



## **Fazer turismo em sua própria cidade: notas para uma antropologia do city tour do projeto “Viver Juiz de Fora – descubra esta cidade”<sup>1</sup>**

Aline Imaculada da Silva<sup>2</sup>  
Euler David de Siqueira (Universidade Federal de Juiz de Fora)<sup>3</sup>

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo analisar as impressões e expectativas sociais da população local ao realizarem o *city tour* do projeto “Viver Juiz de Fora – Descubra esta Cidade”. Elaborado à luz da teoria do turismo e da antropologia social, este artigo procura apreender os discursos e comportamentos dos participantes do roteiro “Histórico Cultural” acerca do que presenciam no *city tour* em relação à Juiz de Fora e seus atrativos. Tem como objetivo saber se o turismo pode ser feito em sua própria cidade e se a experiência turística de um *city tour*, como no caso do projeto “Viver Juiz de Fora”, rompem com o distanciamento e a indiferença, processos que familiarizam e hierarquizam a percepção dos moradores.

### **Palavras-chave**

Turismo; *city tour*; Projeto “Viver Juiz de Fora – Descubra esta Cidade”; estranhamento.

### **Introdução**

O presente artigo, um estudo de caso sobre o “Projeto Viver Juiz de Fora – Descubra esta Cidade”, analisa as impressões e expectativas sociais da população local antes e depois de participarem de um *city tour*. O artigo também busca discutir o conceito de turismo baseado nas experiências vivenciadas no *city tour* assim como o fazer turismo em sua própria cidade.

A partir de uma perspectiva metodológica qualitativa e de um olhar antropológico, foram utilizadas técnicas de trabalho de campo tais como a observação participante, o diário de campo e a convivência próxima e sistemática além de entrevistas semi-estruturadas visando a apreensão de discursos, falas e relatos dos participantes. Do mesmo modo, a pesquisa documental cuja base remete às vertentes do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP Comunicação, Turismo e Hospitalidade do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduada em turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. [alinejfsilva@hotmail.com](mailto:alinejfsilva@hotmail.com)

<sup>3</sup> Cientista social pelo IFCH/UERJ, Mestre e Doutor em Sociologia pelo IFCS/UFRJ. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e do Departamento de Turismo do ICH/UFJF. Email: [euler.david@ufjf.edu.br](mailto:euler.david@ufjf.edu.br), [euler@pesquisador.cnpq.br](mailto:euler@pesquisador.cnpq.br)



pensamento antropológico e da teoria do turismo, forneceu elementos necessários à análise das representações sociais antes e depois da realização do *city tour*.

### **Antropologia e turismo**

Muitos teóricos tiveram a iniciativa de discutir o turismo e conceituá-lo. Contudo, sua complexidade e caráter multidisciplinar geraram variadas definições ao seu respeito e, muitas vezes, definições superficiais, pois não conseguem dar conta da complexidade que o fenômeno turístico representa.

As definições mais holísticas acerca do turismo, segundo Mario Beni (2003, p. 37), empregam alguns elementos comuns, tais como o deslocamento, o tempo de permanência, o uso de serviços e equipamentos turísticos e, que a motivação e finalidade não tenham o propósito de remuneração. Mesmo tendo os elementos das definições holísticas como base, acreditamos ainda ser difícil fazer uma distinção entre o que é e aquilo que não é passível de ser classificado como turismo. Para Margarita Barreto, por exemplo, turismo “é movimento de pessoas, é um fenômeno que envolve, antes de mais nada, gente. É um ramo das ciências sociais e não das ciências econômicas, e transcende a esfera das meras relações da balança comercial” (*apud* AGLIO, p. 14). Já para Siqueira,

o turismo tem se revelado contemporaneamente um poderoso agente de mudanças sociais e culturais [...]. No encontro com o outro, o turista se confronta com valores, costumes, estilos, tipos e formas distintas de ser, pensar, sentir e agir. A partir desse momento, em que se encontra face a face com o *outro*, é sua própria identidade que está em jogo, assim como também a daquele que o recebe (2006, p. 01).

Essa experiência do encontro com o outro, com o diferente, a qual nos afirma Siqueira (2006), pensamos também ser possível de vivenciar dentro de uma grande cidade pelas pessoas que nela residem. Em linhas gerais, aqui está uma relação importante que se estabelece entre nossa apreensão da realidade buscando romper com a hierarquia e o estereótipo, via privilegiada para o estranhamento. Gilberto Velho nos diz que:

Ver a cidade com outros olhos através de um distanciamento daquilo que é aparentemente dado, é uma questão que evidencia a possibilidade de despertar o sentimento de estranheza no sujeito ao apresentar leituras diferenciadas distantes da visão trivial do urbano (1978, p.39).



Mesmo a cidade sendo familiar para seus habitantes, sempre haverá algo que ainda possa ser conhecido por eles. Afinal, a diferença habita ao nosso lado. O problema é que isso não é um problema à maior parte das pessoas, principalmente para os mediadores simbólicos do turismo. Para Velho, o familiar não consiste estritamente no que faz parte de nosso universo diário assim como o exótico e diferente, não engloba somente os elementos fora de nosso mundo cotidiano. O autor entende o *familiar* não necessariamente como o *conhecido* e o *exótico* não estritamente como o que não conhecemos. Assim, em suas palavras: “o que sempre vemos e encontramos pode ser familiar, mas não é necessariamente conhecido e o que não vemos e encontramos pode ser exótico, mas até certo ponto, conhecido”. (1978, p.39). Estranhar significa, portanto, não só transformar o familiar em exótico, pois ele mesmo, o familiar, nos é desconhecido em inúmeros aspectos. Acreditamos que o turismo e seus profissionais têm muito a ganhar com isso.

A partir do momento em que o sujeito desloca-se especialmente para determinados locais de sua cidade, buscando conhecer o patrimônio, a história com outro olhar, podemos considerar que se trata de uma experiência turística dentro de seu próprio município? Essa parece ser uma pergunta razoável. Mas, o que de fato está em jogo aqui? Segundo Castrogiovanni (2001), o olhar para as cidades propicia prazeres e descobertas:

Olhar para as cidades é sempre um prazer especial por mais comum que possa ser o panorama urbano. A cidade é uma construção física e imaginária, compreende um lugar e faz parte do todo geográfico. O tecido urbano é dinâmico e está inserido no processo histórico de uma sociedade.[...] A cada instante, há mais do que os olhos podem ver, do que o olfato pode sentir ou do que os ouvidos podem escutar. Cada momento é repleto de sentimentos e associações. A cidade é o que é visto, mas mais ainda, o que pode ser sentido (2001, p. 24).

Como esta pesquisa se baseia tão somente na análise dos usuários do Projeto levando em consideração a atividade turística no *city tour*, primeiramente, como um fenômeno social, lançaremos mão do que diz Susana Gastal e, no contexto desta pesquisa, falar em turismo significará:

[...] fazer referência àquelas pessoas que saem das suas rotinas espaciais e temporais por um período de tempo determinado: o cidadão que sai em férias, os netos que visitam os avós, o executivo que viaja a negócios, mas não regularmente, para o mesmo destino. **Ou seja, mesmo aquelas pessoas que morando numa grande cidade, num determinado bairro, aproveitam o fim de semana para buscar outros espaços nessa mesma cidade [...], essas**



**também serão consideradas turistas** (grifo nosso) (GASTAL, 2005, p. 12).

Gastal explica o que pode haver em comum entre um deslocamento para além das fronteiras nacionais ou das fronteiras do próprio bairro de residência, “o estranhamento, o prazer e uma certa ansiedade diante do desconhecido e do novo” (Op. Cit., p. 12).

Em nossa própria sociedade, há setores, níveis, espaços, grupos e situações onde desconhecemos em grande parte o que pensam, sentem e desejam sujeitos ou grupos que, a princípio, nos são tão próximos e familiares. Nesse sentido, transformar o familiar em exótico, como propõe Roberto DaMatta, não significa apenas tomarmos algo conhecido e torná-lo desconhecido. De que maneira essa discussão pode nos ajudar a dar conta da possibilidade de se fazer turismo em nossa própria sociedade? À medida em que tomamos consciência de que em uma sociedade moderna há uma variação incrível de linguagens simbólicas, o que nos permite pensar não só em termos de uma única cultura ou em um único sistema simbólico, mas várias culturas. Por que pensar que turismo implica somente a viagem feita a lugares distantes quando ela poderia se dar aqui mesmo onde nós moramos? Grünewald pode nos ajudar nessa questão, ainda que eu discorde quanto a uma parte de suas idéias. Vejamos,

Turismo indica movimento de pessoas que não estão a trabalho em contextos diferentes do de origem, seja este o lar, a cidade ou o país. Trata-se, geralmente, de visitação a lugares onde poderão ser desempenhadas as mais variadas formas de práticas e/ou subjetivas desde que não o trabalho. A amplitude do termo parece caber *desde ao olhar visitante a um monumento na própria cidade de origem* (grifo meu) até ao passeio em lugares totalmente desconhecidos de outros países. Se algumas definições de turismo destacam a prática ou a estrutura do fenômeno, acho que ambas as esferas – considerando suas dimensões simbólicas, subjetivas e até fenomenológicas – devem caracterizar o fenômeno na medida em que as *pessoas muitas vezes se sentem, ou não, em turismo* (grifo nosso)” (2003, p.141).

Grünewald (2003) e Gastal (2005), parecem concordar que poder-se-ia fazer turismo em sua própria cidade desde que houvesse um processo de estranhamento, surpresa e prazer frente ao desconhecido. Para ambos, uma cidade grande apresenta condições suficientes para que o desconhecimento esteja posto como condição para a surpresa e o estranhamento, atributos fundamentais da experiência turística. Desse modo, podemos deduzir que para que haja turismo em nossa própria cidade, deveríamos desconhecer partes, aspectos, setores e regiões dela. A partir disso, turismo pode ser compreendido



como todo e qualquer tipo de deslocamento simbólico e moral, não apenas motivado pela busca do prazer, mas, por todo e qualquer deslocamento - inclusive quando se está à trabalho - que ocorra, em sua própria cidade, por exemplo, quando se pode experimentar sensações de estranhamento, choque cultural e não reconhecimento.

### **Cultura, imagem e imaginário**

Assim como DaMatta (1986), vemos cultura como algo que está dentro e fora de cada um de nós, a maneira de viver total de um grupo, sociedade ou pessoa. A cultura também é a interação de indivíduos diferentes entre si e o próprio grupo e que possibilita a emergência de significados e sentidos coletivamente constituídos.

Representamos nossos papéis sociais através da cultura, mas isso não significa que o façamos de uma forma mecânica, automática e totalmente inconsciente. Cultura e imaginário fazem parte de uma gramática simbólica que envolve sujeitos capazes de interpretar a realidade da mesma forma que instituições sociais cuja tradição exercem sobre nós algum tipo de modelação do agir. Mônica Buratto (2005), por exemplo, argumenta que o imaginário cultural é uma herança que nos acompanha desde o nosso nascimento: ele se sustenta nas formações culturais e significados surgidos com o desenvolvimento de determinada sociedade e, portanto, depende da gênese do tecido social. O imaginário é concebido através dos significados, desejos e sonhos, o seu suporte são as imagens ou as figuras, por isso, é estimulado pelo simbólico.

O imaginário é formado a partir das representações que temos de um lugar, por exemplo. Gastal (2005) nos diz que nos diferentes tipos de deslocamento, seja para além das fronteiras nacionais ou para além das fronteiras do bairro de residência, há em comum a presença de imagens e imaginários. Imagens porque na própria cidade ou no exterior, antes de se deslocarem para um novo lugar, as pessoas já terão entrado em contato com ele visivelmente, por meio de fotos em jornais, folhetos, cenas de filmes, páginas na internet entre outros. Imaginários porque as pessoas terão sentimentos, alimentados por amplas e diversificadas redes de informação, que as levarão a achar um local “romântico”, outro “perigoso”, outro “bonito”, outro “civilizado”. Todos estes sentimentos, passíveis de serem reclassificados, se tornam possíveis através do olhar e da imaginação.

A construção do imaginário se dá de maneira perceptiva, baseado em uma faceta que sabemos de determinado objeto. Assim, a imagem que os moradores têm de Juiz de Fora é construída baseada nas “informações” que estes têm sobre a cidade. No Projeto “Viver Juiz de Fora – Descubra esta Cidade”, algumas facetas, “desconhecidas”



da cidade são apresentadas à população. A partir disto pode-se, ainda, transformar e/ou reinventar as imagens e os símbolos da cidade atribuindo-lhes novos sentidos e significados.

### **O Projeto Viver Juiz de Fora – descubra está cidade**

O Projeto Viver Juiz de Fora é um dos projetos elencados no Plano Estratégico Setorial do Turismo de Juiz de Fora<sup>4</sup> lançado em março de 2004 e que consiste em um *city tour* oferecido gratuitamente à população e aos turistas. O Projeto tem como objetivo facilitar o acesso dos moradores e turistas aos principais atrativos turísticos de Juiz de Fora, tornando-a mais atrativa para os mesmos e, conseqüentemente, mais valorizada por eles, assim como, inserir a população no processo de desenvolvimento da atividade turística e aumentar o tempo de permanência do turista na cidade.

O roteiro Histórico Cultural foi o primeiro passeio turístico a ser realizado pelo Projeto e iniciou-se no dia 06 de novembro de 2004 com a apresentação para a imprensa, autoridades e representantes do *trade* local e no dia 20 do mesmo mês para o público em geral. Neste roteiro, os participantes realizam visitas aos principais atrativos do município: Parque Halfeld, Usina de Marmelos, Aeroporto da Serrinha, Estádio Municipal Radialista Mário Helênio, Morro do Cristo e Museu Mariano Procópio além de serem apontados ao longo do trajeto vários monumentos e atrativos.

### **O trabalho de campo: o que pensam, sentem e dizem alguns dos participantes do *city tour***

À realização dessa pesquisa, foram feitas entrevistas semi-estruturadas contendo algumas questões que julgavam-se importantes à análise deste estudo dividindo-as em duas partes, antes e depois dos participantes realizarem o *city tour*. Para o melhor andamento do trabalho, realizaram-se as entrevistas dispondo de um questionário semi-estruturado e com o auxílio de um gravador assim como da observação participante. A amostra utilizada foi do tipo não probabilística por julgamento.

As entrevistas foram realizadas nos dias 4 e 18 de novembro e 09 de dezembro de 2006 com oito pessoas das quais dois eram homens e as demais mulheres. As perguntas feitas aos participantes, antes de iniciar o passeio, se baseavam em como viam Juiz de Fora; se conheciam a história da cidade e o que os motivou a participar do

---

<sup>4</sup> O Plano Estratégico Setorial de Turismo foi elaborado pela Prefeitura de Juiz de Fora, a cargo da DPGE (Departamento de Planejamento e Gestão Estratégica), atual SPGE, com o intuito de nortear o desenvolvimento da atividade turística na cidade.



*city tour*. Ao final, tornava-se a abordá-los perguntando o que tinha representado o passeio para eles; se houve alguma mudança na forma como “viam” a cidade; quais foram suas impressões acerca dos atrativos visitados e, por último, o que pensavam sobre turismo e se achavam que o que faziam era uma forma de turismo.

As entrevistas duravam, em média, nove minutos e, em grande parte, o universo pesquisado apresentou um discurso com muitos pontos em comum. A seguir, apresentamos alguns trechos das entrevistas que julgamos importantes e que expressam uma série de oposições no que se referem às impressões e expectativas sociais dos participantes ao realizarem o *city tour* do Projeto “Viver Juiz de Fora – Descubra esta Cidade”.

Quando perguntados sobre o que conheciam da história da cidade, dos oito informantes, apenas dois disseram conhecer um pouco. Solange, contou que conhecia por já ter participado do *city tour* anteriormente com seu filho, ela nos diz que “*já participei do passeio uma vez com meu filho sabe, daí pude conhecer um pouco da história de Juiz de Fora que antes eu nem sabia*”(Informação verbal). Outro participante disse conhecer um pouco da história da cidade. Segundo o Senhor Antônio Machado: “*a história da cidade eu conheço um pouco né. Sei que ela foi fundada por grandes homens como o Halfeld e o Mariano Procópio e também que ela chama Juiz de Fora por causa de um juiz que vinha de outro lugar pra resolver os problemas que tinha aqui, as brigas*” (Informação verbal). Os outros informantes com os quais se conversou, disseram não conhecer. Como nos diz Velho, “o que sempre vemos e encontramos pode ser familiar, mas não é necessariamente conhecido...” (1978, p.39). Para estas pessoas, Juiz de Fora lhes é familiar por ser a cidade a qual pertencem, vivem. Contudo, muitas de suas facetas lhes passam despercebidas, não são conhecidas assim como a própria história da cidade.

Ao perguntá-los como “viam” Juiz de Fora, todos falaram que a viam como uma cidade boa ou muito boa para se morar e muito bonita. Percebe-se que a maioria das pessoas com as quais se conversou estavam satisfeitas em morar na cidade. Algumas disseram que aqui encontram de tudo que precisam e ainda que os serviços públicos como saúde e educação são de boa qualidade. Outro ponto a ser destacado neste quesito é que apenas o Sr. Antônio fez menção à história e ao patrimônio da cidade quando disse “*é uma cidade de grandes homens né e com muita coisa bonita*”- apontando para o parque Halfeld (Informação verbal). Este aspecto da história e do patrimônio não está presente na forma como os outros participantes “vêm” Juiz de Fora. Pensa-se que o



fato de a maioria não fazer alusão a nenhum aspecto histórico se justifique por não terem o conhecimento desta história, história esta, que pode-se perceber, não faz parte da construção das identidades de grande parte dos juizforanos.

Quanto à motivação de fazer o passeio, a maioria dos informantes disseram que o que os motivou a fazer o *city tour* é por ser uma forma de lazer e distração assim como por estarem em “*busca de conhecimento*”.

Ao final do passeio tornava a abordá-los e a primeira pergunta feita era o que tinha representado o passeio para eles. Segundo Simone, “*vi o passeio como sendo uma diversão. Antes eu não conhecia muita coisa e nem alguns lugares que fomos, mas agora eu vi e também quero ir nos outros passeios e levar meus filhos*” (Informação verbal). Simone disse que agora conhece lugares que ela desconhecia. O que parece agora familiar a Simone não necessariamente é conhecido. Os “lugares” que a informante disse conhecer podem esconder inúmeros aspectos da produção simbólica local. Na verdade, o conhecido para Simone é algo percebido pela hierarquia e pelos estereótipos que utilizamos para classificar e ordenar pessoas, coisas e eventos em nosso cotidiano (VELHO, 1978).

Assim como Simone, as repostas dos informantes sobre o que tinha representado o passeio remetiam-nos a classificá-lo como uma experiência aprazível que, além de distração, representava uma maneira de poder conhecer melhor vários atrativos de Juiz de Fora e um pouco da história da cidade. Assim, como nos diz Gastal, também o deslocamento para além das fronteiras do próprio bairro de residência pode provocar “o estranhamento, o prazer e uma certa ansiedade diante do desconhecido e do novo” (2005, p. 12).

Em seguida, foi perguntado se houve mudança no modo como vêem Juiz de Fora. Rosália, por exemplo, disse que “*a imagem que eu tinha aqui da cidade é que aqui não tinha nada de turismo, nada pra ver, conhecer, hoje com o passeio pude ver que não é nada disso, tem muita coisa sim, muita história, a gente é que não se interessa muito*” (Informação verbal). Segundo Solange, “*conhecendo um pouco da cidade a gente pode ver que ela também tem suas raízes no passado*” (Informação verbal). Assim, como nos diz Gastal (2005, p. 63), acredita-se que agora os atrativos e a história da cidade que antes eram pouco conhecidos estão ocupando os sentimentos dos informantes em relação a eles contribuindo para construir/reconstruir a imagem destas pessoas em relação à cidade.



Quanto aos atrativos visitados, exceto Aisha e a senhora Maria José, que não conheciam quase nenhum, os informantes disseram que já tinham ido ou passado por quase todos. Contudo, não sabiam nada ou quase nada de suas histórias. Em relação ao atrativo que mais gostaram, está o Morro do Cristo. Eles disseram ser o lugar mais bonito, com uma vista maravilhosa da cidade, seguido do Museu Mariano Procópio e da Usina de Marmelos.

Baseado nos relatos que se ouvimos de muitos participantes do *city tour*, acredita-se que muitas pessoas desconhecem os patrimônios histórico-culturais que a cidade possui e, com o Projeto Viver Juiz de Fora, foi uma maneira de colocá-las mais próximas e cientes de alguns destes patrimônios.

A última pergunta feita foi se achavam que ao participar do passeio era uma maneira de fazerem turismo. Ao contrário do que a maioria dos estudiosos do assunto dizem ser turismo, os atores sociais consideram que, ao saírem de suas rotinas espaciais e temporais, para além do bairro de residência (GASTAL, 2005) em busca de conhecer coisas novas e vivenciar momentos de lazer, estão, de fato, fazendo turismo. Ao saírem de suas rotinas, segundo Siqueira, pode-se configurar uma forma de ritual, pois envolve um processo simbólico com “três momentos distintos: separação/saída, liminaridade /indistinção e retorno/reintegração” (2006, p. 4). Os participantes saem de suas casas, de sua vida habitual, com certa expectativa do que poderá ser visto e vivido e retornam novamente para suas rotinas transformados pela quebra da rotina. O senhor Antônio Machado disse que “*é, mesmo que a gente não viaje acho que esse passeio é turismo sim, porque é uma distração né, além da gente vê muita coisa nova*” (Informação verbal). Já para Rodrigo, “*acho que foi uma forma de fazer turismo porque você conhece mais a cidade. Igual eu, não conhecia nada daqui, moro aqui desde criança e não sabia quase nada e com o city tour eu pude conhecer muita coisa*” (Informação verbal). Nesse sentido, Rosália disse que:

“*acho que é turismo sim, turismo não é só você sair pra fora não né, porque muitas vezes a gente conhece um monte de coisas de outros lugares, e da nossa cidade mesmo a gente não sabe nada, então eu acho que o passeio é turismo porque a gente conheceu muita coisa. Pena que é mal divulgado né, seria bom que outras pessoas pudessem vir participar, tem que divulgar mais*” (Informação verbal).

Como Gastal (2005) e Siqueira (2006) afirmam, o deslocamento para além das fronteiras nacionais ou do próprio bairro de residência pode ter em comum o estranhamento, o prazer e uma certa ansiedade/ambigüidade diante do desconhecido e



do novo. Pois mesmo sendo familiar, a cidade não é conhecida para a maioria dos participantes. Mas isso não quer dizer que a cidade seja conhecida somente a partir desses passeios. Ela passa a ser menos desconhecida, mas ainda assim permanece o desconhecimento, elemento chave para o próprio turismo.

### **Considerações finais**

O principal objetivo deste trabalho foi o de conhecer algumas das impressões e expectativas sociais dos usuários locais do “Projeto Viver Juiz de Fora – Descubra esta Cidade” antes e depois de participarem do *city tour*. A perspectiva antropológica possibilitou compreender que, ao participar do roteiro, a população se depara com que lhes é familiar por fazer parte da cidade onde vivem mas que, contudo, é desconhecida à maioria deles, pois assim como nos fala Velho (1978, p. 45), “há sem dúvidas, cenários e grupos dentro da própria cidade de que muitas vezes nem ouvimos falar”. Neste sentido, recorrendo ao que disse Simone, “*vi o passeio como sendo uma diversão. Antes eu não conhecia muita coisa e nem alguns lugares que fomos, mas agora eu vi e também quero ir nos outros passeios e levar meus filho*” (grifo nosso), podemos ressaltar que, para muitas pessoas que participarem do passeio, Juiz de Fora passa a ser menos desconhecida, mas restando sempre algum desconhecimento, elemento chave para a busca de novas descobertas. Além de ser uma oportunidade de fazer turismo, no sentido do lazer, do sair de suas rotinas e da satisfação que isto lhes proporciona.

Concluimos, também, que ao conhecerem recortes e aspectos da história e o patrimônio da cidade e interagir com eles, os participantes se sensibilizam quanto à importância da conservação e preservação do patrimônio. Portanto, acreditamos que o Projeto “Viver Juiz de Fora” seja uma forma de educar com o objetivo de que a comunidade reconheça o valor do patrimônio, sua beleza e história. Talvez, à medida em que a população se coloca no papel do turista, acreditamos, possa-se construir uma relação de proximidade e hospitalidade com os atrativos da cidade.

A observação participante foi fundamental à identificação de como a população local se comporta ao realizar o passeio. Foi possível conferir as expressões de contentamento e satisfação em descobrir uma Juiz de Fora que, embora tão próxima e familiar, ainda possibilite novas descobertas, pois desconhecida em muitos de seus aspectos. No encontro com o desconhecido, percebemos que é despertado um sentimento de pertencimento nos usuários em relação à cidade, pois muitos deles tiveram contato apenas com uma história contada nos livros de uma elite de “grandes



homens” e muitas das vezes não se consideravam e se identificavam como sujeitos dessa história.

Outro ponto abordado ao longo desta pesquisa foi a possibilidade de se fazer turismo dentro das fronteiras de sua própria cidade de residência (GASTAL, 2005). Ao participar do *city tour* do “Projeto Viver Juiz de fora – Descubra esta Cidade”, a população pode ter uma experiência com o que lhe é apresentado observando certas peculiaridades da cidade que, por vezes, passam despercebidas. Acabam criando sentimentos e atribuindo significados e sentidos em relação ao que vivenciam. As relações sociais e culturais experimentadas, “provocam vários efeitos, os quais multiplicam-se à medida que vários autores envolvidos vão criando novas interações” (BARCELOS, 2005, p. 14).

Inicialmente, o conhecimento acerca dos conceitos e, pensa-se serem os mais “tradicionais” sobre turismo, impediam, e muito, uma compreensão mais profunda do que é fazer e ser turista. Mas, na medida em que intensificou-se a pesquisa teórica que o analisa vendo-o, primeiramente, como um fenômeno social baseado no encontro com o outro, com o diferente e considerando os discursos dos informantes que contribuíram para este trabalho, pode-se considerar que, ao participarem do *city tour*, os moradores locais assumem momentaneamente a condição liminar de turistas. Nesse sentido, entendemos o turismo como um tipo de olhar que se defronta com a alteridade e baseado no que os próprios atores sociais acreditam ser classificado como turismo, pode-se considerar o *city tour* do Projeto “Viver Juiz de Fora – Descubra esta Cidade” um instrumento para que os próprios moradores locais possam desenvolver a atividade turística, pois sempre há “o estranhamento, o prazer e uma certa ansiedade diante do desconhecido e do novo (GASTAL, 2005, p. 12).

Entretanto, ao analisar a estrutura do Projeto podemos observar que o *city tour* poderia sofrer algumas mudanças para melhorar sua qualidade. Acreditamos, também, que se faz necessário a continuidade do *city tour*, acrescentando mudanças nos roteiros que privilegiem outros espaços e facetas da cidade cujo objetivo seja que os usuários conheçam a pluralidade de olhares que a cidade permite, pois ao realizar esta pesquisa, acreditamos que o “Viver Juiz de Fora” seja uma forma de incitar a população sobre a valorização do patrimônio e da identidade cultural.

Por fim, o imaginário que as pessoas têm de Juiz de Fora, na maioria dos casos, é reconstruído após participarem do Projeto atribuindo novas interpretações e significados no que concerne à cidade, seus atrativos e sua história sendo também, uma



forma de agregarem elementos culturais à suas vidas e elevarem a auto-estima que têm em relação à Juiz de Fora.

### **Bibliografia**

AGLIO, Elisângela Souza. *Práticas e representações sociais de consumo e lazer no centro cultural de Juiz de Fora: o caso do Museu de Arte Moderna Murilo Mendes*. Orientador: Prof. Dr. Euler David Siqueira. Juiz de Fora: UFJF/ICH, 2006. Monografia (graduação em turismo).

BARCELOS, Marcela Afonso. *Os artesãos do complexo turístico do Barreiro e suas representações sociais*. Orientador: Prof. Dr. Euler David Siqueira. Juiz de Fora: UFJF/ICH, 2005. Monografia (graduação em turismo).

BARRETO, Margarita. *Manual de iniciação aos estudos turísticos*. São Paulo: Papirus, 1995.

BEATTIE, John. *Introdução à antropologia Social: objetivos, métodos e realizações da antropologia social*. São Paulo: Editora Nacional EDUSP, 1971.

BELTRÃO, Otto di. *Turismo: a indústria do século XXI*. Osasco: Novo Século, 2001.

BENI, Mário Carlos. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac, 2003. 8ed

BUENO, Francisco da Silveira. *Minidicionário da língua portuguesa*. São Paulo: FTD, 1996.

BRUMANA, Fernando. *Antropologia dos sentidos: introdução às idéias de Marcel Mauss*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

BURATTO, Mônica. *O Diálogo entre a materialidade, o imaginário e os viajantes no cinema*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2005, Porto Alegre RS.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. *Turismo e ordenação no espaço urbano*. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana. *Turismo Urbano*. São Paulo: Contexto, 2001.

CUCHE, Denys. *Cultura e identidade*. In: *A noção de cultura nas ciências sociais*. Tradução: Viviane Ribeiro. Bauru: Edusc, 1999.

DAMATTA, Roberto. *Você tem cultura?* In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Explorações: ensaios de sociologia interpretativa*. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DAMATTA, Roberto. *O ofício de etnólogo ou como ter anthropological blues*. In: *A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p.23-36

DURAND, Gilbert. *A imaginação simbólica*. Tradução: Carlos Aboim de Brito. Lisboa /Portugal: EDIÇÕES 70, 1993. p. 7-13, 96-109.

GASTAL, Susana. *Turismo, imagens e imaginários*. São Paulo: Aleph, 2005.

GEERTZ, Clifford. *Uma descrição densa; por uma Teoria Interpretativa da Cultura*. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *A interpretação das culturas*. Tradução: Fanny Wrobel. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.



GRUNEWALD, Rodrigo de Azeredo. Turismo e etnicidade. **Horiz. antropol.**, Porto Alegre, v. 9, n. 20, 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832003000200008&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200008&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 04 May 2008. doi: 10.1590/S0104-71832003000200008GRUNEWALD, Rodrigo de A. Turismo e etnicidade. Ho

MOESCH, Marutschka. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2000.

OLIVEIRA, Mônica Ribeiro de. *Juiz de Fora: vivendo a história*. Juiz de Fora: Núcleo de História Regional da UFJF/Editora da UFJF, 1994.

PEREIRA, Franciane Cristina. *A imagem das favelas pelas lentes do turista: um estudo de caso sobre o favela tour*. Orientador: Prof. Dr. Euler David Siqueira. Juiz de Fora: UFJF/ICH, 2006. Monografia (graduação em turismo).

REIS, Jarlene Rodrigues. *Percepção e representações sociais do turista em Campos do Jordão*. Orientador: Prof. Dr. Euler David Siqueira. Juiz de Fora: UFJF/ICHL, 2004. Monografia (graduação em turismo).

ROCHA, Everardo Guimarães. “Tempo de casa” ou “carteira manjada”: notas para um estudo da construção da identidade. *Comum*, Rio de Janeiro: FACHA, n. 8, p. 44-64, s/d

SILVA, José Maria da; SILVEIRA, Emerson Sena da. *Apresentações de trabalhos acadêmicos: Normas e Técnicas*. 2 ed. Juiz de Fora: Juizforana, 2003.

SIQUEIRA, Euler David de, SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *Corpo, mito e imaginário nos postais das praias cariocas*. Trabalho apresentado no NP-19, Comunicação, turismo e hospitalidade, do XXVIII Congresso brasileiro de ciências da comunicação-INTERCOM, Rio de Janeiro, UERJ, 5-9,Set./2005. p.15.

SIQUEIRA, Euler David de, SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *Samba no Galeão: corpo, cultura e representações do Rio de Janeiro*. Trabalho apresentado no VIII ENTBL-Encontro nacional de Turismo com base local, Curitiba, 6-13 Nov./2004. p.15.

SIQUEIRA, Euler David. *O melhor lugar do mundo é aqui: etnocentrismo e representações sociais nas revistas de turismo*. In: 25<sup>a</sup>. RBA – Reunião brasileira de antropologia, Goiânia, Goiás. De 11 a 14 de junho de 2006, Campus da Universidade Católica de Goiás e da Universidade Federal de Goiás. Anais da 25<sup>a</sup>. RBA – Reunião brasileira de antropologia: RBA, 2006a. CD-ROM.

\_\_\_\_\_. *Ritual, turismo e cultura: o aeroporto do Galeão como lugar de passagem*. In: Congresso brasileiro de ciências da comunicação, XXIX; Anais da Intercom – Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação. De 07 a 09 de setembro de 2006b, Campus da Universidade de Brasília. CD-ROM.

\_\_\_\_\_. *Para uma etnografia do cartão-postal: destaque para a garota carioca*. In: SeminTur – Seminário de pesquisa em turismo do Mercosul, IV; Caxias do Sul. De 07 a 08 de julho, Campus da Universidade de Caxias do Sul, RS. Anais do IV SeminTur Mercosul: Universidade de Caxias do Sul, RS, 2006c. CD-ROM.

TRINDADE, Liana; LAPLANTINE, François. *O que é imaginário?*. São Paulo: Brasiliense, 1997.

TAVARES, Adriana de Menezes. *City tour*. São Paulo: Aleph, 2002.

URRY, John. *O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Studio



Nobel: SESC, 2001.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: NUNES, Edson (Org.). *A Aventura Antropológica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

\_\_\_\_\_. *Individualismo e cultura notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea*. 4ª ed. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor. 1997.

\_\_\_\_\_. *A Utopia urbana*. Um estudo de antropologia social. Rio Janeiro: Zahar Editores, 1973. p. 65-85.

WAINBEIRG, Jacques. Cidades como sites de excitação turística. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos e GASTAL, Susana (Org.). *Turismo Urbano*. São Paulo: Contexto, 2001.

WERNECK, Christianne L. G; STOPPA, Edmur Antonio; ISAYAMA, Helder Ferreira. *Lazer e mercado*. São Paulo: Papyrus, 2001.

### **Referências Eletrônicas**

CAMPELO, Álvaro. O autêntico e o banal: como descrever a experiência turística? Disponível em: <http://www.2.ufp.pt/units/ceaa/turismo2.htm>.

Juiz de Fora. Disponível em: [http://www.vivabrazil.com/juiz\\_de\\_fora.htm](http://www.vivabrazil.com/juiz_de_fora.htm). Acesso em: 28 novembro 2006.

Prefeitura Municipal de Juiz de Fora. Disponível em: <http://www.pjf.mg.gov.br>. Acesso em 14 de outubro 2006.