

HOSPITALIDADE URBANA DO CENTRO HISTÓRICO DE PELOTAS/RS

Camila Osório Dutra

Graduanda em Hotelaria - UFPEL
camilaosrd@gmail.com

Liliane da Cruz Caldas

Mestra em Gestão e Planejamento Turístico – Universidade de Málaga
lilianecaldas@gmail.com

Pedro Mascarenhas de Souza Pinheiro

Mestre em Turismo e Hotelaria – UNIVALI
Professor da UFPEL
pedrohotelaria@hotmail.com

Tiago Rodrigues Bastos

Graduação em História - UFPEL
tiagobastos13@yahoo.com.br

Recebido: 28 de junho, 2017

Aprovado: 27 de outubro, 2017

RESUMO

O presente trabalho tem como objeto de estudo a Hospitalidade Urbana do Centro Histórico da cidade de Pelotas/RS. Tendo como objetivo compreender se o Centro Histórico desta cidade, é, ou não, hospitaleiro, através das categorias de análise: Acessibilidade, Identidade e Legibilidade. Para isto, foram realizadas pesquisas bibliográficas e questionários com moradores e turistas em diferentes pontos da cidade.

Palavras-chaves: Centro Histórico; Hospitalidade Urbana; Pelotas.

INTRODUÇÃO

A cidade de Pelotas/RS possui um conjunto arquitetônico cultural riquíssimo, sendo, de acordo com o site da Prefeitura municipal considerado patrimônio histórico e artístico nacional e patrimônio cultural do Estado do Rio Grande do Sul. O seu patrimônio cultural arquitetônico, de forte influência europeia, é um dos maiores de estilo Eclético do Brasil, em quantidade e qualidade, com 1300 prédios inventariados.

Levando em consideração a importância destes para o turismo na cidade, é fundamental que se pense em hospitalidade, tanto para os visitantes, quanto para os moradores. Desta forma, o artigo deseja abordar o fato de este Centro Histórico ser ou não, Hospitaleiro. Neste caso, será analisada a Hospitalidade Urbana e as três dimensões coexistentes: Acessibilidade, Legibilidade e Identidade (Grinover, 2006; Grinover, 2013). A partir disto, será apresentado os resultados adquiridos.

80

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste trabalho buscamos os conceitos da hospitalidade, em seu modo geral, e, mais precisamente, da hospitalidade pública (urbana), os quais serão discorridos nas próximas linhas.

Hospitalidade

A palavra hospitalidade deriva-se do termo francês *hospice*, que tem como significado dar ajuda/abrigo aos viajantes. O conceito original da hospitalidade é encarado como uma dádiva, como a possibilidade de se fazer o bem a alguém, sem a expectativa de retorno. Para que exista hospitalidade é primordial a existência de dois atores, o que acolhe e o que é acolhido. O ato de ser hospitaleiro requer reciprocidade. Gotman (2008) sugere que a hospitalidade é uma relação especializada entre dois protagonistas, aquele que recebe e aquele que é recebido.

A ideia da hospitalidade é tão antiga quanto a própria civilização, porém o conceito foi mudando ao longo dos anos, para acompanhar esta mudança, foram criados conceitos mais modernos e a hospitalidade foi dividida em quatro grupos (Lashley; Morrison, 2005): doméstica, comercial, virtual e urbana, este último assunto principal deste trabalho. A seguir serão explicitados estes diferentes tipos.

Hospitalidade doméstica

Reconhecido como a primeira forma de hospitalidade praticada, refere-se ao ato de receber, ajudar, de abrir sua casa ao viajante, de dividir sua comida. Com origem na época das cruzadas, atualmente a hospitalidade doméstica foi novamente conceituada com os códigos de etiqueta e com a recepção em eventos sociais como festas de aniversário, casamento, entre outras.

81

Os gestos de hospitalidade devem ser compreendidos e exercitados através da cultura e dos hábitos e costumes locais e da cultura e dos hábitos e costumes dos hóspedes. São considerados elementos como acolhimento, tradição, alimentação, relacionamento, identidade, ritos (Soares, 2013). É sabido que os grupos sociais possuem regras, e cabe ao indivíduo acatá-las, caso queira ser aceito (Figueiredo, 2007).

Para Petrocchi (2002) hospitalidade tem por significado fazer o outro sentir-se em casa, embora fora desta, pela atenção recebida, pela cordialidade sentida em cada gesto. Na opinião de Acosta e Bastos (2012) receber bem o hóspede é um dever do anfitrião, gesto valorizado em todas as sociedades. As autoras defendem que pensar em receber pessoas requer sensibilidade para colocar-se no lugar do outro (empatia), ver o mundo através do outro, buscando atender suas necessidades e contemplando assim seus desejos e expectativas.

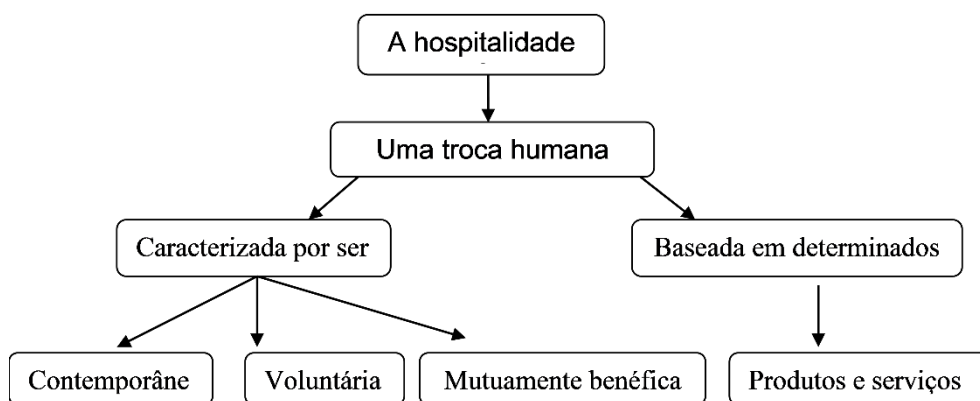
Com a exigência de clientes por um tratamento mais personalizado, com maior qualidade, a hospitalidade foi transformada em uma forma de se aumentar o número de interessados em consumir os produtos/serviços de uma empresa. Porém o termo hospitalidade referia-se a uma entrega sem expectativa de retorno, para evitar esta dicotomia, foi criado o termo hospitalidade comercial, que será comentado a seguir.

Hospitalidade comercial

Para Lashley e Morrison (2005) o mercado compreende a hospitalidade inerente à prestação de serviços. O ato de colocar-se no lugar do outro também está presente nas relações comerciais. Atender ou antecipar necessidades e desejos de clientes é uma das formas de mostrar-se hospitaleiro nestas situações.

Brotherton e Wood (2004) buscam definir a hospitalidade (figura 01). Ao determiná-la como uma troca humana, apresenta-se a possibilidade de estar tanto no ambiente doméstico quanto no comercial. Suas caracterizações (contemporânea, voluntária e mutuamente benéfica) também são totalmente compreensíveis nestes dois ambientes.

Figura 01 – Caracterização da hospitalidade



Fonte: Brotherton; Wood (2004)

Nas palavras de Quadros (2011) as características dos domínios, doméstico e comercial, da hospitalidade, são divergentes em sua totalidade, isto se dá por que o objetivo de cada

domínio é diverso. Se a hospitalidade doméstica prima pela interação e experiência social, a comercial visa a busca do lucro através da satisfação do cliente. Esta hospitalidade está baseada na percepção do significado de excelência em serviço para o cliente e de troca comercial para o anfitrião (prestador de serviços) (Quadros, 2011).

Para Gotman (2008) o “sorriso comercial”, talvez marca registrada desta esfera da hospitalidade, é endereçado indiferentemente a qualquer cliente em potencial, tendo por objetivo acolher o outro, mas, ao mesmo tempo, neutralizar todo o compromisso que não seja comercial. Gotman (2008), usa-se ainda de quatro preceitos para definir esta “comercialização” da hospitalidade: Estandardização (capacidade de oferecer o mesmo padrão de serviço à diferentes clientes); Fidelização (manutenção do cliente); Neutralização (espaços carentes de personalização) e Desapropriação (cliente como “dono” do espaço).

Porém, enquanto as formas doméstica e comercial da hospitalidade requerem pontos em comum, principalmente a existência de dois atores, aquele que recebe e aquele que é recebido, uma nova forma de hospitalidade, a virtual, que será abordada na sequência deste trabalho, trata da interação do usuário com o ambiente virtual, com máquinas e computadores.

Hospitalidade virtual

Soares (2013), define que o ambiente virtual é uma das principais ferramentas utilizadas por empresas para estabelecer a comunicação com seus clientes, muitas vezes realizada antes da prestação do serviço em si. O que a faz pensar em uma extensão da hospitalidade comercial. A autora defende ainda que o grande desafio desta modalidade está em promover o acolhimento antes mesmo do consumo/produção do serviço (Soares, 2013).

A autora comenta também que os sites não são ambientes estáticos, podem ser, inclusive, ambientes bastante interativos, dependendo das facilidades que oferecem (Soares, 2013).

A dificuldade repousa, justamente, em conseguir criar um ambiente virtual agradável para

quem visita ou interage com a página. Soares (2013) comenta que a ação hospitaleira prevê a transposição da referência de qualidade, que costuma ser objetiva e protocolar na referência comportamental, mas subjetiva e humana também. Com isso se ampliam as possibilidades de experiências no setor de serviços.

Hospitalidade urbana

A hospitalidade Urbana, foco deste trabalho,

revela-se como espaço passível de ser sentido, pensado, apropriado e vivido pelo indivíduo por meio do corpo, pois é em todos os seus sentidos que o habitante usa o espaço, cria/percebe os referenciais, sente os odores dos lugares, dando-lhes sentido, o que significa que o uso envolve o indivíduo e seus sentidos, seu corpo. (Carlos, 2001 apud GRINOVER, 2013)

Segundo Grinover (2006; 2013), hospitalidade significa a relação humana com o outro e com o lugar. Assim, a atividade hospitaleira estuda o receber, seja o turista/hospede ou morador/anfitrião.

A Hospitalidade Urbana refere-se ao espaço público de livre acesso ou acesso controlado, espaços comum e de uso coletivo. Considerando aqui, os espaços de livre acesso: ruas, praças; lugares onde, independente do horário ou dia, a circulação da população é livre. E os espaços de acesso controlado, locais onde qualquer um é livre para visitar, porém, nos horários de funcionamento, como: bares, restaurantes.

O espaço urbano é o elemento que vai trazer estrutura para cidade, onde moradores e turistas vivem a experiência do local. Neste caso, deve-se assegurar: os direitos, a acessibilidade à memória, a segurança, a informação, o conforto, a circulação, o acesso visual, a arquitetura, e estrutura urbana. (Severini, 2013).

Portanto, Hospitalidade Urbana está ligada ao ato de acolhimento, boas maneiras, cortesia, da cidade. Possibilitando, assim, moradores e turistas vivenciarem experiências na

interação com o outro e com o lugar. Desta forma, pode-se dizer que quanto mais experiências vivenciadas, maior será a condição hoteleira do espaço.

Para Grinover (2006; 2013), a Hospitalidade Urbana pode ser caracterizada, a partir da coexistência de três categorias de análise: Acessibilidade, Identidade e Legibilidade.

Segundo o autor

a análise dessas categorias nos coloca à frente dos resultados concretos da ocupação e das ações sobre a cidade, dos moradores e dos hóspedes (turistas, homens de negócios, migrantes, estudantes etc.) no sentido mais amplo e real da relação entre anfitrião e hóspede. (Grinover, 2006, p. 31)

Neste caso, a partir destas categorias, sugeridas pelo autor, torna-se possível analisar de forma mais clara as condições de hospitalidade de uma cidade e/ou local, levando em consideração a relação entre moradores e hóspedes.

Acessibilidade

A categoria de Acessibilidade remete a diferentes atividades e serviços de uma cidade, que devem possibilitar o acesso de forma igualitária para todos. Neste caso, Grinover (2006) diz que

pode ser considerada como a disponibilidade de instalações (levando em conta os limites de capacidade dos equipamentos urbanos), ou de meios físicos, que permitem esse acesso (considerados, ao mesmo tempo, os meios de transporte e o uso do solo), ou ainda, de acessibilidade socioeconômica (levando em conta a distribuição de renda). (Grinover, 2006, p. 37)

Acesso à cidade e cidadania, são dois fatores que devem caminhar juntos. É fundamental e de direto de todos terem acesso às condições mínimas de qualidade de vida, ou seja, de hospitalidade. Segundo Grinover (2006) “Uma boa qualidade de vida, e, portanto, de hospitalidade, é condição para o desenvolvimento urbano e é uma condição estratégica da cidade.”

Portanto, para que se garanta a acessibilidade, é importante estar ao alcance dos atores envolvidos (moradores e visitantes), o acesso à cultura, a condições de lazer, de escola, de trabalho, possibilitar acesso à rede de esgoto, água, serviços de transportes apropriados, pois estas são algumas atividades/serviços que dão acesso à cidade, ao espaço urbano e a definição de lugar/local público e acessível.

Legibilidade

Por legibilidade, para Grinover (2006), entende-se a qualidade visual de uma cidade ou de um território, que pode ser examinada por meio de estudos da percepção que dela fazem, antes de qualquer outro, os seus habitantes.

Essa imagem mental é uma referência, é uma estrutura gramatical e sintática que se exprime pela codificação de mensagens, e, em seguida, pela decodificação dessas mesmas mensagens (Grinover, 2006, p. 42). Portanto, através desta categoria, torna-se possível compreender qual a imagem e memória guardada pelos indivíduos. O que e como estes reconhecem um determinado espaço (lugar/local). Para Grinover (2006)

existe uma comunicação dialógica entre esse determinado edifício e a sensibilidade de um cidadão, que elabora percursos absolutamente subjetivos e imprevisíveis. Por exemplo, eu posso preferir determinadas ruas em determinadas horas do dia, razão pela qual escolho meus itinerários urbanos, não somente em termos vantajosos quanto à rapidez dos movimentos, mas também pelo fluxo emotivo que se libera quando atravesso essas ruas e não outras. (Grinover, 2006, p. 43)

A percepção dos usuários da cidade caracteriza os elementos que constituem a paisagem urbana. Cada indivíduo pode ter uma visão diferente, sobre o que é qualidade de visual, o que é bonito ou feio, do que é atrativo ou não (Ferretto, 2007).

Identidade

A categoria que aborda a Identidade refere-se ao ato cultural, ou seja, experiências vividas serão características para imagem mental formar elementos da identidade do

indivíduo/espço. No entanto, estas identidades podem ser criadas e recriadas. Além disso, Grinover (2006) defende que existe uma oscilação entre o que é tradição e o que é tradução

Essa oscilação entre tradição e tradução está cada vez mais evidente num quadro global: as identidades culturais que estão emergindo em toda parte não são “fixas”, estão em “transição”, retiram seus conteúdos a partir de diferentes tradições culturais, e são produtos cada vez mais comuns no mundo urbano globalizado. Como “tradução”, descrevem-se formações de identidades compostas por pessoas que foram “retiradas” para sempre de seu lugar natal. Essas pessoas têm fortes vínculos com suas terras de origem e suas tradições, mas sem a ilusão de um retorno ao passado. Elas são obrigadas a negociar com as novas culturas em que agora vivem, sem perder completamente sua identidade. Elas carregam os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias particulares. (Grinover, 2006, p. 45)

87

É importante, então, compreender que a hospitalidade está ligada a memória de habitantes, e habitantes e visitantes, identidade formada pela relação social existente. Para Grinover (2006) “A única possibilidade de construir a hospitalidade pressupõe a capacidade de conhecer a cidade como ela é, sobretudo de reconhecê-la como realidade.”

METODOLOGIA

O artigo tem como objetivo, analisar a Hospitalidade Urbana no Centro Histórico da cidade de Pelotas através das categorias coexistentes: Acessibilidade, Identidade e Legibilidade (Grinover, 2006). Com isso, buscar compreender se o mesmo é, ou não, hospitaleiro.

A pesquisa é de caráter qualitativo onde o objeto é o fator determinante para a escolha de um método, os objetos são estudados em sua complexidade e totalidade (Flick, 2004). Ela

visa conhecer, através de um processo de observação, a Hospitalidade Urbana que envolve o Centro Histórico da cidade de Pelotas.

Para efetivação deste estudo, foi realizada pesquisa bibliográfica e questionários com moradores e turistas. Foram aplicados ao todo 143 questionários, em três espaços diferentes do Centro Histórico da cidade: Praça Coronel Pedro Osório, Calçadão da rua Andrade Neves e Mercado Municipal Público.

Foram buscados espaços diferentes, dentro do mesmo Centro Histórico, com o intuito de verificar se o local onde o respondente está, no momento da resposta, interfere na sua análise do espaço. Para tal foram eleitos estes espaços, um mais comercial (Calçadão), um de uso de lazer da população (Praça Coronel Pedro Osório) e outro com caráter mais turístico (Mercado), que podem ser observados a seguir no quadro 01.

Quadro 01 – Espaços onde realizaram-se os questionários

Praça Coronel Pedro Osório



Calçadão



Mercado Público



Fonte: Elaborado pelos autores

As respostas foram examinadas a partir de dois tipos de análises de dados: nuvem de palavras, onde através do método heurístico, apontam as palavras mais mencionadas nos questionários, e a partir disso é possível iniciar uma análise mais detalhada, e análises estatísticas.

Além disso, para esta pesquisa, foram realizadas análises de estudo de caso, que é um estudo profundo que possibilita conhecimento amplo e detalhado de um objeto de pesquisa (Triviños 1987). Tem caráter exploratório, pois como afirmam Cooper e Schindler (2003) a área de investigação pode ser tão nova ou tão vaga que o pesquisador precisa fazer uma exploração a fim de saber algo sobre o problema enfrentado. É através da exploração que o pesquisador desenvolve conceitos de forma mais clara, estabelece prioridades, desenvolve definições operacionais e melhora o planejamento final da pesquisa. Ainda, foram realizadas análises descritivas, que para Cooper e Schindler (2003) entre os objetivos da pesquisa descritiva a descrição de fenômenos ou características associadas com o objeto alvo, assim, no decorrer é feita a descrição das características da Hospitalidade Urbana (Acessibilidade, Identidade e Legibilidade).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base nas análises feitas a partir das categorias de Grinover (2006; 2013), abaixo serão apresentados os resultados adquiridos.

Acessibilidade

Para observar as condições de acessibilidade, foram levadas em consideração as condições das vias, a oferta de transporte público e as condições de acessibilidades para pessoas com deficiência existentes.

Em relação ao transporte público, o espaço analisado recebe diferentes linhas de ônibus, que ligam diferentes bairros da cidade. Próximo à maioria dos patrimônios históricos, há

linhas de ônibus, possibilitando, assim, acesso a todos. Além disso, a cidade conta com uma boa frota de táxis, garantindo outro meio de acesso no ir e vir. Outra forma encontrada são os alugueis de bicicletas, oferecidos pela Prefeitura Municipal de Pelotas.

Em relação a elementos de acessibilidade referente a necessidades especiais; no entorno da Praça Coronel Pedro Osório, onde encontra-se o maior número do conjunto arquitetônico da cidade, há rampas na maioria das esquinas, entretanto, em algumas faixas de segurança, não. Além disso, há presença de piso tátil, porém, nem todos estão bem instalados. Já nos prédios históricos há barreiras que impossibilitam a acessibilidade para pessoas com deficiência.

Como qualquer alteração em suas fachadas é muito difícil de ser realizada, foram encontrados prédios sem condições de acesso a estes indivíduos, como a prefeitura municipal e o prédio do Grande Hotel, da Universidade Federal de Pelotas. Prédios em que há algum tipo de acessibilidade, mas não pela porta principal, como o casarão 8 (Museu do Doce) e o Lyceu, ambos da UFPel e a Biblioteca Pública Municipal. E somente um prédio que possui ascensor para cadeira de rodas, o do casarão 6, de propriedade de Prefeitura Municipal.

Identidade

“O patrimônio cultural arquitetônico de Pelotas é contemplado com: as charqueadas; o entorno da Praça Coronel Pedro Osório; Igrejas; os museus; e diversos outros prédios. Os prédios têm influência francesa e portuguesa.” (Dutra; Pinheiro, 2016)

O Centro Histórico destaca-se pela beleza de seus prédios e espaços históricos. No entanto, conforme o tempo houve variações em sua identidade.

Na tabela 01, são apresentados os prédios que compõem o entorno da Praça Coronel Pedro Osório, bem como a manutenção ou não do uso original da edificação. Sobre a

Praça Coronel Pedro Osório, podemos dizer que possui oito entradas e o chafariz “As Nereidas”, importado da França, localizado em seu ponto central. Antes de chegar ao seu nome atual, sustentou diferentes nomes: Regeneração, Pedro II e da República.

No ano de 2016, foi concluída uma reforma que deixou a praça com suas características originais (acesso, traçados e árvores plantadas). É ponto de encontro da população pelotense e recebe diversos eventos como a feira do livro municipal, doce de natal e o piquenique cultural.

Tabela 01 – Prédios que compõem o entorno da Praça Coronel Pedro Osório

Edificação	Ano	Uso Original	Uso Atual
Banco do Brasil	1928	Agência Bancária	Abandonado
Casa de Pompas Fúnebres Moreira Lopes	1882	Funerária	Funerária
Prefeitura Municipal	1881	Sede do poder executivo	Sede do poder executivo
Teatro Sete de Abril	1883	Teatro	Em reformas
Biblioteca Pública Municipal	1878	Biblioteca	Biblioteca
Clube Caixeiral	1879	Clube social dos caixeiros viajantes	Clube social
Quartel Legalista	1830	Quartel General	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo; Lojas Comerciais
Casarão 2	1830	Residencial	Secretaria Municipal de Cultura; Museu Adail Bento Costa
Casarão 6	1879	Residencial	De propriedade da prefeitura municipal. Recebe visitas e eventos
Casarão 8	1878	Residencial	Museu do Doce
Teatro Guarany	1920	Teatro	Teatro
Casas Geminadas	1912	Residencial	Em reforma
Grande Hotel	1928	Hotel	Sede do curso de Hotelaria da Universidade Federal de Pelotas

Fonte: elaborado pelos autores

Por mais que haja diferença entre os usos original e atual de algumas edificações, podemos dizer que a identidade das mesmas, e da praça, permanece a mesma. Os prédios ainda possuem o mesmo estilo arquitetônico do tempo de suas construções, com elementos franceses presentes em várias das edificações. A própria praça segue como ponto central da cidade, palco de acontecimentos sociais e políticos locais. Ainda é a sede do poder executivo municipal, e recebe, atualmente, uma presença maior da Universidade Federal de Pelotas.

Outro ponto do Centro Histórico pelotense analisado foi o Mercado Público. Construído em 1847 no estilo neoclássico, consistia num prédio quadrado, de pátio central, com acesso pelas esquinas. A construção destinada às lojas e o pátio ao comércio informal. Entre 1911-1914, houve uma reformulação mudando as plantas e fachadas. Foi neste momento, que o Mercado recebeu a torre do relógio e o farol de ferro, importados de Hamburgo (Alemanha). Além disso, foram feitas mudanças nos acessos, passando a ter acessos centralizados.

82

Durante as décadas de 1980 e 1990 e até meados da primeira década do ano 2000, o Mercado Público foi ocupado somente por peixarias, açougues e o comércio informal. Sendo palco frequente de prostituição e tráfico de drogas. Após extensa reforma, foram realizadas novas licitações de seus espaços, a partir do ano de 2014 o local volta a funcionar como Mercado Público, oferecendo, além de açougues e peixarias, lojas de temperos, bancas de frutas e verduras, serviços de cabeleireiro e manicure, lojas de artesanato local, loja de doces e cafeterias e restaurantes, tanto em sua parte interna quanto na parte externa.

Em relação à identidade, pode-se dizer que o Mercado Público tem voltado a ser observado como espaço de lazer e entretenimento, depois de algum tempo sendo evitado pela população pelotense e turistas, este local concentra efervescência social, sendo palco de shows, eventos e manifestações políticas, sociais e culturais.

O terceiro espaço analisado no Centro Histórico pelotense foi o Calçadão da Rua Andrade Neves. A Rua Andrade Neves já figurava na primeira planta municipal, datada de 1815.

Durante o século XIX, ficou conhecida como “Rua das Flores”, pelo elevado número de pomares e hortas encontrado. A partir da década de 1950 o espaço ficou conhecido pelo comércio intenso que proporcionava, quando diferentes lojas se estabeleceram ao longo da rua (Magalhães, 2000).

A via foi fechada para veículos no início da década de 1980, com o calçadão espalhando-se entre as ruas Lobo da Costa e Voluntários da Pátria, e sendo cortada transversalmente pelas ruas Floriano Peixoto, Sete de Setembro e General Neto, perfazendo um total de quatro quarteirões.

Este local segue atualmente como um dos principais polos de comércio na cidade, afetado pela inauguração do Shopping Pelotas em 2013. A Rua Andrade Neves possui, em sua extensão, 02 galerias comerciais e um grande número de lojas das mais variadas especialidades, bem como cinema, cafeterias e restaurantes.

No que tange à identidade, podemos dizer que houve uma mudança muito profunda na vocação desta via, em meados dos anos 50, quando deixa de ser residencial e passa à comercial. Desde então, a rua segue com o mesmo propósito, alavancado com a construção do seu calçadão, nos anos 80.

Legibilidade

Através de entrevistas feitas com moradores e turistas, onde buscou-se compreender qual a percepção diante do Centro Histórico de Pelotas, foi possível analisar a Legibilidade.

A pesquisa foi realizada em três pontos históricos da cidade: Praça Coronel Pedro Osório, Mercado Municipal Público e Calçadão de Pelotas, considerados de maior movimentação durante os dias. A partir da indagação: “Com somente uma palavra, quando você pensa no Centro Histórico de Pelotas, o que vem a sua cabeça?” Foram realizadas 143 entrevistas,

em sua maioria com moradores, somando um total de: 120 moradores e 23 turistas, sendo que 2 moradores e 2 turistas, não souberam responder à pergunta.

Infelizmente, a quantidade de turistas entrevistados, em relação a quantidade de moradores, não trouxe uma análise muito completa, pois não foi possível fazer uma comparação mais detalhada. No entanto, pode-se perceber que tanto os moradores, como os turistas, fazem, em sua maioria, a ligação do Centro Histórico da cidade de Pelotas a algum lugar, tendo como destaque em suas respostas, o Mercado Público. Além disso, apesar de poucos turistas entrevistados, nota-se uma boa variação em suas respostas, ou seja, isto é característico da legibilidade, onde cada indivíduo destaca aquilo que lhe chama mais atenção. No total foram 48 respostas diferentes. Para uma análise mais detalhada entre localidades, dividiu-se as respostas por local.

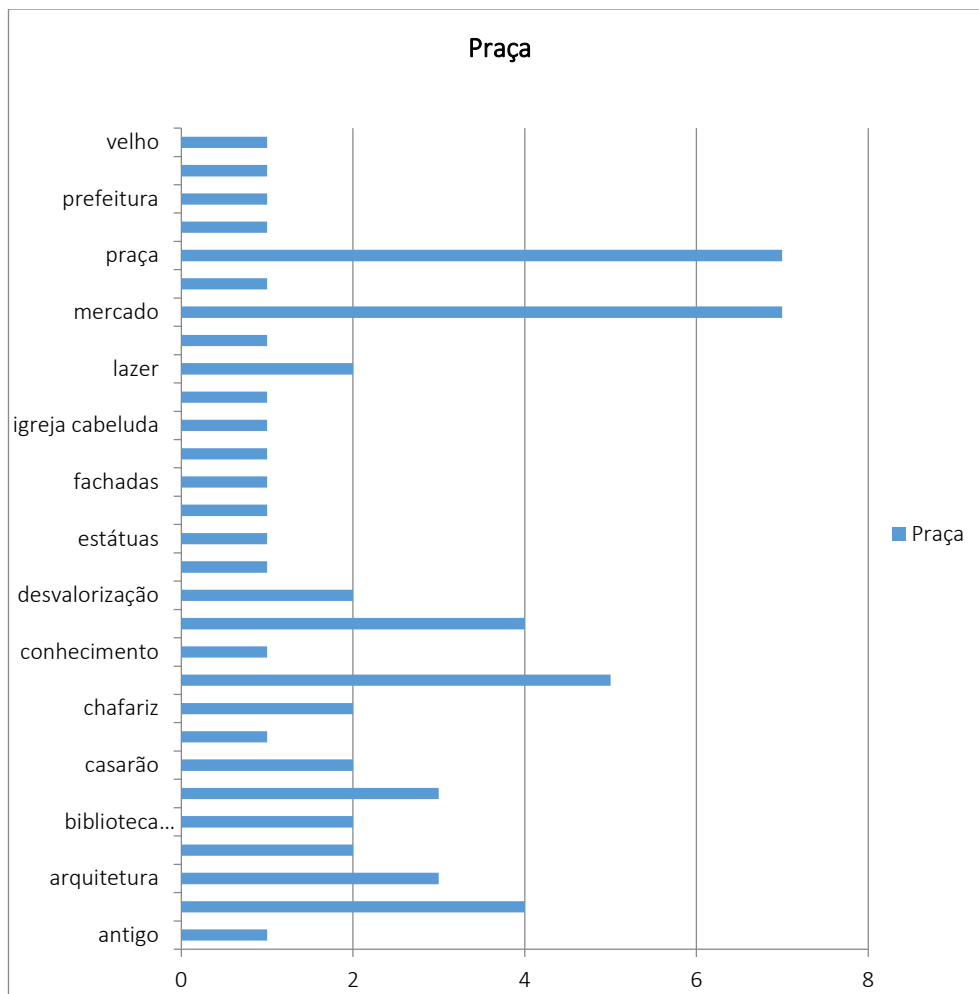
Figura 02 – Nuvem de palavras Praça Coronel Pedro Osório



Fonte: autores (2017).

Na Praça Coronel Pedro Osório, foram realizadas 61 entrevistas, sendo 52 moradores e 9 turistas. Foram 29 respostas diferentes, e como pode-se observar pela nuvem de palavras, duas respostas foram as que mais apareceram: Praça Coronel Pedro Osório e Mercado Público.

Gráfico 03 – Praça Coronel Pedro Osório



Fonte: autores (2017).

Entre as respostas, 4 apareceram tanto nas entrevistas feitas com moradores, quanto com turistas, são: Antiguidade, Arquitetura, Chafariz e Mercado; outras 4 aparecem somente nas respostas de turistas: Diversidade, Igreja Cabeluda, Prefeitura e Raridade; e o restante são respostas somente de moradores: Antigo, Baronesa, Biblioteca Pública, Bonito,

Casarão, Castelo Simões Lopes, Charqueadas, Conhecimento, Cultura, Desvalorização, Estátuas, Europa, Fachadas, História, Importância, Lazer, Medo, Movimentação, Praça, Precariedade, e Velho.

O segundo local apresentado, primeiramente, através da nuvem de palavras, será o Calçadão, conforme abaixo.

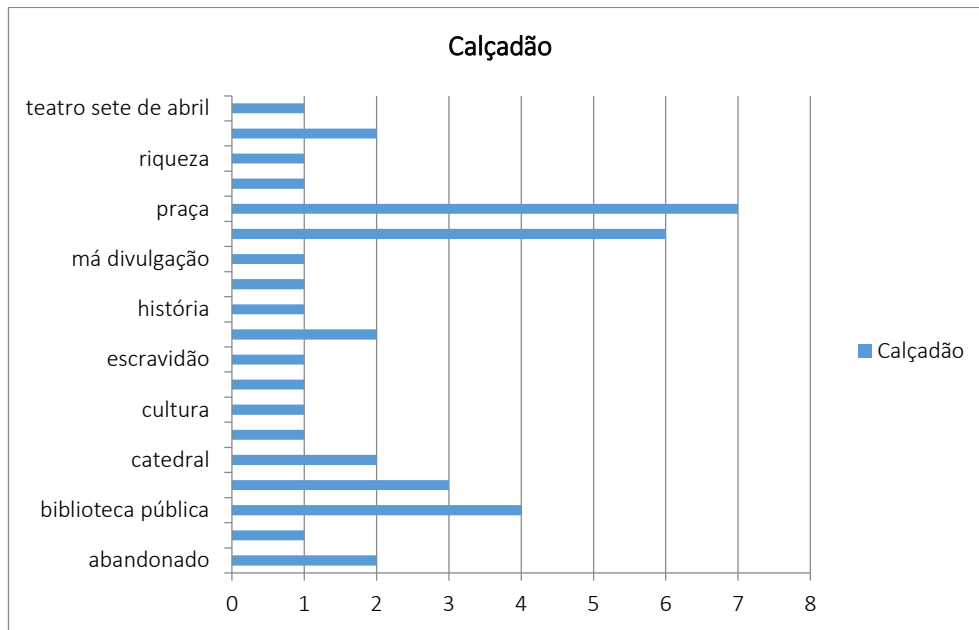
Figura 03 – Nuvem de palavras Calçadão de Pelotas



Fonte: autores (2017).

No calçadão, foram realizadas no total 43 entrevistas. Porém, neste local 2 moradores demonstraram não saber do que se tratava e 2 turistas declaram não ter conhecimento da cidade. Neste caso, 35 respostas analisadas, foram de moradores e 4 de turistas. Conforme o gráfico 2.

Gráfico 03 – Calçadão de Pelotas



Fonte: autores (2017).

Neste local, foram apresentadas 19 respostas diferentes. Duas respostas apareceram entre morador e turista, sendo: Calçadão e Teatro Guarany, outras duas apareceram somente nas respostas dos turistas: Energia Histórica e História. E as palavras encontradas só nas entrevistas dos moradores, foram: Abandono, Antiguidade, Biblioteca Pública, Catedral, Chafariz, Cultura, Escravidão, Grande Hotel, lindo, má divulgação, Mercado, Praça, Prédios Históricos, Riqueza, e Teatro Sete de Abril. Porém, no total, a resposta mais encontrada foi: Praça Coronel Pedro Osório.

A terceira nuvem de palavras representa as repostas do público entrevistado no Mercado Público. Diante da nuvem de palavras apresentada, já é possível perceber qual foi a resposta em destaque, neste local.

Figura 04 – Nuvem de palavras Mercado Público

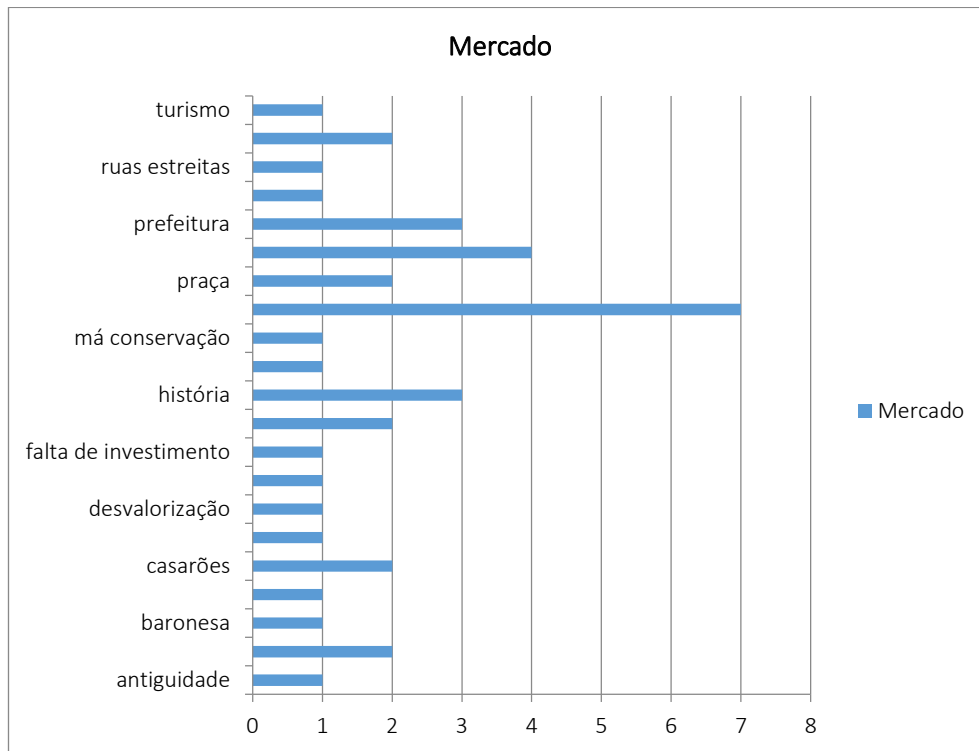


Fonte: autores (2017).

No Mercado Público, foram realizadas um total de 39 entrevistas, sendo 31 com moradores e 8 com turistas. No total foram 21 respostas diferentes, apresentadas no gráfico 3.

Destas, 13 foram dadas somente por moradores: Antiguidade, Arquitetura, Baronesa, Bonito, Casarões, Desvalorização, Edifícios, Falta de investimento, Prédios Históricos, Recordações, Ruas estreitas, Teatro Sete de Abril, Turismo. Respostas apresentadas só por turistas, foram 3: Igreja Catedral, Igreja Cabeluda e Má conservação.

Gráfico 04 – Mercado Público



Fonte: autores (2017).

Cinco, das respostas, apareceram nas entrevistas feitas tanto com moradores, quanto com turistas, foram: Grande Hotel, História, Mercado, Praça e Prefeitura. Seguindo as análises, abaixo a nuvem representa a resposta em maior entre os lugares que foi realizada a pesquisa. Além disso, foi analisado, quais foram as palavras que apareceram nos três locais de pesquisa.

Figura 05 – Nuvem de palavras Total



Fonte: autores (2017).

Conforme a nuvem de palavras, além do Mercado, a Praça Coronel Pedro Osório também apareceu em várias respostas, tanto uma, como a outra, apareceram nos três espaços pesquisados. Das 139 entrevistas analisadas, 20 pessoas fizeram a ligação do Centro Histórico ao Mercado, e 16 a Praça Coronel Pedro Osório. Ainda, outras duas respostas apareceram em todos os locais, foram: Antiquidade e História. Duas palavras que remetem a importância e conhecimento do Centro Histórico.

Como foi possível perceber, houve uma grande variação entre as respostas. A partir das análises por localidade, permitiu-se observar mais detalhadamente a percepção dos usuários. Uma análise interessante, é que a praça e o mercado são as respostas mais encontradas entre as entrevistas, no entanto, o Mercado aparece com bastante relevância, até mesmo entre os entrevistados da Praça, enquanto a mesma, nas entrevistas realizadas no Mercado, aparece somente em duas respostas.

É sobre isso que a hospitalidade de legibilidade se refere, cada indivíduo cada usuário de um espaço tem uma visão, uma percepção, do que é mais interessante, do que é guardado em suas experiências e conseqüentemente em suas memórias visuais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises realizadas a partir das categorias de Grinover (2006, 2013), mostraram que o centro histórico de Pelotas é hospitaleiro, já que este fornece condições de acessibilidade; teve sua identidade criada e recriada conforme o tempo; é reconhecido por sua história por moradores e turistas (em sua maioria); e sua legibilidade é percebida de diferentes formas pelos usuários da cidade. Visto que é um espaço que permite vivenciar experiências, estabelecer memórias visuais, e dá direito a todos, mostra e é considerado hospitaleiro.

Ainda, os resultados encontrados podem ter profundas aplicações práticas para os gestores de turismo da cidade de Pelotas, ao saber o que moradores e turistas observam mais em seus trajetos, e o que os marca mais, obtêm-se um vasto material de referência para melhorar pontos de atração nesta cidade. A observação da acessibilidade no município de Pelotas demonstra que a cidade precisa evoluir neste quesito, fornecendo condições de igualdade para o acesso no espaço público. Como sugestão de novas pesquisas, sugere-se a aplicação da metodologia com profissionais ligados ao turismo na cidade para observar se existem diferenças nas visões encontradas.

Acredita-se, também, que ao aplicar a metodologia sugerida por Grinover (2006;2013), o presente artigo traz uma discussão importante para o meio acadêmico ao buscar compreender a dinâmica do principal atrativo de uma das cidades indutoras do turismo no Brasil. Para tanto, sugere-se replicações deste estudo em diferentes cidades, o que possibilita perceber se os Centros Históricos são observados de maneiras semelhantes. Além disto, outros pontos que podem ser abordados são as condições de acesso em diferentes municípios e as identidades de diferentes cidades.

REFERÊNCIAS

- Acosta, A. C. M. de A.; Bastos, S. R. (2012). A etiqueta permeando o ambiente hospitaleiro das recepções domésticas. *Contribuciones a las ciencias sociales*. 5(18). ISSN: 1988-7833.
- Brotherton, B.; Wood, R. C. (2004). Hospitalidade e administração da hospitalidade. In: Lashley, Conrad; Morrison, Alison. *Em busca da hospitalidade: perspectivas de um mundo globalizado*. São Paulo: Ed. Manole, 2005.
- Cooper, D. R.; Schindler, P. S. (2003). *Métodos de pesquisa em administração*. Tradutora: Luciana de Oliveira da Rocha. 7. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Dutra, C.O.; Pinheiro, P.M. de S. (2016). Análise do acesso, facilidade e atrativos turísticos do centro histórico da cidade de Pelotas/RS. *Anais do IV Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria*. Balneário Camboriú (SC).
- Ferretto, L. H. (2007). *Poluição Visual Urbana: breve análise sobre a interferência da publicidade e a qualidade visual da Avenida Venâncio Aires*. Monografia. Curso de Comunicação Social - Habilitação em Propaganda e Publicidade. Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre.
- Figueiredo, J. P. (2007). *Etiqueta e Hospitalidade: do "bom-tom" às "boas-maneiras"*. Dissertação de mestrado. Programa de pós-graduação em hospitalidade. Universidade Anhembi Morumbi: São Paulo. p. 115.
- Flick, U. (2004). *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. Tradutora. Sandra Netz. 2ª edição. Porto Alegre: Bookman.
- Grinover, L. (2006) *A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade*. Revista Hospitalidade, São Paulo, 3(2), 29-50.
- Grinover, L. (2013) Hospitalidade, qualidade de vida, cidadania, urbanidade: novas e velhas categorias para a compreensão da hospitalidade urbana. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, Penedo, 3(1), 16-24.
- Gotman, A. (2008) O turismo e a encenação da hospitalidade. In BUENOS; RAMOS; CAMARGO. *Modernidade, cultura material e estilo de vida*. São Paulo: Ed. SENAC.
- Lashley, C.; Morrison, A. (2005) *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Ed. Manole.
- Magalhães, M. O. (2000) *Os Passeios da Cidade Antiga: guia histórico das ruas de Pelotas*. Pelotas: Ed. Armazém Literário.
- Petrocchi, M. (2002) *Hotelaria: Planejamento e gestão*. São Paulo: Ed. Prentice Hall Brasil.
- Quadros, A. H. de. (2011) A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviços. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, 8(1).

- Severini, V. F. (2013) Hospitalidade Urbana: ampliando o conceito. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, Penedo, 3(3) 84-99.
- Soares, C. M. P. (2013) Hospitalidade virtual: uma tentativa de compreensão. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, 10(2).
- Triviños, A. N. S. (1987) *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo. Atlas.