

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco

Campus Recife

Departamento de Cursos Superiores – DACS

Coordenação de Administração e Gestão de Turismo – CATU

Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo

José Mariano dos Santos Filho

Marcia Patrícia Moura da Silva

Marcilio Nóbrega Lisboa

Festival Cultural do Cuscuz de Guadalupe – Olinda

Recife

2023

José Mariano dos Santos Filho
Marcia Patrícia Moura da Silva
Marcilio Nóbrega Lisboa

Festival Cultural do Cuscuz de Guadalupe - Olinda

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco como parte dos requisitos necessários para obtenção de Grau Tecnológico em Gestão de Turismo, sob orientação da Professora Ma. Flávia Viviana Cavalcanti Gonçalves e coorientação da Professora Sonia Cristina Amorim da Silva.

Recife
2023

Ficha elaborada pela bibliotecária Danielle Castro da Silva CRB4/1457

S237f
2023

Santos Filho, José Mariano dos

Festival Cultural do Cuscuz de Guadalupe – Olinda. / José Mariano dos Santos Filho; Marcia Patrícia Moura da Silva; Marcilio Nóbrega Lisboa. --- Recife: Os autores, 2023. 75f. il. Color.

TCC (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, Departamento Acadêmico de Cursos Superiores. - DACS, 2023.

Inclui Referências.

Orientadora: Prof^a. Ma. Flávia Viviana Cavalcanti Gonçalves.
Coorientadora: Prof^a. Sonia Cristina Amorim da Silva.

1. Patrimônio histórico. 2. Cuscuz. 3. Festival. 4. Comunidade. I. Título. II. Gonçalves, Flávia Viviana Cavalcanti (Orientadora); Silva, Sonia Cristina Amorim da (Coorientadora). III. Instituto Federal de Pernambuco.

CDD 338.4791(21ed.)

José Mariano dos Santos Filho
Marcia Patrícia Moura da Silva
Marcilio Nóbrega Lisboa

Festival Cultural do Cuscuz de Guadalupe - Olinda

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Federal de Pernambuco como parte dos requisitos necessários para obtenção de Grau Tecnológico em Gestão de Turismo, sob orientação da Ma. Professora Flávia Viviana Cavalcanti Gonçalves.

Banca examinadora

Profa. Ma. Flávia Viviana Cavalcanti Gonçalves
(Presidente da Banca- Orientadora)

Profa. Ma. Sônia Cristina Amorim da Silva
Coorientadora

Professor .Me. Ateniense Alves de Mendonça
(Avaliador Interno)

Ma. Anna Karla da Silva Pereira
(Avaliadora Externa)

Dedico esse trabalho de conclusão de curso a Deus, que sem ele me inspirando dificilmente conseguiria chegar aonde cheguei, minha família e aos professores que com toda paciência do mundo nos orientaram. E a professora Márcia Moura (em memória) que me aconselhou muito durante todo o período do curso.

José Mariano dos Santos Filho

Dedico a conclusão desse curso ao meu Deus todo poderoso, meu filho, minha mãe, meu amor e a todos aqueles que torcem verdadeiramente por mim.

Marcia Patrícia Moura da Silva

Dedico este TCC em memória as minhas bisavós Maria Luiza da Costa e Auxiliadora a quem tiver a sorte de conhecer em vida e que se foram durante o tempo da minha trajetória no curso. E à professora de Geografia, do curso de Gestão de Turismo, Marcia Moura, que lutou bravamente contra o câncer, por todo aprendizado e exemplo dentro e fora da sala de aula.

Marcilio Nóbrega Lisboa

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus e aos espíritos de Luz, que nos guiam e protegem, minha esposa e filha, meus sogros, minha mãe e a meus colegas de curso que desde o início da jornada estiveram junto comigo.

A todos os professores que nos guiaram nessa jornada, em especial Flavia Cavalcante nossa orientadora, a Sonia Amorim nossa coorientadora e a professora Márcia Moura (in memoriam) que muito nos aconselhou a sempre correr atrás dos meus objetivos sem fraquejar.

José Mariano dos Santos Filho

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus, por ser tão perfeito na minha vida. Por toda sabedoria que Ele me dá e por toda sua bondade.

Ao meu filho, Nicolas, que é a minha maior motivação, razão de querer ir cada vez mais longe. O grande amor da minha vida. Mamãe ama ao infinito e além.

A minha mãe, Flávia, minha base, minha rocha, minha intercessora, minha inspiração. A mulher mais importante da minha vida, que eu amo demais.

Ao meu amor, João, por sempre torcer e acreditar em mim. Eu amo mil milhões.

Aos meus meninos, Marcílio e Mariano, agradeço por tudo. Por não me deixarem desistir e por terem dado o gás para que tudo saísse da melhor forma possível. Com paciência, principalmente nas minhas ausências, quando engravidei e depois que ganhei bebê.

Meus irmãos de outras mães, minha Gerência, que me fazem tão feliz.

Aos meus amigos e familiares, que são tão importantes na minha vida.

E aos professores do IFPE que foram essenciais para essa realização.

Marcia Patrícia Moura da Silva

AGRADECIMENTOS

Para iniciar, agradeço ao criador, o universo, os espíritos guias e todos aqueles que olham por mim, me protegem e me guiam ao longo da minha vida. Sem essa luz eu não chegaria tão longe.

Ademais, agradeço imensamente as minhas mães Maria de Lourdes Silva e Francilene Carla Nóbrega que sempre estiveram do meu lado, me apoiando, fazendo o impossível para que eu tivesse uma melhor vida, me dando todo o suporte que levo comigo na vida e após ela. Desde o início me apoiaram e graças a elas é onde me encontro. Meus portos seguros hoje e sempre.

Agradeço a professora Flávia Cavalcanti por toda a paciência, o apoio, a confiança e a espera por todo esse tempo, que não foi fácil, e por todo o aprendizado não só como professora, mas também como chefe e como pessoa onde tive a oportunidade de trabalhar ao seu lado. Agradeço a professora Sônia Amorim pelo pequeno tempo, mas de grande aprendizado e diferencial na coorientação desde trabalho onde contribui imensamente e abriu caminhos para a finalização, além das trocas em sala de aula e fora dela. Um enorme prazer por ela ter aceitado estar nessa jornada conosco.

Agradecimentos ao meu trio Mariano Filho e Marcia Moura pela cumplicidade e persistência para chegarmos até a finalização deste trabalho de conclusão de curso.

Agradecer também aos meus melhores amigos, Gabriela Oliveira, Hebert Santos, Igor Fernandes e Sandir Barros que estão comigo até hoje, sempre me acompanhando, apoiando, seja na alegria, na tristeza, no surto de cada dia ou nas maiores comemorações. Agradeço também a Henrique Arruda que tanto me apoia e que é meu companheiro, amigo, nessas e tantas horas da minha vida. Como diz a música do Lenine “Não cheguei aqui sozinho.”

Agradeço com carinho a todos que estiverem comigo durante minha trajetória como estudante e estagiário de Gestão em Turismo: Minha turma 2015.2, Abyllene Souza, Carol Falcão, Neila Janaina, Juliana Lima, Carol Bello, Carlos Domingos, Prof. Paulo Roberto, Prof^a. Marcia Moura, Prof. Rodrigo Ataíde e Prof^a. Luciana Pereira.

Marcilio Nóbrega Lisboa

RESUMO

Apresentamos nesse projeto a criação de um Festival gastronômico onde o protagonista é o cuscuz, com o foco no impulso turístico-cultural no bairro de Guadalupe. O Festival contará com diversas atividades culturais além de demonstrações de modos de preparo e consumo do alimento, será realizado em conjunto com a festa da padroeira, Nossa Senhora de Guadalupe, na Praça Conselheiro Manoel Canuto no bairro de Guadalupe em Olinda/PE, com o nome de Festival Cultural do Cuscuz de Guadalupe. Durante o período de elaboração do projeto foi realizada uma pesquisa através de questionário com a intenção de traçar uma melhor estratégia de implantação do evento. Foi analisada a opinião dos respondentes acerca do local de execução do festival, assim como expectativas e desejos a respeito dele. E por essa análise vimos que é viável que o evento seja posto em prática, ajudando assim, o bairro de Guadalupe se firmar como roteiro turístico permanente e ocupe espaço mais amplo na agenda cultural da cidade.

Palavras-chave: Cuscuz; festival; comunidade; patrimônio histórico.

RESUMEN

Presentamos en este proyecto La creación de un festival gastronómico donde el protagonista es el cuscús, con foco en el impulso turístico-cultural en el barrio Guadalupe. El Festival contará con varias actividades culturales además de una demostración de cómo preparar y consumir los alimentos, se realizará junto con la fiesta de la patrona, Nossa Senhora de Guadalupe, en la Praça Conselheiro Manoel Canuto en el barrio Guadalupe en Olinda /PE, con el llamado Festival Cultural Del Cuscús de Guadalupe. Se realizó una encuesta a través de un cuestionario con la intención de trazar una mejor estrategia para la realización del evento. Se analizó la opinión de los encuestados sobre el lugar donde se realizará el festival, así como las expectativas y deseos al respecto. Y a través de este análisis vimos que es factible que el evento se lleve a la práctica, ayudando así a que el barrio Guadalupe se consolide como una ruta turística permanente y ocupe un espacio más amplio en la agenda cultural de la ciudad.

Palabras clave: Cuscús; fiesta; comunidad; patrimonio histórico.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa de Idade	39
Gráfico 2 - Como você se identifica?	40
Gráfico 3 - Nível de escolaridade	40
Gráfico 4 - Ocupação	41
Gráfico 5 - Renda mensal	41
Gráfico 6 - Você já frequentou algum evento cultural	42
Gráfico 7 - Você acredita que eventos culturais ajudam a potencializar o turismo numa determinada comunidade?	43
Gráfico 8 - O que mais lhe atrai num evento cultural?	43
Gráfico 9 - Eventos que já participou em Olinda	44
Gráfico 10 - Opinião a respeito sobre temática do evento contribuir com o aumento do fluxo de turistas na localidade	45
Gráfico 11 - Meios de transporte utilizado para chegar ao evento	46
Gráfico 12 - Importância de interpretes de libras no evento	47
Gráfico 13 - Sobre a inclusão do bairro de Guadalupe nos roteiros turísticos comercializados	48
Gráfico 14 - Sobre o bairro de Guadalupe ser economicamente explorado em períodos não festivos	48
Gráfico 15 - Opiniões sobre o potencial turístico do bairro de Guadalupe	49
Gráfico 16 - Sobre a parceria do Festival do Cuscuz com as festividades de Nossa Senhora de Guadalupe	50
Gráfico 17 - Sobre a participação de órgãos públicos na organização do evento	51
Gráfico 18 - A importância da participação da comunidade local na organização do evento	51
Gráfico 19 - Quais instituições ou segmentos devem e/ou podem participar como parceiros no evento?	52
Gráfico 20 - Dos atrativos turísticos da cidade de Olinda qual você conhece?	53
Gráfico 21 - Como conheceu a cidade de Olinda?	53
Gráfico 22 - O que lhe motivou a conhecer a cidade de Olinda?	54
Gráfico 23 - Após conhecer a cidade de Olinda, você a indicaria visita para outras pessoas?	54

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Espaço para realização do evento	59
Figura 2 - Praça Conselheiro Miguel Canuto – Ao fundo a Igreja de Nossa Senhora de Guadalupe	60
Figura 3 - Praça Conselheiro Miguel Canuto - vista da frente da Igreja de Nossa Senhora de Guadalupe	60
Figura 4 - Praça Conselheiro Miguel Canuto	61
Figura 5 - Local onde serão montadas as barracas do evento	61
Figura 6 - Modelo de barracas usadas no festival	62
Figura 7 - Programação do evento	68
Figura 8 - Cartaz promocional do evento	69
Figura 9 - Cartaz promocional do evento	70
Figura 10 - Cartaz promocional do evento	71
Figura 11 - Rede social do evento	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Barracas de venda de Cuscuz	63
Tabela 2 - Aluguel das barracas	64
Tabela 3 - Interprete de libras	64
Tabela 4 - Cardápios em braile	64
Tabela 5 - custos de material gráfico de divulgação	64
Tabela 6 - Gestão e coordenação	65
Tabela 7 - Operacional	66
Tabela 8 - Captação de recursos	66
Tabela 9 - Custo total	67

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PE - Estado de Pernambuco

IFPE - Instituto Federal de Educação, Ciência, e Tecnologia de Pernambuco.

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

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Mtur - Ministério do Turismo

TBC - Turismo de Base Comunitária

PNT - Plano Nacional do Turismo

PRT - Programa de Regionalização do Turismo

LGBTQIA+ - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Queer, Intersexual, Agênero

SEBRAE - Serviço de Apoio as Micros e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	JUSTIFICATIVA	18
3	OBJETIVOS	24
3.1	OBJETIVO GERAL	24
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
4	REFERENCIAL TEÓRICO	25
4.1	TURISMO CULTURAL	25
4.2	TURISMO DE EVENTOS	28
4.3	TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC)	30
4.4	PATRIMÔNIO CULTURAL	33
4.5	PLANEJAMENTO TURÍSTICO	35
5	METODOLOGIA	37
6	ANÁLISE DE DADOS	39
7	FESTIVAL DO CUSCUZ	56
7.1	OLINDA E O TURISMO EM PERNAMBUCO	56
7.2	DA FESTA DE NOSSA SENHORA DE GUADALUPE – OLINDA	58
7.3	ESTRUTURA PLANEJADA DO EVENTO	59
7.3.1	Coordenação de Estrutura	63
7.3.1.2	Coordenação de Gestão	65
7.3.2	Coordenação Operacional	66
7.3.3	Coordenação de Captação de Recursos	66
7.3.4	Coordenação de Comunicação	67
7.3.5	Coordenação Geral	67
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
	REFERÊNCIAS	74

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais o Turismo, enquanto fenômeno social, toma proporções além do que se pode esperar como pivô transformador de um espaço social, neste caso, personificado na emancipação da periferia como lugar de fazer turismo também. Surgindo assim o conceito de turismo de base comunitária que já vem crescendo há alguns anos, como uma nova porta de experiências para o turista que busca uma integração mais social e onde as comunidades têm um protagonismo significativo nesse fazer turístico. O turismo comunitário tem como palco os bairros periféricos em toda sua diversidade e contextos históricos, que por muitas vezes são deixados de lado pelo poder público. Esse tipo de turismo vem proporcionar um outro olhar não só para o lugar que se está visitando, mas também pela possibilidade de conhecer outros modos de vida tão importantes para a identidade cultural não só das áreas periféricas bem como das cidades que as abrigam.

Um exemplo disso está no bairro de Guadalupe localizado na cidade de Olinda que abriga muitas festividades, sagradas e profanas, e onde a população é muito participativa. O Cariri Olindense, a mais antiga troça do carnaval olindense, ainda em atividade, tem sua sede no mesmo bairro, onde são realizados eventos tanto no período do carnaval quanto durante outros períodos do ano, outra festividade do bairro é a Festa de Nossa Senhora de Guadalupe, a igreja tem mais de 300 anos, e realiza suas festividades todos os anos no dia 12 de dezembro, festa essa que mobiliza a comunidade que leva o mesmo nome da santa e atrai visitantes de vários outros bairros vizinhos e de diversas outras cidades do estado de Pernambuco onde existam devotos da santa. Tudo isso contribui para o turismo direta ou indiretamente, movimentando a economia local em prol dessas festividades, que fazem do bairro um ponto de muita visitação nesses dias. No Carnaval muitas troças e blocos atravessam o bairro, como o grande desfile dos bonecos gigantes na terça-feira do período momesco, entre muitas outras que tem no entorno as concentrações de seus desfiles.

Assim nasce a proposta deste trabalho, o projeto de evento gastronômico, Festival Cultural Cuscuz de Guadalupe, que tem como objetivo elevar o bairro a destino turístico regular, uma vez que a visitação a Olinda ainda se limita aos moldes básicos e datados do turismo onde a visitação é limitada apenas ao entorno do Alto da Sé, deixando de lado outros bairros próximos da parte histórica de Olinda, assim como acontece com Guadalupe. Com o intuito de trazer um turismo mais dinâmico,

principalmente em épocas do ano onde a atividade está em baixa e não apenas isso, como também fazer com que o bairro e suas atividades culturais estejam na rota turística da cidade e em pauta dos planos acerca das pastas do poder público, afinal, sabe-se que bairros como o de Guadalupe são deixados de lado, desde a concepção do pensamento turístico do governo local. Assim o projeto tem como intuito evidenciar a importância que o bairro de Guadalupe tem para a cidade olindense e o quanto um evento gastronômico tem a acrescentar a esse impulso, festival esse que tem como alicerce principal uma comida típica e tradicional da cultura pernambucana, o cuscuz.

De origem africana, o cuscuz tornou-se um alimento bastante consumido no mundo e em todas as regiões do Brasil. Originário dos povos berberes que habitavam a região norte do continente africano (GOMES *apud* CALDAS, 2021), o cuscuz passou por diversas modificações, na culinária brasileira até chegar à versão que mais conhecemos. A princípio o alimento era feito de grãos de cevada, trigo, arroz entre outros que eram cultivados naquelas regiões, com o passar dos séculos, foi sendo levado pelos viajantes para outras regiões do continente africano até chegar à Ásia e Europa.

O cuscuz chegou ao Brasil trazido pelos povos escravizados, predominantemente os das regiões onde ele se originou, no norte africano. Inicialmente era preparado das formas tradicionais comuns as regiões dos africanos que aqui chegaram, depois foi incorporada a farinha de milho em sua composição, que já era muito consumida pelos povos indígenas e que era muito abundante e de fácil cultivo por toda América, nascendo assim o modo de preparo que é mais conhecido no Nordeste e em boa parte do Brasil. O cuscuz é antes de tudo um alimento de resistência, não só pelo seu alto poder de saciedade e nutrição, mas pelo fato de ser uma iguaria que resistiu ao colonizador e ao escravizador, mantendo muito de suas características originais e seu preparo passado de geração pra geração. À medida que se espalhava pelo país o preparo do cuscuz foi sendo adaptado de acordo com o paladar de cada região, podendo ser apreciado puro, ou com os mais diversos tipos de acompanhamentos e recheios.

Tamanha sua importância para alguns povos que foi requisitado conjuntamente por Argélia, Marrocos, Mauritânia e Tunísia sua patente, assim Comitê de Patrimônio da (UNESCO) Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura, declarou, o cuscuz (assim como seus meios de produção e forma de preparo) como patrimônio imaterial da humanidade (SANTOS,

2020). De grande importância para o nordestino, principalmente para o sertanejo, uma vez que é uma fonte de energia, vitaminas e minerais, é um dos principais alimentos de muitas famílias, tanto no interior como nas áreas mais povoadas da região.

Acreditamos assim que o gosto popular pelo cuscuz, irá atrair um tipo de turista, que vem ao destino em busca de experiências gastronômicas e que será atraído por essa iguaria da terra, é o que traz esse gostinho especial para o festival. O projeto tem o intuito de ser realizado em conjunto com a festa de Nossa Senhora de Guadalupe fazendo com que o evento tenha mais relevância e destaque no calendário de festividades na cidade de Olinda. Com isso, apresentamos um compilado de referenciais e dados que trazem uma resposta clara da população frente à necessidade de um projeto como esse, para que um turismo de base comunitária e cultural seja desenvolvido de forma mais abrangente e acolhedor.

No ano de 2020, durante o processo de produção do trabalho, enfrentamos dificuldades devido ao início da pandemia de Covid 19, onde nossa pesquisa foi feita de maneira remota por meio de sites e de artigos publicados na internet. O projeto foi pensado inclusive para ser efetuado durante um período de restrições sanitárias mais brandas, onde os organizadores e a comunidade envolvida seguiriam os protocolos sanitários necessários para a realização do festival.

2 JUSTIFICATIVA

Durante muito tempo a humanidade deslocou-se de um lugar para outro, principalmente buscando comida e refúgio. Com o avançar dos séculos, a humanidade foi deixando aos poucos de ser nômade para fixarem residência em determinados locais. Muitos outros séculos depois passaram a ir de um povoado ao outro, principalmente para comércio. Historiadores acreditam que o turismo nasceu na Grécia por conta da realização dos jogos olímpicos. A cada quatro anos milhares de gregos se deslocavam de suas cidades e vilas para participar e assistir aos jogos. Em 776 a. C aconteceram os primeiros jogos em Olímpia. Por conta desse evento as pessoas tinham a chance de conhecer outra localidade, que se preparava para recebê-los, com alojamentos, com pouso e alimentação. Havia além dos jogos, cerimônias religiosas, celebrações para os vencedores, banquetes e muitas outras atividades. Há registros de que os gregos também viajavam por longos períodos na crença de que os banhos em fontes de águas minerais poderiam proporcionar cura de diversas doenças (YASOSHIMA; OLIVEIRA *apud* SOUZA; MELO; PERINOTTO, 2002).

Durante muitos séculos esses deslocamentos se tornaram maiores e com isso surgiu a necessidade de expansão territorial, principalmente no final do Séc. XV, e tornou mais intensa com a descoberta do Novo o que inclui o território que hoje é o Brasil. Nos primeiros anos, após do descobrimento do Brasil, mas precisamente em 1534, foi instituída em nossas terras uma divisão administrativa que ficou conhecida como capitânicas hereditárias. Surgiram no governo de D. João III de Portugal, que por falta de recursos para colonizar a região destinada ao governo português pelo Tratado de Tordesilhas¹ (PERES, 2018), resolveu dividi-las em lotes que seriam doados para donatários, que seriam responsáveis por seu desenvolvimento. Cabia a Portugal povoar e explorar sua parte no tratado. Uma dessas capitânicas a serem exploradas foi a de Pernambuco.

Embora uma parte do litoral de Pernambuco já estivesse em exploração quando a região foi doada ao fidalgo português Duarte Coelho. Uma feitoria já havia

¹O Tratado de Tordesilhas foi um documento assinado em junho de 1494, na vila espanhola de Tordesilhas. Os protagonistas foram Portugal e Espanha, que delimitaram, através de uma linha imaginária, as posses portuguesa e espanhola no território da América do Sul, chamado de “Novo Continente”.

sido fundada em 1526, na região onde se encontra hoje a cidade de Igarassu, por Cristóvão Jacques e a costa já fazia parte do roteiro de piratas que exploravam o a extração do Pau Brasil.

Quando Duarte Coelho veio para a Região Nordeste do “Jovem” Brasil em 1535, juntamente com diversas famílias portuguesas, uma grande parte de seus parentes, entre eles, esposa e filhos. Uma vez em terras Pernambucanas, estabeleceu-se nas proximidades do rio Igarassu, uma vez que essa região já existia uma pequena vila. Começou a explorá-la com a intenção de achar uma melhor área para que construir uma sede, assim surgiu no mesmo ano a Vila de Olinda. Admirado com a linda paisagem falou “Oh, linda situação para se construir uma vila!”. Olinda se destacou, na verdade, por ser um ponto estratégico importante para a capitania. De suas altas colinas se via uma grande extensão de mar de onde poderia avistar facilmente a chegada de embarcações. Em 12 de março de 1537, a vila de Olinda foi oficialmente fundada, passando-se a chamar apenas de Olinda (MENEZES, [1960?] *apud* OLINDA, [2023a?]).

Com a produção de cana-de-açúcar em alta e a extração de pau-brasil, Olinda tornou-se importante centro comercial para da colônia. Devido ao solo favorável para o cultivo da planta de origem asiática, os engenhos foram se multiplicando pela região, e se expandindo para mais ao interior e com isso a capitania de Pernambuco logo se tornara a mais rentável da colônia. Assim o perímetro urbano de Olinda foi configurado pelo traçado dos caminhos que levavam às igrejas e engenhos. Pela chegada das ordens religiosas a cidade, como os Carmelitas no ano de 1580, os Jesuítas que chegaram em 1583, franciscanos que chegaram em 1585 e os Beneditinos que chegaram em 1586, com a vinda dos religiosos foi iniciada a catequização dos indígenas que foi muito importante para a conquista e fixação definitiva nas terras. Tudo isso fez a localidade, se desenvolver e atrair os olhos de outros invasores, os holandeses. Financiado pela Companhia das Índias Ocidentais² (COMPANHIA... [s.d.]), os holandeses em 1630, aportaram na praia de Pau Amarelo que ficava a uma distância considerável das defesas coloniais, com um exército atacaram Olinda que foi assim invadida. A capitania, na época governada por Mathias de Albuquerque, não

² A Companhia das Índias Ocidentais, DutchWest-Indische Compagnie, foi uma empresa de comércio holandês, fundada em 1621, como objetivo de promover uma guerra econômica contra a Espanha e Portugal. O monopólio ibérico no comércio entre a Europa e Américas era um incômodo político e econômico e a empresa foi fundada pelos holandeses como maneira de promover negócios entre as colônias americanas e africanas.

tinha defesa suficiente para combater a Holanda, forçando assim o governo português a bater em retirada, e a partir disso houve a conquista de Pernambuco. Porém Olinda foi logo abandonada pelos holandeses que preferiram fixar-se no Recife, uma vez que a proximidade com o porto facilitava o escoamento do açúcar produzido pelos engenhos. Agora como sede do governo em Recife, Olinda, sem força para voltar a ser a capital econômica da colônia, se tornou uma cidade de moradia, onde a maioria das propriedades era de engenhos e pequenos sítios que iam das margens do rio Beberibe até o mar. Assim a cidade foi renascendo aos poucos e muitas comunidades foram se firmando ao redor das igrejas algumas ainda como propriedades rurais que mais tarde se tornariam os bairros da cidade. E um desses foi o bairro de Guadalupe que cresceu em volta da Igreja que batizou o local, Nossa Senhora de Guadalupe.

O bairro de Guadalupe tem uma localização privilegiada, em uma das principais entradas da cidade de Olinda, faz parte da 8ª região político administrativa da cidade de Olinda, com área de 0,26 quilômetros quadrados estima-se que sua população gira em torno de 5.215 (IBGE, 2010), do sítio histórico da cidade de Olinda. Nessa região se situa uma das mais antigas igrejas do município de Olinda que é o templo que dá nome a comunidade, Nossa Senhora de Guadalupe. Fundada por Manoel de Carvalho, em meados do séc. XVII mais precisamente no período entre 1626 e 1629, época em que Portugal fazia parte da Espanha, sendo uma das poucas no País sob a invocação da Padroeira de toda a América Latina (BORGES, 2008). Erguida por devoção dos homens pardos libertos e negros escravizados, da “ainda” Vila de Olinda, uma vez que estes não podiam frequentar as igrejas dos brancos, era onde essas etnias assistiam suas missas. Uma igreja de fachada simples de uma única torre sineira e de decoração modesta. Por ter sido incendiada pelos holandeses, sofreu algumas alterações em 1631 modificando parte da construção inicial, porém se mantém muito de sua originalidade (OLINDA, [2023b]). Possuindo três portas principais, que dão acesso a parte central e ao altar e outras duas que dão acesso a sacristia o altar em madeira trabalhada e possui uma pintura com a imagem de Nossa Senhora de Guadalupe vinda diretamente do México, país de origem da devoção da Santa onde em 1531 houve a aparição da Virgem Santíssima para um nativo de nome Juan Diego, que, após uma de suas aparições pediu que fosse erguido um santuário em honra e Glória a Deus. De acordo com um parente do nativo Juan Diego, ela pediu que fosse chamada de Santa Maria de

Guadalupe, originando a devoção mexicana e que mais tarde se expandiria para toda a América Latina.

As comemorações de Nossa senhora de Guadalupe são realizadas no mês de dezembro, mais precisamente no dia doze, movimentando bastante a comunidade, atraindo tanto o público local, quanto muitos devotos espalhados por várias cidades da região metropolitana do Recife e de fora do estado de Pernambuco.

O bairro detém um grande atrativo cultural, que tem sua atividade mais intensa, na época do carnaval. A região além de possuir as sedes dos principais blocos carnavalescos da cidade, como o Cariri Olindense, um dos mais antigos blocos de Olinda, que completa 100 anos de existência em 2021 (ALVES, 2020) é também o local de partida de desfiles de outros blocos de grande relevância no carnaval Olindense, como por exemplo, Ceroula de Olinda e o desfile dos Bonecos Gigantes.

Fora do período de momo, existe na localidade eventos que contribuem para o enriquecimento cultural da área. Um deles, e o mais movimentado, é o Coco de Umbigada que acontece na Rua João de Lima, onde fica sua sede. Promove além de encontros musicais com danças e ritmos diversos, programas sociais como oficinas e cursos na área de música e cultura. O projeto começou em 1998 como uma brincadeira e hoje é uma manifestação que se espalhou pelo bairro e atrai um público estimado em 2 mil pessoas por evento, acontece sempre no primeiro sábado do mês corrente. O coco de umbigada estimula o comércio local, ajudando a aumentar a renda da população local, que ali comercializam seus produtos e serviços.

Em outros períodos do ano, o bairro encontra-se relativamente esquecido, tanto em relação ao investimento em infraestrutura quanto no que diz respeito a projetos de caráter turístico. Melo Neto (2001 *apud* Coutinho; Coutinho) afirma que “Um evento, independentemente de sua natureza e seus propósitos, é um meio de entretenimento” Assim além de movimentar financeiramente a região o evento será uma nova alternativa de entretenimento para que a sazonalidade seja diminuída e por fim sanada. Este projeto visa a criação do festival gastronômico do cuscuz para agregar a festa da padroeira um novo meio de geração de renda para a comunidade e tornar o bairro de Guadalupe turisticamente ativo no mês de dezembro além de uma agenda cultural e sua entrada nos roteiros turísticos. Britto e Fontes (2002 *apud* VIRGÍLIO; CHAGAS; FERNANDES, 2010), afirmam que:

O evento está sendo utilizado, hoje, como um dos instrumentos mais viáveis e de maior sucesso em comunicação. Nesse sentido,

os eventos motivam e orientam o consumo de determinada localidade (bens e serviços), diminuindo a ociosidade característica da baixa estação e, com isso, promovendo um melhor aproveitamento do produto turístico (BRITTO; FONTES 2002 *apud* VIRGÍLIO; CHAGAS; FERNANDES, 2010).

Como o foco do projeto é a culinária nordestina, mais precisamente, o cuscuz, queremos dar um destaque e agregar o potencial turístico existente a essa iguaria, apreciada por quase todos os residentes e visitantes do estado de Pernambuco.

Já existem em Pernambuco, diversos festivais gastronômicos, onde, são mostrados diversos tipos de comidas típicas, porém, não existe um festival que privilegie a comida mais apreciada pelo pernambucano, o cuscuz. Este projeto tem como propósito criar um evento que coloque o cuscuz protagonista, visando assim a inclusão desse festival na agenda gastronômica do estado de Pernambuco, e oferecer um novo meio de geração de renda para a comunidade além de tornar o nosso modo de consumir o cuscuz um atrativo a mais na cena cultural do Estado.

Com o intuito de movimentar a população local com a criação desse evento gastronômico que tem como base a comunidade, visto que o turismo de base comunitária não tem como intuito apenas à atividade turística, mas também a cultura, educação e entre outros, como defendem Sampaio e Coriolano (2009 *apud* HALLAK, BURGOS; CARNEIRO, 2011, p. 08):

O turismo comunitário não está centrado somente na atividade turística, uma vez que representa uma proposta de desenvolvimento territorial sustentável que abrange diversas dimensões – política, cultural, econômica, humana – da vida (SAMPAIO; CORIOLANO 2009 *apud* HALLACK; BURGOS; CARNEIRO, 2011, p. 08).

Assim temos, através da realização desta agenda de eventos, o envolvimento, o incentivo e adesão da comunidade enquanto parte de uma manifestação cultural e turístico local, sendo assim não só intensificando ao fluxo de visitantes em atrativos turísticos O evento Festival do Cuscuz de Guadalupe pretende dar uma visibilidade maior ao bairro de Guadalupe em Olinda, Pernambuco. Uma área que é muito rica culturalmente, porém, não tão visitada como deveria. Uma localidade que é apenas lembrada no carnaval e durante a festa da padroeira. O projeto foi pensado para ser implantado nos arredores da paróquia de Nossa Senhora de Guadalupe, mais precisamente na praça Conselheiro Manoel Canuto. Um espaço amplo onde já acontecem, em períodos momescos, a saída das principais agremiações

carnavalescas de Olinda. Queremos mostrar que o bairro de Guadalupe não é apenas carnaval. Mas que pode receber bem o turista, fazer que esse visitante vivencie o bairro experimentando o que ele tem de melhor, seu povo, cultura e culinária.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Realizar um festival gastronômico onde o protagonista é o cuscuz, abordando diferentes tipos de preparo, além de atividades culturais tais como: Artesanato, Apresentações musicais; com o foco no impulso turístico-cultural no bairro de Guadalupe.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar a geração de renda da comunidade com o turismo de eventos de base comunitária.
- Contribuir para estimular a divulgação da festa de Nossa Senhora de Guadalupe.
- Contribuir para a conservação do patrimônio cultural do bairro de Guadalupe aumentando assim sua visibilidade.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 TURISMO CULTURAL

A cultura e o turismo permeiam formas de expressões variadas aos quais estão entrelaçadas as relações humanas, e destes com o ambiente em que vivem ou com o mundo, no geral. O Brasil possui uma cultura abrangente que permite diversificar o turismo no país, tais características representam um novo olhar para a formação de novos produtos turísticos que permite que continuemos a valorizar e promover esses bens como afirma o Ministério do Turismo:

A cultura engloba todas as formas de expressão do homem: o sentir, o agir, o pensar, o fazer, bem como as relações entre os seres humanos e destes com o meio ambiente. A definição de cultura, nesta perspectiva abrangente, permite afirmar que o Brasil possui um patrimônio cultural diversificado e plural. Esses aspectos, da pluralidade e da diversidade cultural, representam para o turismo a oportunidade de estruturação de novos produtos turísticos,¹ com o conseqüente aumento do fluxo de turistas; e converte o turismo em uma atividade capaz de promover e preservar a cultura brasileira (BRASIL, 2010a, p. 15).

Em tempos remotos, cultura e turismo foram esferas convergentes, o que na atualidade seja quase impossível pensar em um sem lembrar o outro. Essa relação e os avanços do capitalismo geram novas associações, interesses, novas demandas sociais e espaços de consumo, assim consolidando o que chamamos de Turismo Cultural. Este, enquanto fator social, possui agentes importantes para seu crescimento e consolidação como a cultural local de um povo, comida, arte, religiosidade, e da própria comunidade em que estas manifestações se encontram para que seja gerada novos produtos e destino que despertem o interesse do turista e atraia novos públicos fortalecendo o crescimento daquele habitat, podemos assim ressaltar o que o Ministério do Turismo condiz em dizer que:

A criação de produtos tematizados, utilizando técnicas de interpretação e de interação, que ressaltem a história do lugar e de seus personagens, para apresentar o patrimônio tangível e intangível do ambiente visitado, é uma forma de ampliar o conhecimento, possibilitar a fruição e emocionar o visitante (BRASIL, 2010a, p. 16).

O turismo cultural, quando através dos eventos, estes intitulados eventos culturais, são importantes para a emancipação de um lugar, uma cidade e ou mesmo

de um destino turístico. Podemos exemplificar os festivais variados que o país realiza durante o ano e de como alguns destes são deveras importante para o impulso do turismo nesses lugares, como o Rock in Rio, a Festa da Pitomba, Festival de Inverno de Garanhuns, pois quando promovidos adequadamente e bem recepcionado pelo meio em que se insere resulta em aspectos singulares no qual possui papel importante na consolidação da promoção de determinado lugares, este passando a ser futuramente um destino turístico em potencial, o que de um ponto de vista é muito positivo. Esta sintonia com a identidade local, costumes, sabores e envolvimento popular com articulação e capacitação técnica é deveras importante para o crescimento e aumento da estrutura de sua realização.

O turismo não é um fenômeno isolado, ele envolve várias áreas e apresenta crescente relevância, sendo um gerador de renda e emprego. A atividade turística inclui o consumo de bens culturais que, além da oferta de espetáculos e eventos, implica, também, a existência e preservação de museus, monumentos, locais históricos, prática e transmissão de saberes locais. Os deslocamentos para fins religiosos, místicos, esotéricos, de visitação a grupos étnicos, a atrativos cívicos e o turismo gastronômico constituem possíveis recortes no âmbito do turismo cultural (BRASIL, 2006a *apud* LEITE, 2011, p. 41-42).

A partir dessa citação podemos inferir que o turismo agrega uma gama de variedades de atrativos e atividades econômicas, gera renda, fortalece o patrimônio cultural e histórico através das variadas manifestações artísticas, gastronômicas, religiosas e outras, é papel importante do turismo cultural enquanto agente transformador e psicossocial de uma comunidade. O consumidor de turismo tem mudado e trazendo demandas e comportamentos novos e com isso surgem as motivações e expectativas, na globalização, os turistas, sejam residentes ou estrangeiros, exigem cada vez mais e fazem com que esses destinos de adêquem as suas necessidades e atendam a suas demandas e desejos cada vez mais. Paralelo a tudo isso, tais destinos já consolidados e que se mantém ao longo do tempo, muitas vezes se desgastam ou não consegue manter o ritmo ou se renovar com a velocidade como o mundo globalizado exige hoje, isso faz com que o turismo ache outros meios, utilize do turismo cultural e sua interiorização, isto é, do centro para sua periferia, como meio de aumentar o as condições dos ambientes, conservar seus patrimônio e incluir toda sua população uma vez que este é um dos papéis primordiais do turismo, como afirma o Ministério do Turismo quando afirma que:

[...] Políticas públicas de turismo, incluindo a segmentação do turismo, têm como função primordial a redução da pobreza e a inclusão social. Para tanto, é necessário o esforço coletivo para diversificar e interiorizar o turismo no Brasil, com o objetivo de promover o aumento do consumo dos produtos turísticos no mercado nacional e inseri-los no mercado internacional, contribuindo, efetivamente, para melhorar as condições de vida no País (BRASIL, 2010a, p. 9).

É necessário perceber o quanto o turismo cultural se inter-relaciona com todos os agentes e/ou segmentos direta ou indiretamente. No turismo o consumidor, este sendo o turista, além de estar se preocupando com o dormir, comer, comprar e visitar, também coloca o patrimônio cultural nessa lista de prioridades uma vez que ele deseja atender seus desejos pelo novo, assim esperando exceder suas expectativas.

Na área do turismo cultural, como nas demais, somente os investimentos que demonstrem e justifiquem, antecipadamente, sua contribuição para a economia do país será considerada nos planos de desenvolvimento. É, portanto, imprescindível relacionar todos os recursos que podem ser utilizados para o turismo, identificando-os, classificando-os e procedendo a uma avaliação real deles. Entendida em suas múltiplas frentes – econômica, ambiental, social (LEITE, 2011, p. 45).

Deste modo, entendemos que entre as variadas frentes que o turismo cultural pode agregar em seu meio de produção e formação, a sustentabilidade é o que pode assegurar a comunidade e o ambiente a sua rentabilidade e sua permanência na atividade, juntamente com a reafirmação e inclusão desta comunidade no planejamento turístico assim fortalecendo sua identidade cultural e preservando seus bens culturais, autenticidade e qualidade para a satisfação do visitante. Os recursos adquiridos e a gestão comprometida em fortalecer esse elo entre cultura comunidade e políticas públicas estão ao fator mais importante para o desenvolvimento e fortalecimento do diferencial do produto daquele “turismo cultural” ao qual um local está destinado a oferecer, assim tornando-se um componente indispensável para a possibilidade de volta e criação de fidelidade do turista, assim cabendo ao poder público a mediação de interesse da população em relação ao turismo e desenvolvimento econômico local, criando e implementando projetos, tanto públicos quanto privados na localidade.

4.2 TURISMO DE EVENTOS

Assim como o Turismo, o segmento de eventos pode exercer um papel social uma vez que ele pode ser planejado, realizado e executado para, por e com uma comunidade local. Essa segmentação junto ao turismo pode ser dimensionada a várias áreas e tipos, e cada vez mais utilizada como forma impulsionadora social, econômica e cultural, desde a pesquisa da expectativa à sua realização concreta. Tais eventos no Turismo possui uma significância que compreende que essas manifestações atraem pessoas motivadas pelo cunho cultural, popular e, ou não, religioso a partir da expectativa da troca através da participação nesses movimentos.

Quando algum segmento turístico e assuntos correlatos ao turismo são temas de encontros técnicos ou comerciais, a exemplo do Congresso Brasileiro de Turismo Rural, a transversalidade ocorre pelo tema e programações temáticas do evento serem pertinentes a outro segmento turístico, enquanto a organização dos equipamentos para realização do evento, bem como equipamentos de apoio estarem relacionados ao turismo de Negócios & Eventos. Isto pode ser notado, também, em eventos culturais, sejam eles, artísticos, religiosos, entre outros, que estão inseridos no Turismo Cultural, ou mesmo em eventos esportivos e competitivos, situados no âmbito do Turismo de Esportes (BRASIL, 2010b, p. 17).

A partir desta afirmação podemos perceber que eventos é um segmento que está fortemente ligada ao turismo e qualquer segmento dele, uma vez que este é o propulsor do Turismo já que exerce a função de desenvolvimento e tem papel importante para uma atividade turística, afinal, é a partir dos serviços gerados pelo evento nessas atividades que vai determinar o diferencial e ter impacto no crescimento e procura pelo destino em que está atividade está inserida. Junto a isso está a importância de políticas de eventos dentro do planejamento turístico de um estado, cidade ou município, ainda mais aqueles que desenvolvem o turismo de base comunitária, histórico e cultural e o criativo ao qual demanda muito planejamento e serviços para o desenvolvimento do fazer turismo numa localidade e do mercado local, assim afirmam Britto e Fontes (2002) quando dizem que:

A sofisticação vem permitindo a organização de programações de eventos que estão motivando e orientando o consumo de determinada localidade - bens e serviços -, diminuindo a ociosidade característica da baixa estação, e com isso, promovendo um melhor aproveitamento do produto turístico (BRITTO; FONTES, 2002, p. 29).

Assim como o turismo, o segmento de eventos possui um fator social que tem como agente a promoção de valores, cultura, produtos e inserção no mercado de um produto turístico. Em suma, é a combinação de pesquisa, planejamento, organização e operacional visando atingir seu público-alvo através de um diálogo direto como ferramenta para estabelecer o elo com seus visitantes como tática para atrair sua fidelidade e maior fluxo de visitantes ao destino que propões esses eventos. Outro aspecto se dá ao fator social, numa visão mais mercadológica, é a diminuição da sazonalidade turística de determinada localidade fazendo com que um destino turístico mesmo que em baixa estação continue a ter uma visitaçãõ constante, podendo ser no destino em si ou arredores no qual abranja também sua comunidade, isso pode ser exemplificado por Britto e Fontes (2002) quando dizem que:

O processo advindo da promoçãõ de eventos irá contribuir, de forma significativa, para a utilizaçãõ dos equipamentos e serviçõs turísticos das regiões promotoras deles, bem como para a divulgaçãõ de seus diversos atrativos. Essas estratégias comunicacionais estarãõ, por sua vez, implementando o crescimento da visitaçãõ e gerando a demanda específica ((BRITTO; FONTES, 2002, p. 30).

Para atingir o objetivo de um evento é necessário a divulgaçãõ de um produto ou serviçõ através de ferramentas, como o marketing, que facilitem a responder e exemplificar as expectativas de satisfaçãõ de uma motivaçãõ ao deslocar-se de um lugar para outro através do turismo e respondam os desejos e demandas do mercado atual. O evento turístico surge entãõ como modelo de comunicaçãõ de desejos e realizações de um público-alvo, assim se faz necessário o fomento de uma comunicaçãõ segura e eficaz, e controle, para atender a abrangência da potencialidade de um destino turístico.

Este panorama deve ser observado para fins de planejamento, gestão e, principalmente, de promoçãõ e comercializaçãõ, já que tal característica permite sua utilizaçãõ como alternativa para a promoçãõ de outros segmentos e minimizaçãõ dos efeitos de sazonalidade. As políticas públicas, os empresários e outros organismos do Turismo de Negócios & Eventos podem, com base na transversalidade do segmento, orientar e fomentar o desenvolvimento dos demais segmentos, de forma a diversificar suas atividades ofertadas (BRASIL, 2010b, p. 18).

Sob a ótica dessa citaçãõ da MTUR, nos permite olhar para outro ponto do turismo de eventos, talvez como objetivo central da necessidade da dinamicidade que é um evento no meio turístico, que é a adiçãõ desses atrativos turísticos no calendário

de eventos do município. Este sendo um canal de informação do meio público para com a população e com seus visitantes, se faz necessário uma vez que evidenciam todos os costumes, manifestações, eventos e datas festivas de uma cidade, assim fazendo com o que aquele atrativo também seja tratado com prioridade, fazendo assim um papel importante para a economia, o marketing e a importância do evento como estratégia de reduzir os períodos sazonais e aumentar o fluxo de turistas e residentes nas baixas estações. Isso se tornou a forma mais eficaz de fazer com que localidades utilizem desta estratégia em seus produtos turísticos como forma de manter a rotatividade do turismo na cidade ou estado.

O efeito social e desenvolvimentista no turismo de eventos impacta também na interiorização do turismo, este sendo um segmento que depende quase que exclusivamente de eventos, uma vez que é a roda motora do marketing e forma de atrair cada vez mais visitantes para zona periférica dos grandes locais turísticos, principalmente nas baixas estações em litorais do país onde o inverno faz com que seus visitantes e residentes migrem para os interiores em busca de novas demandas e desejos a partir da repercussão desses eventos nos interiores.

4.3 TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC)

Com foco na economia sustentável, na autogestão, na atuação da comunidade local no fazer turismo, e no próprio Turismo enquanto fator social, o Turismo de Base Comunitária (TBC) se faz necessário e presente quando se trata de novos horizontes da atividade tanto no Brasil quanto no mundo. O TBC tem seu início nos anos 90 no país e em 2003 foi reconhecido pelo MTUR como um fenômeno social e econômico no Brasil, esse segmento cada vez mais cresce e ganham espaços em todas as esferas da sociedade, onde pode ocupar a mídia, os campos de estudo uma vez que traz consigo experiências e bagagens que transformam um lugar e dar à atividade turística um novo patamar em lugares onde a atividade convencional e privada não chega ou não contempla.

Podemos entender assim que o turismo de base comunitária gera uma economia inclusiva, sustentável e dá a sua comunidade um protagonismo único de gestão, é onde podemos trocar experiências de pessoa para pessoa, turista e residente diretamente em um escambo puramente turístico e cultural. Essa relação é cotidiana e independente de decisões de terceiros onde a população toma suas

decisões, planeja suas estratégias e executa. Podemos entender esse segmento também a partir da citação, quando Bartholo, Sansolo e Bursztyn (2009) dizem que:

Evidentemente que o turismo de base comunitária resulta de uma demanda direta dos grupos sociais que residem no lugar turístico, e que mantém com este território uma relação cotidiana de dependência e sobrevivência material e simbólica. Assim, não é possível imaginar uma iniciativa de turismo de base comunitária resultante de uma decisão externa, de uma intervenção exógena à realidade e aos modos de vida locais. Neste caso, embora frequentemente atores externos funcionem como “indutores” do turismo de base comunitária, se a iniciativa não tiver motivação endógena e expressar o desejo dos grupos sociais locais, ela certamente não atenderá às demandas de desenvolvimento local e nem contribuirá para o protagonismo social, condição essencial para este tipo de turismo (BARTHOLO, SANSOLO; BURSZTYN, 2009, p. 112).

O outro aspecto, como foi citado acima, é o desenvolvimento local na comunidade onde atua o turismo, tal reflexão é necessária uma vez que esse desenvolvimento atua muitas vezes como agente transformador sem necessariamente ter que esperar algum paliativo do governo local, resultando assim em melhorias no entorno mais rapidamente, entretanto, esse desenvolvimento está atrelado ao gerenciamento do planejamento de infraestrutura de um lugar como todo, uma vez que todo o resultado é de/para a própria comunidade. Outro fator é a economia criativa que se faz presente nesse segmento, já que é através do que é produzido e comercializado como único ou diferencial que vai gerar renda, essa economia vai ser resultado de atividades feitas e realizadas na própria comunidade onde o visitante irá poder participar de sua fabricação ou comprar já confeccionado ou presenciar/usufruir de algum serviço fornecido por esses agentes. Com isso, tais pontos são fundamentais também para a dialogicidade entre o que se pretende e o que se espera em relação a manutenção e cuidado com o patrimônio local, com o pertencimento da comunidade com o meio em que vive e da conservação desses espaços, isso pode ficar mais claro quando Bartholo, Sansolo e Bursztyn (2009) dizem:

Característica fundamental do turismo de base comunitária é a nítida preponderância dos padrões relacionais interpessoais nos serviços turísticos ali implementados. A dialogicidade situada foi facilitadora da abertura de fortes canais de interlocução com o patrimônio relacional do sítio simbólico de pertencimento. A prática das iniciativas turísticas de base comunitária exige então uma permanente interlocução, e uma pactuação negociada de compromissos (BARTHOLO, SANSOLO; BURSZTYN, 2009, p. 51).

O pertencimento é um fator resultante da atividade de Turismo de base comunitária (TBC), uma vez que esse turismo fortalece o laço entre o indivíduo e o meio que ele vive e exerce o sentimento de coletividade, o pertencimento se torna presente. O sentido de inclusão, o olhar para a valorização do patrimônio existente ou praticado e esse sentimento de pertencimento é deveras importante no quesito de ajudar a comunidade cada vez mais praticar o coletivo e assim exercer seu papel de agente transformador não só dentro do meio em que vive mas também para com o todo, essa mesma comunidade passa a ter sensibilidade em querer preservar e manter o exercício, ou a conservação do patrimônio de sua localidade, cidade ou estado como representação de sua cultura e da interpretação do seu local onde o turismo atua, já que este lugar possui grupos sociais que demanda essa sobrevivência material e simbólica.

Mas, se somarmos isso à possibilidade que o TBC abre para difundir esse patrimônio junto à sociedade, podemos alcançar uma ação ainda mais efetiva em termos do conhecimento e da valorização dos modos de vida e das referências culturais das comunidades. Sem falar que para a comunidade comunicar algo ao público é preciso, antes de tudo, conhecer a sua história e seus patrimônios. Esse é um ponto que estimula os comunitários a partilharem e aprofundarem saberes e conhecimento (BRASIL, 2019, p. 56).

A partir desta citação induzimos que é de suma importância o reconhecimento do patrimônio. Uma comunidade onde o turismo está inserido precisa que seus agentes se sintam parte de uma cultura como forma de propagação de experiências e de conhecimento uma vez que a atividade turística se utiliza da cultura como forma de buscar o diferencial para os visitantes se sentirem atraídos para se deslocarem até esses lugares. Num turismo de base comunitária não é diferente, a cultura predominante e pulsante de um lugar faz com o que turistas residentes ou externos sintam-se no desejo de visitação a fim de demandar desejos e expectativas a partir do que é visto e vivenciado, como por exemplo, as comunidades quilombolas, comunidades indígenas, ciganas, onde a cultura se faz presente e   a característica que une um povo, se diferenciando do habitual de um turista que vem de outro lugar onde a cultura se faz presente de outras formas e vivências.

Esse sentimento de pertencimento resulta na conserva o dos saberes e na produ o de produtos turísticos onde poderá ser encontrado apenas naquela comunidade onde se oferta o determinado turismo de base comunitária, isso também evita que a localidade não sofra com a generalidade de locais turísticos

superpopulosos onde a cultura vai se perdendo ou sofrendo alterações que descaracterizam um lugar turístico. Mais do que isso, a afirmação da cultura local vem pra reafirmar também o valor da comunidade, do seu espaço, os seus patrimônios e o seus saberes enquanto povo e enquanto cultura local.

4.4 PATRIMÔNIO CULTURAL

O ser humano diferenciou-se dos animais a partir do fazer-se cultura, produzir e perpetuar seus costumes e crenças ao longo das gerações. Essa ampliação da cultura permitiu que o ser humano pudesse estabelecer elos, símbolos, costumes, credences parte de sua identidade enquanto comunidade/sociedade, nas influências externas e internas, podemos criar o desejo do comportamento de tomar, conservar e manter uma manutenção desses bens. É com isso que o patrimônio surge enquanto conceito desses bens frutos de uma identidade comum de uma comunidade, do comportamento simbólico de uma sociedade, “sem símbolo não haveria cultura” (LARAIA, 1932, p. 55), e o patrimônio é esse símbolo materializado, ou não, que desperta o interesse do coletivo de sua representação assim fazendo com o que criem mecanismos para manter conservado.

O homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquiridas pelas numerosas gerações que o antecederam. A manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural permite as inovações e as invenções. Estas não são, pois, o produto da ação isolada de um gênio, mas o resultado do esforço de toda uma comunidade (LARAIA, 2001, p. 42).

É sob essa ótica de Laraia (2001) que podemos compreender que o patrimônio cultural é um conjunto de heranças ganho de um passado sob a forma de legado que uma comunidade se identifica independente de ser material e ou imaterial, mas, sobretudo que caracteriza um acúmulo de propriedade de bens, saberes, expressões crenças etc. Assim é correto afirmar que uma comunidade, ou seja, o coletivo em comunhão ao desejo de pertencimento, identidade e conservação é fundamental para designar historicamente o que é patrimônio, sendo esta cultura, um aspecto de testemunho de valor de civilização, pertencente a uma humanidade e assim reconhecendo o seu valor e sua proteção. Isto está para o turismo como peça-chave para muitos lugares, estabelecer símbolos marcantes de um lugar turístico, foi

assim que o Grand Tour se estabeleceu na Itália no século XVIII e popularizou-se, hoje não é diferente uma vez que o turismo é capaz de transformar esse patrimônio, material ou não, em atrativo turístico ou parte de um ponto turístico capaz de potencializar a atividade em um país, cidade ou comunidade. Essa comunhão entre turismo e patrimônio estabelece parâmetros aos quais esse patrimônio passa a ter maior visibilidade, assim gerando uma identidade coletiva capaz de salvaguardar seu legado mesmo que tal herança apenas seja manuseada, frequentada, realizada sazonalmente.

A promoção do calendário de eventos de uma cidade, estado ou país é deveras importante para a propagação do patrimônio cultural e sua preservação a partir do conhecimento e consumo por parte de sua comunidade e demais sujeitos da sociedade que se sentem levados a irem até localidades em busca dessa experiência uma vez que o evento simboliza a manifestação da memória viva e relação sociocultural desse patrimônio para sua localidade. É por meio do que Funari e Pinsky (2012) nos dizem acerca sobre eventos e sua relação para com o patrimônio com apelo cultural:

São atividades de entretenimento, com grande valor social, cultura e, sobretudo, histórico. Suas atividades constituem um verdadeiro mix de marketing, entretenimento, lazer, artes e negócios. Tal a sua importância no contexto social, cultural, econômico e político da cidade e região e, em alguns casos até mesmo do país, podemos denominá-los de agentes do patrimônio histórico-cultural (FUNARI; PISNKY, 2012, p. 53).

Esses eventos servem como extensões da promoção do patrimônio enquanto produto turístico, e devem ser executados de forma inovadora e com participação de sua comunidade local para que essa relação não seja apenas de uma mercantilização da cultura, mas que de forma correta ganha mais vitalidade, economia local e novos significados a cultural e o social do patrimônio com a comunidade através do fazer turístico.

Isso não significa desprezar o evento e o entretenimento. O segredo é criar e promover a cultura pela realização de eventos, e melhor promovê-los por meio da inserção de ações de entretenimento. À mercantilização da cultura deve prevalecer a sua preservação e multiplicação, sem, no entanto, desprezar-se a força da economia da cultura, com seus múltiplos segmentos de venda de produtos e serviços e relações comerciais e de negócios (FUNARI; PISNKY, 2012, p. 57).

Dessa forma, faz necessário obter-se atenção para com os impactos positivos e negativos das promoções do patrimônio cultural perante o turismo e seu consumo uma vez que seus canais não devem estar a favor de uma corporativa, mas a favor daqueles que dão sentido e perpetuam o simbolismo que esse patrimônio representa. Mercantilizar o cultural deve apenas estar relacionada a preservação e perpetuação do mesmo sem deixar com que o consumo exacerbado e suas relações comerciais prevaleçam ao desejo e bem-estar da comunidade em usufruir de seu legado em forma de manifestação cultural, a economia e multiplicidade dos resultados que envolvem o patrimônio devem sobretudo estar para a sua comunidade, cidade e região assim como esses devem estar para com sua manutenção, preservação e promoção do usufruto cultural.

4.5 PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Diante do cenário do turismo atual no país, torna-se mais preciso uma necessidade de planejamento turístico para que se tenha um desenvolvimento favorável, que atenda aos desejos e demandas das diferentes esferas turísticas, do federal ao nível. A partir disso é que podemos lembrar do Plano Nacional do Turismo criado pelo Ministério do Turismo (MTur) que foca na descentralização do poder nas diferentes esferas da sociedade e a estruturação dos destinos. O objetivo é o desenvolvimento das atividades turísticas e na promoção do produto de forma integrada e participativa dos agentes sociais ao qual promovem a atividade em suas regiões, assim sendo frisado pelo MTur ao dizer:

O turismo no Brasil contemplará as diversidades regionais, configurando-se pela geração de produtos marcados pela brasilidade, proporcionando a expansão do mercado interno e a inserção efetiva do País no cenário turístico mundial. A geração de emprego, ocupação e renda, a redução das desigualdades sociais e regionais e o equilíbrio da balança de pagamentos sinalizam o horizonte a ser alcançado pelas ações estratégicas indicadas (BRASIL, 2004, p. 5).

Descentralização dos esforços, estruturação de produtos e serviços, promoção e comercialização dos destinos de maneira integrada, aumento da capacidade de organização são alguns pontos que norteiam a gestão do turismo no Brasil através do Plano Nacional do Turismo (PNT) e Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Essas ações dão margem para os elementos de atratividade e

competitividade com a participação desde a comunidade local até os gestores públicos, contribuindo para o aumento da capacidade organizacional social e gestão participativa.

O desenvolvimento turístico deve considerar a vocação do destino, envolver a comunidade para que ela participe verdadeiramente do processo e passou a usufruir de seus resultados. E a interpretação e a educação patrimonial são os instrumentos adequados para promover essa integração (BRASIL, 2010a, p. 60).

É com essa afirmação que o MTur nos explana com outras palavras que o desenvolvimento turístico está atrelado ao planejamento, sendo este integrador entre o desenvolvimento da atividade turística com a comunidade local onde ela é desenvolvida. Essas estratégias estão relacionadas com o norteio da descentralização turística, que não significa apenas delegar funções, mas distribuir o poder, alimentando a autogestão e o planejamento participativo. Assim é possível desencadear uma democratização das políticas públicas e uma promoção de desenvolvimento mais branda e participativa no planejamento turístico.

5 METODOLOGIA

É por meio da bibliografia na literatura que autores irão utilizar de meios e métodos para adotar suas abordagens, que segundo Martins e Mello (2016, p. 20) dizem que:

Isto porque investigar significa reelaborar a realidade a partir de instrumentos intelectuais racionais e diversificados. Considerando-se a pesquisa acadêmica, os modos de apreensão do real amparados em método e teorias variadas, tanto perfazem os quadros de distinção entre saberes como conferem legitimidade ao discurso científico pretendido (MARTINS; MELLO, 2016, p. 20).

Desse modo compreende-se que para atingir um determinado objetivo de um trabalho acadêmico, é determinada a pesquisa de caráter exploratório.

Em um primeiro momento o presente trabalho foi iniciado com pesquisas e buscas de informações através de fontes bibliográficas e sites. Assim foi possível, analisar, coletar e posto em discussão o que seria dito, mostrado e embasado no trabalho em questão.

Em seguida, foi feito no segundo momento, visitas técnicas ao lugar em que seria planejado o projeto de evento na localidade do bairro de Guadalupe – Olinda (PE) e registrado imagens do local e entorno para compreensão geral do que poderia ser realizado no espaço. Paralelamente a isso, foi feito um estudo sobre práticas do cuscuz e de turismo de base comunitária uma vez que o atual projeto tem como alicerce este segmento turístico e uma das práticas gastronômicas comum da cultural pernambucana que é o cuscuz.

“Muitas vezes, o método científico também é chamado de racional. Isso acontece porque, em vários ramos da ciência, as pesquisas são realizadas por meio de experimentos. Porém, nem todo o método científico é experimental” (MASCARENHAS, 2018, p. 38).

Conforme Mascarenhas (2018) acima, o método científico é experimental, como ocorre com outros ramos da ciência. Isso corrobora com o da pesquisa descritiva no qual observa, registra e analisa os fatos e fenômenos sem alterá-los, assim tendo como objetivo a determinação do tipo de público, do local adequado, das demandas e anseios da população, que nesse caso se trata de uma população local, afinal o projeto foca no turismo comunitário com ênfase no turismo gastronômico.

Este projeto procurou verificar, analisar e demonstrar a receptividade, tanto do evento quanto do da própria população, o universo da pesquisa foram 140 participantes da pesquisa quantitativa, através do *google forms*, responderam a 25 perguntas acerca do conhecimento do local, aceitação da proposta do evento e receptividade da ideia proposta.

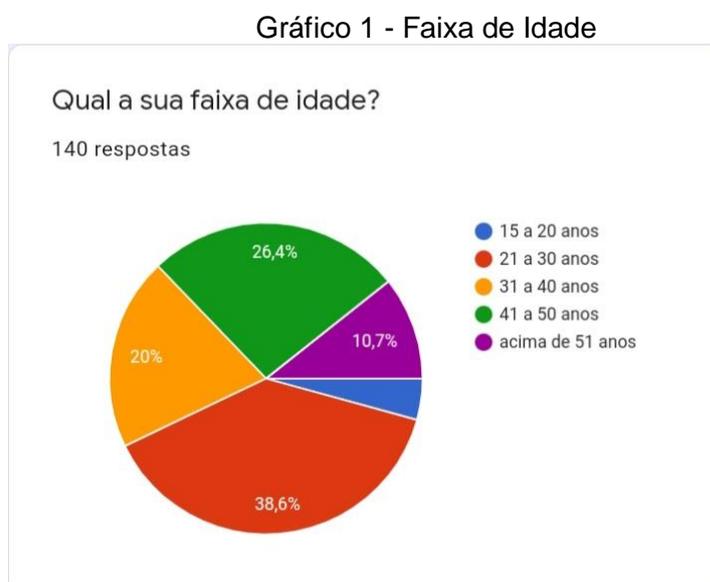
6 ANÁLISE DE DADOS

Os respondentes são originários predominantemente, da região metropolitana do Recife sendo o maior percentual das cidades de Olinda, Recife, Paulista e Jaboatão dos Guararapes, respectivamente. Além do interior do estado de Pernambuco e outros estados.

A análise da pesquisa está organizada por dados demográficos dos turistas, como faixa etária, gênero, condição econômica, nível de escolaridade e empregabilidade; análise do local do evento em questão, tratando sobre logística, acessibilidade, conhecimento sobre o bairro de Guadalupe, participações em eventos culturais e perspectivas a respeito do Festival Cultural do Cuscuz.

Bloco1 – Dados demográficos e sociais

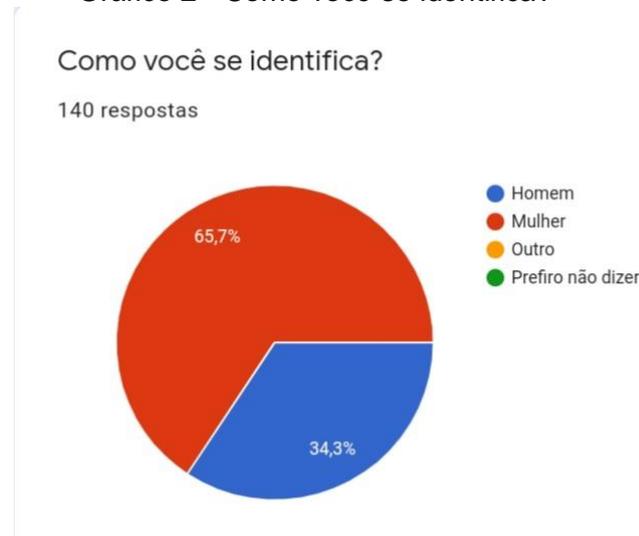
No gráfico sobre a faixa de idade, dentre os respondentes, a amostra apresenta um público jovem, na faixa de 21 e 30 anos (38,6%), seguidos pela faixa de 41 a 50 anos (26,4%), 31 a 40 anos (20%) e acima dos 51 anos (10,7%), e o menor percentual ficou a faixa entre 15 e 20 anos (4,3%).



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Dentre os respondentes (65,7%) se identificaram como mulher e (34,3%). Identificaram-se como homem.

Gráfico 2 - Como você se identifica?



Fonte: Pesquisa direta, 2020

A amostra apresenta que temos a maior parte dos respondentes com graduação incompleta (32,1%), seguido por graduação completa (25%), pós graduação completa (18,6%) e ensino médio completo (16,4%) uma minoria representa os demais níveis de escolaridade.

Gráfico 3 - Nível de escolaridade



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Em relação a ocupação profissional as categorias que lideram são de estudantes com 20%, assalariados (as) com 17,9%, autônomos e funcionários públicos com 15% a minoria é representada por desempregados(as) com 11,4%, outros com 6,4%, profissionais liberais e aposentados(as) pensionistas com 4,3%, empresários(as) com 3,6% e do lar com 2,1%.

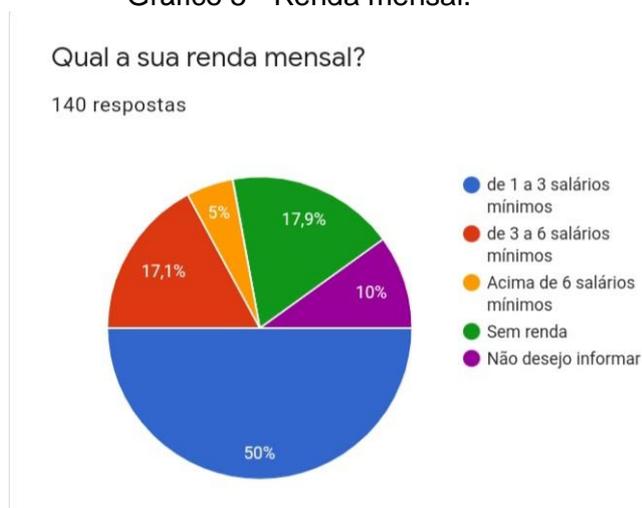
Gráfico 4 - Ocupação



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Os respondentes recebem entre 1 e 3 salários mínimos (50%) lideram o percentual de respondentes, os outros (50%) representam as demais faixas salariais.

Gráfico 5 - Renda mensal.

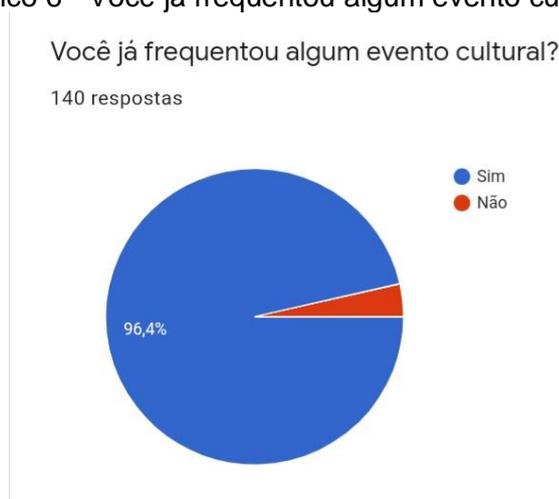


Fonte: Pesquisa direta, 2020

A análise de dados onde desse bloco possibilitou conhecermos o perfil demográfico e assim auxiliar na elaboração e planejamento estratégico do projeto Festival do Cuscuz, tais como precificação dos produtos, elaboração e execução, designer de barracas e quantidades de expositores etc. Foi verificado na análise dos gráficos de 1 a 5 que o público de maior percentual respondente é de mulheres jovens entre 21 e 30 anos, estudantes, com graduação incompleta e renda entre 1 e 3 salários mínimos.

Bloco 2 - Nível de participação em eventos culturais e a potencialização na atividade turística, analisando a participação dos respondentes em eventos culturais. sobre se já frequentou algum evento cultural 96,4% dos respondentes afirmaram que sim já haviam visitado. E a minoria de 3,6% afirmaram que não haviam frequentado.

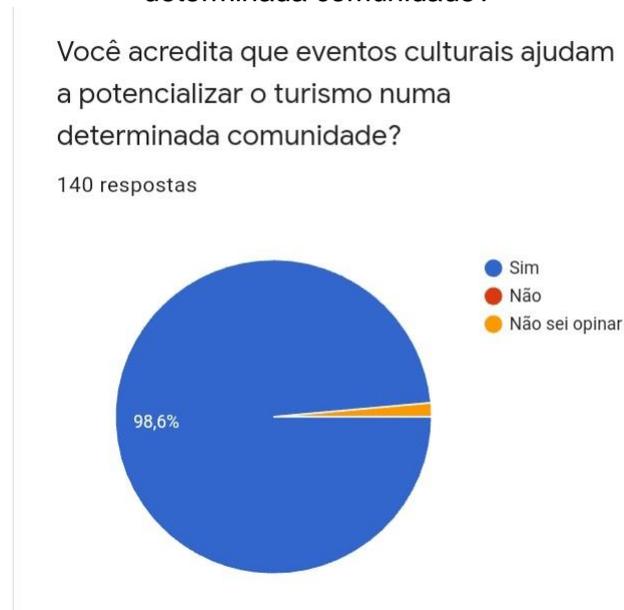
Gráfico 6 - Você já frequentou algum evento cultural



Fonte: Pesquisa direta, 2020

A respeito de acreditarem que eventos culturais ajudam a potencializar o turismo numa determinada comunidade o percentual de 98,6% Nota-se que existe uma grande aceitação pelo respondente pelo turismo de base local na comunidade de Guadalupe.

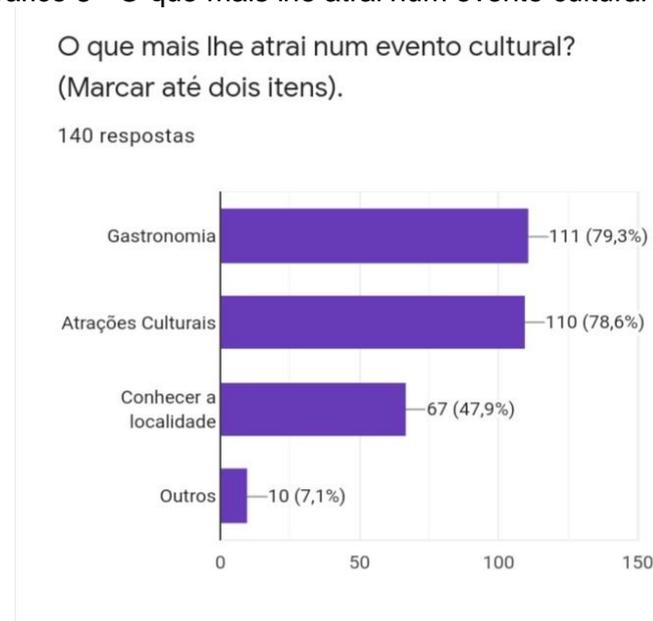
Gráfico 7 - Você acredita que eventos culturais ajudam a potencializar o turismo numa determinada comunidade?



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Sobre o que mais lhe atrai em um evento cultural foi pedido que fossem marcados até dois itens nos quais os com maior percentual de respostas foram a gastronomia com 79,3% e as atrações culturais com 78,6%. Salientando que conhecer a localidade consta com 47,9% acentuando o interesse em visitar o bairro de Guadalupe que o torna um atrativo de grande relevância.

Gráfico 8 - O que mais lhe atrai num evento cultural?



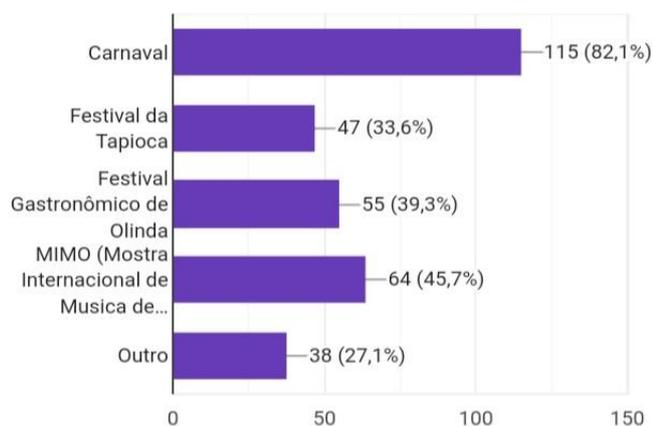
Fonte: Pesquisa direta, 2020

Foi perguntado que evento cultural na cidade de Olinda a pessoa já havia participado. O índice de participação de eventos culturais em Olinda é liderado pelo carnaval (82,1%) seguido pelo MIMO (mostra internacional de música de Olinda) (45,7%) logo após pelo festival gastronômico de Olinda (39,3) e festival da tapioca com 33,6%. Outros eventos ficaram com 27,1%

Gráfico 9 - Eventos que já participou em Olinda

Que evento cultural na cidade de Olinda
você já participou?

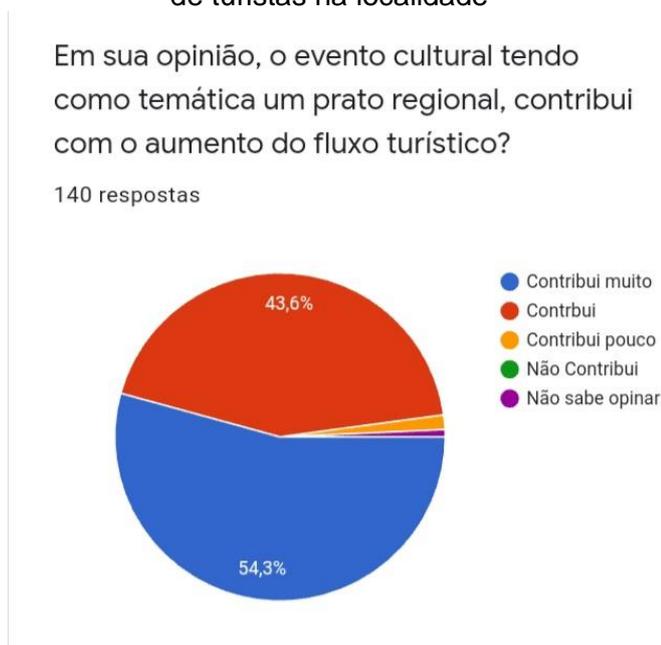
140 respostas



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Quando perguntados se um evento tendo como temática um prato regional contribui para o aumento do fluxo turístico, a maioria dos respondentes (97,9) responderam que existe um atrativo a mais para o visitante.

Gráfico 10 - Opinião a respeito sobre temática do evento contribuir com o aumento do fluxo de turistas na localidade



Fonte: Pesquisa direta, 2020

A análise dos gráficos do bloco 2 nos mostra que quase 100% dos respondentes turistas ou autóctones já compareceram a um evento cultural (com o carnaval como o evento mais visitado) e que acreditam que esse tipo de acontecimento ajuda sim, a potencializar o turismo na comunidade em questão. Também foi notado o interesse em conhecer a localidade onde os eventos são realizados assim como sua cultura e sua gastronomia visto que o festival da tapioca de Olinda e o festival gastronômico de Olinda tiveram uma quantidade significativa de respostas e mostrando o interesse do visitante quando o evento tem como uma temática um prato regional como o já citado festival da tapioca.

Bloco 3 - Infraestrutura

Entre os meios de transporte mais utilizados pelos visitantes o transporte público 35% é o mais usado, seguido por veículo próprio ou de amigos 32,1% e transporte por aplicativo 23,6%. As demais modalidades de transporte tiveram um número baixo de respondentes.

Gráfico 11 - Meios de transporte utilizado para chegar ao evento



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Este tópico do questionário é de grande importância para o planejamento logístico do evento uma vez que fica necessário o trabalho junto com o poder público para que as vias de acesso sejam cuidadosamente planejadas criando, assim, uma logística otimizada visando o acesso de forma facilitada tanto para pedestres quanto para ocupantes de veículos sejam eles de transporte particular ou público.

Bloco 4 – Recursos Humanos especializados

Quanto a importância que se tenha intérpretes de libras e informações em braile no evento 76,4% colocaram que é muito importante e apenas 23,6 acham importante.

Gráfico 12 - Importância de intérpretes de libras no evento



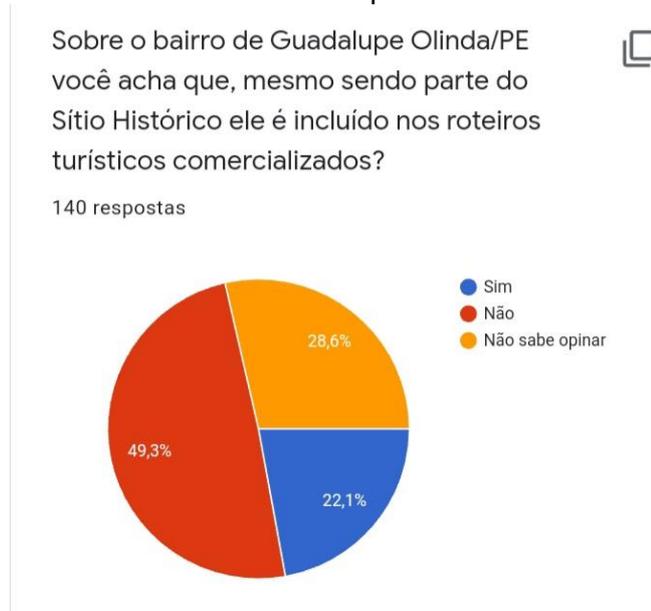
Fonte: Pesquisa direta, 2020

Demonstrando o interesse do visitante no tocante a acessibilidade, mostrando assim a importância do profissional intérprete de libras assim como informações em braile durante a realização do evento.

Bloco 5– Sítio histórico de Olinda e roteiros comercializados

Sobre o bairro de Guadalupe Olinda/PE foi perguntado se acham que, mesmo sendo parte do Sítio Histórico ele é incluído nos roteiros turísticos comercializados? 49,3 % responderam que não, 28,6% não souberam opinar a respeito dessa questão e 22,1% que responderam que sim.

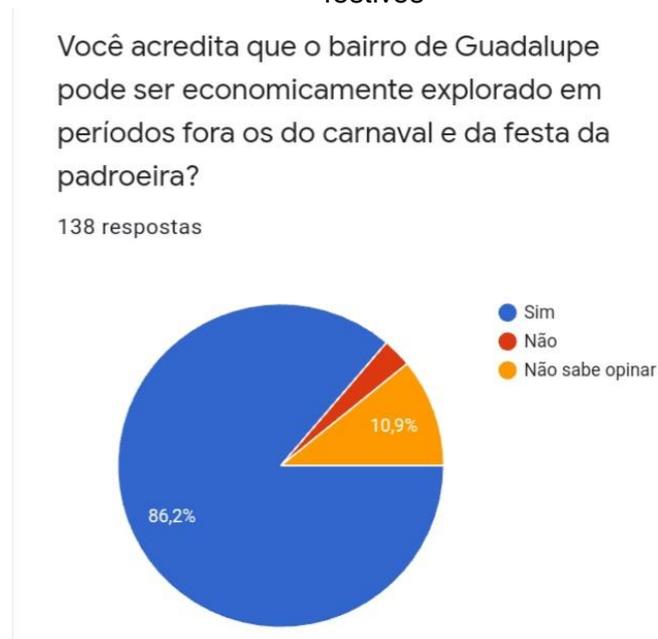
Gráfico 13 - Sobre a inclusão do bairro de Guadalupe nos roteiros turísticos comercializados



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Sobre o bairro ser economicamente explorado em períodos que não sejam o carnaval ou a festa da padroeira 86,2% acreditam que sim, ele pode ser explorado nesses períodos, 10,9 não souberam opinar e 2,9% acreditam que não pode ser explorado.

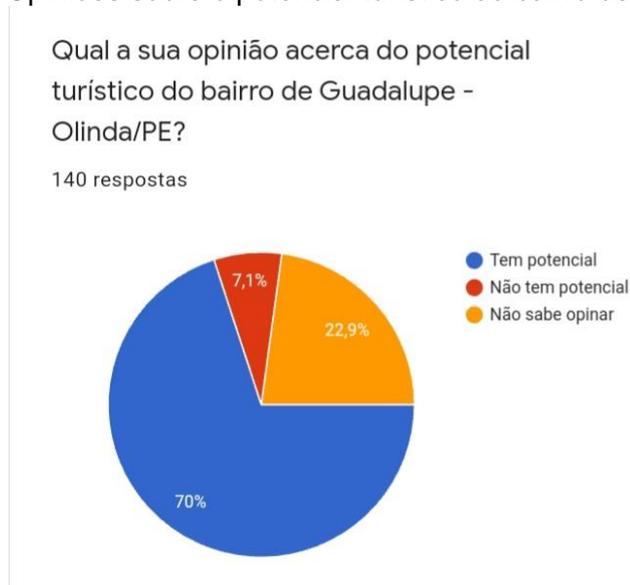
Gráfico 14 - Sobre o bairro de Guadalupe ser economicamente explorado em períodos não festivos



Fonte: Pesquisa direta, 2020

70% dos respondentes acreditam que o bairro de Guadalupe tem potencial turístico a ser explorado, 7,1% acreditam que não tem potencial, e 22,9 não souberam opinar sobre o assunto.

Gráfico 15 - Opiniões sobre o potencial turístico do bairro de Guadalupe



Fonte: Pesquisa direta, 2020

A grande maioria dos respondentes (95%) acreditam que a parceria entre as Festividades da padroeira Nossa senhora do Guadalupe e o festival Cultural do Cuscuz é interessante.

Gráfico 16 - Sobre a parceria do Festival do Cuscuz com as festividades de Nossa Senhora de Guadalupe



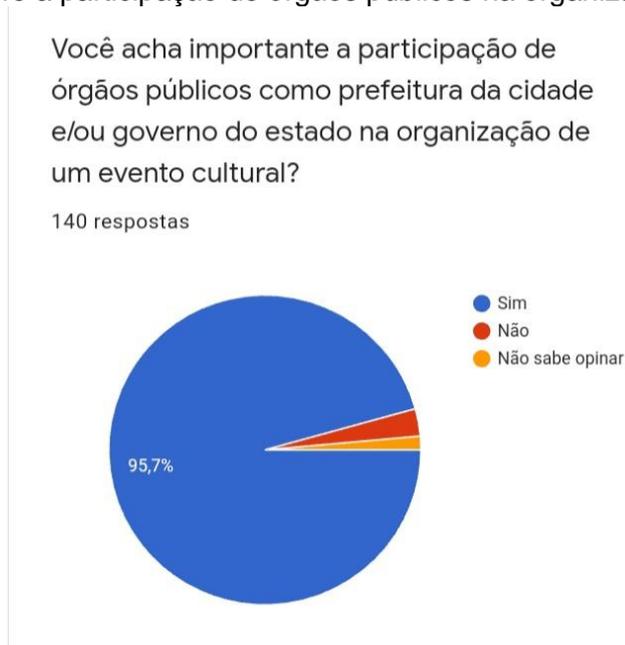
Fonte: Pesquisa direta, 2020

O turista visitante vê potencial econômico no bairro de Guadalupe, em épocas fora do período carnavalesco, facilitando assim a captação de apoiadores. O fato de acharem interessante a parceria entre a Igreja e a organização do evento ajudou na escolha do período que o evento será realizado, que será durante as festividades da padroeira que são realizadas no mês de dezembro.

Bloco 6 - Planejamento participativo e gestão compartilhada do evento

A maioria dos respondentes (95,7%) acham importante a participação de órgãos públicos na organização do evento.

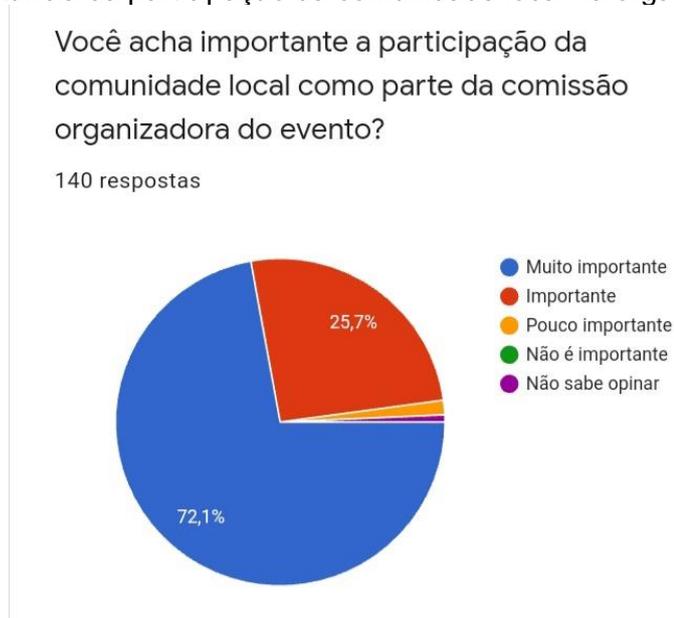
Gráfico 17 - Sobre a participação de órgãos públicos na organização do evento.



Fonte: Pesquisa direta, 2020

97,8% acham relevante a participação da comunidade local no evento, e 1,4% acreditam que essa participação seja pouco importante.

Gráfico 18 - A importância da participação da comunidade local na organização do evento.



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Foi perguntado que instituições devem e/ou podem participar como parceiros no evento. Foi uma questão de múltiplas escolhas.

A maioria dos respondentes escolheram Associação de moradores ou 88,6%, seguido por governo do estado (secretarias de turismo e cultura) 86,4%, governo do estado comercio local com 84,3%, emissoras de rádio e TV (80,7%) trade turístico com 77,1%, governo do estado (57,9%), Igreja Católica 47,1 outros 17,90%.

Gráfico 19 - Quais instituições ou segmentos devem e/ou podem participar como parceiros no evento?



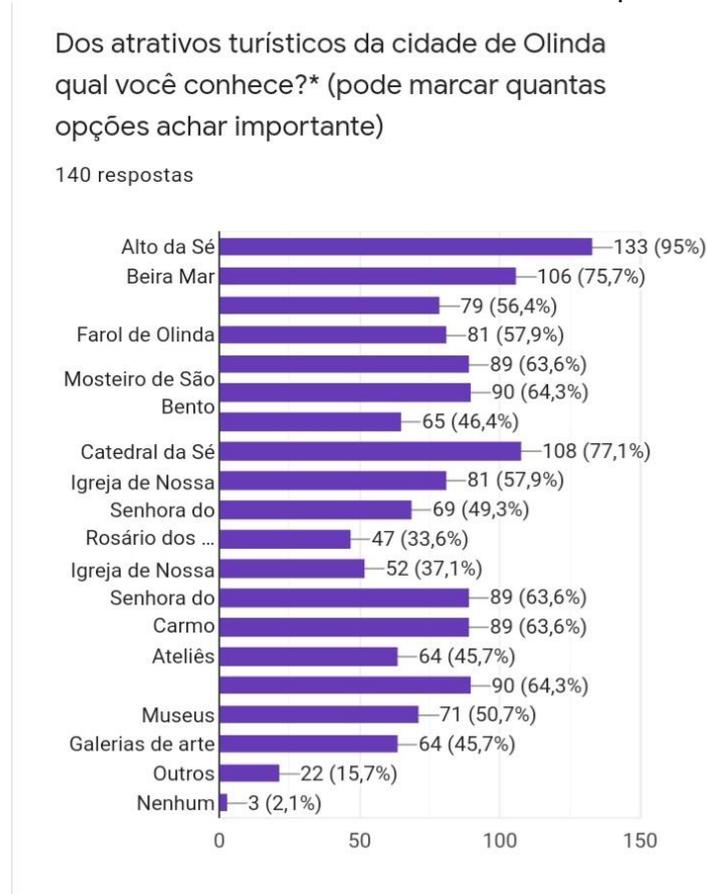
Fonte: Pesquisa direta, 2020

A participação tanto da comunidade quanto da esfera pública, assim como de instituições privadas e órgãos de imprensa foram bem acolhidos pelos respondentes, visto que o evento com esses parceiros lhe dá mais força e credibilidade.

Bloco 7 - Atrativos históricos e culturais

Dos atrativos turísticos da cidade de Olinda o Alto da Sé de destaca como o mais conhecido com 95% seguido por catedral da Sé 77,1%.

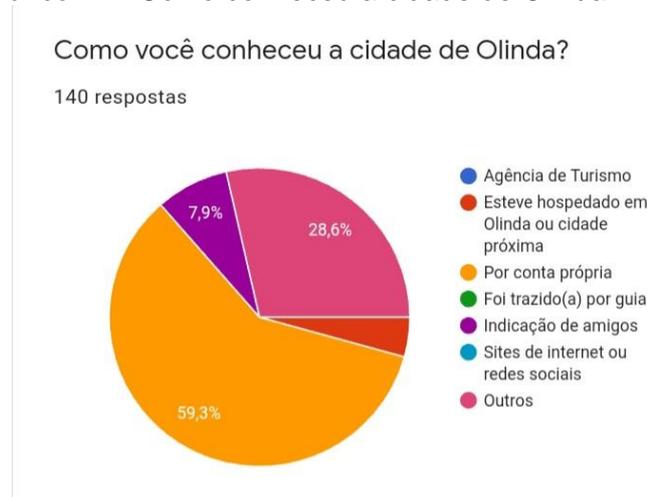
Gráfico 20 - Dos atrativos turísticos da cidade de Olinda qual você conhece?



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Os respondentes conheceram a cidade de Olinda em sua maioria por conta própria (59,3%). Uma vez que dos 140 questionários respondidos a grande parcela dos visitantes que responderam são da própria cidade ou de cidades próximas.

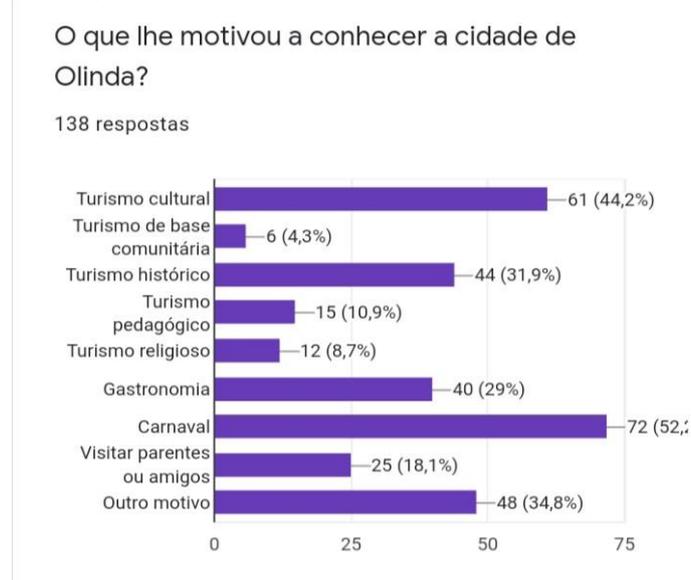
Gráfico 21 - Como conheceu a cidade de Olinda?



Fonte: Pesquisa direta, 2020

As motivações que levaram os visitantes a cidade de Olinda, o carnaval foi o que recebeu mais destaque com 52,2%, seguido do turismo cultural (44,2), e histórico 31,9%.

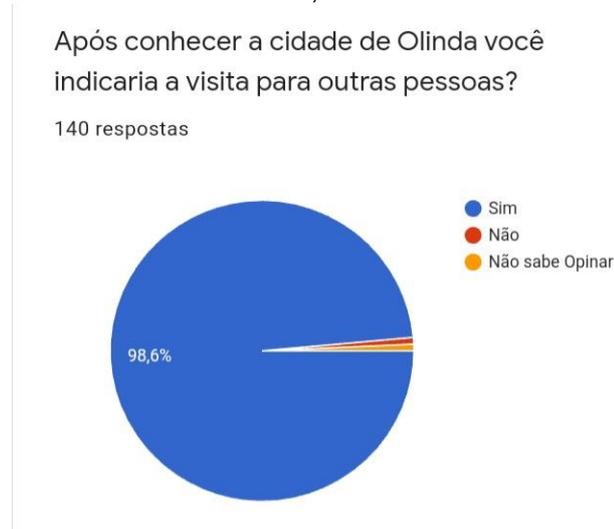
Gráfico 22 - O que lhe motivou a conhecer a cidade de Olinda?



Fonte: Pesquisa direta, 2020

A maioria dos respondentes (98,6%) que visitaram Olinda indicariam acidade para outras pessoas.

Gráfico 23 - Após conhecer a cidade de Olinda, você a indicaria visita para outras pessoas?



Fonte: Pesquisa direta, 2020

Sendo uma das cidades com um acervo cultural, histórico e patrimonial de maior relevância do estado de Pernambuco, Olinda se destaca pelo seu casario, igrejas, museus e principalmente por seu povo acolhedor. Eventos atraem visitantes do mundo inteiro que vem a cidade não só para ver seus casarões e igrejas. Eles querem ver como vive sua população, o que gosta de comer e como se diverte. Isso é o que destaca, não só a cidade, mas seus bairros, em especial o bairro de Guadalupe com sua história e seu riquíssimo acervo cultural. Berço do carnaval olindense e um dos bairros mais queridos do município. Que ficará muito mais conhecido com o Festival Cultural do Cuscuz de Guadalupe.

7 FESTIVAL DO CUSCUZ

O Festival Cuscuz de Guadalupe será um evento gastronômico e cultural onde a relação de sociedade e cultura será estreitada através do paladar, sendo o cuscuz o principal astro desse festival. Um alimento que faz parte da cultura e do cotidiano pernambucano, o cuscuz, é um prato presente no dia a dia do nordestino como um todo, sendo consumido tanto no café da manhã como também almoço e jantar, ele é também, muitas vezes o único ou principal alimento de uma família, é saudável, alimenta e é rico em nutrientes, podendo ter várias combinações e receitas sendo ele usado até mesmo para fazer o famoso bolo de milho utilizando o fubá, ingrediente principal no preparo cuscuz nordestino. Dessa forma a intervenção nasceu com a finalidade de unir tudo isso em um evento onde pode-se experimentar toda essa gama de receitas feitas com cuscuz, e através da comunidade do bairro de Guadalupe em Olinda (PE), ele será apresentado como uma estrela, sendo assim, se faz necessário falar sobre a localidade, tanto o bairro quanto o município e a sua relação com o turismo no Estado.

O evento será realizado simultaneamente com as festividades de Nossa Senhora de Guadalupe, no domingo que antecederá o dia da Padroeira, das 15h às 21h na praça Conselheiro Miguel Canuto situada no bairro de Guadalupe em Olinda. Contará com barracas, onde serão servidos os diversos tipos de cuscuz. O local apresentara estrutura para receber tanto os moradores quanto os visitantes de fora que virão apreciar o festival.

Assim propõe-se as atividades abaixo listadas por abrangerem os pontos principais que é a apreciação e a acessibilidade ao paladar e a conexão com a igreja.

- Festival gastronômico com degustação dos diversos tipos de cuscuz;
- Quermesse (em parceria com a igreja de Nossa Senhora de Guadalupe;
- Atrações culturais

7.1 OLINDA E O TURISMO EM PERNAMBUCO

Pernambuco é um estado que tem a atividade turística como uma das suas principais atividades, o turismo está consolidado nacional e internacionalmente. Conhecido por proporcionar ao visitante uma experiência única de turismo de sol e mar Pernambuco é muito mais que isso. O estado tem como premissa básica trabalhar

sua diversidade artística e cultural como um de seus grandes atrativos, entre ele podemos citar o carnaval, onde fica registrado um dos períodos mais rentáveis para o estado em comparação a outras atividades que ocorrem durante o ano, pois é uma das ancoras e que propicia o maior fluxo de visitantes durante o ano. Conhecido pela sua receptividade, Pernambuco tem uma diversidade que vai de manifestações de sua cultura espalhada pelo estado até museus que estão na lista dos melhores do mundo, chegando até a títulos conhecido como “*gayfriendly*”, lugar receptível para a comunidade LGBTQIA+.

O patrimônio cultural, histórico e gastronômico do estado é um dos fatores que também atraem visitantes, em um estado onde possui o bolo de rolo e o cuscuz como patrimônios gastronômicos faz de Pernambuco um estado encantador e que permite mergulhar num mar de possibilidades turísticas em um único lugar.

Olinda é um grande exemplo de local a ser visitado, cidade declarada Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade pela UNESCO, por sua estrutura arquitetônica antiga (IPHAN, 2014). E também foi eleita como 1ª Capital Brasileira da Cultura. A escolha foi feita por um júri composto por oito pessoas entre representantes do Ministério da Cultura, instituições públicas e sociedade civil (Wonghon, 2005). É um município pernambucano, localizado a 7 Km de Recife, a cidade possui um sítio histórico de 1,2 quilômetros quadrados onde os diferentes estilos arquitetônicos, edifícios coloniais do século XVI se faz presente e se misturam com o traçado urbano atual da cidade. Nela o turismo cultural-histórico e o turismo de eventos se fazem presente, tendo nesses dois seguimentos os pilares da atividade turística e que alimenta sua renda anual nessa prática. Além disso, o maior contribuinte dessa economia está no carnaval que a cidade promove. No ano de 2018, em Olinda, houve uma geração de mais de 105 mil empregos gerados de forma direta ou indiretamente garantindo a ocupação de 96% da rede hoteleira e arrecadando R\$ 280 milhões durante os quatro dias de festividade segundo a Prefeitura da cidade (OLIVEIRA, 2018).

7.2 DA FESTA DE NOSSA SENHORA DE GUADALUPE – OLINDA

Localizado em Olinda, o bairro de Guadalupe, possui 5.512 habitantes segundo o último censo de 2010, se encontra a igreja de Nossa Senhora de Guadalupe (IBGE, 2010).

Considerada uma das igrejas mais antiga de Olinda e primeira do Brasil dedicada padroeira do México e fundada em 1626, para a devoção de homens pardos que eram privados de entrar nos ditos “templos para brancos”, erguida na Villa D’Olinda que tem como fundador, Manoel de Carvalho onde possui sua pedra tumular datando a sua morte em 1629. No período em que foi construída, Portugal era governado pela Espanha e possivelmente a escolha pela santa de devoção hispânica. A igreja, e seu interior, sofreram alterações ao longo de sua história, sendo a primeira depois que os Holandeses incendiaram a igreja em 1631 tendo seu altar-mor substituído apenas no início do século XX, alguns dos altares existentes foram da antiga Igreja de São Pedro Mártir que também foi destruída pelos holandeses. Centralizada no interior esta uma pintura retratando Nossa Senhora de Guadalupe, tela essa vinda diretamente do México, local de origem da devoção. A igreja tem sua fachada simples, possuindo apenas uma torre sineira e é uma das muitas edificações religiosas do “sítio histórico” da Cidade Patrimônio Mundial da Humanidade.

A principal festa da igreja acontece no dia 12 de dezembro onde é comemorado o dia da virgem que é padroeira de México e da América Latina, intitulada no ano de 1945 por Pio XII (BORGES, 2008). Todos os anos a Igreja recebe fiéis pernambucanos de várias cidades e regiões do estado, o que fica claro que nesta data acontece um estímulo e fluxo turístico religioso muito forte no bairro.

O propósito do evento é a de fornecer ao visitante sensações através do toque a sensibilidade humana com conceitos, ideias, provocações, e assim fornecendo uma experiência única e marcante. Atrelado a isso, os eventos gastronômicos, e em especial a modalidade de festivais, detêm essas experiências uma vez que a variedade da culinária brasileira possui uma gama de experiências de paladares, assim como afirma a cartilha do SEBRAE (2015):

Como um dos aspectos mais singulares da cultura, a culinária (local e regional) revela elementos da simbologia social cotidiana que constitui as tradições de um povo e forma um patrimônio que traduz o que não é dito, mas sentido. Além disso, a alimentação aguça todos os sentidos, com aromas, apresentação visual de pratos, exibição da atmosfera local, sabores e sons emitidos no manuseio, na preparação

e na degustação, que provocam lembranças e sensações, e tudo isso pode e deve ser explorado na realização de um evento gastronômico (SEBRAE, 2015).

Dessa forma, este projeto de intervenção nasceu de uma forma criativa e acolhedora junto à comunidade de Guadalupe, para levarmos cultura com um festival de cunho gastronômico com razão aquecer a atividade turística, propiciando o conhecimento da cultura local e da cidade de Olinda. O Festival tem como método de organização a formação de coordenações nas quais irão trabalhar em equipe, com caráter independente de uma equipe e outra para o evento acontecer. Essas coordenações são a de estrutura, a coordenação operacional, a coordenação de captação de recursos, a coordenação de comunicação, estas terão que ter ao menos um gestor turístico no comando onde cada equipe será composta por estagiários e voluntários de instituições de cursos de turismo, por fim, a coordenação geral, esta última administrada pelos gestores do projeto.

7.3 ESTRUTURA PLANEJADA DO EVENTO

A estrutura base tem como intuito de apresentar o subsídio para a realização e montagem do Festival do Cuscuz de Guadalupe. O local escolhido foi a Praça Conselheiro Miguel Canuto, que fica em frente à Igreja de Nossa Senhora de Guadalupe em Olinda - PE. Conforme mostrado nas representações seguintes:

Figura 1 - Espaço para realização do evento



Fonte: próprios alunos

Figura 2 - Praça Conselheiro Miguel Canuto – Ao fundo a Igreja de Nossa Senhora de Guadalupe



Fonte: próprios alunos

Figura 3 - Praça Conselheiro Miguel Canuto - vista da frente da Igreja de Nossa Senhora de Guadalupe



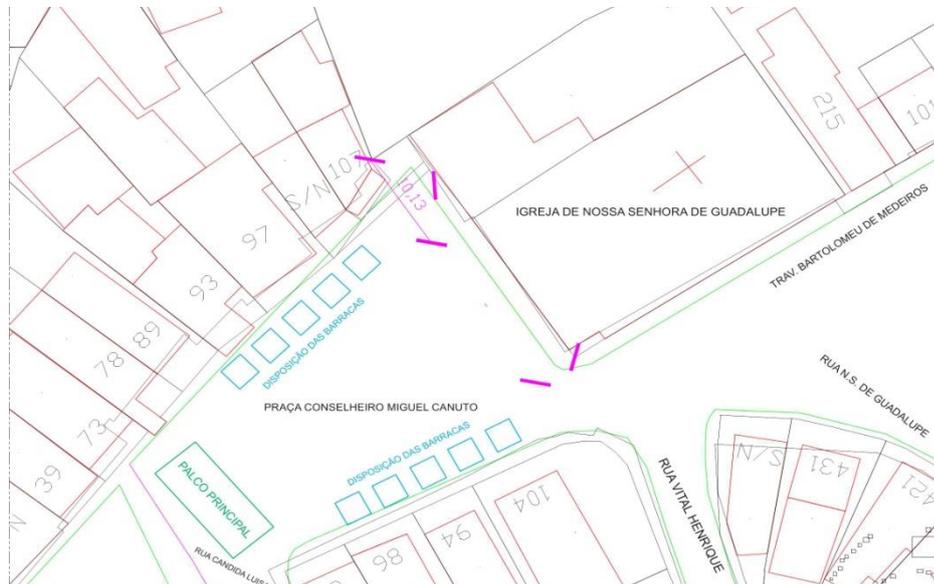
Fonte: próprios alunos

Figura 4 - Praça Conselheiro Miguel Canuto



Fonte: próprios alunos

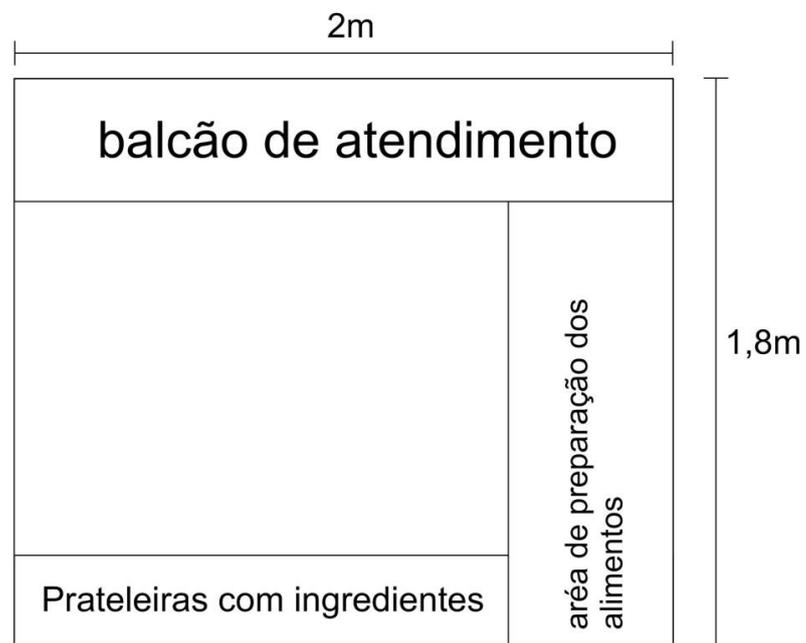
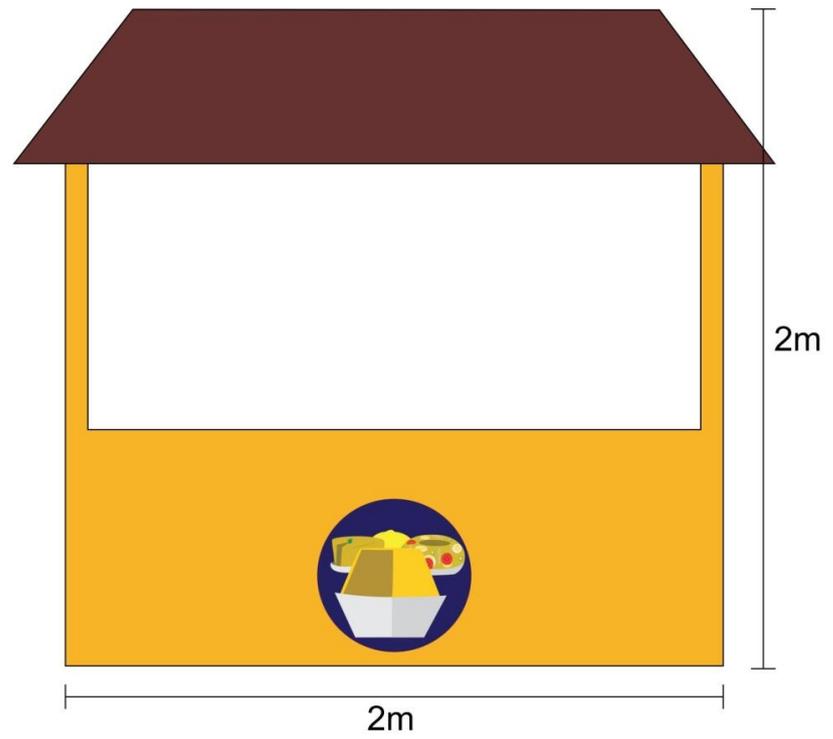
Figura 5 - Local onde serão montadas as barracas do evento



Área Total do
Largo de Guadalupe
899,60 m²

Fonte: próprios alunos

Figura 6 - Modelo de barracas usadas no festival



Fonte: próprios alunos

7.3.1 Coordenação de Estrutura

Para a realização do Festival do Cuscuz de Guadalupe, serão necessários, diversos recursos físicos e humanos.

A organização fez um estudo tendo como base a pesquisa realizada e as visitas ao local onde será realizado o evento. Tendo como base esses dados chegamos à decisão que o evento contara com os seguintes elementos:

O evento contará com 10 barracas divididas em: 8 espaços para a preparação e venda dos pratos divididas entre pratos tradicionais e gourmet, uma barraca de informações e uma barraca de vendas de lembranças relacionadas ao evento e a festa de Guadalupe:

As barracas serão temáticas, divididas entre venda dos diversos tipos de cuscuz, informações sobre o evento e venda de lembranças relacionadas ao evento e a festa de Nossa Senhora de Guadalupe.

Tabela 1 - Barracas de venda de Cuscuz

Quantitativo de barracas de venda de cuscuz	Temas de cada barraca
02	Cuscuz tradicional típico Nordestino
02	Cuscuz gourmet preparação livre
02	Cuscuz de outros estados
02	Cuscuz de outros países
01	Informações sobre os eventos
01	Vendas de lembrancinhas do evento e da festa de Guadalupe

O custo das barracas ficou em R\$ 100,00 o aluguel por barraca, totalizando R\$ 1000,00 conforme mostrado na tabela abaixo

Tabela 2 - Aluguel das barracas

Valor do aluguel das barracas tamanho 2,0m x 1,80m	Quantidade de barracas	Subtotal
R\$ 100,00	10 barracas	Subtotal R\$ 1000,00

O evento contará com um intérprete de libras que será utilizado para traduzir para o público deficiente auditivo. A palestra que será feita sobre o bairro de Guadalupe, e sobre o festival.

Tabela 3 - Interprete de libras

Quantidade de profissionais intérpretes de libras	Tempo que será utilizado por cada interprete.	Valor da hora trabalhada para cada profissional.	Total a ser pago para os profissionais
2	6h	R\$ 144,00	Subtotal R\$ 1.728,00

O evento contará cardápios em braile para serem utilizados caso necessário. Cada barraca terá um cardápio adaptado para o público deficiente visual. Onde seu custo está relacionado na tabela abaixo.

Tabela 4 - Cardápios em braile

Cardápios em braile	Quantidade	total
1,5 por folha produzida	5 folhas por barraca	Subtotal R\$ 60,00

O evento contará com banners publicitários para serem postos nas barracas informando o que cada uma produz além de faixa decorativa em frente a cada barraca. Haverá também a divulgação por panfletagem sobre o evento.

Cada barraca receberá 4 camisetas para serem usadas durante o evento totalizando 40 camisetas.

Tabela 5 - custos de material gráfico de divulgação

Quantidade de banners	Preço da unidade tamanho 1,20m x 0,80m	Sub total
10	R\$ 45,00	R\$ 450,00
Quantidade de faixas	Preço da faixa tamanho 2,0m x 0,80m	Sub total
10	R\$ 75,00	R\$ 750,00

Quantidade de panfletos	Preço do milheiro de panfletos tamanho 21cm x 15 cm	Sub total
5000	80,00	R\$ 400,00
Quantidade de Camisetas para o evento	Preço da unidade da camiseta	Sub total
40 unidades	R\$ 15,00	R\$ 600
Quantidade de máscaras para o evento	Preço da unidade da máscara	Subtotal
80 unidades	R\$ 5,00	R\$ 400,00
Custo total do material gráfico de divulgação		R\$ 2.600,00

Por conta da possibilidade de ainda estarmos em segurança sanitária durante a data de realização do evento, cada barraca terá mascaras personalizadas de proteção contra a covid 19, para serem usadas durante o evento totalizando 80 mascaras.

7.3.1.2 Coordenação de Gestão

Equipe responsável pela gestão de toda a base e estrutura que é preciso para a realização do festival, essa equipe será composta pelos gestores do evento. Que são os três gestores de turismo autores do projeto Festival do Cuscuz de Guadalupe observando o local e seu atual estado físico, das barracas, mesas e cadeiras, toldo do ambiente, banheiros químicos e aparato para que esteja em plenas condições de montagem. Além de manter as condições do palco montado pela Igreja, onde em parceria, será utilizado na programação do evento.

Tabela 6 - Gestão e coordenação

Equipe de gestão	Gestor 1	Gestor 2	Gestor 3	subtotal
Remuneração	R\$2.500,00	R\$2.500,00	R\$2.500,00	R\$7.500,00
Coordenação de Segurança	Remuneração por hora trabalhada	Hora (8h trabalhadas)		
Coordenador 1	R\$ 50,00	R\$ 400,00		R\$ 800,00
Coordenador 2	R\$ 50,00	R\$ 400,00		
			Subtotal	R\$ 8.300,00

Para esta coordenação fica a missão de toda a parte de segurança do evento e seu entorno, será composta por 2 pessoas escolhidas pelos gestores dentro da própria comunidade. Para isso, a coordenação de segurança se encarregará por buscar parcerias com os órgãos de defesa social como a polícia militar, corpo de bombeiros e guardas civis, mediados entre a equipe com a prefeitura de Olinda.

7.3.2 Coordenação Operacional

Esta coordenação fica sob responsabilidade de criar equipes para dispor da montagem, será composta por 1 pessoa escolhida pelos gestores dentro da própria comunidade. Funcionamento no dia e retirada do evento. Para isso será constituído uma equipe com total foco e pro atividade no evento.

Tabela 7 - Operacional

Coordenação Operacional	Equipe 1	Equipe 2	subtotal
	2 componentes	2 componentes	
Remuneração diária por colaborador	R\$ 400,00	R\$ 400,00	
Subtotal	R\$ 800,00	R\$ 800,00	
Subtotal			R\$ 1600,00

7.3.3 Coordenação de Captação de Recursos

Com intuito de buscar recursos, apoios e parcerias, esta coordenação ficará encarregada dessa missão para que o evento seja executado com todas as condições possíveis, e será composta por 2 componentes profissionais, juntamente com 2 estagiários de disciplinas como Administração, Marketing, Turismo.

Tabela 8 - Captação de recursos.

Coordenação de captação de recursos	Remuneração/ ajuda de custo	Subtotal
2 componentes profissionais	R\$ 500,00 dia (cada)	R\$ 1.000,00
2 estagiários	R\$ 300,00 dia (cada)	R\$ 600,00
Sub total		R\$1.600,00

7.3.4 Coordenação de Comunicação

Para comunicações a publicidade do evento deve passar uma mensagem visual e postagens em redes sociais onde há maior visibilidade, para ter essa divulgação do evento será utilizada a propaganda, que e pode ser feita através de plataformas digitais, neste caso sendo o Instagram e cartazes em pontos da cidade histórica e estabelecimentos. A assessoria de imprensa ficará responsável pelos canais de comunicação juntamente com a prefeitura do município. A equipe da coordenação geral ficará responsável pelos elementos gráficos e impressos do evento que serão parte do plano de mídia do evento.

O plano de mídia visa abranger o maior número de pessoas.

Para além disso, o plano de divulgação também se dará através de bicicletas com som anunciando o evento uma semana antes da data, e com postagens em dias corridos com 30 dias de antecedência para estabelecer uma comunicação direta através do Instagram.

7.3.5 Coordenação Geral

A composição da Coordenação geral, dará suporte e supervisão na interação entre todas as coordenações que estão à frente do evento, fazendo assim que todos tenham uma melhor operacionalização. Essa coordenação se reúne de forma periódica e se encontra reunida também no dia do evento para eventualidades e também gerenciar suas coordenações na execução do dia do evento, cada membro apresentando um relatório das atividades realizadas. Essa coordenação será composta pelos gestores do evento.

Tabela 9 - Custo total

Total geral dos custos do eventos	R\$ 16.888,00
-----------------------------------	---------------

Figura 7 - Programação do evento

Festival Gastronômico

Cuscuz de Guadalupe

+ Cuscuz
+ Cultura
+ Comunidade

12 / Dez

Praça Conselheiro Miguel Canuto, 104 - Guadalupe, Olinda - PE, 53240-540

PROGRAMAÇÃO

15h - Abertura do evento com a presença dos idealizadores, representantes da comunidade e da paróquia de Nossa Senhora de Guadalupe.

15h30 - Abertura da Feira

15h30 - Início das vendas nas barracas temática

16h30 - Apresentação Cultural (a ser definida pela Organização)

18h30 - Apresentação Cultural (a ser definida pela Organização)

21h - Encerramento da feira

Fonte: Elaboração própria dos Autores, 2020.

Figura 8 - Cartaz promocional do evento



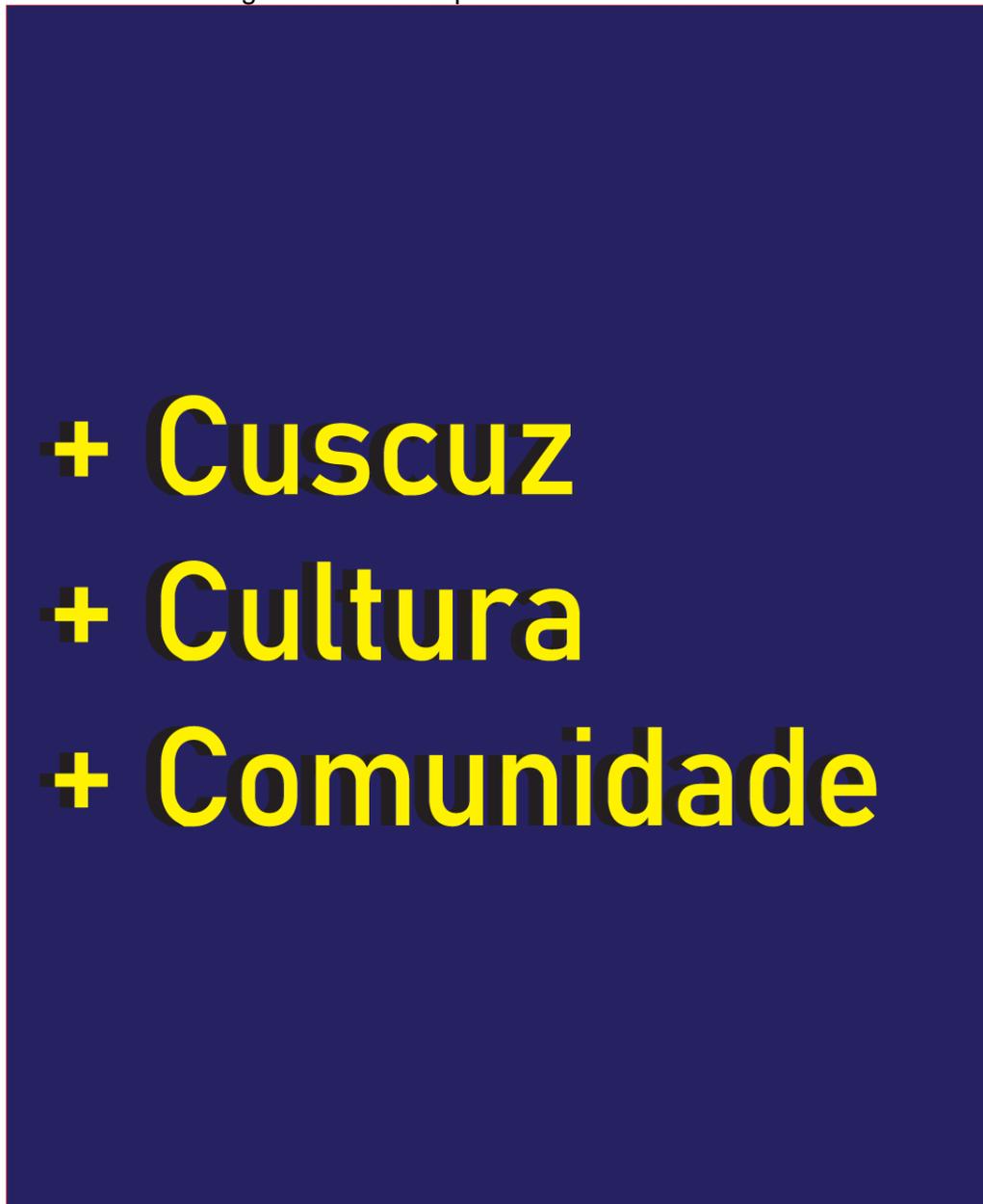
Fonte: Elaboração própria dos Autores, 2020.

Figura 9 - Cartaz promocional do evento



Fonte: Elaboração própria dos Autores, 2020

Figura 10 - Cartaz promocional do evento



Fonte: Elaboração própria dos Autores, 2020.

Figura 11 - Rede social do evento



Fonte: Instagram / Elaboração própria dos Autores, 2020.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em uma cidade como Olinda, onde história e cultura permeiam o cotidiano da cidade, o turismo é em si sua emancipação e fomentação dessa prática através das demandas realizadas em eventos e manifestações culturais. Porém a cidade nem sempre se mantém na alta estação turisticamente falando nos 365 dias do ano, e nas práticas do fazer turismo na cidade a contribuição da comunidade local é de suma importância, assim, os bairros adjacentes do grande foco turístico podem e devem entrar em protagonismo, sendo foco desde projeto o bairro de Guadalupe, formando novos produtos turísticos frutos das demandas da própria comunidade que carrega um legado e importância cultural seja esta sacra ou profana

Se de um lado estamos acostumados a ver a cidade de Olinda se firmar enquanto cidade histórica carregando um legado potencial de uma segmentação de base comunitária, por outro, em sua realidade não se concretiza tal fato uma vez que o poder público não dialoga com as comunidades em torno do principal foco turístico, o bairro de Guadalupe é o principal exemplo desta falta de diálogo e visão sobre como o turismo é um fenômeno transformador socialmente para além do contexto econômico, onde o poder público não consegue enxergar as demandas e desejos do desenvolvimento turísticos em suas comunidades como saída para uma agenda turística mais ampla e inclusiva, dando espaço, voz e vez para o turismo comunitário poder mostrar uma Olinda para além do que é vendido corporativamente.

Assim, esperamos que este projeto seja um caminho para que outros exemplos possam ser gerados e disseminados a fim de ressaltar a importância e o legado do fazer turístico onde a comunidade tem muito a acrescentar, espera-se um desenvolvimento de um olhar mais inclusivo do poder público para comunidades como Guadalupe. Assim ressaltamos a importância do bairro para o legado histórico e cultural da cidade, tendo neste projeto de evento como um caminho possível para se gerar renda, visibilidade e troca cultural nos períodos de baixa estação da cidade buscando assim um maior dinamismo turístico no decorrer do ano.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Cleide. Conheça a história de Cariri Olindense. A troça faz 100 anos em 2021. **JC Online**, 20 fev. 2020. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2020/02/20/conheca-a-historia-de-cariri-olindense-a-troca-faz-100-anos-em-2021-400374.php>. Acesso em: 19 ago. 2022.
- BARTHOLO, Roberto; SAN SOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan (org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/marcosaraujo/disciplinas/geografia-aplicada-ao-turismo/material-complementar/turismo-de-base-comunitaria-diversidades-de-olhares-e-experiencias-brasileiras>. Acesso em:
- BORGES, Marieta. **Igreja de Nossa Senhora de Guadalupe dos homens Pardos - Olinda**. 2008. Disponível em: <http://marietaborges.blogspot.com/2008/12/igreja-de-nossa-senhora-de-guadalupe.html>. Acesso em 08 dez. 2022.
- BRASIL. Instituto Chico Mendes de Conservação da biodiversidade. **Turismo de base comunitária em unidade de conservação Federais: caderno de experiências**. Brasília: ICMBio-MMA, 2019. Disponível em: http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo_de_base_comunitaria_em_ucs.pdf. Acesso em: 25 mar. 2019.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de regionalização do turismo: roteiros do Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-cultural-orientacoes-basicas.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2019.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010a. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-cultural-orientacoes-basicas.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2019.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010b. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-de-negocios-e-eventos-orientacoes-basicas.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2019.
- BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- CALDAS, Phelipe. **Dia do cuscuz: o prato que saiu do Norte da África para virar símbolo da força do povo nordestino**. João Pessoa: G1, 19 mar. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/chef-jpb/noticia/2021/03/19/dia-do-cuscuz-o-prato-que-saiu-do-norte-da-africa-para- virar-simbolo-da-forca-do-povo-nordestino.ghtml>. Acesso em: 05 ago. 2022.

COMPANHIA das Índias Ocidentais. Toda Matéria, [s.d.]. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/companhia-das-indias-ocidentais/>. Acesso em: 30 maio 2019

COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Helen Rita Menezes. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré**, ed. 03, 2007. Disponível em: <http://www.unirio.br/cch/escoladeturismologia/pasta-virtuais-de-docentes/joice-lavandoski/turismo-e-producao-de-eventos/textos-de-leitura-obrigatoria/leituras-para-aula-dia-27-3-19/Coutinho%20e%20Coutinho.%20Turismo%20de%20eventos%20e%20sazonalidade.%202007.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2016.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. **Turismo e patrimônio cultural**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2012. (Coleção Contexto).

HALLACK, Nathália; BURGOS, Andrés; CARNEIRO, Daniela Maria Rocco. Turismo de base comunitária: estado da arte e experiências brasileiras. **ambientalmente sustentável**, jan./dez., ano 6, v. 1, n. 11-12, p. 7-25, 2011. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/61909894.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2016.

IBGE. **Brasil: Pernambuco: Olinda**: panorama. 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/olinda/panorama>. Acesso em: 27 abr. 2019.

IPHAN. **Olinda (PE)**. Brasília: IPHAN, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/351/#:~:text=Olinda%20foi%20a%20segunda%20cidade,%2C%20pelo%20lphan%2C%20em%201968>. Acesso em: 12 ago. 2022.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LEITE, Edson. **Turismo cultural e patrimônio imaterial no Brasil**. São Paulo: INTERCOM, 2011. (Coleção verde amarelo; v. 6). Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/58b5dbafd758b257f20c42b15c5e5049.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2019.

MARTINS, Vanderlei; MELLO, Cleyson de Moraes (org.). **Metodologia científica**: fundamentos, métodos e técnicas. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2016.

MASCARENHAS, Sidnei A. **Metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

OLINDA (Pernambuco). **A cidade**. [2023a?]. Disponível em: <https://www.olinda.pe.gov.br/a-cidade/historia>. Acesso em: 20 abr. 2019.

OLINDA (Pernambuco). **Guia turístico**: Igrejas [2023b?]. Disponível em: <https://www.olinda.pe.gov.br/guia-turistico/igrejas/>. Acesso em: 04 out. 2016.

OLIVEIRA, Thamires. Olinda tem quase um milhão de foliões a mais em relação ao carnaval do ano passado. **G1 PE**, 15 fev. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/carnaval/2018/noticia/olinda-tem-quase-um-milhao-de-folioses-a-mais-em-relacao-ao-carnaval-do-ano-passado.ghtml>. Acesso em: 5 jun. 2020.

PERES, Paula. **Por que Portugal e Espanha assinaram o Tratado de Tordesilhas?**: duas potências europeias disputaram o território sulamericano no século xv; relembre a jogada. Duas potências europeias disputaram o território sulamericano no século XV; relembre a jogada. 2018. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/11871/por-que-portugal-e-espanha-assinaram-o-tratado-de-tordesilhas>. Acesso em: 22 maio 2019.

SANTOS, Larissa. **Unesco declara cuscuz Patrimônio Imaterial da Humanidade**: Prato reúne os saberes culturais do Marrocos, Argélia, Mauritânia e Tunísia. [S. l.]: CNN, 17 dez. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/estilo/unesco-declara-cuscuz-como-patrimonio-imaterial-da-humanidade/>. Acesso em: 10 ago. 2022.

SEBRAE **Guia prático de eventos gastronômicos**: saiba como idealizar o seu. 2015. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/94a42e5c0d34bc3c1837638cdab33bb5/\\$File/5779.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/94a42e5c0d34bc3c1837638cdab33bb5/$File/5779.pdf). Acesso em: 25 mar. 2019.

SOUZA, Rita de Cássia Alves de; MELO, Karol Monteiro Mota; PERINOTTO, André Riani Costa. O turismo a serviço da educação: as aulas-passeio promovidas por escola particular em Parnaíba (PI), **Rosa dos Ventos**, v. 3, n. 1, p. 51-61, jan./jun. 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4735/473549022006.pdf>. Acesso em: 22 ago 2022.

VIRGILIO, Lilian de Andrade; CHAGAS, Márcio Marreiro das; FERNANDES, Gleydciane Alexandre. Segmentação do mercado turístico: uma análise da realidade do turismo de eventos na capital potiguar. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL: SABERES E FAZERES NO TURISMO: INTERFACES, 6., 2010, Caxias do Sul. **Anais** [...]. Caxias do Sul: UCS, 2010. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/11/Segmentacao%20do%20Mercado%20Turistico%20Uma%20Analise%20da%20Realidade%20do%20Turismo.pdf. Acesso em: 24 dez. 2016.

WONGHON, Márcia. **Olinda é eleita 1ª capital brasileira da cultura**. Brasília: Empresa Brasil de Comunicação, 2005. Disponível em: <https://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2005-07-01/olinda-e-eleita-1%C2%AA-capital-brasileira-da-cultura>. Acesso em: 8 ago. 2021.