em diversos pontos de Belo Horizonte, com o objetivo de averiguar o grau de conhecimento dos cidadãos belo horizontinos das opções de lazer e pontos turísticos da cidade.

Julho de 1999
Belo Horizonte

Anexo 2 – Apresentação da pesquisa Conheça Belo Horizonte

conhecimento dos eventos e pontos de lazer da cidade pelas pessoas que vivem aqui.

E você, conhece BH?

1.2 - Apresentação

O presente relatório de pesquisa é o resultado de uma pesquisa quantitativa desenvolvida em vários pontos de Belo Horizonte, com 2.952 pessoas divididas em regionais e subdivididas por sexo, a saber: *Regional Centro, Regional Leste, Regional Oeste, Regional Noroeste, Regional Nordeste, Regional Pampulha, Regional Venda Nova, Regional Barreiro, Regional Norte* e um grupo específico que não mora em BH (residem na grande ou mesmo fora da cidade e do estado) *mas que conhecem e vivem a realidade da cidade.*

A pesquisa servirá para visualizar o quanto a população de Belo Horizonte conhece dos seus pontos turísticos e eventos promovidos pela BELOTUR. O objetivo da pesquisa é averiguar quão conhecida por seus habitantes é Belo Horizonte.

Anexo 3 – Discussão dos Resultados da pesquisa Conheça Belo Horizonte

1.9. Discursão dos Resultados

*** Considera-se que existe uma margem de erro na pesquisa (aproximadamente 3 %), pois, devemos observar certos “ ruídos ” normais neste tipo de levantamento, como: marcação das respostas (x marcado no meio dos quadrados); falta de seriedade e interesse na marcação; realidade do local do levantamento; quantidade de itens a serem marcados, e mesmo a formatação do formulário (letras pequenas, quadrados próximos, etc); formulários em branco.*

De acordo com os resultados apurados , podemos dizer que:

Os 15 PONTOS TURÍSTICOS mais conhecidos pelo TOTAL - Total de Entrevistados 2.952 pessoas						
PONTOS TURÍSTICOS		HOMENS		MULHERES		TOTAL
1	Mercado Central	1510	51,2%	945	32,0%	2455 83,2%
2	BH Shopping	1594	54,0%	822	27,8%	2416 81,8%
3	Mineirão	1638	55,5%	772	26,2%	2410 81,6%
4	Minas Shopping	1451	49,2%	946	32,0%	2397 81,2%
5	Bahia Shopping	1461	49,5%	777	26,3%	2238 75,8%
6	Zoológico	1329	45,0%	872	29,5%	2201 74,6%
7	Mineirinho	1483	50,2%	710	24,1%	2193 74,3%
8	Praça da Liberdade	1275	43,2%	908	30,8%	2183 73,9%
9	Central Shopping	1307	44,3%	860	29,1%	2167 73,4%
10	Shopping Cidade	1231	41,7%	910	30,8%	2141 72,5%
11	Aeroporto da Pampulha	1132	38,3%	952	32,2%	2084 70,6%
12	Praça da Estação	1216	41,2%	855	29,0%	2071 70,2%
13	Shopping Del Rey	1284	43,5%	772	26,2%	2056 69,6%
14	Praça Raul Soares	1147	38,9%	886	30,0%	2033 68,9%
15	Parque das Mangabeiras	1085	36,8%	900	30,5%	1985 67,2%

Os 15 EVENTOS mais conhecidos pelo TOTAL - Total de Entrevistados 2.952 pessoas						
EVENTOS		HOMENS		MULHERES		TOTAL
1	Carnabelô	665	22,5%	513	17,4%	1178 39,9%
2	Banda Mole	601	20,4%	470	15,9%	1071 36,3%
3	Feira de Artesanato da Av. Afonso Pena	683	23,1%	324	11,0%	1007 34,1%
4	Sete de Setembro	586	19,9%	252	8,5%	838 28,4%
5	Reveillon na Pampulha	533	18,1%	278	9,4%	811 27,5%
6	Feira do Automóvel no Mineirão	507	17,2%	275	9,3%	782 26,5%
7	Pop Rock	470	15,9%	233	7,9%	703 23,8%
8	Aniversário de Belo Horizonte	397	13,4%	269	9,1%	666 22,6%
9	Carnaval das Regionais	453	15,3%	173	5,9%	626 21,2%
10	Feira de Antiguidades e Comidas Típicas	231	7,8%	355	12,0%	586 19,9%
11	Arraiá de Belô	355	12,0%	193	6,5%	548 18,6%
12	Inauguração da Iluminação de Natal	349	11,8%	185	6,3%	534 18,1%
13	Feira da Praça Afonso Arinos	332	11,2%	186	6,3%	518 17,5%
14	Música ao Pé das Árvores	356	12,1%	161	5,5%	517 17,5%
15	Lavagem do Pirulito	377	12,8%	134	4,5%	511 17,3%

Anexo 4 – Conclusão da pesquisa Conheça Belo Horizonte

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conhecer BH. Um fato que para muitos é inquestionável. Mas com esta pesquisa podemos comprovar que a população de Belo Horizonte não conhece realmente BH, leia-se eventos e pontos turísticos.

O que pudemos apurar foi que a população de BH conhece o que está ao seu redor, ou seja, os eventos e pontos turísticos que acontecem e que estão próximos ao domicílio.

Por exemplo, no caso da Feira de Nova Cintra, **30 pessoas** da Regional Oeste, onde ela está localizada, a conhecem, enquanto que em outras regionais o número é de apenas **8 pessoas** na Regional Barreiro, **19 pessoas** na Regional Noroeste e **3 pessoas** na Regional Pampulha.

Outros dados contribuíram para concluirmos o baixo nível de conhecimento da população, como:

Anexo 5 – Segunda parte da conclusão da pesquisa Conheça Belo Horizonte

- Dos 129 pontos turísticos listados, observamos que apenas 32, ou seja 24,81 % são conhecidos entre 50% e 82% dos entrevistados. Portanto, menos de 50% dos entrevistados conhecem a maioria dos pontos.
- Dos 92 eventos listados, o Carnabelô é o de maior índice de conhecimento, atingindo apenas 39,9% dos entrevistados (1178), ou seja, os outros 91 eventos são conhecidos por um índice inferior a 39%.

Não cabe aqui questionar os métodos utilizados para a divulgação desses eventos e pontos turísticos, cabe somente o levantamento da real condição do cidadão quanto as suas opções de lazer e assim dar nossa contribuição quanto a realidade da cidade e que se possa a partir daí tomar providências que alterem este quadro e faça de BH uma cidade mais conhecida pelos seus habitantes e visitantes.

Anexo 6 – “Oficinas de Sensibilização para o Turismo” realizadas pela

Belotur em 1993

9

OFICINAS

Para descentralizar e regionalizar as ações, a Belotur, procurando saber se a atividade turística existente em cada região administrativa de Belo Horizonte é viável e rentável, recorreu a uma experiência vitoriosa em vários setores sejam eles públicos ou privados. São as oficinas de sensibilização e planejamento estratégico para o desenvolvimento do turismo.

Em cada Regional diversas questões foram debatidas para buscar alternativas coletivas a temas comuns. Assim, foram feitas nove oficinas, das quais resultaram relatórios com indicativos do que fazer, como veremos mais adiante.

Os objetivos das oficinas foram o de sensibilizar os participantes para a importância do desenvolvimento da atividade turística sustentável na melhoria da qualidade de vida da população de Belo Horizonte e definir um plano de ação para iniciar a implementação conjunta do desenvolvimento de cada região. Além disso, procurou-se despertar a consciência e fazer com que se promova o resgate da memória de nossa cidade.

Na oficina, todo representante participa das discussões e, juntos, procuram encontrar alternativas criativas, outras ousadas, mas todas direcionadas para o desenvolvimento da atividade turística. Há uma expectativa de que toda obrigação pelo desenvolvimento do turismo depende do Poder Público, em qualquer uma de suas esferas. Os participantes percebem, no entanto, que mais de 80% das atividades a serem desenvolvidas dependem deles.

O efeito disso é criar uma situação extremamente favorável, que diminui a concentração de pressões e possibilita a criação de uma cultura de compartilhamento de responsabilidades. A oficina ajuda a direcionar demandas e a definir prioridades, sistematizadas em um relatório ao seu término.

Participaram dessas primeiras oficinas para sensibilizar e planejar o desenvolvimento estratégico o turismo em cada região administrativa mais de 250 representantes do Poder Público, iniciativa privada e comunidades. Todas as oficinas foram realizadas na Fundação Zoo-Botânica, tendo como moderadora as consultoras Maria Alice S. Moura e como co-moderadora Magda Salles.

METODOLOGIA

Elas adotaram a seguinte dinâmica para a condução das atividades, com o objetivo de propiciar facilidade de entendimento, ambiente de trabalho propício para melhor aproveitamento das propostas surgidas nos sub-grupos. Os participantes foram distribuídos em cinco subgrupos. Dois trabalharam a pergunta sobre o que entendem por turismo sustentável, dois sobre como a comunidade pode contribuir para o desenvolvimento do turismo e um subgrupo fez o levantamento dos principais atrativos e eventos na área de abrangência de cada região.

A oficina fundamentou-se no enfoque participativo. As moderadoras utilizaram técnicas de trabalho em grupo e de visualização e documentação. Os instrumentos adotados privilegiaram a simplicidade de aplicação, facilitando a integração e a comunicação entre todos os envolvidos para a tomada de decisões em grupo.

Anexo 7 – “Oficinas de Sensibilização para o Turismo” realizadas pela Belotur em 1993

64

CONCLUSÃO

Belo Horizonte, nascida sob as encostas da Serra do Curral, projeta agora novos horizontes no campo turístico e tantos outros no seu desenvolvimento, na medida em que o turismo interage com diversos setores da economia: precisa do Poder Público – responsável pela infra-estrutura – e da comunidade. Com ações conjuntas, o turismo, pela sua agilidade, não apenas é opção para gerar emprego e renda, mas como indutor da melhoria da qualidade de vida.

As oficinas mostraram múltiplos horizontes e foram um passo para a expansão da Capital não só como centro econômico, político e administrativo. Elas resgataram, na área turística, o salutar exercício de se pensar a cidade coletivamente. Também cumpriram o papel a que se destinaram, ou seja, o de sensibilizar as administrações regionais e Municipal, a iniciativa privada e as comunidades para a busca de alternativas que consolidem a Capital como grande Portal de Entrada de turistas no Estado. Demonstraram, ainda, que a cidade precisa ser descoberta por seus moradores e de ter no turismo sustentável eficaz ferramenta para a inclusão social.

No conjunto dos relatórios foi possível depreender um universo de atrativos até então restritos a cada região administrativa. Muitas regiões têm população e pujança econômica, social e cultural superiores a boa parte dos municípios mineiros. Entretanto, algumas têm problemas sociais graves, falta de infra-estrutura sanitária, de segurança, de educação e de transportes em nível semelhante ou superior às cidades mineiras.

Isso significa que trabalhar o turismo em Belo Horizonte exige de todos os atores públicos ou privados. A atual Administração Municipal deposita confiança em sua maior riqueza, o povo, e se empenha em contribuir eficaz e eficientemente para dar respostas à sociedade. Algumas respostas já foram dadas no pós-oficina, como as sinalizações para ônibus turísticos na Regional Centro-Sul e do Pólo Moveleiro da Regional Leste. Das oficinas também vieram respostas como a realização de eventos (exemplo: a homenagem da Regional Norte ao Careca, o Pescador, ganhador do “Comida di Buteco”).

Mas o grande saldo, além do envolvimento das comunidades, foi a decisão de se criar comissões provisórias que vão conduzir os trabalhos em prol do turismo de cada região administrativa até que sejam aprovados os conselhos regionais de Turismo, com assento no Conselho Municipal de Turismo.

Conclui-se que já não basta remar, é preciso navegar rumo ao porto firme do desenvolvimento do turismo em toda a Capital. Para isso, a Belotur acredita que só com decisões coletivas e ações de encaminhamento conjuntas será ainda mais fácil mostrar, cada um ao seu jeito, de que gosta de Belo Horizonte.

Anexo 8 – Mapa das Regiões Administrativas de Belo Horizonte apresentado

no Plano Horizonte.



PREFEITURA BH
TRABALHO PELA VIDA



Fonte: Regiões Administrativas de Belo Horizonte, PBH, 2006

A Região Metropolitana de Belo Horizonte, criada através da Lei complementar nº. 14/73 e regulamentada pela Lei 6304/74, estabelecia um entorno de 14 municípios nas imediações da capital. Vrias alterações ocorreram, a última em 1999, ampliou para 34 municípios: Baldim, Belo Horizonte, Betim, Brumadinho, Caeté, Capim Branco, Confins, Contagem, Esmeraldas, Florestal, Ibirité, Igarapé, Itaguara, Itatiaiuçu, Jaboticatubas, Juatuba, Lagoa Santa, Mário Campos, Mateus Leme, Matozinhos, Nova Lima, Nova União, Pedro Leopoldo, Raposos, Ribeirão das Neves, Rio Acima, Rio Manso, Sabará, Santa Luzia, São Joaquim de Bicas, São José da Lapa, Sarzedo, Taquaraçu de Minas e Vespasiano.

Anexo 9 – Roteiros Turísticos de Belo Horizonte apresentado no Plano Horizonte.



P2 ROTEIROS TURÍSTICOS DE BELO HORIZONTE

Uma das principais conclusões do Diagnóstico aponta para a necessidade de ampliação da potencialidade turística, indicando a importância da estruturação de novos produtos e melhoria da qualidade do produto turístico atual de Belo Horizonte. Assim, mesmo que este seja um Plano de Marketing, fez-se indispensável o estabelecimento de algumas ações de desenvolvimento, que são ordenadas como "recomendações específicas" para cada conjunto de atividades e "recomendações gerais" para todo o roteiro proposto.

Outros problemas identificados foram o pouco conhecimento e valorização dos produtos turísticos de Belo Horizonte pelo trade profissional e moradores da cidade. A tarefa de melhoria da informação e de acessibilidade dos recursos, está concentrada em despertar a atenção e o comprometimento dos setores público e privado responsáveis pela sua gestão, através do Programa de Sensibilização para a Hospitalidade, apresentado em outra sessão deste Plano Operacional.

A partir do ranking de produtos e visando definir um melhor aproveitamento das atividades possíveis ao turista em Belo Horizonte – visitar/passear, comer, comprar, praticar esportes – foram estabelecidos 6 roteiros na cidade.

MARCOS DA MODERNIDADE

SÍNTESES DE MINAS

PASSADO E PRESENTE

OFÍCIOS DE MINAS

HORIZONTES DA CIDADE

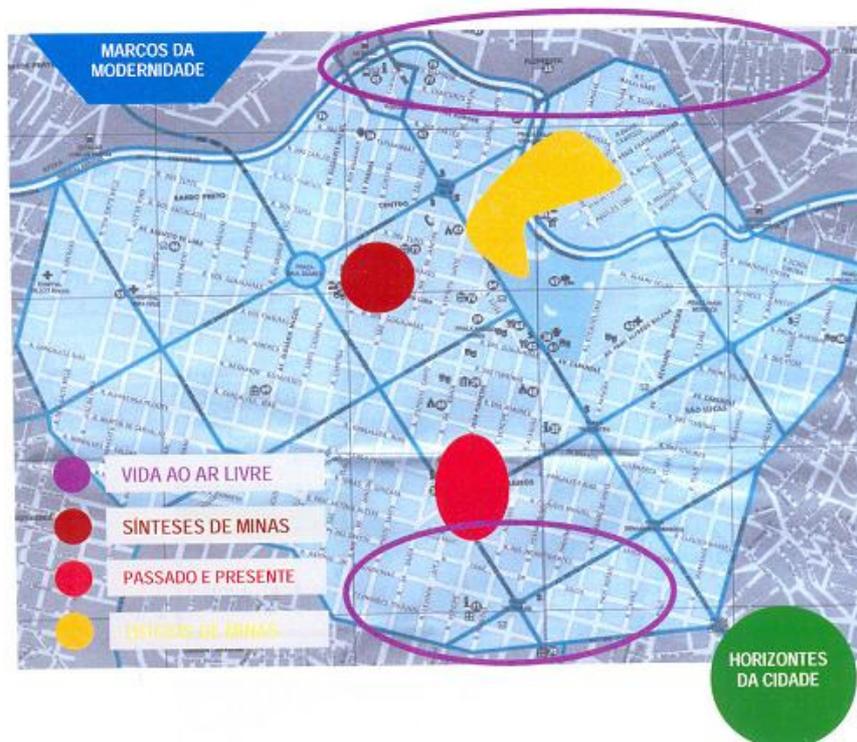
VIDA AO AR LIVRE

Anexo 10 – Descrição dos roteiros de Belo Horizonte apresentado no Plano Horizonte



- Os roteiros na cidade

Foram definidos 6 novos roteiros por regiões geográficas de Belo Horizonte e que incluem os principais atrativos da cidade, mesclando suas características e singularidades.



MARCOS DA MODERNIDADE	
PAMPULHA	
Igreja S. Francisco, Museu de Arte, Casa do Baile, Mineirão, Fundação Zôo-botânica, Parque Ecológico	

Anexo 11 – Descrição dos roteiros de Belo Horizonte apresentado no Plano Horizonte



SÍNTESES DE MINAS

MERCADO CENTRAL
Cheiros, cores e sabores: artigos típicos, artesanato, cachaça, os butecos de Belo Horizonte.

PASSADO E PRESENTE

PRAÇA DA LIBERDADE E ARREDORES
Conjunto arquitetônico, Museu de Mineralogia, Museu Mineiro, Antiquários e Savassi

OFÍCIOS DE MINAS

AFONSO PENA E PRAÇA DA ESTAÇÃO
Museu de Artes e Ofícios, Arquitetura, Palácio das Artes, Feira de Artes e Artesanato, Centro de Artesanato Mineiro

HORIZONTES DA CIDADE

MANGABEIRAS
Parque das Mangabeiras, Praça do Papa, Serra do Curral: mirantes naturais e trilhas

VIDA AO AR LIVRE

Savassi, Santo Antônio, Serra, São Pedro, Santa Tereza, Santa Efigênia...

- Os roteiros turísticos no entorno de BH

Os produtos turísticos dos arredores de Belo Horizonte exercem um papel importante como complemento da oferta da capital mineira e foram incluídos no inventário e valoração da Fase I deste Plano. Esta estratégia definiu 4 produtos no entorno:

PLANO HORIZONTE RELATÓRIO FINAL 157

Anexo 12 – Programa de Sensibilização para a Hospitalidade apresentado no Plano Horizonte



P3 PROGRAMA DE SENSIBILIZAÇÃO PARA A HOSPITALIDADE

Objetivos

- Capacitar e informar os profissionais do setor turístico do portfólio de produtos e mercados e da estratégia estabelecida no Plano Horizonte;
- Promover a auto-estima do belo-horizontino e tornar Belo Horizonte e seus produtos conhecidos e valorizados pela sua população
- Melhorar o conhecimento e a informação dada ao turista sobre os recursos e atrativos da cidade.

Um dos principais problemas identificados na Fase I do Plano Horizonte foi o pouco conhecimento que o *trade* turístico, em específico, e a comunidade, em geral, têm de Belo Horizonte de seus atrativos. Em muitos casos, quando conhecem atribuem pouco valor.

O Programa de Sensibilização tem como objetivo melhorar a percepção que a população e os profissionais diretamente e indiretamente relacionados à atividade turística têm de Belo Horizonte, atuando diretamente na comunicação e a informação do processo de estruturação e marketing turístico proposto no Plano Horizonte, visando como resultado a qualificação da recepção ao turista por meio do conceito da hospitalidade.

Podemos entender hospitalidade como o ato de receber o outro, possibilitar abrigo e acolhimento, uma troca entre hóspedes e anfitriões. O conceito de hospitalidade permeia o ambiente privado (empresas turísticas) e o público (cidades, instituições culturais), caracterizados como espaços onde ocorre a troca da hospitalidade, ou seja, o ato de ser hospitaleiro, de receber bem seu hóspede.

Neste sentido, o Programa de Sensibilização para a Hospitalidade entende como anfitriã a cidade de Belo Horizonte e todas as pessoas, instituições ou empresas que trabalham direta e indiretamente com o turismo. Este programa terá como foco o setor público, representado pela Belotur, o *trade* turístico e a comunidade em geral.

Anexo 13 - Programa de Sensibilização para a Hospitalidade apresentado no Plano Horizonte – continuação...



P3	PROGRAMA DE SENSIBILIZAÇÃO PARA A HOSPITALIDADE		
PROJETO	BH COM ORGULHO	AÇÃO	A41 – Campanha Cidade BH
DESCRIÇÃO			
Informar sobre o Plano Horizonte e mostrar os atrativos turísticos da cidade para os próprios belo-horizontinos.			
Mostrar e conscientizar a população de que o investimento em turismo tem como imediato resultado a melhoria da qualidade nas diferentes áreas da cidade.			
CRONOGRAMA	2007		

P3	PROGRAMA DE SENSIBILIZAÇÃO PARA A HOSPITALIDADE		
PROJETO	BH COM ORGULHO	AÇÃO	A42 – Adesivos da marca
DESCRIÇÃO			
Distribuição massiva de adesivos em estabelecimentos comerciais e turísticos.			
CRONOGRAMA	2007		

P3	PROGRAMA DE SENSIBILIZAÇÃO PARA A HOSPITALIDADE		
PROJETO	GESTÃO DA HOSPITALIDADE	AÇÃO	A43 – Horizonte do Turismo em Belo Horizonte e municípios do entorno
DESCRIÇÃO			
Informar e consolidar junto aos gestores municipais sobre as parcerias de promoção para os produtos prioritários estabelecidos no Plano Horizonte.			
CRONOGRAMA	2007		

Anexo 14 - Projetos e Ações para a Hospitalidade apresentado no Plano

Horizonte



PROJETOS	AÇÕES	BREVE DESCRIÇÃO
BH COM ORGULHO	A41 – Campanha Cidade BH	Informar sobre o Plano Horizonte e promover os atrativos turísticos da cidade para os próprios belo-horizontinos
	A42 – Adesivos da marca	Distribuição massiva de adesivos em estabelecimentos comerciais e turísticos
GESTÃO DA HOSPITALIDADE	A43 – Horizonte do Turismo em Belo Horizonte e municípios do entorno	Informar e consolidar junto aos gestores municipais sobre as parcerias de promoção para os produtos prioritários estabelecidos no Plano Horizonte
	A44 – Novos Horizontes	Promover o conteúdo do Plano Horizonte para os profissionais diretamente envolvidos com o turismo belo-horizontino

PLANO HORIZONTE RELATÓRIO FINAL

224

Anexo 15 - Distribuição dos Investimentos por Programa do Plano Horizonte



3.1. Distribuição dos Investimentos por Programa

Para o primeiro ano de implantação do Plano Horizonte, a distribuição orçamentária por Programas e Subprogramas é a que se apresenta no quadro abaixo.

A partir do segundo ano, o orçamento do Programa de Suporte será proporcionalmente menor, já que algumas ações não serão realizadas todos os anos, transferindo os recursos para o Programa de Comunicação aos Mercados e, mais especialmente, ao Subprograma de Promoção aos turistas.

A distribuição no Programa de Comunicação aos Mercados considerou o peso específico das linhas de produtos e mercados prioritários.

PROGRAMAS	INVESTIMENTOS
PROGRAMA DE SUPORTE	R\$ 910.000,00
Subprograma de Identidade Turística	R\$ 273.000,00
Subprograma de Base	R\$ 591.500,00
Subprograma de Informação	R\$ 45.500,00
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO AOS MERCADOS	R\$ 1.430.000,00
Subprograma Bureaus de Produto	R\$ 143.000,00
Subprograma de Atenção Mercados	R\$ 286.000,00
Subprograma de Imprensa Turística e de Viagens	R\$ 171.000,00
Subprograma de Promoção ao <i>Trade</i> Turísticos	R\$ 286.000,00
Subprograma de Promoção aos Turistas	R\$ 534.000,00
PROGRAMA DE SENSIBILIZAÇÃO	R\$ 160.000,00
PROGRAMA DE RESERVA CONJUNTURAL	R\$ 100.000,00
TOTAL	R\$ 2.600.000,00

