



INSTITUTO FEDERAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO

Campus Recife

Departamento Acadêmico de Cultura Geral, Formação de Professores e
Gestão – DAFG

Curso Superior de Tecnologia de Gestão em Turismo

ANDRÉ RODRIGUES PIRES DA SILVA

JOSÉ LEMOS DE FARIAS

**OLINDA EXPERIENCE: uma proposta de turismo de experiência no sítio
histórico de Olinda**

Recife

2019

ANDRÉ RODRIGUES PIRES DA SILVA

JOSÉ LEMOS DE FARIAS

**OLINDA EXPERIENCE: uma proposta de turismo de experiência no sítio
histórico de Olinda**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação Acadêmica de Gestão em Turismo – CATU do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Iraneide Pereira

Recife

2019

Ficha elaborada pela bibliotecária Emmely Cristiny Lopes Silva CRB4/1876

S586o

2019

Silva, André Rodrigues Pires da.

Olinda experience: uma proposta de turismo de experiência no sítio histórico de Olinda / André Rodrigues Pires da Silva; José Lemos de Farias. --- Recife: O autor, 2019.
77f. il. Color.

TCC (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, Departamento Acadêmico de Cultura Geral, Formação de Professores e Gestão - DAFG, 2019.

Inclui Referências e apêndices.

Orientadora: Dr^a. Iraneide Pereira da Silva

1. Turismo de experiência. 2. Sítio histórico de Olinda. 3. Agremiações carnavalescas. 4. Roteiro turístico. I. Título. II. Silva, Iraneide Pereira da (orientadora). III. Instituto Federal de Pernambuco.

(21ed.)

CDD 338.4791

ANDRÉ RODRIGUES PIRES DA SILVA

JOSÉ LEMOS DE FARIAS

**OLINDA EXPERIENCE: uma proposta de turismo de experiência no sítio
histórico de Olinda**

Projeto turístico aprovado como requisito final do trabalho de conclusão do curso Superior de Tecnologia de Gestão em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - IFPE, para a obtenção do título Tecnólogo.

COMISSÃO EXAMINADORA

Iraneide Pereira da Silva

Bruna Moury

Agostinho Daciel dos Santos

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaríamos de agradecer indistintamente a todas e todos que nos ajudaram a realizar este trabalho, quer seja de forma efetiva, quer seja em pensamentos, palavras ou gestos, nosso muito obrigado!

Agradecemos aos dirigentes das agremiações carnavalescas de Olinda por terem nos recebido e compartilhado um pouco do universo que são cada uma das suas entidades, relatando-nos histórias, alegrias, frustrações e perspectivas de futuro. Lembramos a perda repentina do presidente da GRES Preto Velho, o senhor Clóvis Ferreira, falecido em 09/11/2018, antes da conclusão deste trabalho.

Agradecemos ao conjunto dos professores do Curso Superior de Tecnologia de Gestão em Turismo do IFPE-Campus Recife, pela ampliação de nossos horizontes através do conhecimento construído ao longo do curso, bem como do pessoal de apoio técnico-administrativo muito importante na organização da nossa vida acadêmica.

Agradecemos aos amigos que conquistamos durante nossa passagem pela instituição, não só pela interação durante as aulas, elaboração e apresentação de trabalhos, mas também pelos momentos de descontração e de confraternização, afinal ninguém é de ferro! Laços que não terminam ao final do curso.

Agradecemos as nossas famílias, que dentro das suas possibilidades nos preparam para o mundo além dos seus muros e nos incentivam a desbravar novos horizontes, sem contudo deixar de ser nosso porto seguro nos momentos difíceis da vida, mesmo no campo profissional.

– Professora Iraneide Pereira, muitíssimo obrigado pela sua dedicação, pelo seu estímulo e pela sua paciência conosco. Somos gratos e felizes de tê-la como nossa orientadora.

RESUMO

O presente trabalho busca demonstrar a viabilidade da prática do turismo de experiência no Sítio Histórico de Olinda, em Pernambuco, com a participação efetiva das suas agremiações carnavalescas no circuito turístico da cidade, para além do período de carnaval. É sugerida a realização de roteiros específicos que contemplem não só visitas às sedes das entidades participantes, como também a realização de vivências relativas ao carnaval pernambucano e a história de cada uma delas. Nove entidades foram selecionadas dentre aquelas circunscritas ao perímetro tombado pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura), e uma no território contíguo a este, a chamada *zona de entorno*, totalizando dez sujeitos de pesquisa. A coleta de dados foi realizada através de entrevista semiestruturada aplicada aos representantes das agremiações escolhidas, norteada por um roteiro previamente elaborado e a interpretação das respostas foi feita através da metodologia de Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin. Os resultados constataram o interesse dos respondentes em receber turistas/visitantes em suas sedes, subsidiaram a criação de roteiros turísticos baseados na diversidade tipológica das agremiações participantes, bem como ajudaram a elencar vivências a serem aplicadas durante as visitas.

Palavras chaves: Turismo de experiência. Sítio Histórico de Olinda. Agremiação carnavalesca. Roteiros turísticos. Vivências.

ABSTRACT

The present work seeks to demonstrate the feasibility of practicing tourism experience at the Historic Site of Olinda, in Pernambuco state, with the effective participation of its carnival associations in the tourist circuit of the city, beyond the period of carnival. It is suggested to carry out specific itineraries that contemplate not only visits to the headquarters of the participating entities, but also the realization of experiences related to the Pernambuco carnival and the history of each one of them. Nine entities were selected among those circumscribed to the perimeter registered by UNESCO (United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization), and one in the territory adjoining this one, the so-called surrounding area, totaling ten research subjects. The data collection was done through a semi-structured interview applied to the representatives of the chosen associations, guided by a previously elaborated script and the interpretation of the answers was done through the methodology of Content Analysis, proposed by Laurence Bardin. The results showed the interest of the respondents to receive tourists / visitors at their headquarters, subsidized the creation of tourist itineraries based on the typological diversity of the participating associations, as well as helping to list experiences to be applied during the visits.

Key words: Tourism experience. Historic Site of Olinda. Carnival associations. Tourist itineraries. Experiences.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Sujeitos da pesquisa	19
Quadro 2 – Vivências	37
Quadro 3 – Síntese do curso de Qualidade no Atendimento	39
Quadro 4 – Síntese do roteiro Olinda frevo de todos nós!	54
Quadro 5 – Possíveis patrocinadores	61
Quadro 6 – Cronograma	68

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Localização do município e do Sítio Histórico de Olinda	22
Figura 2 – Ladeiras do Sítio Histórico de Olinda	23
Figura 3 – Imagem da placa da UNESCO, localizada no MASPE	25
Figura 4 – Casa do Turista no Sítio Histórico de Olinda.....	26
Figura 5 – Jardineiras do passeio Olinda Aventura	29
Figura 6 – Companhia Independente de Apoio ao Turista - CiaTur.....	30
Figura 7 – Placa de identificação turística do Sítio Histórico de Olinda	31
Figura 8 – Localização das agremiações	35
Figura 9 – Logomarca	40
Figura 10 – Cartaz	42
Figura 11 – Folhetos	43
Figura 12 – Folder/frente.....	44
Figura 13 – Folder/verso	44
Figura 14 – Wind banner.....	45
Figura 15 – Camisa.....	46
Figura 16 – Boné	46
Figura 17 – Página do Facebook.....	47
Figura 18 – Página do Instagram	47
Figura 19 – Mapa roteiro Olinda frevo de todos nós!.....	50
Figura 20 – Passistas do Cariri Olindense.....	51
Figura 21 – Apresentação de passistas	51
Figura 22 – Clube Vassourinhas de Olinda.....	52

Figura 23 – Foliões e estandarte.....	52
Figura 24 – Clube Homem da Meia Noite	53
Figura 25 – Calunguinha do Homem da Meia Noite	53
Figura 26 – Mapa do roteiro Olinda além do frevo!	55
Figura 27 – Mapa roteiro Olinda de todos os ritmos!.....	56

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Justificativa	13
2 OBJETIVOS	16
2.1 Objetivo geral	16
2.2 Objetivos específicos	16
3 DIAGNÓSTICO	17
4 DETALHAMENTO DO PROJETO	23
4.1 Localização e abrangência	23
4.2 Aspectos históricos	24
4.3 Caracterização econômica e turística	26
4.4 Estratégia de ação	32
<i>4.4.1 Apresentação do projeto aos dirigentes</i>	32
<i>4.4.2 Vivências</i>	33
<i>4.4.3 Qualificação de pessoal</i>	34
<i>4.4.4 Promoção e identidade visual</i>	36
<i>4.4.5 Projeto piloto</i>	44
<i>4.4.6 Recursos necessários – orçamento</i>	53
<i>4.4.7 Fontes de financiamento e parcerias</i>	56
<i>4.4.8 Avaliação e monitoramento</i>	58
5 MEDIDAS DE IMPLEMENTAÇÃO	60
5.1 Medidas legais	60
5.2 Medidas técnicas	62

6 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO	64
7 CONCLUSÃO	65
REFERÊNCIAS.....	71
APÊNDICE – A – Roteiro de entrevista	74
APÊNDICE – B – Questionário de avaliação do passeio.....	75

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade a tecnologia é uma grande aliada do turismo, permitindo aos viajantes conhecer com alto grau de fidelidade os destinos e serviços que pretendem explorar/descobrir, antes mesmo de sair de suas casas. Por outro lado, também é correto dizer que muitas das escolhas de uma viagem se definem a partir da indicação de parentes e amigos e acabam por influenciar a tomada de decisão dos futuros viajantes. Contudo “as pessoas buscam “algo mais”, algo que lhe agregue valor perceptível, proporcionando sensações ímpares que diferenciem uns itens dos outros e permitam a seleção e aquisição a partir de necessidades individuais” (PANOSSO NETTO; GAETA, 2010, p.13). Desta forma, é importante que os destinos se diferenciem ofertando produtos que proporcionem vivências memoráveis aos seus clientes.

Enquanto atividade econômica, o turismo também está sujeito às leis de mercado, quer seja pela demanda, quer seja pela oferta. Assim, no final do século XX foram identificadas mudanças no comportamento dos consumidores, em relação à aquisição de bens e serviços. Observou-se que as demandas dos clientes até então regidas por impulsos de caráter racional, passou a dar lugar a outros de caráter emocional, “provenientes dos desejos do coração”, levando também as empresas a redirecionar suas estratégias de marketing e vendas. Atribui-se essas primeiras sistematizações ao pesquisador dinamarquês Rolf Jensen, através da sua obra *A sociedade dos sonhos* de 1999, e aos norte-americanos James Gilmore e Joseph Pine, em *A economia da experiência* de 1999 (BRASIL, 2010, p.9).

Essas mudanças também atingiram o setor turístico em várias partes do mundo, assim como o Brasil, quer seja por uma questão de adaptação às novas tendências de mercado (sistema), quer seja pela sua transversalidade, à medida que incorpora elementos da cultura, da natureza e do entretenimento, configurando-se desta forma num verdadeiro “produto-experiência”. Isto levou Panosso Netto a identificar “um novo perfil de turismo, baseado em experiências que serão vivenciadas durante as viagens, numa perspectiva individual e personalizada” (PANOSSO NETTO; GAETTA, 2010.p.15). Assim faz-se necessário pensar em produtos e/ou serviços que venham a atender a este novo perfil do consumo turístico.

No Brasil é possível identificar várias ações neste sentido em diferentes regiões do país, sendo a pioneira delas a denominada Experiências na Região Uva e Vinho, no estado do Rio Grande do Sul, lançada em 2006. Esse modelo foi apoiado/desenvolvido pelo Ministério do Turismo, através do projeto Tour da Experiência, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e posteriormente levado para os estados do Pará, roteiro *Crenças, Cheiros e Sabores*; Mato Grosso do Sul, roteiro *Mergulhe nessa emoção*; Bahia, roteiro *A cada chegada uma nova descoberta*; e Rio de Janeiro, roteiro *Sonhar faz parte da nossa história* (BRASIL, 2015). Outros exemplos que podem ser citados são o Favela *Tour* Rocinha, na cidade do Rio de Janeiro e as atividades desenvolvidas no Rio do Rastro Eco Resort, localizado em Bom Jardim da Serra, no estado de Santa Catarina (PANOSSO NETO; GAETTA, 2010).

Em Pernambuco o binômio sol e praia representaram 61,74% dos turistas que visitaram o estado em 2017 (SETUREL-PE, 2018), no entanto a cidade de Olinda desenvolve um turismo calcado na exploração do seu patrimônio material e imaterial, apesar de ser um município litorâneo. Classificada como Patrimônio da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) desde 1982, também foi escolhida a primeira capital da Cultura do Brasil em 2006, além de possuir uma das maiores festas de carnaval do país, tendo atraído mais de três milhões de foliões, entre brasileiros e estrangeiros, em 2018 de acordo com a prefeitura municipal (OLINDA, 2018a).

Nas palavras de Marques Júnior (2001, p.10) “o carnaval pode ser considerado como a negação do cotidiano”, por sua vez a manifestação olindense é capaz de congrega uma verdadeira legião de admiradores dentro e fora do país, atraídos pela forma de celebração da população local, que guarda ainda muito da sua autenticidade. As agremiações carnavalescas de Olinda têm um papel fundamental nestes festejos, elas se configuram em catalisadoras de um expressivo número de pessoas durante o carnaval. De um lado, seus próprios integrantes que dão corpo e alma às organizações. Do outro, os espectadores/foliões que interagem com as agremiações através de aplausos, gritos ou cantando as músicas executadas pelas orquestras, quando não as seguindo em um verdadeiro cortejo pelas ruas e ladeiras do Sítio Histórico.

Assim, à luz do turismo de experiência, este trabalho propõe a participação efetiva das agremiações carnavalescas no circuito turístico de Olinda (para além do período de carnaval), através da realização de roteiros específicos que contemplarão não apenas visitas às sedes das entidades participantes, mas principalmente a realização de vivências relativas ao carnaval pernambucano e à história de cada uma delas, buscando proporcionar experiências memoráveis aos seus participantes.

Desta forma, o trabalho encontra-se estruturado em seis capítulos, nos quais pode-se acompanhar o processo de desenvolvimento da pesquisa, assim o primeiro capítulo ora desenvolvido engloba a Introdução e a Justificativa, seguido do capítulo dos Objetivos. No capítulo Diagnóstico, é apresentada a metodologia adotada para a pesquisa, bem como os sujeitos investigados. Em seguida, o mais extenso dos capítulos, cuida do Detalhamento do projeto, com treze subdivisões de ordens secundárias e terciárias, inclusive a Estratégia de ação, entendida como a “alma do projeto”. Em seguida o capítulo referente às Medidas de Implementação, seguido do Cronograma de execução, além da Conclusão. Conta ainda com os Apêndices, alusivos principalmente à identidade visual do projeto, bem como outros documentos.

1.1 Justificativa

Após vários anos de participação nos festejos de Momo¹ da Marim dos Caetés, um como morador, outro como visitante, e ambos movidos pelo espírito investigativo de futuros Tecnólogos em Gestão de Turismo, os autores deste projeto lançaram-se à hipótese de que embora as agremiações carnavalescas de Olinda se configurem numa das principais atrações do carnaval da cidade, elas não gozam nem da fama, nem da projeção nacional que o evento dá à cidade, tampouco desfrutam da visita que outros atrativos turísticos do município possuem, notadamente fora do período do carnaval.

Inspiração para este trabalho também foi a identificação do projeto *Carnaval Experience*, da escola de samba mirim Pimpolhos da Grande Rio, do estado do Rio de Janeiro. Este projeto que visa diversificar a fonte de recursos da entidade e proporcionar a sustentabilidade socioeconômica da organização através da

¹ Rei Momo – Símbolo da grandeza do carnaval, sempre representado por um folião muito gordo e de simpatia irradiante, vestindo fantasia vistosa.

exploração da cultura do carnaval, apresentou-se bastante adaptável à realidade carnavalesca de Olinda.

Desta forma, respeitada as devidas proporções da entidade fluminense, à medida que as experiências vividas pelos seus participantes são todas dentro das instalações de uma mesma organização, um grande diferencial trazido pela versão olindense será o caráter da diversidade e da interação entre as agremiações locais. Isto quer dizer, dentro de um mesmo roteiro o visitante será levado a conhecer mais de uma entidade carnavalesca de Olinda, com suas histórias e peculiaridades, além de desfrutar de um passeio panorâmico pelas ruas que servem de moldura para o desfile de agremiações e foliões durante o carnaval.

Além disso, assim como o setor turístico do município, as atividades das agremiações carnavalescas também sofrem com os impactos da forte sazonalidade ao longo do ano. Da mesma forma que os empreendedores do turismo, a maior parte das entidades também têm seus ensaios e preparativos para o carnaval concentrados entre os meses de janeiro a março, passando quase todo o restante do ano mergulhadas numa profunda ociosidade, quer seja em termos de atividades, quer seja pela injeção de recursos financeiros.

Visto que Olinda experimenta um certo esvaziamento após o carnaval, o que impacta diretamente na geração e circulação de renda no município, em especial do Sítio Histórico, o projeto em tela, neste sentido, visa ampliar e diversificar a oferta turística da cidade apontando atividades pautadas pelos valores culturais locais e que possam ser realizadas ao longo de todo o ano, contribuindo assim para o aumento da permanência do turista no município, bem como estimular o consumo de produtos na cidade.

Outro aspecto importante deste TCC é colocar em pauta o turismo de experiência em Pernambuco, visto que o tema mostra-se pouco explorado no estado quer seja no meio acadêmico, quer seja pelo poder público, ou mesmo os empreendedores da iniciativa privada do turismo local. Fato este constatado não só pela reduzida bibliografia disponível no mercado nacional, como afirma o autor Panosso Netto; Gaeta (2010), como também pela não identificação de trabalhos monográficos sobre o tema nas bibliotecas de três instituições de ensino que oferecem ou ofereceram o curso de formação superior em Turismo na cidade do Recife, quais

sejam: Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), Faculdade Frassinetti do Recife (FAFIRE) e Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Assim, entendendo-se que o turismo de experiência não se trata apenas de um segmento, mas sim uma metodologia de trabalho ou mesmo uma filosofia, e que pode ser aplicada aos diferentes segmentos do turismo, procurar entender porque em cerca de vinte anos de sua preconização pela Organização Mundial do Turismo, ele não se consolidou no Brasil, tampouco em Pernambuco.

Desta forma, pelos motivos apresentados e pelos resultados esperados, acredita-se que este projeto pode ser levado adiante e seus resultados apresentados não só ao meio acadêmico, mas também aos órgãos de turismo e cultura a nível municipal e estadual.

2 OBJETIVOS

Apresentam-se neste item os objetivos geral e específicos deste TCC:

2.1 Objetivo geral

Promover o turismo de experiência através da visitação a agremiações Carnavalescas do Sítio Histórico de Olinda, em Pernambuco.

2.2 Objetivos específicos

1. Realizar levantamento das agremiações carnavalescas sediadas no Sítio Histórico de Olinda;
2. Identificar fraquezas e potencialidades das agremiações carnavalescas;
3. Propor a realização de vivências culturais junto às agremiações carnavalescas por meio de roteiros turísticos.

3 DIAGNÓSTICO

Tendo como objeto de pesquisa as agremiações carnavalescas do Sítio Histórico de Olinda, com o intuito de identificar as condições físico-estruturais destas e o interesse de seus dirigentes em receber visitantes/turistas para conhecê-las e saber um pouco mais da sua história além do período de carnaval, optou-se pela realização por uma pesquisa de caráter exploratória e qualitativa.

Assim, em virtude da dificuldade da Secretaria de Patrimônio e Cultura de Olinda² em disponibilizar os dados cadastrais das agremiações carnavalescas do município, mesmo após solicitação presencial diretamente ao secretário da pasta, tomou-se por base as entidades que compõem a Liga Olindense das Agremiações de Fantasia (LOA). Criada em 1999 a entidade reúne uma significativa amostra da diversidade cultural do município e do estado também, tendo atualmente como seus integrantes: 04(quatro) clubes de frevo, 02 (duas) troças carnavalescas, 01 (um) bloco de pau e corda, 01 (um) maracatu de baque virado (nação), 01 (um) maracatu de baque solto (rural) e 01 (uma) escola de samba.

Nesta pesquisa será descartado o maracatu de baque virado componente da referida liga, visto que se localiza fora do Sítio Histórico de Olinda, cerca de 7 km, o que poderia descaracterizar o limite geográfico aqui definido. Em contrapartida, será incluído um grupo de afoxé que se localiza na Zona Especial de Proteção Cultural e Urbanística (ZEPEC), no entorno do perímetro tombado, em um dos acessos à *Cidade Alta*. Este mantém uma forte ligação não só com os movimentos de cultura negra da cidade, mas da Região Metropolitana do Recife como um todo. Desta forma totalizando dez agremiações pesquisadas, quais sejam: Associação Recreativa Carnavalesca **Afoxé Alafin Oyó**, Troça Carnavalesca Mista **Cariri** Olindense, Clube Carnavalesco Misto **Elefante** de Olinda, Bloco **Flor da Lira** de Olinda, Clube Carnavalesco de Alegoria e Crítica **O Homem da Meia Noite**, Clube Carnavalesco **Marim dos Caetés**, **Maracatu Nação Pernambuco**, Troça Carnavalesca **Pitombeira dos Quatro Cantos**, Grêmio Recreativo Escola de Samba **Preto Velho** e Clube Carnavalesco Misto **Vassourinhas de Olinda**.

²Atualmente se chama Secretaria de Patrimônio, Cultura, Turismo e Desenvolvimento Econômico (2019).

Considerando-se a peculiaridade de alguns termos utilizados no carnaval pernambucano em geral, ora aplicados à manifestação de Olinda, a seguir são apresentados alguns esclarecimentos feitos por Marques Junior em sua obra História do Carnaval (2001, p. 22 - 31):

Clubes de frevo – agremiação carnavalesca predominante em Recife e Olinda. Traz, no estandarte seu emblema e tem seu cortejo aberto pelos clarins. **Troça Carnavalesca** – Grupo de foliões em brincadeiras improvisadas, animando o carnaval dos subúrbios dos grandes centros e do interior. **Clube Carnavalesco de Alegoria e Crítica** – eram clubes de préstito, isto é, de grupos de pessoas em marcha, em procissão. Tinham como características grandes carros alegóricos, representando quadros com críticas ao governo; figuras gigantescas; indumentárias ricas e participação dos jovens da sociedade. **Bloco carnavalesco** – surgiu das reuniões familiares na cidade do Recife, na década de 30 (séc. XX), como extensão dos presépios e ranchos de reis. Sua orquestra se compõe pau e corda e o lirismo sua característica. **Afoxé** – cordão carnavalesco de predominância na Bahia com instrumentos e músicas dos rituais do Candomblé e canto em língua nagô. **Maracatu** – folguedo do carnaval pernambucano imitando um cortejo real, reminiscência dos negros cativos. Apresentam em duas categorias: Maracatu Nação ou de Baque-virado e Maracatu Rural ou de Baque-solto.

Como instrumento de coleta de dados procedeu-se primeiramente a uma pesquisa bibliográfica, notadamente em meios eletrônicos, seguida da realização de entrevista individual semiestruturada realizada com os dirigentes das agremiações selecionadas. Para tanto, foi elaborado um roteiro para nortear a entrevista no intuito de levantar dados para subsidiar a elaboração deste TCC. Assim os questionamentos abordaram não só aspectos históricos, mas também a composição das agremiações, os ensaios e apresentações dentro e fora do estado, fontes de renda e atividades fora do carnaval, bem como suas dificuldades e receptividade a visitantes/turistas, entre outros aspectos, como se pode constatar no APÊNDICE A.

Após agendamento prévio, procederam-se as entrevistas entre os dias 24/08/2017 e 20/12/2017, em local e data definidos pelos representantes de cada entidade. As entrevistas foram realizadas com os presidentes das agremiações, a exceção do representante de Cariri Olindense, que era 2º Conselheiro Fiscal a época, porém também já fora presidente da entidade outrora. As entrevistas foram feitas com gravação de áudio em aparelho celular e anotações nos roteiros de entrevista impressos para este fim. Após cada entrevista operavam-se as transcrições das gravações com o apoio das anotações feitas. Produzindo, assim, um volume com cerca de 45 páginas e quase sete horas de gravação que se constituíram na principal fonte de informações para esta pesquisa.

Para evitar a repetição exaustiva dos nomes completos das agremiações, elas serão codificadas com as letras maiúsculas AG (agremiação carnavalesca) seguidas dos numerais de 1 a 10, em ordem crescente da mais velha para a mais jovem, de acordo com o quadro a seguir:

Quadro 1 – Sujeitos da pesquisa

Código	Agremiação	Ano de fundação
AG - 1	Clube Carnavalesco Misto Vassourinhas de Olinda	1912
AG - 2	Troça Carnavalesca Mista Cariri Olindense	1920
AG - 3	Clube Carnavalesco de Alegoria e Crítica O Homem da Meia Noite	1932
AG - 4	Troça Carnavalesca Pitombeira dos Quatro Cantos	1947
AG - 5	Clube Carnavalesco Misto Elefante de Olinda	1952
AG - 6	Grêmio Recreativo Escola de Samba Preto Velho	1974
AG - 7	Bloco Flor da Lira de Olinda	1975
AG - 8	Clube Carnavalesco Marim dos Caetés	1982
AG - 9	Associação Recreativa Carnavalesca Afoxé Alafin Oyó	1986
AG -10	Maracatu Nação Pernambuco	1989

Fonte: Os autores (2019)

A interpretação das informações dadas pelos dirigentes das agremiações foi feita através da técnica de análise de conteúdo proposta por *Bardin* (apud FRANCO, 2003), para tanto sendo definido o *tema* como unidade de registro e estabelecidas categorias de análise, *a posteriori*, a partir das falas dos respondentes, quais sejam: Síntese histórica, Caracterização, Pontos fortes e fracos; e Receptividade aos turistas.

Na categoria **Síntese Histórica** pôde-se identificar a longevidade destas agremiações visto que a mais jovem tem 28 anos e a mais velha 105 anos de fundação. Entre estas, identificou-se que as mais antigas representam o frevo de rua, executado pelos clubes e troças, enquanto as mais novas são mais variadas em termos de diversidade musical trazendo o samba, o maracatu, o afoxé e o próprio frevo de bloco.

A origem destas agremiações era, via de regra, reuniões de grupos de amigos, segundo a fala de vários dirigentes, a exemplo da AG -10 “a fundação foi com amigos do Balé Popular do Recife, ainda hoje está comigo desse período Amélia, é... acho que só, porque os demais foram mudando...” Porém, outros se originaram de dissidências ou da extinção de entidades pré-existentes, como relata o presidente da AG – 6:

... na verdade os fundadores do Flor da Lira são dissidentes do Flor da Lira do Recife, que nos anos 50, 60 parece, ele foi desativado. Aí, graças aos dissidentes dele, alguns dissidentes reuniram-se aqui em Olinda e resolveram fundar o Bloco em homenagem ao do Recife, que tinha acabado.

Desta forma é possível perceber a espontaneidade na formação das agremiações carnavalescas do município, indo além destas ora pesquisadas, porém de permanência efêmera em alguns casos.

Mesmo levando em conta a diversidade das entidades pesquisadas, através da categoria **Caracterização** foi possível identificar uma terceirização “generalizada” de (atributos) atividades e serviços que constitui a essência da própria agremiação. Indo desde a confecção de fantasias e adereços, passando pelos passistas de frevo e fantasias de destaque e a própria orquestra, incluindo maestro e instrumentos. Sendo feito, contudo, de maneira a não comprometer (a plasticidade da apresentação) o desfile das agremiações, transmitindo aos foliões e espectadores a impressão de homogeneidade entre os seus integrantes.

Por outro lado, os dirigentes das entidades falaram muito em **parceria**, seja pela fidelidade desses brincantes em participar de forma remunerada de seus desfiles, seja pelo não pagamento de cachês a esses brincantes em contrapartida pelo uso do espaço de suas sedes para ensaios ao longo do ano, como se percebe nas palavras do presidente da AG – 2:

Pra eles a gente cede o espaço o ano todinho... ensaiar o ano todinho, e só o dia oficial da gente, aí faz a permuta: a gente entrega o espaço o ano todinho e vocês só saem o dia oficial pra gente.

A realização dos ensaios também foi observada nesta categoria, descobrindo-se que eles passam a ocorrer efetivamente a partir do segundo semestre e se intensificam à medida que se aproxima o carnaval. No tocante aos passistas, isto talvez esteja relacionado com o fato de muitos desses também participarem de

quadrilhas juninas, cujos ensaios se iniciam logo após o carnaval culminando com as apresentações e concursos no mês de junho. Isto ajuda a desconstruir a ideia de suposta ociosidade destes integrantes.

Com a categoria **Pontos fortes e fracos** buscou-se identificar a percepção dos gestores sobre as suas próprias agremiações, bem como aspectos por ventura não contemplados pelos autores. Com isto, identificou-se que as agremiações pesquisadas têm uma inserção pouco expressiva no circuito artístico-cultural além dos limites de Pernambuco, em função do baixo número de apresentações fora do estado. Isto, contudo, não se reflete na autoestima dos dirigentes de certas entidades, que enaltecem seus próprios valores como ponto forte da agremiação, não só a nível local, mas também internacional, como é apontado nas palavras do presidente da AG - 10:

O ponto forte é que tornou-se a referência de maracatu pro mundo. Um grupo que consegue desempenhar um projeto de rua, como qualquer agremiação e no palco hoje virou referência, que muita gente já copia.

Desta forma, é importante destacar o entusiasmo dos representantes dessas agremiações, mesmo vivendo num cenário de constante incerteza (econômica) com os poderes públicos ou a falta de interesse da iniciativa privada, muitas vezes declaradas ao longo das entrevistas, mas sobretudo porque se alinha com a proposta de valorização deste projeto.

Por outro lado, à medida que algumas agremiações apontaram a falta de uma sede própria como o seu maior ponto fraco, outras entidades atribuíram a fatores externos as causas de suas fraquezas, quer sejam referentes ao desmantelamento das políticas públicas voltadas à área da cultura, como se pode depreender das palavras do representante da AG - 9:

Eu acho que os pontos fracos vistos na instituição não são exatamente de ordem física da instituição e sim do induzimento a uma falta de política do estado [...] ele descumpra todo o processo dessas garantias e com isso [...] enfraquece toda a cadeia produtiva da cultura popular...

Quer sejam pela falta de interesse e investimento do setor privado, identificada na fala do dirigente da agremiação AG - 3, a seguir:

a fraqueza acho que é das empresas que não tem sensibilidade para entender a força que esse Homem tem... a fraqueza é das pessoas que tem

condições de investir um produto fantástico... a fraqueza é esse entendimento que as pessoas ainda não têm.

Esse fato, contudo, talvez requeira uma análise mais aprofundada por parte das entidades, visto que, também foi identificado que são poucas as agremiações que se mobilizam efetivamente para conseguir recursos para sua manutenção, além do financiamento público pago através dos cachês e das subvenções durante o carnaval. O que, de certa forma, representa uma oportunidade para este projeto, à medida que se propõe tornar-se uma fonte de renda para a agremiação.

Item que talvez sintetize a essência deste trabalho, a categoria **Receptividade ao turista** buscou identificar o interesse dos representantes das agremiações em receber turistas/visitantes para conhecer as suas entidades fora do período de carnaval. Assim, embora os dirigentes não tenham deixado de apontar as dificuldades e limitações para recebê-los, todos foram unânimes em concordar com essa ideia. Mesmo aqueles que não possuem sede própria, que no caso da AG – 6, já aponta uma alternativa:

Seria nas ruas da Cidade Alta [...], seriam itinerantes, fazendo apresentações... como pode ser em locais fixos, também. As agremiações vão ter oportunidade se apresentar pra o público da cidade e também dos turistas que estejam participando de algum evento técnico, congresso...

Por outro lado a AG – 1 demonstra uma certa flexibilidade com o uso de seu espaço por outras entidades:

eu acho que esse clube aqui deveria funcionar como Ponto de Cultura. Todos finais de semana ter aqui encontro de passistas, encontro de blocos, de agremiações carnavalescas, () bonecos, entendeu? [...] Isso aí seria uma grande atração para o turista... o turismo de Olinda iria ganhar com isso.

Desta forma é possível identificar o real interesse dos dirigentes de agremiações em participar efetivamente do mercado turístico de Olinda, diversificando a oferta turística da cidade e gerando renda para as entidades envolvidas.

4 DETALHAMENTO DO PROJETO

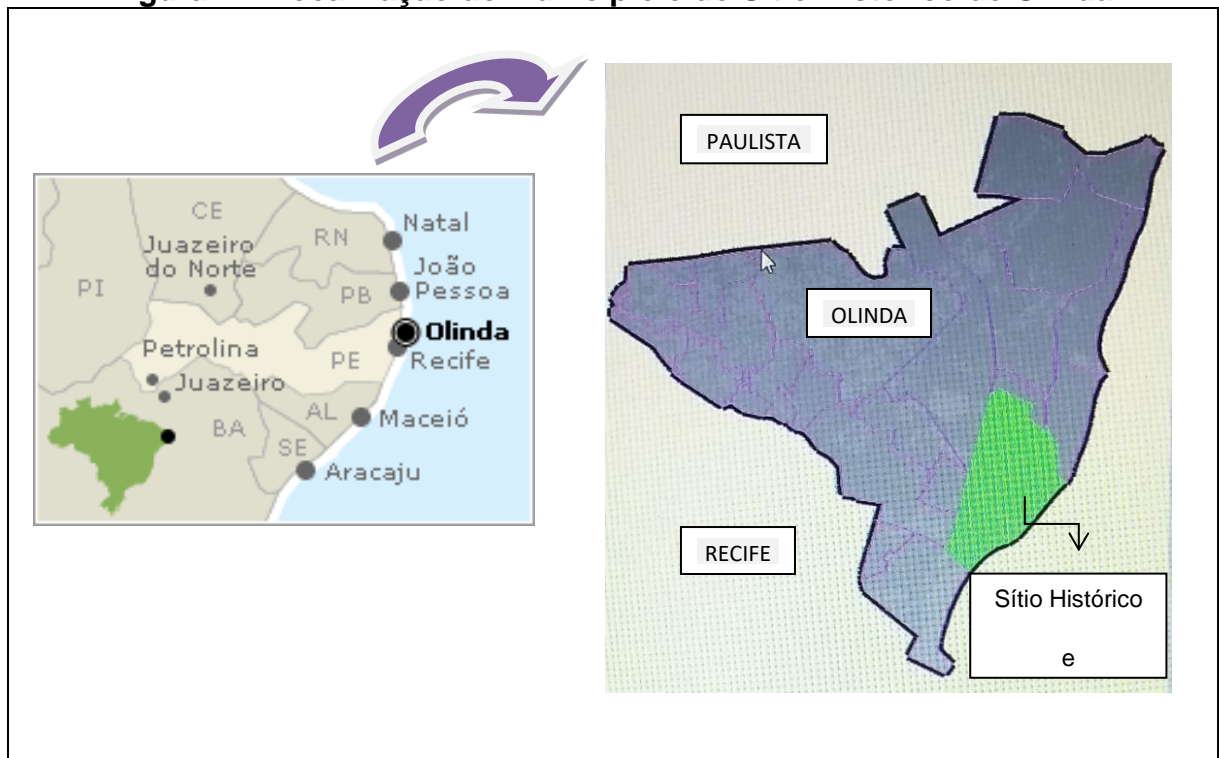
A partir deste tópico tem-se início o aprofundamento das etapas necessárias à realização do projeto, doravante denominado Olinda Experience.

4.1 Localização e abrangência

O projeto será desenvolvido na cidade de Olinda, em Pernambuco. O município faz parte da Região Metropolitana do Recife (RMR), limitando-se ao norte com o município de Paulista, ao sul e oeste com o Recife e é banhado pelo oceano Atlântico a leste. Está a 6 km do centro da capital do estado, a principal via de acesso entre as duas cidades é formada pelo complexo rodoviário de Salgadinho, onde se encontram a rodovia PE-01 (Avenida Olinda) e a avenida Governador Agamenon Magalhães (DER, 2013).

De acordo com a Prefeitura Municipal, Olinda possui uma área de 43,55 km², dos quais 9,73 km² fazem parte das Zonas Especiais de Proteção Cultural e Urbanística (ZEPEC), onde está incluído o Sítio Histórico tombado pela UNESCO em 1982 como patrimônio da humanidade, e que corresponde a uma área de 1.89 km², como indicado na Figura 1 (OLINDA, 2018a).

Figura 1 – Localização do Município e do Sítio Histórico de Olinda



Fonte: Borel (2014, p.1) /Arte: André Pires e Cassia Benevides

De acordo com o Censo de 2010, Olinda abriga uma população de 377.779 habitantes e apresenta uma densidade demográfica de 9.063,58 hab/km² em função

da área do seu território, aspecto que a coloca no topo da lista das cidades de maior densidade demográfica em Pernambuco e sétima no país (IBGE, 2015).

Segundo o Plano de Mobilidade Urbana de Olinda (2018, pp.24,25) “o relevo do município é formado por planícies e colinas, algumas íngremes” e “ a declividade acentuada está presente no Sítio Histórico e seu entorno”. Esta afirmativa corrobora as palavras de Gusmão de que "a igreja de Nossa Senhora da Graça está elevada a mais de 50 metros acima do nível do mar" (GUSMÃO, 2001, p.22) e os dados da Agência Estadual de Planejamento e Pesquisa de Pernambuco - CONDEPE/FIDEM, que a sede do município encontra-se a 16 metros de altitude (CONDEPE/FIDEM, 2017), cotas estas verificadas dentro do perímetro tombado.

Figura 2 – Ladeiras do Sítio Histórico de Olinda



Fonte: Tyba Online (2018).

Estas são algumas altitudes registradas no Sítio Histórico de Olinda que servem para caracterizar o relevo movimentado sobre o qual foi assentado o núcleo primitivo da cidade, como se pode observar na Figura 2 nesta página.

A história de Olinda está registrada não apenas na permanência das construções sobre suas ladeiras e colinas, como se vê na imagem acima, mas também nos fatos históricos que serão vistos a seguir.

4.2 Aspectos históricos

Segundo o pesquisador Arlégo (1992, p. 9) “Olinda foi fundada em 1535 por Duarte Coelho, que no Alto da Sé construiu seu castelo onde fixou residência”, o local teria sido escolhido por questões estratégicas, e recebeu importantes construções históricas em seu entorno ao longo do tempo como a Catedral da Sé, o antigo Palácio Episcopal e a igreja e o hospital da Santa Casa de Misericórdia, entre outras. Por sua vez, o arquiteto e historiador Menezes (apud OLINDA, 2018a) acrescenta que:

Com o extrativismo do pau-brasil e o desenvolvimento da cultura da cana-de-açúcar, Olinda tornou-se um dos mais importantes centros comerciais da colônia, enriquecendo a tal ponto que disputava com a Corte portuguesa em luxo e ostentação.

Com o intuito de catequisar os indígenas, várias ordens religiosas se estabeleceram na vila nos primeiros anos de sua criação, construindo igrejas e conventos que delinearão a sua ocupação, a exemplo dos carmelitas que chegaram em 1580, dos jesuítas em 1583, dos franciscanos em 1585 e dos beneditinos em 1586 (CONDEPE/FIDEM, 2014).

Olinda foi incendiada em 1631 durante a ocupação holandesa, tendo grande parte das suas casas e construções religiosas existentes àquela época arruinadas pelo fogo. Perdeu também em prestígio com a transferência da sede da capitania para o Recife (ANDRADE, 2004). Ainda segundo a mesma fonte, após a expulsão dos holandeses em 1654, Olinda passou a ser reconstruída e lhe foi restabelecido o posto de capital. Olinda se tornou cidade em 1676, com a criação do seu bispado e elevação da igreja do Senhor Salvador do Mundo à catedral (CONDEPE/FIDEM, 2014).

No século XVIII, eclode a chamada Guerra dos Mascates, um conflito armado entre os senhores de engenho residentes em Olinda e os comerciantes do Recife (mascates), que se estendeu entre 1709 e 1711 culminando com a emancipação do Recife enquanto vila autônoma. Ressalta-se neste evento o primeiro grito de República que teria sido dado por Bernardo Vieira de Melo, para transformar Olinda numa república independente de Portugal em 1710, em face do apoio dado aos recifenses (ANDRADE, 2004). Fato comemorado ainda hoje como data cívica e feriado na cidade.

O século XIX também foi marcante na história da cidade através da participação efetiva de inúmeros religiosos formados no Seminário de Olinda na Revolução Pernambucana de 1817 (SIQUEIRA, 2009), fato que a fez ser conhecida também

como a "revolução dos padres". Em 1827 ocorre a mudança definitiva da capital para o Recife, assim como a instituição dos cursos jurídicos no Brasil, sendo inaugurado no Mosteiro de São Bento de Olinda em 1828 (CONDEPE/FIDEM, 2014).

Com a criação do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) várias construções foram tombadas em Olinda a partir de 1938 a exemplo da Igreja da Sé (catedral), da igreja da Misericórdia, do Convento Franciscano, do Palácio Episcopal e do antigo Aljube (atual Museu de Arte Contemporânea – MAC), entre outros (IPHAN, 2017). Olinda foi declarada Monumento Nacional em 1980, através da Lei federal nº 6863, de 26 de novembro de 1980 (Lei Fernando Coelho).

Figura 3 – Imagem da placa da UNESCO, localizada no MASPE



Foto: Os autores (2018)

O reconhecimento como patrimônio cultural da humanidade veio em 1982, concedido pela UNESCO (IPHAN, 2014), como se vê na imagem acima da placa afixada no Museu de Arte Sacra de Pernambuco – MASPE, também situado no Sítio Histórico. Esses títulos demonstram não só a importância cultural da cidade, como atraem turistas que impactam a economia local, como será abordado no próximo item.

4.3 Caracterização econômica e turística

O Produto Interno Bruto (PIB) do município de Olinda somou R\$ 5. 264. 034,00 (cinco milhões duzentos e sessenta e quatro mil e trinta e quatro reais) em 2015, de acordo com os dados da Agência CONDEPE/FIDEM (PERNAMUCO, 2017a). Ainda segundo o órgão, a atividade econômica do município concentra-se no setor de serviços, responsável por 80,59% da ocupação da mão de obra local, no qual se incluem os serviços de alojamento e alimentação, básicos para o segmento turístico. Segundo o IBGE (2015) a renda média do trabalhador do município é de 1,8 salário mínimo por mês.

Em termos de infraestrutura, em 2010 Olinda apresentava 53,97 % dos seus domicílios com sistema de saneamento adequado, isto é servidos com rede de água, de esgoto e coleta de lixo regulares. Em 2016 contava com 16 estabelecimentos médicos de internação, entre públicos e privados, assim como uma frota de 137.725 veículos registrados no município. De acordo com a Secretaria de Trânsito e Transporte do município há 806 táxis cadastrados na cidade (OLINDA, 2018a).

A nível de administração pública, Olinda conta com uma pasta de turismo dentro da Secretaria de Turismo, Desenvolvimento Econômico e Tecnologia na esfera municipal, que entre suas atribuições opera o Centro de Atendimento ao Turista (CAT), conhecido como Casa do Turista desde 2006. Está instalado em um dos locais mais estratégicos da Cidade Alta, quer seja para circulação de veículos, quer seja para circulação de pessoas durante os grandes eventos da cidade, os Quatro Cantos, como se vê na Figura 4.

Figura 4 - Casa do Turista no Sítio Histórico de Olinda



Foto: Os autores (2018)

Em 2018, numa parceria com a iniciativa privada, a atual gestão municipal colocou em operação o novo receptivo turístico da cidade, localizado na praça da Maxambomba, no bairro do Carmo, um dos principais acessos ao Sítio Histórico. Este equipamento oferece informações sobre gastronomia, diversão e opções de hospedagem entre outras, além do passeio Olinda Aventura, realizado em Jeep Toyota pelos doze principais pontos turísticos da cidade como se vê na figura a seguir (OLINDA, 2018).

Figura 5 – Jardineiras do passeio Olinda Aventura



Foto: Mattos (2018)

Na esfera estadual o município abriga a sede da Companhia Independente de Apoio ao Turista da Polícia Militar de Pernambuco (CIATur –PMPE), voltada à

segurança, ao atendimento e apoio aos turistas, através da capacitação e especialização dos seus soldados. Com atuação no bairro do Recife Antigo, Porto de Galinhas, além do próprio Sítio Histórico de Olinda. Encontra-se localizada em um imóvel no bairro do Carmo, também no Sítio Histórico, como indicado na Figura 6. (PMPE, 2012).

Figura 6 – Sede da Companhia Independente de Apoio ao Turista - CiaTur



Foto: Os autores(2018)

A cidade abriga ainda o Centro de Convenções de Pernambuco, no limite com o Recife, que conta com pavilhão para feiras com mais de 18.000 m² e teatro para 2.696 pessoas. O equipamento também sedia a Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer de Pernambuco, a Empresa Pernambucana de Turismo – EMPETUR, Associação das Secretarias de Turismo de Pernambuco – ASTUR/PE, bem como o Sindicato dos Guias de Turismo de Pernambuco – SINGTURPE (EMPETUR, 2017).

Segundo a Empresa Pernambucana de Turismo - EMPETUR, Olinda conta com trinta e quatro meios de hospedagem em funcionamento, classificados como pousadas, hotéis, hosteis, albergues e outros. Eles somam 2.157 leitos distribuídos em 842 unidades habitacionais (UH's) (PERNAMBUCO, 2018). Embora a maior parte se concentre no Sítio Histórico, também são encontrados na zona litorânea da cidade, além dos motéis da periferia da cidade, que dão importante suporte nos grandes eventos da cidade, principalmente o carnaval.

O município conta com sinalização turística em mais de um idioma, principalmente no Sítio Histórico, no entanto boa parte desta encontra-se degradada pela ação dos vândalos ou mesmo pela falta de conservação por parte da

administração local, a exemplo da placa de identificação do Museu Regional de Olinda apresentada na Figura 7 abaixo, entre outras.

Figura 7 - Placa de identificação turística do Sítio Histórico de Olinda



Foto: Os autores (2018)

De um grupo de quarenta e cinco restaurantes e bares apresentados pela prefeitura de Olinda, vinte e dois estão localizados no Sítio Histórico, nos quais o visitante pode encontrar desde as iguarias da cozinha regional pernambucana até pratos internacionais elaborados por renomados *chefs*. Alguns inclusive fazendo parte de importantes associações como a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL (ABRASEL, 2016) e da Associação dos Restaurantes da Boa Lembrança (ASSOCIAÇÃO, 2017).

De acordo com o Inventário Turístico de Pernambuco, Olinda abriga quatro museus no Sítio Histórico: o Museu de Arte Sacra de Pernambuco (MASPE), o Museu Regional de Olinda (MUREO), o Museu de Arte Contemporânea (MAC) e o Museu do Mamulengo, manifestação folclórica registrada como patrimônio cultural imaterial do Brasil em 2015 (EMPETUR, 2017).

O município conta com dezessete agências bancárias em seu território, porém nenhuma delas está localizada no Sítio Histórico (PERNAMBUCO, 2017a), ficando visitantes/turistas e a própria população desassistidos desses serviços, principalmente de câmbio para os turistas estrangeiros, sendo levados a se deslocar para o Recife ou buscar os caixas eletrônicos fora da Cidade Alta.

Olinda possui um diversificado calendário de eventos que se desenvolvem ao longo de todo o ano, realizados principalmente no Sítio Histórico, a exemplo das Serenatas itinerantes, dia estadual do Maracatu, Mostra Internacional de Música de Olinda (MIMO), da Festa Literária de Pernambuco (FLIPE), Festival da Tapioca, entre outros. Contudo, o Carnaval é o maior evento da cidade. Segundo a Prefeitura em 2018 foram 3,2 milhões de pessoas circulando pela cidade e um incremento de cerca de R\$280 milhões na economia do município (OLINDA, 2018b).

Um das grandes atrações do carnaval de Olinda são os seus “blocos” que este ano totalizaram 1500 entidades entre clubes, troças, bonecos gigantes, blocos de pau e corda, afoxés, escolas de samba, maracatus, e outros desfilando pela cidade. Esse número e essa diversidade dão a dimensão de quão representativas são essas entidades para a realização do Carnaval da cidade. Assim, é apresentada a seguir uma síntese descritiva das dez agremiações selecionadas para esta pesquisa:

Clube Carnavalesco Misto Vassourinhas de Olinda (AG-1), apesar do mesmo nome da agremiação recifense (1889), Vassourinhas de Olinda foi fundada em 1912, no Largo do Amparo, no Sítio Histórico, local onde permanece até os dias atuais. Em função da localização da sua sede, é bastante requisitada para eventos mesmo de outras agremiações carnavalescas e da comunidade em geral, sobretudo ensaios de passistas, das inúmeras companhias de dança da cidade, bem como de orquestras de frevo. Desfila no domingo de carnaval.

Troça Carnavalesca Mista Cariri Olindense (AG-2), fundado em 1920, no Largo do Guadalupe, na Cidade Alta. Desfila na madrugada de sábado para domingo de carnaval, após receber a chave de abertura do carnaval do Homem da Meia Noite. Assim como Vassourinhas, sua sede também é bastante utilizada pela comunidade do entorno e para ensaios. Recebeu o título de patrimônio vivo de Pernambuco em 2016. Tem como alegoria “o velho Cariri” que vem montado num burro (de verdade) ao longo do desfile.

Clube Carnavalesco de Alegoria e Crítica O Homem da Meia Noite (AG-3), fundado em 1932, de uma dissidência de Cariri. Sua sede está na Estrada do Bonsucesso, próximo ao Largo do Amparo no Sítio Histórico. É o clube de boneco mais antigo e mais famoso de Olinda. Desfila à meia noite de sábado para domingo de carnaval, e leva a chave de abertura do carnaval da cidade até a sede de Cariri,

para que ele comece seu desfile em seguida. Foi eleito patrimônio vivo de Pernambuco em 2006.

Troça Carnavalesca Pitombeira dos Quatro Cantos (AG-4), fundada em 1947 é uma das mais ativas agremiações do município, começando seus ensaios de rua a partir do dia 7 de setembro todos os anos. Apesar do nome, sua sede fica na rua 27 de Janeiro, um pouco mais afastada porém também no Sítio Histórico. Em função da beleza e grandiosidade de seu desfile muitos a consideram como clube, mas “Pitombeira nasceu como troça e permanece como troça”, como afirma seu presidente. Desfila na segunda-feira de carnaval pela manhã.

Clube Carnavalesco Misto Elefante de Olinda (AG-5), fundado em 1952 na rua do Bonfim, atualmente está sem sede, tendo seu acervo distribuído nas casas de seus dirigentes, principalmente do atual presidente no bairro do Varadouro. Realiza uma única prévia, conhecida como Trote do Elefante, que atrai uma enorme quantidade de foliões. Seu hino (frevo canção) é um dos mais cantado pelos foliões durante o carnaval, mesmo pela Pitombeira com qual rivalizava no passado. Desfila no domingo e na terça-feira de carnaval.

Grêmio Recreativo **Escola de Samba** Preto Velho (AG-6), fundada em 1974 por amigos amantes de samba no local onde existia uma galeria de venda de artesanato no Alto da Sé, posteriormente comprada pelos fundadores. Nas cores verde e rosa, fica clara a admiração pela Escola de Samba Mangueira do Rio de Janeiro, já o nome faz uma alusão a entidade religiosa presente nas religiões afro-brasileiras ainda muito presentes no Sítio Histórico de Olinda, mesmo seu presidente afirmando não haver esse vínculo. Desfila na terça-feira de carnaval.

Bloco Carnavalesco Misto Flor da Lira de Olinda (AG-7), fundado em 1975 na rua do Bonfim como uma homenagem ao Bloco Flor da Lira do Recife que havia deixado de desfilar na década de 1960. Atualmente não possui sede, suas prévias iniciam na primeira sexta-feira de janeiro e seu desfile ocorre na sexta-feira da semana pré-carnavalesca, à noite na cidade alta. No sábado após o carnaval participa do desfile de blocos líricos no Sítio Histórico de Olinda, com outros blocos convidados de outras cidades.

Clube Carnavalesco Marim dos Caetés (AG-8), fundada em 1982 por dissidentes da Pitombeira dos Quatro Cantos, não possui sede atualmente, desfila na

segunda-feira de carnaval, no final da tarde, saindo do Largo do Guadalupe em direção ao Largo do Amparo, na Cidade Alta.

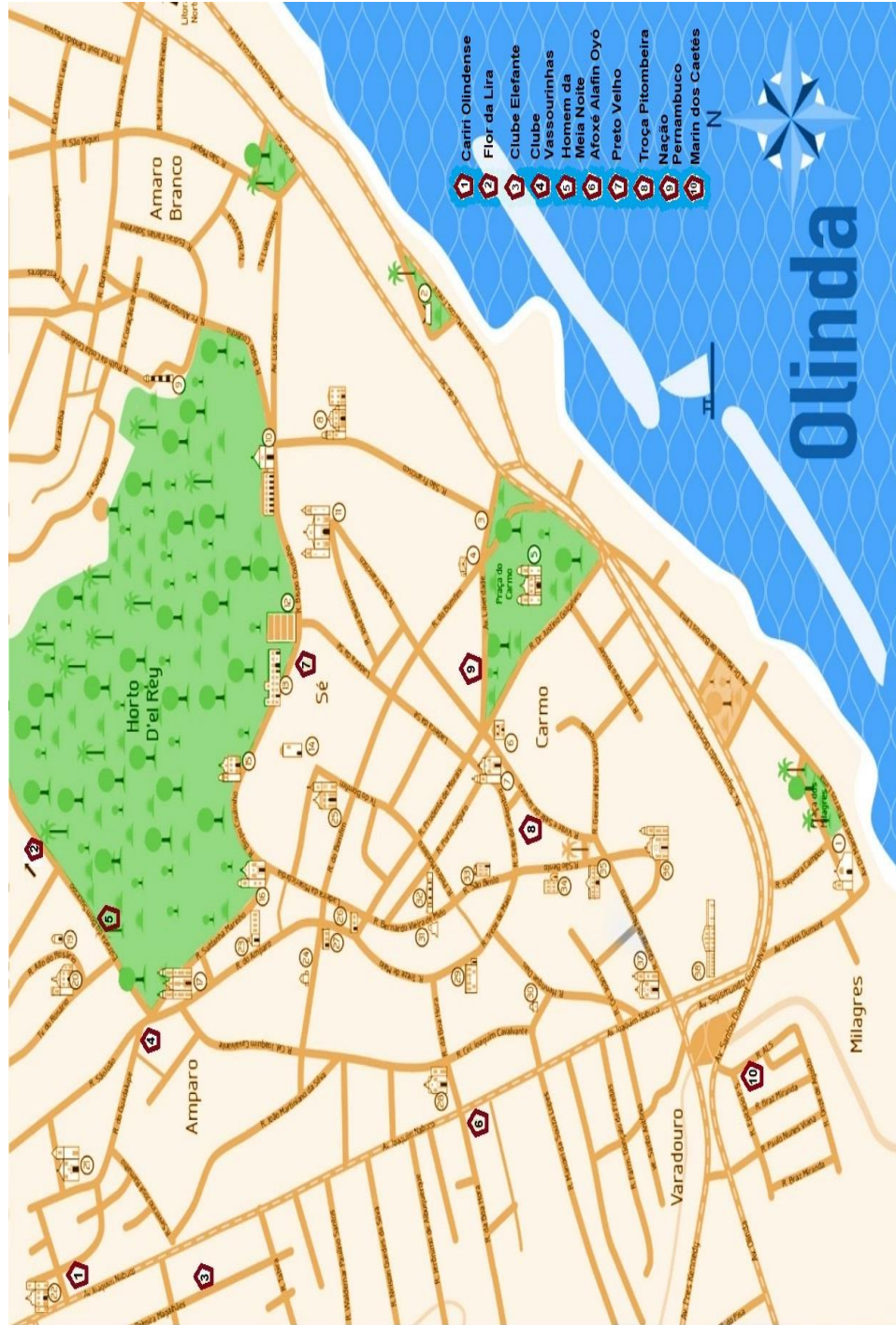
Associação Recreativa Carnavalesca **Afoxé** Alafin Oyó (AG-9), fundado em 1986 por dissidentes do afoxé Araodé (em atividade). Ocupa de forma provisória (em situação precária) a Fábrica do Carnaval, pertencente à prefeitura de Olinda. Desfila no sábado de carnaval, saindo do Largo de Guadalupe em direção ao mercado Eufrásio Barbosa. Sobe a Ladeira da Ribeira de costas, momento singular e eufórico, culminando com uma pequena homenagem aos antepassados negros no pátio do Mercado da Ribeira.

Maracatu Nação Pernambuco (AG-10), foi fundado em 1989 no Largo do Amparo por amigos do Balé Popular do Recife³, já se apresentou em vários estados brasileiros, assim como em países da Europa e nos Estados Unidos. Após 21 anos no Mercado Eufrásio Barbosa, encontra-se no “Casarão dos Lundgren”, na Praça da Abolição (Preguiça) desde 2015, no Sítio Histórico. Assim como o afoxé, este edifício também pertence à prefeitura de Olinda e encontra-se em condições precárias de conservação. Desfila na segunda feira-feira.

Na Figura 8 pode-se visualizar a localização das agremiações participantes do projeto Olinda Experience dentro do Sítio Histórico da cidade.

³ Companhia de dança do Recife criada em 1976 pelo escritor Ariano Suassuna e o artista e encenador Luiz Madureira. Realizou espetáculos dentro e fora do Brasil, tais como: *Oh, Linda Olinda!* em homenagem aos 450 anos de Olinda (1985); *Nordeste: a dança do Brasil* (1987); e *Brasília: o romance da Nau Catarineta* (1992), entre outras.

Figura 8 – Localização das agremiações no Sítio Histórico



Fonte: EMPETUR (adaptação/Arte Elpídio JR)

Embora a atividade turística proporcione um forte incremento na economia local e uma grande visibilidade ao município como um todo, os empreendedores locais se ressentem da sua forte sazonalidade, de forma que este projeto também visa minimizar estes efeitos através da estratégia de ação que será apresentada a seguir.

4.4 Estratégia de ação

Visando proporcionar experiências memoráveis aos turistas que visitam o município de Olinda, pretende-se oportunizadas vivências junto a agremiações carnavalescas do Sítio Histórico da cidade, respeitando e valorizando as suas particularidades. Para isto, os visitantes serão conduzidos através de roteiros turísticos que contemplem não só a história das entidades participantes, mas principalmente atividades que serão vivenciadas em cada uma delas.

Assim, para implementação do projeto Olinda Experience serão realizadas as seguintes etapas:

- Apresentação do projeto aos dirigentes
- Vivências
- Qualificação de pessoal
- Promoção e identidade visual
- Realização do projeto piloto
- Recursos necessários
- Fontes de financiamento e parcerias
- Avaliação e monitoramento

4.4.1 *Apresentação do projeto aos dirigentes*

Com o intuito de apresentar o projeto Olinda Experience como uma alternativa viável e sustentável à manutenção das agremiações olindenses, bem como um novo produto turístico para a cidade, será organizada uma reunião de explanação para os dirigentes das agremiações pesquisadas, representantes das Secretarias de Turismo, Desenvolvimento Econômico e Tecnologia e do Patrimônio e Cultura de Olinda, bem como da Associação dos Empreendedores do Sítio Histórico de Olinda (AESHO) e da EMPETUR.

Esta etapa coloca-se também como uma devolutiva aos representantes das agremiações pesquisadas, à medida que traz os resultados das entrevistas que lhes foram feitas em cerca de sete horas de gravação. Ao mesmo tempo, configura-se em

um pedido de anuência destas para sua efetiva participação no projeto Olinda Experience.

Assim, a apresentação se dará através de exibição em PowerPoint acompanhada de explicações dos idealizadores para um grupo de cerca de 30 (trinta) participantes, em data e local a ser definidos, podendo ser o auditório da sede da Prefeitura de Olinda ou a sede de alguma das agremiações pesquisadas. O convite será feito via correio eletrônico (e-mail) e impresso, com registro em protocolo e entregue em mãos, telefone e/ou *whats app*.

Por fim, esta fase se configura ainda num primeiro momento de captação de apoiadores e patrocinadores para o Olinda Experience, considerando-se não só as instituições convidadas, mas todo o *networking* dos seus representantes enviados capazes de influenciar positivamente a imagem do projeto.

4.4.2 Vivências

Entendidas como o elemento fundamental do projeto Olinda Experience, as vivências serão iniciadas desde a recepção dos grupos, feita de forma festiva, com grupos de brincantes e músicos devidamente caracterizados, no desembarque dos veículos. Já dentro das sedes das entidades, continua com a contação da história da agremiação e fatos pitorescos contextualizados com a ambientação do espaço (exposição de fotos, fantasia, adereços, vídeos, etc) através da mediação de um membro da própria agremiação.

O quadro a seguir traz algumas sugestões de vivências que poderão ser desenvolvidas pelas agremiações, conforme a característica de cada uma, bem como os recursos necessários para sua execução.

Quadro 2 – Sugestão de Vivências

Vivência	Material	Pessoal
Customização de fantasias	Maquina de costura (02); tesoura (05); Pistola de cola quente (03);	Costureira (01) Auxiliar (01)

	Lantejoulas; Fita em tecido; Franja; Bicos; etc	
Confecção de adereços	Pistola de cola quente (03), tesoura (03), Lantejoulas; Fita em tecido, Missanga, Arame, Diademas, Alicates.	Artesão (01) Auxiliar (01)
Confecção de miniaturas de estandartes e flabelos ⁴	Agulha, linha, nylon, lantejoulas, tesoura, fita em tecido, haste de metal,	Artesão (01) Auxiliar (01)
Passos de frevo	Aparelho de som (01), DVD ou Pendrive (01), sobrinhas de frevo (20)	Dançarino (01)
Oficinas de música (afoxé/maracatu)	Alfaia, agogô, atabaque, abê.	Instrutor (01) Auxiliar (01)
Confecção/afinação de instrumentos musicais (abê, alfaia)	Corde, cordão, missanga, cabaça, tesoura, cola branca	Instrutor (01) Auxiliar (01)
Oficina de maquiagem e pinturas corporais	Tintas corporais, estojo de maquiagem, pincel, espelho, cadeiras, mesas, toalhas de rosto	Instrutor (01) Auxiliar (01)
Oficinas de amarração, turbantes e penteados afro	Tecidos, pentes, broches, piranhas, grampo de cabelo, espelhos, cadeiras	Instrutor (01) Auxiliar (01)
Degustação de filhós ⁵	Farinha de trigo, ovos, leite, açúcar, canela, óleo, fermento, fogão, tigela grande, frigideira, pia com balcão	Cozinheira (01) Auxiliar (01)
Degustação de “batidas” e sucos de frutas. O “ponche”.	Frutas da estação, cachaça, gelo, açúcar, liquidificador, coqueteleira, faca, tábua de corte, copos descartáveis	Barmen (01) Auxiliar (01)
Baile de carnaval	Grupo musical, brincantes	Músicos (05) Brincantes (05)

Fonte: Os autores (2019)

As vivências serão discutidas com os representantes das agremiações na busca daquelas que se adequem não só a sua tipologia e personalidade, mas também às condições financeiras de cada entidade envolvida. Entende-se ainda, que essas

⁴ Flabelo ou cartaz é semelhante ao estandarte dos clubes de frevo, onde traz o nome e o símbolo do bloco carnavalesco.

⁵ Bolinhos preparados com farinha de trigo, frito em óleo e servido com calda de açúcar, durante o carnaval, em Pernambuco.

vivências devam ser discutidas entre as agremiações que farão parte de um mesmo roteiro, afim de que não se tornem repetitivas para os participantes.

4.4.3 Qualificação de pessoal

Para garantir a excelência no atendimento dos participantes dos roteiros do projeto Olinda Experience será ofertado um minicurso de Qualidade no Atendimento ao Cliente, na modalidade presencial, com carga horária de 10h/a para os colaboradores que irão atuar no contado direto com o público, estimados em cerca de 30 (trinta) participantes. O curso deverá ser ofertado através da Secretaria de Turismo, Desenvolvimento Econômico e Tecnologia de Olinda, ou pela EMPETUR, ou ainda pelo Instituto Federal de Pernambuco (IFPE), entidades representantes das três esferas da administração públicas, visto que a qualificação ofertada ampliará as chances de empregabilidade do cidadão não só neste projeto, mas também em outras oportunidades quer seja dentro ou fora do município de Olinda. O Quadro 3 a seguir descreve a estrutura do curso.

Quadro 3 - Síntese do curso de Qualidade no Atendimento

Carga horária	Conteúdo	Metodologia	Avaliação
10 h/a	<p>O que é qualidade</p> <p>Importância da qualidade no atendimento</p> <p>Tipos de clientes</p> <p>Apresentação pessoal</p> <p>Pontualidade</p> <p>Comprometimento</p> <p>Expectativa e satisfação do cliente</p> <p>Gestão de conflitos</p> <p>Marketing de relacionamento</p>	<p>Aula expositiva com auxílio de recursos eletrônicos de projeção de imagens.</p> <p>Estudo de caso.</p> <p>Dinâmicas de grupo.</p>	<p>Participação.</p> <p>Frequência.</p>

	Fidelização do cliente		
--	------------------------	--	--

Fonte: Os autores (2019)

Espera-se com isto proporcionar aos participantes do minicurso ferramentas e técnicas que não só facilitem o seu relacionamento com os demais colaboradores do projeto Olinda Experience, mas que principalmente lhes ajude a tornar inesquecíveis as experiências dos visitantes/turistas durante os passeios. Espera-se que isto reflita, ainda, na fidelização dos clientes, tornando-os não apenas “experimentadores satisfeitos” com o produto, mas convertê-los em verdadeiros divulgadores e “defensores” do projeto (ROCA, 2015. p.10).

4.4.4 *Promoção e Identidade visual*

Entendendo que o projeto Olinda Experience pode atingir um amplo e variado espectro de público, indo além dos turistas propriamente ditos, as estratégias promocionais buscarão os meios de comunicação mais eficientes para estimular a tomada de decisão dos potenciais clientes, a fim de que eles participem das visitas. Desta forma, primeiramente é indicada a criação da logomarca, como se vê na Figura 9, a partir da qual serão desenvolvidas as demais peças publicitárias, que serão tratadas em seguida, criando assim uma identidade visual do projeto como um todo.

Figura 9 – Logomarca



Fonte: Elpídio JR (2019)

Como se vê na figura acima a marca do projeto é composta por um desenho alusivo aos ornamentos das fachadas do casario histórico da cidade na parte superior

da imagem. Logo abaixo a expressão OLINDA EXPERIENCE, escrita em caixa alta e fonte *Jokerman*, com seu formato criativo e descontraído, deixando transparecer o convívio harmônico entre a nostalgia e a euforia típicas do carnaval de Olinda. Acredita-se que este jogo de imagens, possa levar o observado/participante a inferir sobre que tipo de informação ela (a marca) quer lhe transmitir e sobre que tipos de experiências ele poderá encontrar na sua visita. O termo inglês *experience* revela um caráter estritamente publicitário sem, contudo afetar a compreensão dos clientes de língua portuguesa, a exemplo do que ocorre com o projeto fluminense Carnaval Experience, já indicado na Justificativa deste TCC. Além disso, pode facilitar a compreensão e despertar o interesse de turistas estrangeiros em visita a cidade.

A frase “Emoção o ano inteiro” traduz a ideia de proporcionar aos participantes a oportunidade de vivenciar um pouco da emoção de participar do carnaval de Olinda além dos dias de Momo. As cores adotadas são azul, para o fundo e amarelo para a imagem e textos, que são as cores predominantes na bandeira do município, além de fazer parte da maioria das insígnias das agremiações envolvidas.

Como dito anteriormente, diferentes mídias serão utilizadas para se alcançar os participantes/clientes e divulgar o projeto Olinda Experience através das plataformas de comunicação consideradas mais adequadas ao perfil do projeto. Desta forma, a seguir são indicados os meios, suas funções e seu *layout*, quando for o caso.

Mala direta – direcionada a clientes institucionais, quer seja em meio físico, quer seja em meio eletrônico, contendo entre outras informações folders e folhetos ilustrativos do projeto.

Visitas e reuniões – serão solicitadas/realizadas à associações, clubes, sindicatos, estabelecimentos de ensino, empresas, entre outros como forma de apresentar o projeto aos responsáveis pelas instituições no intuito de firmar parcerias e captar clientes para as visitas.

Cartazes – serão confeccionados em papel no formato A3 nas dimensões 297X420 mm, como se vê na Figura 10 e serão fixados nos locais de

concentração/circulação dos clientes potenciais mediante autorização: clubes, associações, empresas, sindicatos, estabelecimentos de ensino, etc.

Figura 10 – Cartaz

**OLINDA
EXPERIENCE**
Emoção o ano inteiro

Olinda frevo de todos nós!
14/SET/2019

Olinda além do frevo!
12/OUT/2019

Olinda de todos os ritmos!
09/NOV/2019

Roteiro Bônus:
14/DEZ/2019

Informações e redes sociais:

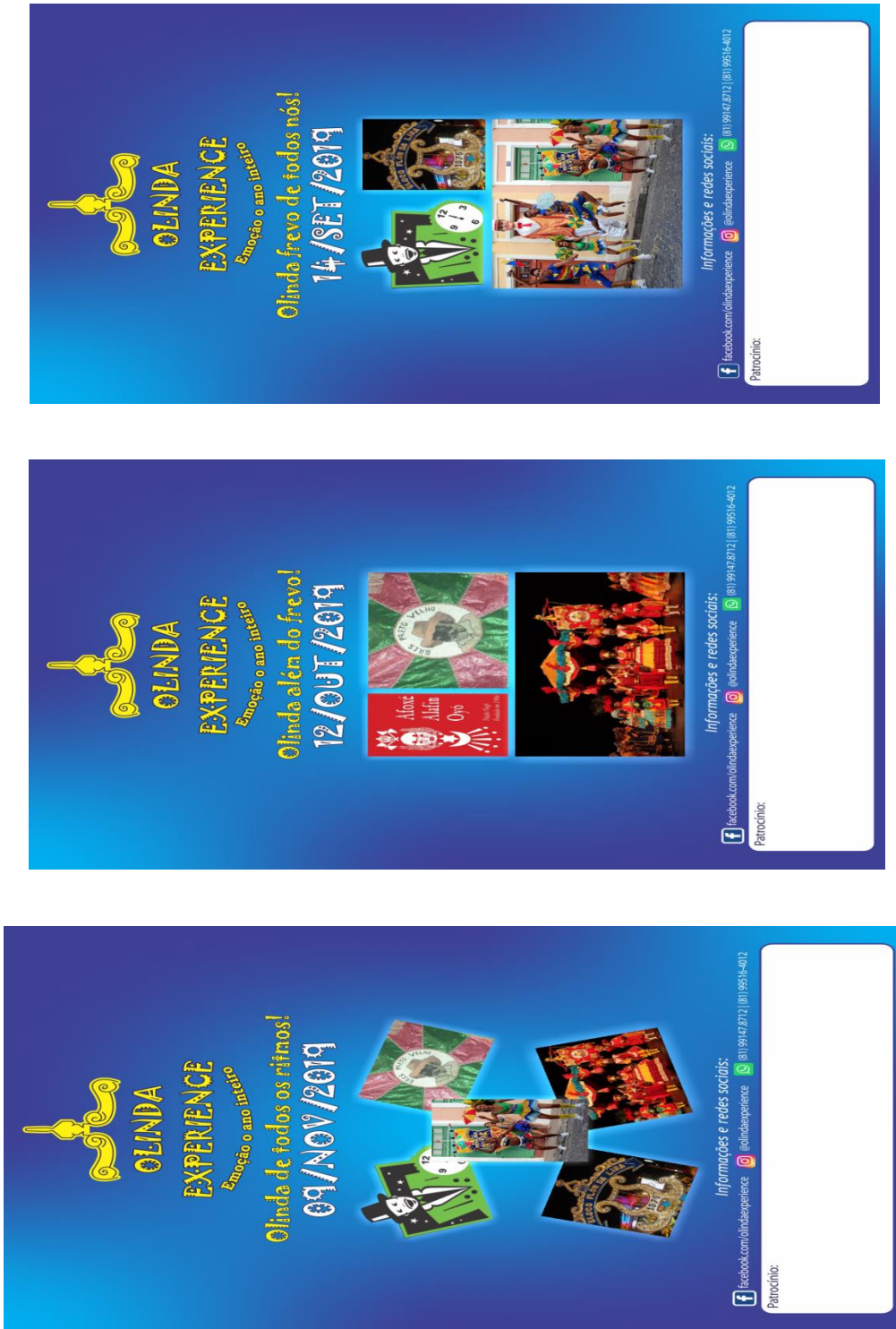
facebook.com/olindaexperience
 @olindaexperience
 (81) 99147.8712 | (81) 99516-4012

Patrocínio:

Fonte: Silva (2019)

Folhetos – ficarão à disposição dos clientes nos meios de hospedagem, nos centros de atendimento ao turista (CAT's) da Região Metropolitana do Recife, assim como nas organizações parceiras, a exemplo da Figura 11.

Figura 11 – Folhetos



Fonte: Silva (2019)

Folders (A4) – deverão ficar a disposição para leitura dos hóspedes nos meios de hospedagem da Região Metropolitana do Recife (RMR), nas agências de viagem, além de outras organizações parceiras, segundo as Figuras 12 e 13.

Figura 12 – Folder/ Frente



Fonte: Silva (2019)

Figura 13 – Folder/Verso



Fonte: Silva (2019)

Wind Banners – deverão estar expostos à entrada das sedes das agremiações participantes não só durante os dias das visitas, mas ao longo de toda a semana que antecede o passeio. Sinalizando não só para os participantes os pontos de parada, mas também chamando a atenção dos transeuntes em geral. Serão confeccionados no modelo Vela e terão 3,5 m de altura como se vê na Figura 14.

Figura 14 – Wind banner



Fonte: Silva (2019)

Boné e Camisa – uma forma não só de identificar e padronizar os colaboradores que estarão em atividade durante a execução do passeio, como pessoal de apoio, guias de turismo, motoristas, e os próprios presidentes das agremiações, entre outros, mas também outra forma de propagar a imagem do projeto Olinda Experience. Ver Figuras 15 e 16 a seguir.

Figura 15 – Camisa



Fonte: Os autores (2019)

Figura 16 – Boné



Fonte: Os autores (2019)

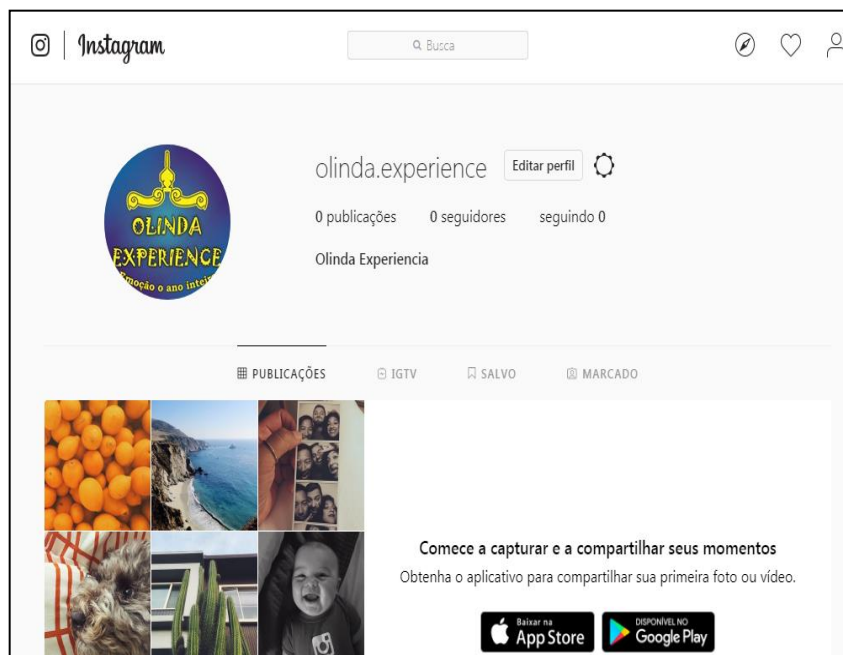
Meios eletrônicos – em função da popularização dos meios eletrônicos de comunicação serão utilizados facebook, instagram, e-mail e what's app como formas de divulgação e comercialização dos passeios, além do telefone para maior agilidade de contato. Nas figuras 17 e 18, vê-se as páginas do facebook e do instagram.

Figura 17 – Página do Facebook



Fonte: Os autores (2019)

Figura 18 – Página do Instagram



Fonte: Os autores (2019)

Como formas de estimular a demanda pelos passeios será dada a oportunidade do participante levar consigo alguns produtos das vivências executadas, bem como a realização de sorteio de outros passeios mediante inscrição, o que também proporcionará a criação de um banco de dados de clientes para divulgações posteriores.

Não esquecendo a importância de um nome fantasia/comercial para os passeios e de fácil assimilação pelo público, os roteiros serão nomeados considerando a tipologia das agremiações visitadas, ficando assim definidos:

- a) Roteiro 1 – Olinda frevo de todos nós!
- b) Roteiro 2 – Olinda além do frevo!
- c) Roteiro 3 – Olinda de todos os ritmos!

Esses são alguns roteiros identificados em um primeiro momento, não impedindo, contudo, que outros venham a ser criados/definidos em função de novos arranjos, ou mesmo provenientes de sugestão dos participantes.

4.4.5 Realização do projeto piloto

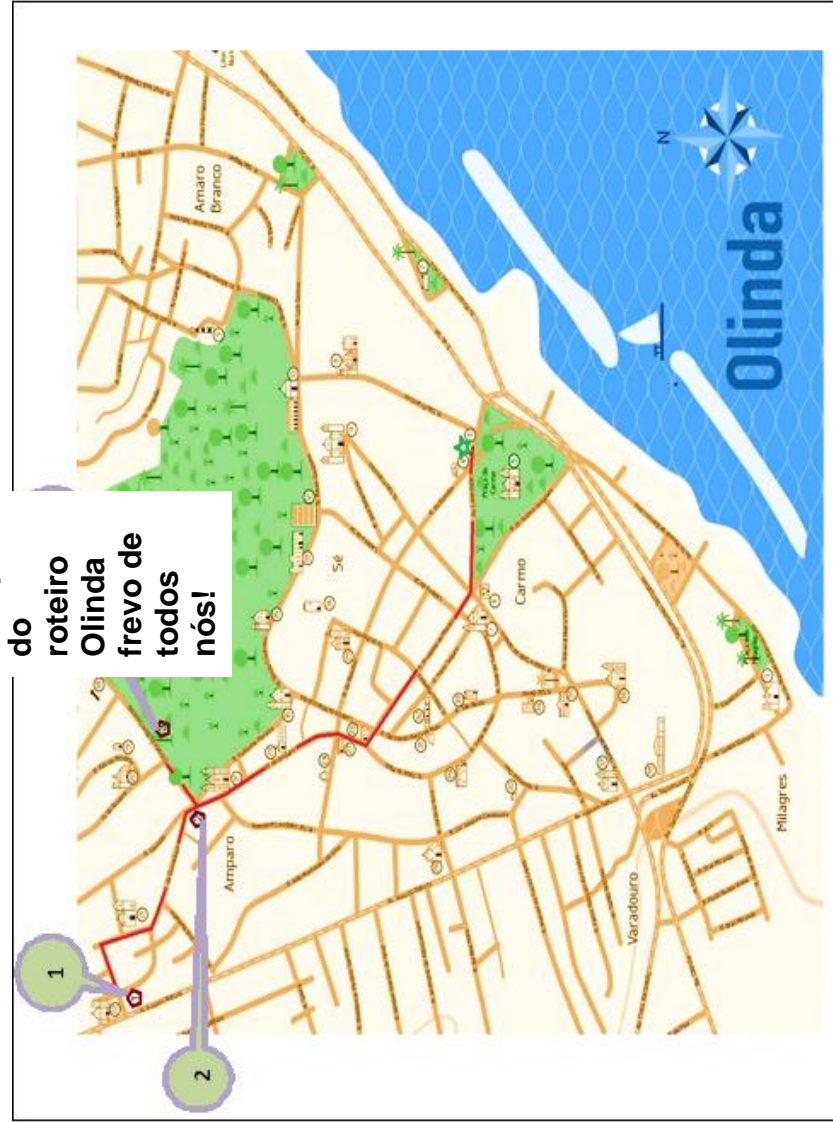
Como projeto piloto será realizado o roteiro denominado *Olinda frevo de todos nós!* formado pelas agremiações: Vassourinhas de Olinda, Cariri Olindense e Homem da Meia Noite. Assim está previsto a realização de quatro edições da visita-vivência nos meses de setembro, outubro, novembro e dezembro de 2019, no segundo sábado de cada mês, coincidindo com o início dos ensaios e prévias das agremiações da cidade, o que cria um ambiente favorável para implantação de um projeto desta natureza.

O roteiro terá duração máxima de quatro horas, o chamado *half day* (HD). Em atenção ao Plano de Gestão do Sítio Histórico de Olinda (OLINDA, 2016. p. 119), o transporte dos participantes será realizado em vans, visando minimizar os impactos causados pela circulação de veículos de grande porte no perímetro tombado, assim como lhes proporcionar maior conforto e agilidade no seu deslocamento. Neste sentido e visando ainda uma melhor fruição do passeio e das vivências, o número máximo de participantes será de 30 (trinta) e o mínimo de 15 (quinze) pessoas, o que corresponderá a uma ou duas vans circulando no Sítio Histórico em função do projeto.





A divulgação além da folheteria, também será realizada através dos meios eletrônicos a partir da ativação das páginas do Facebook, Instagram e do e-mail. As inscrições para participação serão realizadas através do e-mail e whats app. O local

de saída será em frente à biblioteca municipal de Olinda, na Praça do Carmo às 9:00 horas em direção ao bairro de Guadalupe, cruzando alguns dos principais corredores do carnaval da Cidade Alta. Este percurso, indicado na Figura 19, também contempla outras entidades que, apesar de não estarem incluídas no roteiro, fazem parte do circuito carnavalesco da cidade e também serão abordados pelo Guia de Turismo que conduzirá a visita.

Figura 18
– Mapa
do



LEGENDA

-  Início – Praça do Carmo
-  1 Cariri Olindense
-  2 Clube Vassourinhas
-  3 Homem da Meia Noite

Fonte:
EMPE
TUR
(adapt
ação)/
Arte
Elpídio
JR

A primeira parada será no Cariri Olindense, no bairro de Guadalupe, onde um grupo de passistas e orquestra de frevo receberão os participantes e os conduzirão para dentro da sede da agremiação, como se vê na Figura 20. Um membro da entidade dará as boas vindas e contará um pouco da história da entidade, apresentando imagens e algumas curiosidades.

Figura 20 – Passistas do Cariri Olindense



Foto: <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/noticia/2016/07/20.php>

Em seguida, os participantes serão convidados a participar de uma vivência de frevo, com alguns passos básicos conduzidos pelos próprios passistas que os receberam, a exemplo da Figura 21. Serão disponibilizadas sobrinhas de frevo para a vivência e outras estarão à venda. Esta visita tem duração prevista de uma hora. Terminada a vivência o Guia e o pessoal de apoio conduzirão os participantes ao veículo para seguirem ao próximo ponto.

Figura 21 – Apresentação de passistas



Foto: Os autores (2019)

A segunda parada será no Clube Vassourinhas de Olinda, no Largo do Amparo indicado na Figura 22. Os participantes serão recepcionados por orquestra de frevo, pelo estandarte da agremiação e por brincantes com fantasias de destaque, como se vê na Figura 23. O cicerone do clube dará as boas vindas e apresentará a história da agremiação com imagens, alegorias e premiações por ela recebidas.

Figura 22 – Clube Vassourinhas de Olinda



Foto: Folhapress (2015)

Para esta entidade está previsto uma oficina de customização de fantasias com as costureiras da agremiação. Assim, solicita-se que os participantes levem uma peça de roupa para ser customizada, como camiseta ou bermuda, para que possam levar consigo ao final. Terminada a vivência, que terá duração de uma hora, os participantes serão conduzidos ao veículo para seguirem ao próximo ponto.

Figura 23 – Foliões e estandarte



Foto: Araújo (2018)

A terceira e última parada será na sede do Homem da Meia Noite, aqui os participantes serão recebidos por uma orquestra de frevo e o Calunginha do Homem

da Meia Noite, que os encaminhará para o interior do prédio onde passarão a ser conduzidos por um membro da agremiação. Esta pessoa não só contará a história da entidade, mas também apresentará o espaço, que neste caso está dividido em dois pavimentos como se pode depreender da Figura 24 a seguir.

Figura 24 – Clube Homem da Meia Noite



Foto: Os autores (2019)

A vivência para esta agremiação consistirá em uma festa surpresa para os visitantes, com a participação dos brincantes que se apresentaram nas outras entidades que fizeram parte do roteiro: orquestra, passistas de frevo, fantasias de destaque e o Calunguinha, como se vê na Figura 25. Esta parada tem duração prevista de uma hora.

Figura 25 – Calunguinha do Homem da Meia Noite



Foto: olindahoje (2016)

Terminada a vivência, o Guia e o pessoal de apoio conduzirão os participantes ao veículo para seguirem de volta para o ponto de partida.

As etapas do roteiro *Olinda frevo de todos nós!* estão sintetizadas no quadro a seguir:

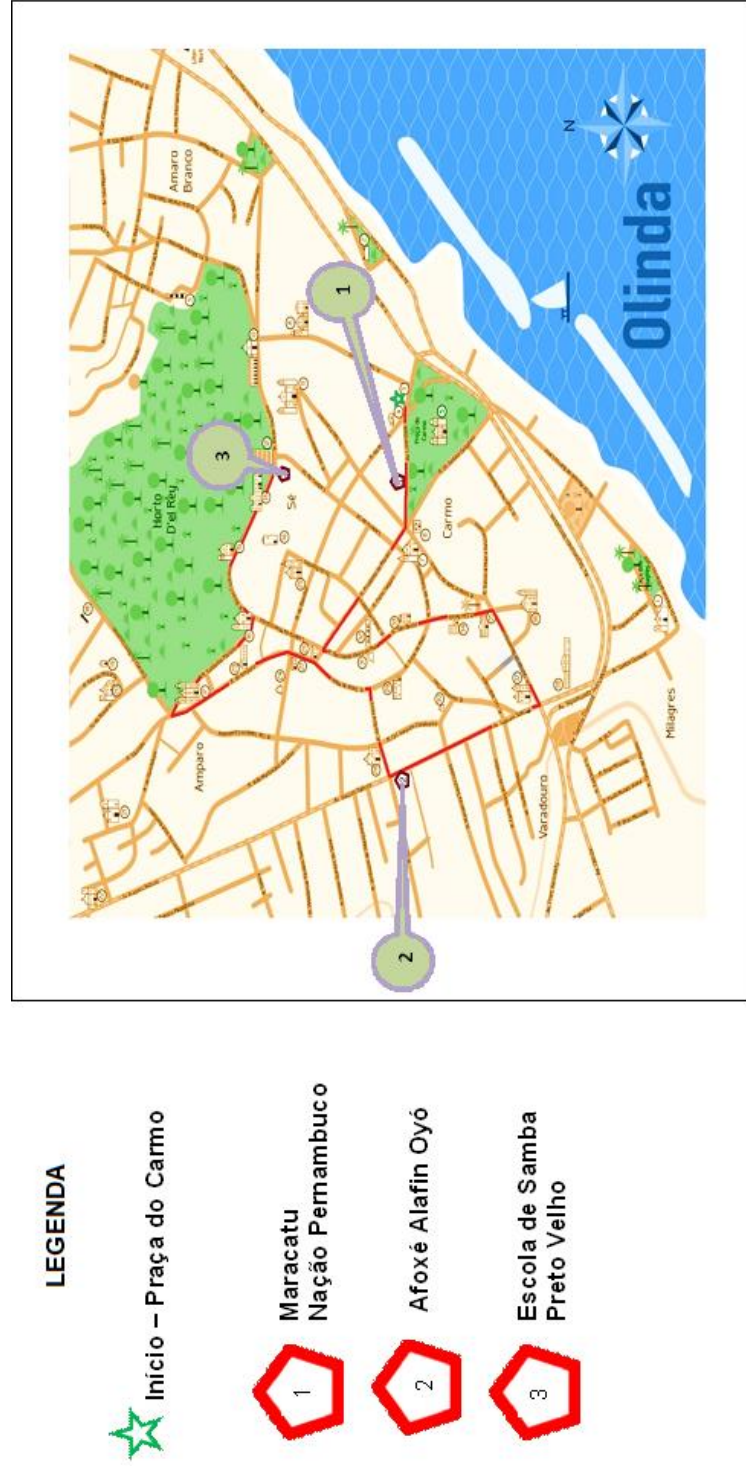
Quadro 4 - Síntese do roteiro *Olinda frevo de todos nós!*

Horário/duração	Atividade	Descrição
9:00	Saída	*Deslocamento em veículo apropriado com guia de turismo.
9:20 – 10:20	Parada 1 Cariri Olindense	*Recepção com orquestra e passistas de frevo. *Roda de conversa sobre história da agremiação e contemplação de acervo. *Vivência de passos do frevo. *Despedida.
10:30 – 11:30	Parada 2 Vassourinhas de Olinda	*Recepção com orquestra de frevo, fantasias de destaque e estandarte. *Roda de conversa sobre história da agremiação e contemplação de acervo. *Vivência customização de fantasia e confecção de adereços. *Despedida.
11:40 – 12:40	Parada 3 Homem da Meia Noite	*Recepção com orquestra de frevo e o Calunguinha. *Roda de conversa sobre a história da agremiação e contemplação de acervo. *Vivência “baile de carnaval”. *Despedida.
13:00	Retorno ao ponto de partida	*Fim das atividades

Fonte: Os autores (2019)

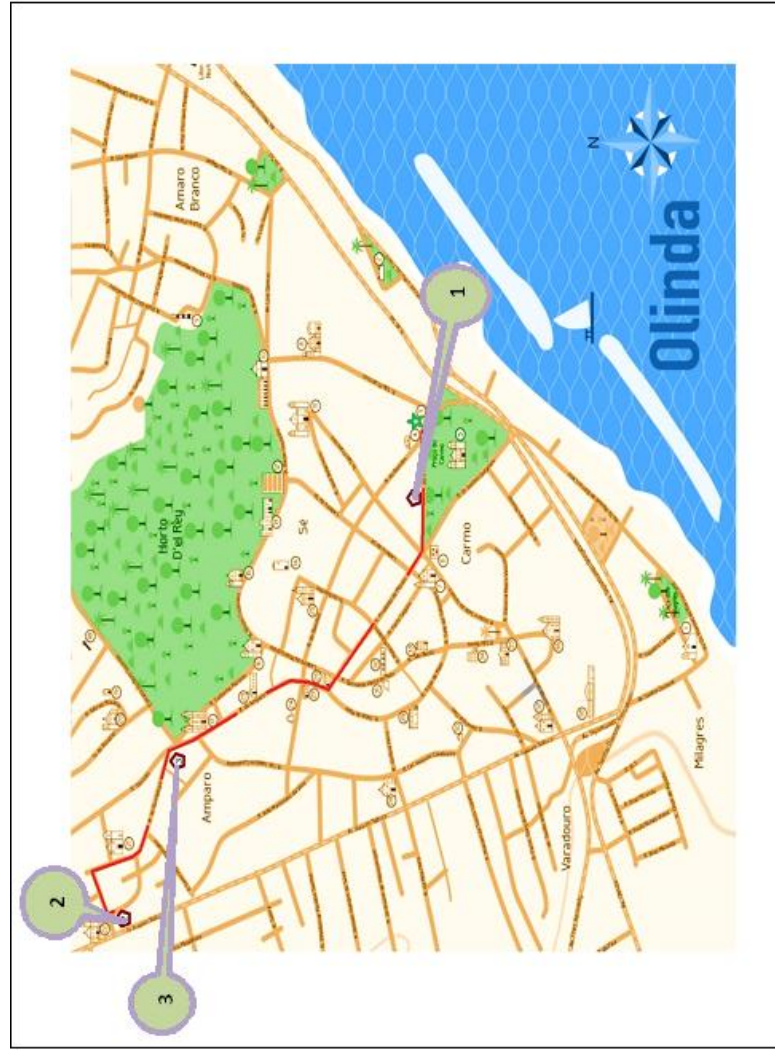
As Figuras 26 e 27 trazem os mapas com sugestões de outros roteiros para o projeto Olinda Experience.

Figura 26 – Mapa do roteiro Olinda além do frevo!



Fonte: EMPETUR (adaptação)/Elpídio JR

Figura 27 – Mapa do roteiro Olinda de todos os ritmos!



LEGENDA

-  Início – Praça do Carmo
-  1 Maracatu Nação Pernambuco
-  2 Cari Olindense
-  3 Bloco Flor da Lira (Clube Vassourinhas)

Fonte: EMPETUR (adaptação)/ Arte Elpídio JR

4.4.6 Recursos necessários – orçamento

Na composição dos custos necessários à realização do projeto Olinda Experience serão considerados não apenas os recursos materiais e humanos, mais também o número de vezes em que serão empregados (Repetição), em função da quantidade de visitas que irão acontecer.

Desta forma, apresentam-se a seguir, as tabelas com os insumos e respectivos valores, coletados através de levantamento no mercado local (Recife/PE), de diversas fontes, a saber: e-mail, *whatsapp* e telefone. Ressalta-se que a composição do valor unitário partiu da tomada de preços de pelo menos três fornecedores, posteriormente sendo feito a média aritmética simples de cada item.

Tabela 1 – Recursos materiais

Material	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Repetição	Valor total (R\$)
Wind Banner	10	345,00	01	3.450,00
Boné	100*	8,50	01	850,00
Camisa	50	35,00	01	1.750,00
Cartaz (A3)	100	3,77	01	377,29
Folheto	1000	0,33	01	340,00
Folder (A4)	500	1,11	01	555,00
Aluguel de Veículo (+ motorista)	02	350,00	04	2.800,00
Total A				10.122,29

Fonte: Os autores (2019)

*Quantidade mínima a venda no mercado

A utilização dos insumos a que se refere a Tabela 1 encontra-se especificada na subseção 4.4.5 desta seção. Os meios eletrônicos referidos no mesmo item não gerarão custos adicionais, em um primeiro momento, visto se tratarem de plataformas de uso gratuito. Contudo, deverá ser contratado um profissional de marketing digital por um período de cinco meses para responder as notificações recebidas nas páginas do projeto (face, instagram, e-mail), bem como *wathsapp*, em horários pré-estabelecidos.

Tabela 2 – Recursos humanos

Equipe	Profissional/ Função	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Repetição	Valor total (R\$)
Operacional	Pessoal de apoio	10	80,00 ^a	04	3.200,00
Operacional	Brincante	15	80,00 ^a	04	4.800,00
Operacional	Fotógrafo	01	350,00 ^a	04	1.400,00
Operacional	Guia de turismo	02	160,00 ^b	04	1.280,00
Operacional	Oficineiro	03	200,00 ^a	04	2.400,00
Operacional	Coordenador de Operação	01	120,00 ^a	04	480,00
Operacional	Músico	15	100,00 ^a	04	6.000,00
Planejamento	Designer gráfico	01	275,00 ^a	01	275,00
Planejamento	Gestor de marketing e redes sociais	01	650,00 ^a	05	3.250,00
Planejamento	Gestor de Planejamento e Controle	01	5.000,00 ^a	01	5.000,00
Total B					28.085,00

Fonte: Os autores (2019)

a – Valor médio obtido junto a profissionais do mercado

b – Tarifário SINGTURPE 2018

Embora muitas das funções que esses profissionais irão desempenhar tenham sido descritas em diferentes momentos deste trabalho, segue uma descrição sucinta de suas atividades:

- Pessoal de apoio – preparação dos espaços para receber os visitantes; auxiliar no embarque e desembarque, dando agilidade; prestar informações aos participantes, entre outras.
- Brincante – compor e animar o ambiente juntamente com os participantes.
- Guia de turismo – responsável por receber e conduzir os visitantes durante a visita, prestando informações relativas ao passeio.
- Oficineiro – profissional/artesão que realizará as vivências junto com os participantes.

- Fotógrafo – responsável pelo registro de imagens das visitas e posterior envio ao Gestor de Planejamento e Controle.
- Coordenador de operação – Responsável pelo monitoramento e comunicação entre as equipes de trabalho que estarão atuando durante o roteiro.
- Músico – responsável pela execução de músicas durante as visitas.
- Assessor de marketing digital – responsável por alimentar as páginas eletrônicas do projeto com imagens e informações, além de responder às demandas dos participantes/clientes, sob orientação do Gestor de Planejamento e Controle, bem como atendimento telefônico em horários pré-estabelecidos.
- Designer gráfico – responsável pela criação da identidade visual do projeto (Logomarca) e do material de divulgação.
- Gestor de Planejamento e Controle – responsável pelo planejamento e da articulação entre os diferentes atores do projeto, coordenando ainda as ações dos demais profissionais envolvidos, além de toda parte financeira do projeto, com formação em turismo.

Os serviços profissionais supracitados na Tabela 2 deverão ser firmados através de contrato de trabalho intermitente. Sobre os valores pagos incidirão os impostos pertinentes.

Por fim, os recursos financeiros necessários para realização deste projeto serão obtidos pela soma dos valores Total de cada uma das tabelas apresentadas acima, conforme se vê na tabela a seguir:

Tabela 3 – Recursos financeiros

Descrição	Valor
Recursos materiais (Total 1)	10.122,29
Recursos humanos (Total 2)	28.085,00
Recursos financeiros (Total 1 + Total 2)	38.207,29

Fonte: Os autores (2019)

Adverte-se ainda, que os valores apresentados nessas planilhas referem-se ao momento da elaboração do projeto, os quais deverão ser revistos e atualizados em caso da efetiva implementação do projeto Olinda Experience.

4.4.7 Fontes de financiamento e parcerias

Não obstante a busca por financiamento para a realização do projeto Olinda Experience venha a se dar através da captação de patrocinadores privados, ou mesmo pela participação em editais culturais, também será gerada receita advinda do pagamento de ingressos pelos participantes, renda esta destinada às agremiações visitadas. Este valor poderá ser definido em função do preço cobrado por serviços semelhantes no mercado local.

Acredita-se que o projeto Olinda Experience poderá obter financiamento para sua realização tanto através da captação de patrocinadores privados, como pela participação em editais culturais.

No primeiro caso apresenta-se um plano de patrocínio por cotas, nos moldes do Projeto de Patrocínio da 3ª Corrida SESI do Dia do Trabalhador (SESI, 2017), para ser apresentado tanto a empresários locais como de fora do município. O plano de patrocínio terá como contrapartida a divulgação das marcas dos apoiadores conforme a descrição a seguir:

Cota Ouro (Valor R\$ 9.500,00)

- Inserção da logo da empresa em todo material impresso de divulgação, limitada ao tamanho máximo de 25% da área destinada a este fim;
- Divulgação do link nos meios eletrônicos desenvolvidos;
- Direito a incluir brindes e material promocional;
- 04 cortesias por edição (não cumulativas);
- Número máximo de cotas 02 (duas).

Cota Prata (Valor R\$ 7.600,00)

- Inserção da logo da empresa em todo material impresso de divulgação, limitada ao tamanho máximo de 20% da área destinada a este fim;
- Inclusão da logo da empresa nos meios eletrônicos desenvolvidos;

- Direito a incluir brindes e material promocional;
- 02 cortesias por edição (não cumulativas);
- Número máximo de cotas 02 (duas).

Cota Especial (Valor R\$ 3.800,00)

- Inserção da logo da empresa em todo material impresso de divulgação; limitada ao tamanho máximo de 10% da área destinada a este fim;
- Inclusão da logo da empresa nos meios eletrônicos desenvolvidos.
- Número máximo de cotas 03 (três).

Como possíveis patrocinadores acredita-se poder contar com as seguintes organizações:

Quadro 5 – Possíveis patrocinadores

Oi	Rodoviária Caxangá
Banco Bradesco	Supermercado Kanela
Pateo Hyundai	Supermercado Atacadão
Toyolex	Supermercado Açai
Shopping do Automóvel de Pernambuco	Wal Mart Supermercados
Hospital Hapvida	MXM Gráfica
Hospital Esperança	Gráfica Canaã
Hospital São Salvador	Tend Tudo Home Center
Hospital UNIMED	Acha Aqui Material de Construção
Ass. dos Empreendedores do Sítio Histórico de Olinda (AESHO)	Tintas Frevo
Cidade Alta Transportes e Turismo	Tintas Iquine
Rodotur Turismo Ltda	

Fonte: Os autores (2019)

Espera-se ainda contar com o apoio do Recife Convention & Visitors Bureau (Recife CVB), Sindicato dos Guias de Turismo de Pernambuco (SINGTURPE), além da própria Liga Olindense das Agremiações de Fantasia (LOA), bem como da organização *É frevo meu bem*, que congrega expressivo número de integrantes e dirigentes de agremiações carnavalescas de Olinda, com foco no frevo, muito embora ainda não sejam oficializados. Acredita-se ainda contar com apoio da Sociedade Olindense de Defesa da Cidade Alta (SODECA).

No segundo caso os recursos serão obtidos através de editais culturais como os do Ministério da Cultura (Lei de Incentivo à Cultura), da Caixa Cultural e do Itaú

Cultural, entre outros, bem como do Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura - FUNCULTURA, a exemplo de seu Edital de Convocação 2017 - 2018 que teve como “objetivo incentivar as diversas formas de manifestações culturais do Estado de Pernambuco”, como a “Cultura Popular e Tradicional” especificadas no item VIII do tópico 1 (PERNAMBUCO, 2017).

Ainda em nível estadual pode-se pleitear recursos junto à EMPETUR com base na sua Resolução Nº 04 de 31/07/2015, vinculada à Lei estadual 14.104 de 1º de julho de 2010, que regulamenta o apoio a projetos que contribuam para o desenvolvimento do turismo no estado de Pernambuco, respaldados no Artigo 1º da citada Resolução:

- II – a valorização, a conservação e a promoção do patrimônio cultural, natural e social, com base no princípio a sustentabilidade;
- III – a criação e qualificação de produtos turísticos que caracterizem a regionalidade, genuinidade e identidade cultural do povo pernambucano; (PERNAMBUCO, 2015)

Desta forma, em função da própria natureza do projeto Olinda Experience vislumbra-se um leque significativo de oportunidades de fontes de recursos para a sua realização, quer seja pelo viés estritamente turístico, quer seja pela valorização e promoção do patrimônio cultural da cidade e do estado como um todo.

4.4.8 Avaliação e monitoramento

O processo de monitoramento e avaliação do Olinda Experience será realizado no intuito de compatibilizar as expectativas dos clientes com os interesses dos organizadores. Prestando-se ainda como um fórum de debate para adequação das visitas aos anseios dos visitantes, dentro de uma perspectiva de respeito aos valores das entidades.

Assim, no que tange aos participantes, não somente o guia de turismo, a quem caberá produzir um relatório escrito ao final de cada passeio, mas todos os demais colaboradores estarão atentos aos relatos e atitudes dos participantes durante a realização das visitas. Outra forma de coletar informações sobre as impressões dos participantes será a aplicação de questionário ao final do roteiro, cujo modelo encontra-se no APÊNDECE B. Serão solicitadas informações como: idade, sexo, local de residência, meio de comunicação utilizado, aspectos positivos e negativos do

passeio. Esses questionários, juntamente com o relatório produzido pelo guia de turismo, serão encaminhados á equipe de Planejamento para processamento e posteriormente ser avaliado com os dirigentes das agremiações.

Para os representantes das agremiações, o meio utilizado será a reunião após a realização de cada passeio, momento o qual eles poderão expor suas percepções do projeto, indicando os pontos positivos e negativos que eles identificaram na execução, ou mesmo do planejamento do projeto. Por seu turno, a equipe de Planejamento além de coordenar a reunião também apresentará o resultado da análise dos relatórios e questionários recebidos, para conjuntamente decidirem os rumos que o projeto deve seguir. Essa reunião deve ser registrada em livro ata ou mesmo em forma de relatório.

À medida que este projeto terá uma parte custeada pelo pagamento de ingressos, sendo este valor revertido para as agremiações participantes, este momento também pode ser utilizado para prestação de contas pela equipe de Planejamento.

5 MEDIDAS DE IMPLEMENTAÇÃO

As medidas de implementação dizem respeito às exigências de caráter legal e técnico que concorrem para a efetiva realização do projeto Olinda Experience, conforme segue.

5.1 Medidas Legais

O projeto Olinda Experience buscará manter-se atento às legislações das diferentes esferas da administração pública que possam incidir sobre a sua realização, pautando-se pelo seu cumprimento, dentre as quais:

- Lei 13.467/2017(Consolidação das Leis Trabalhistas).
- Lei 12. 196/2002 (Lei do Patrimônio Vivo de Pernambuco).
- Lei 8.623/1993, que trata dos guias de turismo.

Visando resguardar os direitos trabalhistas tanto dos prestadores de serviço, bem como dos organizadores deste projeto, deverão ser atendidas as normas estabelecidas na nova legislação trabalhista, a lei nº 13.467 de 13 de julho de 2017, sobremaneira o conteúdo do parágrafo 3º do seu artigo 443, que cria a figura do Contrato de trabalho intermitente, que tem entre outras características a intermitência entre períodos de trabalho e inatividade do profissional, além de não gera vínculo empregatício entre as partes.

Essas características de prestação de serviço adequam-se às necessidades do projeto Olinda Experience, na medida em que só haverá demanda de serviço para os profissionais se houver participantes para os passeios. Desta forma, nem os organizadores ficam obrigados a pagar aos profissionais pelo tempo “parado” entre uma edição e outra dos passeios, bem como o profissional também está livre para assumir outros compromissos.

Instituído pela lei estadual 12.196/2002, o Registro do Patrimônio Vivo de Pernambuco – RPV-PE visa não só reconhecer e valorizar as pessoas ou entidades que produzem e preservam aspectos da cultura tradicional de comunidades estabelecidas no território pernambucano, mas também oferecer condições para sua manutenção através do pagamento mensal de bolsa de incentivo, de caráter vitalício, além da prioridade em ações culturais do governo do estado.

Assim, desde o seu estabelecimento foram inscritos 57 patrimônios vivos entre pessoas e organizações, dentre as quais o Clube de Alegoria e Crítica Homem da Meia Noite, reconhecido em 2006 e a Troça Carnavalesca Mista Cariri Olindense em 2016, que fazem parte deste projeto. Os escolhidos não gozam apenas das benesses da legislação, o artigo 5º da referida Lei traz os deveres aos quais eles ficam submetidos, dentre os quais:

participar de programas de ensino e de aprendizagem dos seus conhecimentos e técnicas organizados pela Secretária de Cultura do Estado de Pernambuco, cujas despesas serão custeadas pelo Estado e no qual serão transmitidos aos alunos ou aos aprendizes os conhecimentos e as técnicas das quais forem detentores os inscritos no RPV-PE; (PERNAMBUCO, 2002, grifo nosso)

Isto demonstra a consonância deste projeto com as políticas públicas de preservação e promoção do patrimônio cultural não apenas de Olinda, mas do estado de Pernambuco como um todo. Na medida em que muitas das vivências previstas nos passeios revestir-se-ão de práticas de aprendizagem para os participantes (aprendizes).

Visando ainda, não apenas o cumprimento da legislação pertinente à atuação do Guia de Turismo, mas também dar a este projeto um caráter cada vez mais profissional, serão atendidas a Lei Federal nº 8.623/1993 e a Portaria nº 27/2014 do Ministério do Turismo, que dispõem sobre a profissão do Guia de Turismo, definindo-o como:

o profissional que, devidamente cadastrado no Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), exerça atividades de acompanhar, orientar e transmitir informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas (BRASIL, 1993)

Segundo a Portaria supracitada a atividade do Guia de turismo não deve se confundir com as atividades do *condutor de visitantes*, nem do *monitor de turismo* (BRASIL, 2014), principalmente este segundo facilmente encontrado em locais estratégicos do Sítio Histórico de Olinda, popularmente conhecidos como “guias locais” ou “guias nativos”. Ainda, de acordo com a Portaria, só poderão ser demandados os profissionais cadastrados como Guias Regionais, cujos certificados

de formação tenham sido emitidos em Pernambuco. Desta forma, espera-se também incentivar a profissionalização dos monitores de turismo existentes na cidade.

5.2 Medidas Técnicas

Também é alvo de atenção do projeto Olinda Experience as normas técnicas que viabilizem a sua realização, sobremaneira aquelas que assegurem uma adequada e harmônica convivência entre os diferentes grupos sociais que partilham o Sítio Histórico de Olinda, tais como:

- Plano de Gestão do Sítio Histórico de Olinda (2016).
- Plano Diretor de Mobilidade Urbana de Olinda (2018).

Lançado em julho de 2016, como primeiro documento do gênero no Brasil, o Plano de Gestão do Sítio Histórico de Olinda surgiu da necessidade de se revisar e atualizar o a legislação urbanística da cidade, a lei nº 4.849 de 1992. Este novo instrumento, a exemplo de outros anteriores, também ressalta a importância da atividade turística para o município, em especial para o Sítio Histórico ao afirmar que (OLINDA, 216, p.134):

A atividade econômica do turismo é de fundamental importância para a sustentabilidade do Sítio Histórico de Olinda, principalmente na óptica de conciliação do desenvolvimento econômico, com ganhos sociais e o respeito ao ambiente natural e construído da cidade [...]

Não apenas esta citação, mas várias outras encontradas ao longo do documento a exemplo de “propostas de circuitos religioso, **cultural**, histórico, de negócios, artes plásticas, gastronômico, com rotas conectadas” demonstram e reforçam a consonância das ideias subjacentes do projeto Olinda Experiência com o Plano, à medida que ele também visa a promover o desenvolvimento sócio e econômico da localidade através do turismo (OLINDA, 2016, p.136).

Por outro lado, embora a prefeitura municipal tenha aprovado o Plano Diretor de Mobilidade Urbana de Olinda em 2018, com um capítulo exclusivo dedicado à circulação no Sítio Histórico, este se reporta ao Plano de Gestão do Sítio Histórico de Olinda quanto à restrição de circulação de veículos pesados nesta porção da cidade

com a seguinte ressalva (OLINDA, 2018c, p.141): “no entanto, por um equívoco na definição das dimensões e peso dos veículos a lei **(4.894/92)** não está sendo cumprida, necessitando de uma revisão como recomenda o plano de Gestão do Sítio Histórico de 2016”.

Desta forma o projeto Olinda Experience, corrobora com os propósitos de ambos os Planos, ao promover uma adequada mobilidade no Sítio Histórico de Olinda através da utilização de vans para transportes dos participantes, minimizando com isto o impacto causado pela circulação de veículos pesados em suas ruas centenárias.

6 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Previsto para ser realizado efetivamente durante quatro meses, o projeto Olinda Experience estender-se-á do mês de maio de 2019 a janeiro de 2020, conforme o cronograma de atividades a seguir.

Quadro 6 – Cronograma

Atividade	MÊS/ANO								
	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN
	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2020
Apresentação	X								
Captação/ Definição de patrocínio	X	X	X						
Contrato com Instituição Qualificadora		X							
Produção de material			X						
Divulgação e inscrição				X	X	X	X	X	
Qualificação				X					
Ativação de páginas eletrônicas				X	X	X	X	X	
Visita 1					X				
Visita 2						X			
Visita 3							X		
Visita 4								X	
Avaliação								X	X

Fonte: Os autores (2019)

7 CONCLUSÃO

Muito embora a própria Organização Mundial do Turismo (OMT) tenha detectado os primeiros sinais do turismo de experiência ainda em 1997, quando

identificou a tendência dos turistas em “buscar destinos onde além de visitar e contemplar, fosse possível também sentir, viver, emocionar-se” (BRASIL, 2010a, p.10), é surpreendente o fato dele não ter achado no Brasil solo fértil para o seu desenvolvimento, frente a outros segmentos contemporâneos ou até mais jovens que ele como turismo criativo, turismo de aventura, turismo de luxo, turismo de base comunitária, entre outros.

Este fato pode ser confirmado pelo volume de bibliografia existente no país sobre o assunto, cujo primeiro livro só foi lançado em 2010, organizado por Alexandre Panosso Netto e Cecília Gaeta, e um segundo em 2015 com participação daquele primeiro autor, os quais serviram de base para este trabalho. Não obstante neste período, alguns artigos tenham sido publicados sobre o tema, como: *A experiência e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing* (PEZZI; SANTOS, 2012) e *A experiência como produto turístico: a emoção e a sensação do novo e diferente* (NASCIMENTO; MAIA; DIAS, 2012).

Embora Pernambuco venha se consolidando como um dos principais polos indutores do turismo nacional, quer seja pelas suas paisagens naturais, com destaque ao binômio praia e sol que forma o atrativo número um do estado, quer seja pelo seu acervo cultural, não se pode identificar (ainda) práticas efetivas do turismo de experiência no estado, privilegiando as práticas tradicionais do turismo de massa que tolhem o protagonismo dos viajantes tendendo a homogeneização das visitas.

Ressalta-se ainda que o patrimônio cultural pernambucano é reconhecido nacional e internacionalmente, tanto o material como o imaterial. O Sítio Histórico de Olinda, tombado pela UNESCO em 1982, encerra não só relevantes exemplares das construções coloniais do país, como também costumes e hábitos que caracterizam o modo de vida da sua população. Dentre as manifestações culturais encontradas no seu Sítio Histórico, a mais aguardada e envolvente é o carnaval, evento que extrapola os limites da cidade permeando o imaginário de inúmeras pessoas dentro e fora do país.

Desta forma, em função da aura mítica existente em torno do carnaval de Olinda acredita-se que o turismo cultural, ora desenvolvido no município, pode ser potencializado com a entrada em cena das suas agremiações carnavalescas através deste projeto, inclusive fora do período de carnaval. Uma participação que beneficiará não só o trade turístico local, mas também o setor cultural da cidade.

Acredita-se, com isto, estar não só ampliando a oferta turística do município, mas também oferecendo ao visitante um produto diferenciado capaz de envolvê-lo e encantá-lo através de uma verdadeira imersão no universo das agremiações carnavalescas do Sítio Histórico de Olinda. Contribuindo também para minimizar os efeitos da sazonalidade do setor turístico local, já que poderá ser operacionalizado a qualquer época do ano, visto se tratar de um “evento *in door*”, em sua maior parte.

Assim, as agremiações poderão ser mais valorizadas e poderão ganhar maior visibilidade, mesmo fora do período carnavalesco, à medida que se tornarão peças-chaves do projeto e estarão na vitrine dos atrativos turísticos da cidade ao longo do ano, como dito anteriormente. Espera-se também que as entidades encontrem no projeto um espaço para fortalecer o diálogo e a articulação entre os seus membros, uma vez que o mesmo tem entre suas premissas a pluralidade de opiniões e a integração dos participantes.

Acredita-se ainda, que o projeto venha a se tornar uma fonte de renda para as agremiações, ora concentrada nos contratos com órgãos públicos, contribuindo para sua sustentabilidade financeira já que haverá cobrança de ingressos aos participantes dos passeios. Por outro lado, acredita-se também poder estimular a formação/capacitação de equipes captadoras de recursos dentro das próprias agremiações, colaborando assim para a profissionalização das entidades como um todo.

Por fim, espera-se que este trabalho tenha demonstrado o grande potencial turístico representado pelas agremiações carnavalescas de Olinda que, em sua grande maioria, são “lembradas” apenas durante o carnaval, quando arrastam multidões de foliões e turistas pelas ruas e ladeiras da “Marim dos Caetés”.

REFERÊNCIAS

ABRASEL. **Guia Gastronômico 2016/2017**. 2017. Disponível em: <http://guia.abrasel.com.br/guiaabrasel/guiaabrasel.php>. Acesso em: 07 jun. 2018.

ANDRADE, Manuel Correia de. **Pernambuco: cinco séculos de colonização**. Recife. Grafset, 2004.

ARLÉGO, Edvaldo. **Olinda**: patrimônio natural e cultural da humanidade. Recife. Edificantes, 1992.

ASSOCIAÇÃO DOS RESTAURANTES DA BOA LEMBRANÇA. **Nossos chefs**. 2017. Disponível em: <http://boalembanca.com.br/index.php/chefs/listar/estado/PE>. Acesso em: 07 jun. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Uso da internet na escolha dos destinos cresce 68%**. 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2014/10/uso-da-internet-na-escolha-dos-destinos-cresce-68>. Acesso em: 16 nov. 2018.

BRASIL. **Tour da experiência**: cartilha completa. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Cartilha_Metodologia_Projeto_Economia_Experiencia.pdf. Acesso em: 27 nov. 2018.

BRASIL. **Tour da experiência**: estudo de caso. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Caso_Tour_Experiencia.pdf. Acesso em: 25 nov. 2018.

CONDEPE/FIDEM. Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco – CONDEPE/FIDEM. **Perfis 2014**: Olinda, 2014. Disponível em: http://www2.condepefidem.pe.gov.br/c/document_library/get_file?p_l_id=78583&folderId=143124&name=DLFE-12538.pdf. Acesso em: 30 maio 2018.

CONDEPE/FIDEM. Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco – CONDEPE/FIDEM. **Perfil municipal**: Olinda, 2017. Disponível em: <http://www.bde.pe.gov.br/ArquivosPerfilMunicipal/OLINDA.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2018.

DER (Pernambuco). **Rodovias do Estado**, 2013. Disponível em: <http://www.der.pe.gov.br/web/der/rodovias-do-estado>. Acesso em: 30 maio 2018.

EMPETUR. **Inventário Turístico de Pernambuco – INVTUR – PE**, 2017. Disponível em: <http://inventariope.blogspot.com/search/label/Olinda>. Acesso em: 02 jun. 2018.

EMPETUR. **Oferta dos meios de hospedagem da região metropolitana posição: JANEIRO DE 2018**. Recife: EMPETUR: Setor de pesquisa e indicadores, 2018.

FOLHAPRESS. **Fachada do Clube Carnavalesco Vassourinhas de Olinda**. 2015. Disponível em: <http://folhapress.folha.com.br/foto/3369507>. Acesso em: 20 jul. 2018.

FRANCO, Maria Laura P. B. **Análise de Conteúdo**. Brasília: Plano Editora, 2003.

INFRAERO. **Aeroporto de Recife bate recorde de passageiros em 2017**. 2018. Disponível em: <http://www4.infraero.gov.br/imprensa/noticias/aeroporto-de-recife-bate-recorde-de-passageiros-em-2017/>. Acesso em: 21 nov. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. 2015. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/olinda/panorama>. Acesso em 06 jun. 2018.

IPHAN. **Bens Tombados e Processos em Andamento em Pernambuco**. 2017. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pe/pagina/detalhes/1072>. Acesso em: 02 jun. 2018.

IPHAN. **Centro Histórico de Olinda**. 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/33>. Acesso em: 02 jun. 2018.

MARQUES JUNIOR, José. Raízes carnavalescas nas celebrações mitológicas. **Revista História do Carnaval**, Recife, ano 5, p. 5 – 12, 2001.

NASCIMENTO, Isabella; MAIA, Adiel; DIAS, Priscila. A experiência como produto turístico: a emoção e a sensação do novo e diferente. **Turismo: estudos e práticas – UERN**, Mossoró/RN, v.1, n.2, jul./dez. 2012. Disponível em: <http://periodicos.uern.br/index.php/turismo>. Acesso em: 04 dez. 2018.

OLINDA, **Olinda divulga balanço do maior e mais seguro Carnaval da sua história**. 2018b. Disponível em: <https://www.olinda.pe.gov.br/olinda-divulga-balanco-do-maior-e-mais-seguro-carnaval-da-sua-historia/>. Acesso em 05 jul. 2018.

OLINDA. **A cidade**. Prefeitura de Olinda. 2018a. Disponível em: <https://www.olinda.pe.gov.br/a-cidade/historia/>. Acesso em: 30 maio 2018.

OLINDA. **Plano de Gestão do Sítio Histórico de Olinda**. Prefeitura de Olinda. 2016. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/secomolinda/plano-de-gesto-do-stio-historico-de-olinda-minuta-final-o-28032016>. Acesso em: 27 out. 2018.

OLINDA. **Plano Diretor de Mobilidade Urbana de Olinda**. Prefeitura de Olinda. 2018c. Disponível em: <https://www.plamob.olinda.pe.gov.br/>. Acesso em 16 nov. 2018.

PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (org). **Turismo de experiência**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2010.

PERNAMBUCO. Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura. **Editais de Convocação 2017- 2018**. 2017. Disponível em: <http://www.cultura.pe.gov.br/wp-content/uploads/2017/12/EDITAL-FUNCULTURA-GERAL-2017.2018-ATUALIZADO.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2018.

PERNAMBUCO. **Registro do Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco - RPV-PE**. Lei nº 12.196, de 2 de maio de 2002. Disponível em: <http://legis.alepe.pe.gov.br/texto.aspx?id=710&tipo=TEXTATOUALIZADO>. Acesso em: 02 jan. 2019.

PERNAMBUCO. Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer de Pernambuco -. **Pernambuco em dados de 2014 a 2017 – consolidação**. Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer – SETUREL, 2018.

PEZZI, Eduardo; SANTOS, Rafael José dos. A experiência turística e o turismo de experiência: aproximação entre a antropologia e o marketing. In: VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2012, Caxias do Sul/RS. **Anais...** Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/02/09_Pezzi_Santos.pdf. Acesso em: 06 dez. 2018.

POLICIA MILITAR DE PERNAMBUCO. **Blog da briosa PMPE**.2012. Disponível em: <http://blogdabriosa.blogspot.com/2012/03/conhecendo-ciatur.html> . Acesso em 10 nov. 2018.

ROCA, Ricardo; SZABO, Viviane. **Gestão do relacionamento com o cliente**. São Paulo. Pearson Education do Brasil, 2015.

SESI (Pernambuco). **Projeto de Patrocínio da 3ª Corrida SESI do Dia do Trabalhador**.2017. Disponível em: http://www.pe.sesi.org.br/licitacoes/SiteAssets/Paginas/Licita%C3%A7%C3%B5es/Projeto%20de%20Patroc%C3%ADnio%20Corrida_2017.pdf. Acesso em 18 out. 2018.

SIQUEIRA, Antônio Jorge de. **Os padres e a teologia da ilustração**: Pernambuco 1817. Recife. Editora Universitária da UFPE, 2009.

TYBA ONLINE. **Ladeira da Misericórdia**. 2018. Disponível em: http://tyba.com.br/br/resultado/?busca=Ladeira%20Da%20Miseric%C3%B3rdia#registro-cd334_259.JPG. Acesso em:14 jun 2018.

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista

IFPE
- Campus Recife -
Curso Superior de Gestão em Turismo

Roteiro de Entrevista aos representantes das Agremiações Carnavalescas de Olinda
para realização de Trabalho de Conclusão de Curso

Agremiação: _____

Responsável: _____ / Função: _____

Entrevistador: _____

Data: _____

1	O Sr/ Sra poderia contar um pouco da história da Agremiação?
2	Como é a preparação das apresentações/desfiles? Isto é : escolha de tema, fantasias, adereços, etc?
3	Fale um pouco sobre a sua orquestra. Quantos músicos, seu maestro. Se os instrumentos são próprios ou dos músicos, etc.
4	Todos os desfilantes precisam frevar ou vocês têm corpo de dança, uma ala específica?
5	Vocês realizam apresentações no Brasil ou no exterior fora do período de Carnaval? Se sim, de que tipo e onde?
6	A Agremiação tem algum tipo de ajuda do poder público ou da iniciativa privada para se manter e se apresentar? Se sim, de que tipo? (não apenas financeiro)
7	A atual política de cultura das administração municipal e estadual atendem às necessidades das agremiações?
8	Quando ocorrem e como é a dinâmica dos ensaios da agremiação? (todas as alas juntas/separadas, dias diferentes)
9	Que atividades o Sr/ Sra considera que poderiam ser realizadas na agremiação fora do período do carnaval? (após a primeira resposta) Vocês também considerariam receber grupos de visitantes (foliões/turistas) fora do período do carnaval?
10	Na sua opinião, quais os pontos fortes e os pontos fracos da agremiação? (como sede própria +, falta de orquestra -)

APÊNDICE B - Roteiro de entrevista



SUA OPINIÃO É IMPORTANTE!
RESPONDA NOSSA PESQUISA.

Local de residência?

Olinda

Outro _____

IDADE _____

Gênero

FEMININO

MASCULINO

Como ficou sabendo do passeio?

Face/Instagram

TV/Rádio/Jornal

Amigos

Outros _____

Já fez outro passeio?

Não

Sim. _____

O que mais gostou?

O que menos gostou?

Você indicaria este passeio para outras pessoas?

Sim

Não