

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Maria Cláudia Marques Farage

**A PERCEÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL SOBRE O FESTIVAL DE VIOLA E GASTRONOMIA DE
PIACATUBA: UMA PRÁTICA DE DESENVOLVIMENTO ENDÓGENO**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).
Orientador: Prof. Dra. Anne Bastos Martins Rosa.

Juiz de Fora
2018

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, **Maria Cláudia Marques Farage**, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201672510A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **A PERCEPÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL SOBRE O FESTIVAL DE VIOLA E GASTRONOMIA DE PIACATUBA: UMA PRÁTICA DE DESENVOLVIMENTO ENDÓGENO**, desenvolvido durante o período de 10/7/18 a 24/11/18 sob a orientação de Anne Bastos Martins Rosa, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, ____ de _____ de _____.

Maria Cláudia Marques Farage

Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de () 1 ano, ou () 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

A PERCEPÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL SOBRE O FESTIVAL DE VIOLA E GASTRONOMIA DE PIACATUBA: UMA PRÁTICA DE DESENVOLVIMENTO ENDÓGENO

Maria Cláudia Marques Farage¹

RESUMO

O objetivo deste trabalho gira em torno da investigação da prática do turismo endógeno e de seus efeitos percebidos pelos moradores do distrito de Piacatuba, MG. A escolha por este distrito deve-se ao Festival de Viola de Piacatuba e Gastronomia, que está em sua 15ª edição, sendo um evento aliado ao desenvolvimento turístico, econômico e social do local. Utilizou-se, para tal investigação, o conceito de desenvolvimento endógeno que visa atender às necessidades e demandas da população local por meio da participação ativa da comunidade envolvida, e de turismo endógeno, caracterizado pelo turismo “de dentro pra fora”, que utiliza as especificidades e recursos locais no desenvolvimento da atividade turística. Para cumprir com o objetivo, realizou-se pesquisa teórica acerca do tema e pesquisa empírica, através de entrevistas semiestruturadas com 10 moradores que participam ativamente do Festival. Os relatos captados nas entrevistas demonstram uma percepção positiva dos impactos gerados pelo evento capazes de serem associados, teoricamente, ao desenvolvimento endógeno, como um agente transformador da comunidade envolvida, preservando e valorizando identidades e estimulando competências.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento endógeno, Comunidade local, Evento, Piacatuba

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento endógeno visa atender às necessidades e demandas da população local por meio da participação ativa da comunidade envolvida (BENI, 2006). Esse tipo de desenvolvimento “de dentro pra fora” visa o bem-estar social e cultural das comunidades, indo além do campo do desenvolvimento econômico. A organização social e o modo de vida de pequenos distritos possuem características próprias e de acordo com essas particularidades, cada comunidade consegue desenvolver determinadas capacidades ao longo desse sistema produtivo.

O presente artigo tem por objetivo investigar a prática do desenvolvimento endógeno e seus efeitos percebidos pelos moradores no distrito de Piacatuba, MG, como consequência do Festival de Viola e Gastronomia. O Festival, que no ano de 2018 completou sua 15ª. Edição, vem proporcionando transformações no cotidiano da comunidade local. Dentro desse contexto, procurou-se buscar características que identificassem os processos que envolvem tanto o desenvolvimento endógeno quanto o turismo endógeno, tomando como base a interpretação da comunidade local.

Esta pesquisa possui caráter exploratório, qualitativo e transversal. Partindo de reflexões de cunho teórico, realizou-se pesquisa de campo com base em entrevistas semiestruturadas, realizadas com 10 moradores de Piacatuba, que participam de forma remunerada durante o Festival.

2 DESENVOLVIMENTO ENDÓGENO

No final dos anos 70 e início da década de 80, começam a surgir as formações do paradigma conhecido como desenvolvimento endógeno, que veio como subsídio para a possível solução das desigualdades regionais e como resultado da convergência de duas linhas de pesquisa: uma teórica e outra empírica. A pesquisa teórica originou da busca de um desenvolvimento que considerasse os efeitos da ação política que possibilitasse o progresso de regiões e localidades mais atrasadas (SARRETA; CRESCENTE, 2004). A pesquisa empírica nasceu da interpretação dos processos acarretados pelo desenvolvimento industrial em regiões e pequenas localidades no sul da Europa. A insatisfação com os modelos de desenvolvimento adotados nos anos 60 e 70

¹ Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: claudia_farage@hotmail.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientadora: Prof. Dra. Anne Bastos Martins Rosa.

fizeram emergir um sistema que possibilitasse o desenvolvimento de baixo para cima e estimulasse a redução de custos, a capacidade empresarial, fortalecesse as redes de cooperação e aumentasse a cooperação entre os atores (BENI, 2006).

Sthor e Taylor (1981) apud Almeida (2007), formularam três hipóteses que nortearam as estratégias de desenvolvimento do turismo endógeno: o conceito de desenvolvimento levando em conta os recursos locais, sem pressões externas de cunho mercantilista; a comunidade à frente na formulação e execução das tomadas de decisão; avessa à economia de grande escala, a comunidade precisa estar em total estado de autodeterminação local/regional.

De acordo com Beni (2006, p.36) “o desenvolvimento endógeno consiste em um enfoque territorial do desenvolvimento e do funcionamento do sistema”. O território pode, entretanto, assumir o sentido material, simbólico e de poder, propiciando recursos de transformações não somente econômicas, mas também de espaço de desenvolvimento social, cultural e de experiências vividas. Uma comunidade territorial tem seu potencial de desenvolvimento nos recursos econômicos, humanos e institucionais. Segundo Haesbaert (2007, p.20), “podemos dizer que, para aqueles que têm o privilégio de plenamente usufruí-lo, o território pode inspirar a identificação (positiva) e a efetiva apropriação”.

Knafou (1996) apud Fratucci (2000) apresenta três formas de relação entre o turismo e o território: existe a possibilidade de existir território sem turismo (espaços ainda não explorados ou não propícios ao turismo); turismo sem território (espaços criados por turistas ou operadoras turísticas); territórios turísticos, também caracterizando territórios planejados e onde podem existir conflitos de relação entre turistas e comunidades anfitriãs, que não se reconhecem enquanto pertencentes a essas modalidades de criação turística.

A interação entre os agentes que se organizam em nome da transformação através do desenvolvimento endógeno possibilita a sólida estrutura do processo produtivo e social. A organização territorial de regiões ou cidades que buscam formas alternativas de aumento da produtividade local por meio de organizações intermediárias, como redes públicas, privadas ou associações, precisa estar disposta a agir e formar mecanismos mediante as políticas de desenvolvimento local e das mudanças estruturais da comunidade. Beni (2006) afirma que esse processo de crescimento nas economias locais articulam-se entre os recursos naturais, tradição, hábitos culturais, infraestrutura, mercado de trabalho, capacidade empresarial e conhecimento tecnológico.

Para Kunz e Schneider (2011, p.12)

A endogenia representa o dimensionamento das potencialidades do território, buscando promover a inclusão social, por meio da crescente renda e empregabilidade, estimular a capacidade de treinamento de recursos humanos visando ações empreendedoras. Ela representa também o dimensionamento do capital social básico da comunidade.

Segundo Barquero (2001), os mecanismos formados entre as empresas parceiras e as empresas locais aplicam as noções de redes. Essa relação é baseada no conhecimento e confiança entre os parceiros. A utilização dos sistemas de redes em estratégias de desenvolvimento local incluem o estímulo à capacitação da comunidade, que melhor qualificada, obterá maior produtividade e resultados mais positivos. O fortalecimento das relações e capacidades organizacionais limitam a atuação de grandes corporações externas que descaracterizariam os recursos locais geradores do desenvolvimento endógeno.

Beni (2006) enfatiza três dimensões do desenvolvimento endógeno: econômica, sociocultural e política. A dimensão econômica assegura aos investidores locais o uso dos fatores produtivos, garantindo-lhes condições de competitividade pela melhoria dos níveis de produtividade. No campo sociocultural os atores econômicos e sociais formam uma consistente relação que integra as instituições locais e os valores da comunidade ao processo de desenvolvimento. A terceira dimensão ocorre no campo político, que favorece o desenvolvimento sustentável e possibilita a criação de um entorno produtivo.

Para Amaral Filho (2001) o desenvolvimento endógeno proporciona o crescimento econômico agregado a valores produtivos que ampliam o emprego e renda local ou regional. A economia passa a representar papel ativo para esses locais e um dos grandes desafios passa a ser a incorporação das potencialidades e capacidades de empreendedorismo dos grupos locais.

De acordo com Julien (2010) três grupos classificam a indução a este empreendimento: motivação, habilidade adquirida gradualmente e oportunidade aproveitada. A criação de algo novo requer devoção, comprometimento e tolerância para reconhecer os resultados, que muitas vezes não são imediatos. Em localidades características de desenvolvimento endógeno a figura do empreendedor alcançará destacada

vantagem competitiva se a produção local originar das habilidades e conhecimentos contextuais da região em consonância com o saber codificado (BENI, 2006). O empreendedorismo no processo de produção cognitivo artesanal ou de produção de herança familiar agregam valor ao que é comercializado. Nesse sentido, Filion (1999) apud Oliveira (2012, p.3) afirma que “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Ou seja, o empreendedor é o responsável por criar e iniciar algo novo, partindo para a concretização dessa criação. Este processo compreende atividades que vão desde a criação da unidade produtiva até as bases empresariais necessárias para a chegada do produto final.

A realização de um empreendimento pode fazer mais que a criação de valor, levando à transformação e evolução da comunidade empreendedora. A participação comunitária torna-se mais frequente e ativa, participando de assuntos como lazer, turismo, saúde, saneamento, segurança, habitação e economia. Na concepção de Paiva (2004) e Paiva e Cordeiro (2002) apud Pereira et al. (2012)

Os empreendedores se destacam como agentes de fortalecimento das economias locais, em decorrência de seu poder de promover o crescimento econômico ligado a seus negócios, resgatando recursos, introduzindo criatividade e inovação, respondendo aos desafios que se apresentam como fonte de oportunidades, com efeitos positivos sobre a geração de emprego e desenvolvimento local (PAIVA, 2004; PAIVA e CORDEIRO, 2002 apud PEREIRA et al., 2012, p. 2).

As oportunidades de participação, aprendizado e acesso às informações de assuntos econômicos, sociais e políticos levam ao empoderamento dos membros da comunidade. Para Beni (2006) o desenvolvimento endógeno interliga diretamente ao empoderamento das comunidades inseridas nesse processo, elevando valores de autonomia, respeito ao meio ambiente, democracia e solidariedade. Os aspectos produtivos potencializam e constroem o bem estar social, inclusão social e diminuição da pobreza. Esses elementos despontam para um desenvolvimento coletivo e social em que os residentes são imbuídos de autonomia para que possam agir de forma proativa.

O empoderamento não trata apenas de um processo de emancipação individual. Beni (2006, p, 73) elucida que a “aquisição de uma consciência coletiva da dependência social e da dominação política”. O empoderamento atinge individualmente os membros das comunidades, mas este irá influenciar assim como será influenciado por uma consciência maior que o incentivará a lutar por uma causa.

Um processo eficiente de empoderamento envolve quatro níveis que influenciam componentes individuais e coletivos:

- 1- Cognitivo: conscientização da realidade e das diferentes formas de dominação.
- 2- Psicológico: sentimentos de autoconfiança e autoestima na tomada de decisões.
- 3- Econômico: execução de atividades que assegurem certa independência financeira.
- 4- Político: habilidade para mobilizar a sociedade no processo de mudança.

Nesse sentido, o processo de empoderamento precisa abarcar os níveis individuais e coletivos, como forma de mobilizar as capacidades de ação e realização de uma sociedade.

3 TURISMO ENDÓGENO

Nas últimas décadas, observa-se um notável crescimento do turismo com predomínio da motivação de reencontro com a natureza, de caráter familiar e bem intimista, nas relações com o meio ambiente (BENI, 2006, p. 37). A busca por alternativas turísticas fora do contexto urbano vem proporcionando a valorização de pequenas cidades que possuam algum patrimônio histórico ou cultural que ofereçam ao turista a oportunidade de viver experiências autênticas e fora do contexto dos grandes centros urbanos. A demanda por esse tipo de turismo propiciou o chamado turismo endógeno.

De acordo com Marujo e Cravidão (2012), o ambiente físico muito colabora com a satisfação ou insatisfação do local, servindo aos propósitos de lugar como local de diversão, emoção, espetáculo, ou mesmo de memória. Os pequenos centros passam a ser vistos como opções de integração com a natureza e o contato próximo com a população local, ainda não impregnada pelos artifícios provenientes da indústria turística.

O planejamento e organização dos arranjos produtivos locais garantem a sobrevivência da atividade produtiva da população residente, o que viabiliza a boa aceitação e ampliação das atividades exercidas, seja em prestação de serviços ou na oferta de produtos. Entretanto, o fluxo de novas modalidades pode promover efeitos

diversos nos polos receptores, tanto no âmbito econômico, quanto das relações sociais. Beni (2006) estabelece três etapas de desenvolvimento sofridas pelas comunidades receptoras:

1. Nesta primeira etapa ainda existe uma relação informal. O setor primário é o fator predominante na economia local e o núcleo turístico não apresenta estrutura básica de apoio ao turista. O turismo é espontâneo o charme da comunidade receptora é o maior atrativo.
2. Os investimentos em equipamentos turísticos começam a ser feitos e o fluxo turístico se faz mais forte. Esses investimentos ainda são feitos pelos habitantes ou por pequenos investidores de municípios próximos. A infraestrutura implantada nessa fase ainda não supre as necessidades do aumento do fluxo de turistas, causando alguns incômodos aos residentes, como falta de saneamento, abastecimento de água insuficiente, degradação do meio ambiente.
3. Nessa fase os investimentos de fora provenientes de grandes operadoras ou empresas se fazem presentes. Caso o núcleo turístico seja pequeno ou apresente total dependência econômica do turismo, os resultados são negativos, atingindo a qualidade de vida dos autóctones e podendo chegar à degradação ambiental. Esta etapa pode causar uma ruptura brusca no modo de vida da comunidade que não estará preparada para este avanço, o que acarretará em impacto negativo, ocasionando a descaracterização do turismo endógeno e a rejeição por parte da população residente.

Muitos autores buscam explicação para os efeitos das influências do turismo sobre a comunidade receptora. À medida que o turismo se desenvolve na região, a mudança de atitude dos residentes perante os turistas alcança níveis diferentes, passando por estágios que se percebem por algumas variáveis. Dall'Agnol (2012, p.8) destaca que

Em um primeiro momento, a população receberia os turistas com entusiasmo e euforia, o turismo seria visto como fonte de prazer e desenvolvimento. Depois, a comunidade sentiria a pressão por parte dos turistas de ter uma infra-estrutura turística mais completa, decorrente do aumento do fluxo e o contato entre turistas e população vai se tornando menos pessoal. Neste momento, os residentes já estão mais apáticos em relação a atividade e o turismo não é mais novidade, é somente uma maneira de obter lucro fácil. Quando o fluxo de turistas aumenta ainda mais, gerando mudanças na localidade como congestionamentos, preços elevados e outros, começa a exceder os limites de tolerância da comunidade, causando irritação. Os custos, neste momento, começam a exceder os benefícios e a comunidade passaria a agir com hostilidade em relação aos turistas (DALL'AGNOL, 2012, p. 8).

O aumento do fluxo de pessoas torna as relações mais impessoais passando para apatia e o turista é visto mais como uma fonte de lucro. Com o fluxo ainda maior proveniente do turismo de massa, os limites de tolerância da comunidade autóctone se tornam irritação, passando para sentimentos antagônicos em relação ao turista. Os sentimentos de hostilidade superam, nesta fase, os benefícios iniciais (BENI, 2006).

Outros aspectos também geram impactos negativos, como a exposição contínua aos turistas levando ao trabalho repetitivo e muitas vezes monótono (em especial quando expostos a grande volume de turistas). Os visitantes passam a ser vistos sem identidade individual e bem vindo pelos ganhos econômicos (BENI, 2006).

Entretanto, o turismo abrange diversas áreas e se adapta às demandas de mercado passando por reestruturações de acordo com o que a sociedade busca atualmente. Esse tipo de turismo alternativo busca sair do contexto das sociedades de massa em busca de maior contato do turista com a comunidade local e com a natureza. Para Fratucci (2000, p. 130) “trata-se de um modelo que propõe viagens mais curtas, mais individualizadas (pequenos grupos), voltados para o contato com a natureza (turismo ecológico) e com as comunidades locais (turismo rural e cultural)”.

Quando o turismo acontece de forma sustentável, satisfaz as necessidades da comunidade receptora e dos turistas, além de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico dos autóctones e da valorização e manutenção dos aspectos culturais e ambiente natural. A sustentabilidade sociocultural, segundo a Organização Mundial do Turismo (2016 p.8) “assegura que o desenvolvimento preserve a cultura local e os valores morais da população, fortaleça a identidade da comunidade, e contribua para o seu desenvolvimento”. A autoestima da comunidade receptora é elevada quando analisada do ponto de vista cultural.

Dessa maneira, a satisfação da comunidade receptora interfere na hospitalidade e, conseqüentemente, na boa relação com o turista e tem proporcionado um turista com mais consciência em relação às comunidades receptoras e maior preocupação com a qualidade das experiências durante as viagens. O turista assume outra postura diante da comunidade e não é visto mais como indesejável, invasor ou estranho. Dessa forma, a harmonia entre autóctones e visitantes permite maior troca e valorização das ofertas da comunidade, pois de acordo com Ruschman (2000, p.51) apud Dall'Agno (2012, p.12) "o artesanato, a gastronomia, as tradições, a história, a arquitetura e as atividades de lazer" são responsáveis pela atração de turistas". A gastronomia pode ser um grande fator de aproximação turística, pois muitas pessoas sentem-se atraídas pelas tradições culinárias que mantém suas raízes.

Esses aspectos contribuem para a preservação da herança cultural que, em muitas comunidades, eram até então desvalorizadas ou esquecidas. A comunidade pode passar a ter orgulho de sua cidade, estimulada pelo fortalecimento da imagem local na mídia. Além disso, os investimentos em infraestrutura básica e de apoio turístico e da comunidade local melhoram as condições de vida dos moradores e favorecem os visitantes (DIAS, 2005).

Os impactos psicológicos vistos por este ângulo ocorrem mediante turistas e comunidade local, de forma econômica, ou não. Suas particularidades e hábitos culturais são valorizados, assim como os recursos naturais e as tradições locais. A interação entre o turista e o núcleo receptor oferece uma troca cultural entre visitantes e comunidade residente, propiciando a compreensão e o respeito às diferenças, através do conhecimento de outras culturas (BARRETTO, 2007).

O desenvolvimento do turismo sustentável está interligado ao desenvolvimento endógeno, que pode representar "o fortalecimento de competências colaborativas e cooperativas que vem de "dentro para fora", o que significa, na prática, o empoderamento de uma comunidade, pautando-se por características de integração e cooperação (KUNZ; SCHNEIDER, 2011, p. 13).

Scheyvens (1999) apud Beni (2006) identificou, em quatro categorias, o empoderamento das comunidades receptoras e os impactos que esse tipo de turismo pode causar, atribuindo o fortalecimento ou não desse grupo: econômico (empregos formais ou informais, oportunidade de negócios), psicológico (valorização das tradições e culturas locais, autoestima), social (sensação de lotação, perda de autenticidade, substituição) e público (participação nas decisões). As categorias sociais e públicas, devido às suas especificações, relacionam-se com o turismo de massa e pode ser um dos efeitos opostos ao turismo endógeno e sustentável.

O impacto mais visado quando se fala em turismo refere-se ao econômico. Gerador de recursos e benefícios diretamente relacionados a empregos (diretos e indiretos), aumento de renda e PIB, é uma das atividades que mais gera renda no mundialmente. Dessa forma, provoca impactos positivos nas comunidades locais, permitindo o desenvolvimento da economia e aumento da renda familiar. "O turismo é uma atividade que tem uma relação dialética com a sociedade. Do ponto de vista financeiro e dependendo da estrutura social do país em questão, o turismo pode ser uma atividade econômica geradora de riqueza" (BARRETTO, 2003, p. 71).

Entretanto, verifica-se em muitos casos o despreparo das comunidades no preenchimento adequado do quadro econômico. Beni (2006) ressalta que, por falta de treinamento ou de habilidades relevantes, a população local se limita a atividades modestas perante as oportunidades de emprego e cargos de nível mais elevado, como gerenciamento e serviços especializados, que pelo mesmo motivo, são preenchidos por pessoas de fora da comunidade. O turismo é uma atividade do setor terciário (serviços e comércios de produtos) e em pequenas comunidades o setor predominante é o primário (pesca, agricultura, extração mineral, entre outras). Com a instalação do turismo nessas comunidades, torna-se necessária a busca de empreendimentos externos, ficando a comunidade por conta da venda de artesanatos ou atividades do setor terciário, como pousadas, restaurantes, passeios, entre outros.

Oliveira (2001, p. 35) ressalta que "o turismo é capaz de produzir impacto na economia local. É um meio de redistribuir a renda, captar divisas, gerar novos empregos, aumentar a arrecadação fiscal, promover o desenvolvimento regional e motivar novos investimentos com benefícios sociais". Os impactos são diretamente proporcionais às diferenças encontradas entre os aspectos econômicos, religiosos, sociais ou culturais e afetam em maior grau as comunidades menos preparadas e mais vulneráveis ao turismo. Os problemas iniciam com a infraestrutura turística (estradas, hotéis, restaurantes, aeroportos, etc). Migrações de pessoas que vão trabalhar na implantação dessa infraestrutura podem gerar conflitos sociais, que podem se caracterizar por problemas

com superlotação das comunidades, perda de autenticidade, prostituição, saúde (DST, turismo sexual), crimes e até realocação da população local pelas vendas de casas, terrenos para construção de novas instalações.

Contudo, uma comunidade local que se mobiliza de forma articulada em prol do desenvolvimento local, adquire benefícios sociais compatíveis com seus engajamentos. A participação comunitária ativa e vinculada aos ideais comuns transcende as ações circunstanciais e estabelecem coesão e perenidade nos projetos de desenvolvimento do turismo endógeno.

4 PESQUISA EMPÍRICA

Piacatuba situa-se entre os municípios de Cataguases e Leopoldina, que está a cerca de 320 quilômetros da capital mineira, Belo Horizonte. Pertencente ao município de Leopoldina e nome de origem Curato de Nossa Senhora da Piedade, é um dos distritos mais antigos da Zona da Mata Mineira, com registros que remontam às primeiras décadas do século XIX. O distrito ainda guarda patrimônios históricos com casarões antigos e rua de pedra construída pelos escravos, com área de 174,22 Km² e população de 1532 habitantes, de acordo com IBGE (2001), sendo que 714 são urbanos e 818 rurais (IBGE, 2000).

O nome atual de Piacatuba foi sugerido pelo Senador Basílio de Magalhães, em homenagem aos índios puris que habitavam a região antes da chegada do homem branco. O significado do nome tem sua origem nos termos Pia (coração), Catu (bom) e Ba (lugar), traduzidos como Lugar de Gente de Bom Coração (CANTONI; OLIVEIRA, 2018).

Todos os anos a comunidade de Piacatuba comemora, no dia 3 de maio, a Festa da Cruz Queimada, seu símbolo mais marcante e considerado um dos fatores do surgimento do distrito. A história da Cruz Queimada vem da disputa de terras entre duas famílias, no ano de 1844. Capitão Domingos de Oliveira Alves, fazendeiro das vertentes do Rio Pardo, em cumprimento à promessa feita a Nossa Senhora da Piedade, doou uma parte de terras para a instalação de um povoado que receberia o nome da padroeira. Como demarcação de área, ergueu uma cruz de madeira no local, porém, neste mesmo lugar havia um outro fazendeiro que reivindicava aquelas terras e, insatisfeito com a demarcação, mandou que fosse retirada à foice, mas um de seus escravos não conseguiu derrubá-la, recebendo a ordem de atear fogo na cruz. A cruz resistiu ao fogo e às machadadas, permanecendo inteira, apenas chamuscada por fora, mesmo com toda agressão sofrida. Desde então, vem sendo cultuada por gerações como uma cruz milagrosa. Em sua homenagem, em 1928 o padre Raymundo de Araújo concluiu o projeto uma torre que foi construída no centro do distrito, conhecida como Torre da Cruz Queimada. No muro do único colégio de Piacatuba, Pompílio Guimarães, quinze quadros com cerca de 2m x 2m foram pintados, representando a Lenda da Cruz Queimada. Muitos turistas que visitam o local registram essa história contada, de forma criativa, o símbolo mais marcante do distrito (CANTONI; OLIVEIRA, 2018).

O Festival de Viola de Piacatuba e Gastronomia é um evento que ocorre anualmente no distrito de Piacatuba. Atualmente é patrocinado pelo grupo Energisa, Governo do Estado de Minas Gerais, Lei Estadual de Incentivo à Cultura, Fundação Ormeo Junqueira Botelho (braço cultural do Grupo Energisa) e Prefeitura e Câmara Municipal de Leopoldina. Estando em sua 15ª edição, o Festival surgiu em 2003, iniciando de forma simples e sem grandes pretensões. Seus criadores foram Aristides e Gilberto, moradores do distrito (PIACATUBA, 2018).

Até 2006, o Festival era apenas de viola e acontecia juntamente com a pequena exposição leiteira anual da comunidade. Mesmo de pequeno porte no início, o Festival de Viola, denominado Festviola e fundado em 2003 pelos piacatubenses Aristides e Gilberto, chamava a atenção dos frequentadores da exposição. Violeiros de Piacatuba e interessados concorriam ao prêmio de melhor violeiro oferecido pelos organizadores. A partir do ano de 2006 o Festival de Viola passou para as mãos de Maria Lúcia Braga, que protagoniza a organização do festival até os dias de hoje, com apoio e patrocínio das empresas e órgãos anteriormente citados (PIACATUBA, 2018).

A programação do Festival de Piacatuba atrai milhares de pessoas nos cinco dias de acontecimentos, que tem data móvel e sempre iniciam em uma quarta-feira, terminando no domingo. Acontece no final do mês de julho e hoje é uma das tradições de Piacatuba, onde reúne pessoas de vários lugares do Brasil e as famílias da comunidade que aproveitam as férias para participarem do Festival (PIACATUBA, 2018).

4.1- METODOLOGIA

A partir das reflexões de cunho teórico, realizou-se uma pesquisa de campo no distrito de Piacatuba com intenção de investigar a prática acerca do desenvolvimento endógeno e seus efeitos, como agentes transformadores nos modos de vida da comunidade local e geradores de novos empreendimentos e eventos. Foram realizadas 10 entrevistas semiestruturadas com os moradores que participam ativamente e de forma remunerada no Festival.

Esta pesquisa possui caráter exploratório, qualitativo e transversal. Os métodos exploratórios e qualitativos visam o levantamento de dados e informações que permitem familiaridade com o tema, aprimoramento de ideias e intuições, com informações que auxiliam descrever, compreender e explicar dado fenômeno (GUERRA, 2006). A pesquisa qualitativa visa trabalhar com as crenças, opiniões, valores e hábitos, diferindo assim da pesquisa quantitativa, que objetiva e quantifica as falas.

Segundo Fontelles et al. (2009, p.7) “no estudo transversal (ou seccional), a pesquisa é realizada em um curto período de tempo, em um determinado momento, ou seja, em um ponto no tempo, tal como agora, hoje”. O caráter transversal relaciona-se ao tempo breve e fixo da coleta de dados.

Esta pesquisa divide-se em três momentos: primeiramente, realizou-se pesquisa bibliográfica sobre desenvolvimento e turismo endógeno, que baseou-se na busca e análise de capítulos de livros e artigos científicos. Com base nas referências teóricas foi possível a elaboração dos tópicos norteadores para a elaboração das entrevistas sobre a identificação dos efeitos do turismo endógeno em Piacatuba.

Posteriormente foi realizada aplicação de entrevistas semiestruturadas (Apêndice). A coleta de dados foi realizada no distrito de Piacatuba, Minas Gerais, nos primeiros dias de novembro de 2018 e teve como critério de inclusão os moradores que participam ativamente e de forma remunerada no Festival, totalizando 10 entrevistados, sendo especificamente: 3 entrevistados do ramo de “Comidinhas e Bebidas” (churrasquinhos, caldos, salgadinhos, petiscos, doces e até moda e artesanato – Feira de Quintal e Centro Cultural Casarão); 3 entrevistados do setor de artesanato; 1 entrevistado do ramo de restaurante; 2 entrevistados dos ramos de restaurante e hospedagem; 1 entrevistado do ramo de hospedagem e também funcionário de uma padaria. Utilizou-se de um gravador de voz e algumas anotações complementares para coleta de dados. Foram disponibilizadas duas vias do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo), no qual uma via foi entregue ao entrevistado e a outra via ficou de posse do entrevistador.

A escolha dos participantes na coleta de dados foi baseada no processo de cadeia de referências conhecida como Bola de Neve, ou *Snowball Sample*, método construído por informantes-chaves, nomeados *sementes*, que localizam, dentro da população, pessoas com o perfil necessário para a pesquisa. Isso acontece porque ao realizar as entrevistas, não se conhece grande número de moradores que atuam durante o Festival de forma complementar às entrevistas. Sendo assim, as sementes ajudam o pesquisador a iniciar seus contatos e a tatear o grupo a ser pesquisado (VINUTO, 2014). Uma entrevistada que é de Piacatuba, mas não se encontrava nos dias das entrevistas, concedeu as respostas por e-mail.

O terceiro momento consiste na análise e interpretação dos dados, tendo como base as entrevistas em associação interpretativa com as pesquisas bibliográficas. O processo interpretativo exige a descrição crítica e sensibilidade do pesquisador na capacidade de discernir a relevância e variação dos dados no processo de interpretação dos significados.. É interessante ressaltar que esta etapa exigiu a descrição crítica e a sensibilidade do pesquisador na capacidade de perceber a relevância e variação dos dados no processo de interpretação dos significados. Dessa forma, a princípio realizou-se leitura flutuante das entrevistas, que consiste na leitura sem obrigatoriedade metodológica, levando em conta a intenção de extrair impressões e orientações da principal essência das entrevistas (TURATO, 2008). Após essa leitura, iniciou-se a interpretação do material

Optou-se por adotar as iniciais dos nomes para identificação dos entrevistados no texto. O quadro a seguir caracteriza os participantes do estudo de acordo com atividades exercidas durante o Festival de Viola e Gastronomia.

	NOME	ATIVIDADE
Entrevistado 1	A.R	Restaurante e Hospedagem
Entrevistado 2	B.R	Restaurante
Entrevistado 3	C.A	Artesanato e Alimentação
Entrevistado 4	D.C	Comidinhas e Bebidas
Entrevistado 5	E.B	Comidinhas e Bebidas
Entrevistado 6	F.R	Restaurante e Hospedagem
Entrevistado 7	G.A	Artesanato
Entrevistado 8	H.T	Artesanato
Entrevistado 9	I.M	Hospedagem e Alimentação
Entrevistado 10	J.C	Comidinhas e Bebidas

Quadro 1 – Identificação dos entrevistados por atividades exercidas durante o Festival

4.2- ANÁLISE DOS DADOS

De acordo com a fala do entrevistado A.R, o Festival de Viola e Gastronomia de Piacatuba começou por uma iniciativa sua quando o mesmo trabalhava em São João del Rei: “Quando começou o Festival de Gastronomia de Tiradentes, eu pensava sempre em Piacatuba, que poderia ter também um grande potencial para isso”. O desenvolvimento desta ideia se deu quando o entrevistado foi procurado pela Sra. Maria Lúcia, que hoje é produtora e coordenadora do Festival de Viola e Gastronomia e que à época trabalhava com eventos associados à Mônica Botelho - presidente da Fundação Cultural Ormeo Junqueira Botelho.

Mediante o interesse das Sras. Maria Lúcia e Mônica Botelho, em 2006, aconteceu a 1ª. Edição do Festival de Viola de Piacatuba e Gastronomia, que se uniu ao Festviola, já em sua 3ª edição. Segundo contou o entrevistado, “não havia nenhuma estrutura para restaurantes, o festival de gastronomia acontecia nos quintais. No início somente cinco restaurantes fizeram parte do Festival de Gastronomia”. Para A.R., Piacatuba era uma “Síria bombardeada”:

Não tinha um banheiro para as pessoas que chegavam, um botequim para beber água. O festival trouxe muito progresso para Piacatuba, inclusive muitos meninos pobres da comunidade hoje estão formando em medicina e odontologia porque se não fosse o festival hoje tava trabalhando na roça. Isso deu um impulso aqui, ajudou muito o lugar. Foi a vinda do Festival, que levantou Piacatuba, que deu vida. Lembro de 3 fases de Piacatuba: uma boa, que vivia em torno da igreja que tinha a Semana Santa e o mês de maio. Padre Paulo era um pároco dinâmico que agia em favor de Piacatuba. Quando ele saiu, entrou um outro padre muito bom, mas que era muito tranquilo e Piacatuba acabou de novo. A terceira fase foi a vinda do Festival, que levantou Piacatuba, que deu vida. Cinco filmes foram rodados no distrito. O que importa não é só o dinheiro que entra para a comunidade. É a convivência do povo com outras pessoas. Isso ajuda muito, abrir a cabeça. Senão a pessoa fica aqui, isolada do mundo, mal informada. Tem que viver a realidade, ver o que acontece. Desenvolve até a própria vida da pessoa. As pessoas que moram aqui abraçaram o festival. Se a comunidade não tivesse abraçado, não teria acontecido. Com o tempo a comunidade viu que seria rentável pra ela também. Hoje percebe como foi bom para todos (A.R).

A.R. relata que na primeira edição do festival os turistas não tinham uma estrutura adequada de serviços. “Quando perguntavam aos moradores onde podiam tomar um café da manhã, eles respondiam assim: aqui em casa, pode chegar aqui que a senhora vai tomar”. Ele se recorda que na primeira reunião para a organização do Festival de Viola e Gastronomia, a orientação aos moradores locais resumia-se a, “quando encontrassem com a pessoa na rua, que dessem um bom dia, boa tarde, boa noite”. Posteriormente, foi realizado um trabalho de conscientização na comunidade em relação ao turista que iria chegar, passando a existir novas maneiras de relação entre os receptores e o público externo, no que, segundo Beni (2006), interfere nos âmbitos econômicos e sociais, podendo chegar às três fases por ele estabelecidas: relação informal e espontânea com o “charme” da comunidade receptora como maior atrativo; infraestrutura ainda insuficiente para suprir o aumento de fluxo turístico e, por fim, investimentos maiores de empresas atingindo a qualidade de vida dos autóctones.

F.R enfatiza que “a participação da comunidade no festival é de alegria e muito entusiasmo pelo povo, pois é fundamental para o fortalecimento local. Não existe nenhuma resistência aos turistas e são acolhidos por todos”. O turista não é visto mais como indesejável, invasor ou estranho e se estabelece a harmonia entre autóctones e visitantes. Barreto (2007) esclarece essa interação pela troca cultural e respeito às diferenças através do conhecimento de outras culturas.

D.C relata a experiência que teve em seu primeiro ano de atuação no Festival.

As pessoas foram chegando pra cozinha onde tem um fogão a lenha que fica do lado de fora e tem uma mesa grande. Algumas pessoas foram criando intimidade e queriam ficar perto de onde estava o fogão. Teve um dia que tinha uma turma aqui no final de noite e um moço perguntou se eu tinha pasta de dente pra vender pra ele. Eu corri lá dentro de casa e peguei uma pasta. Ele ainda falou que é a mesma pasta que ele gosta de usar (D.C).

O Festival de Viola e Gastronomia despertou sentimentos que mudaram a relação de alguns moradores com o local, pois foi através do festival que pessoas externas conheceram Piacatuba. Para o entrevistado B.R o melhor que o festival trouxe foi o orgulho de ser e de morar em Piacatuba. Relata que quando era criança ouvia dizer que “Piacatuba não é lugar de ir, é lugar de voltar. Hoje em dia é o contrário”. Todo mundo quer ter um “pezinho aqui”. B.R. diz que ao usar a camisa de seu estabelecimento, em Estados como Rio de Janeiro e São Paulo, cuja estampa recebe o nome “Piacatuba”, muitas pessoas dizem que conhecem ou já ouviram falar de seu distrito.

Quanto à visibilidade, este mesmo entrevistado comentou que não gosta da comparação de Piacatuba com Tiradentes. “Se é para comparar, prefiro que seja comparada com Lavras Novas” (MG), pois para ele “Tiradentes não é mais das pessoas de Tiradentes. Quem é dono de lá, é São Paulo. Pessoal da cidade foi jogado para a periferia” e destaca:

Desde o começo, Maria Lúcia tentou colocar na cabeça das pessoas: “não venda, faça o seu trabalho, não permita que a pessoa venha aqui de fora e venda o produto que você sabe fazer”. Ao fazer isso, faz o crescimento ser menor e mais comprido, demorar mais tempo para chegar a um limite, mas pelo menos o troço tá ficando com o pessoal daqui” (B.R.).

A valorização dos produtos locais é uma realidade, como exemplifica B.R.:

Na primeira edição do Festival de Viola e Gastronomia, a organizadora procurou um senhor de Piacatuba que fazia balaios e pediu que fizesse 30 balaios, e com material que fazia peneiras para pescar, fizesse luminárias. Ele ficou assustado e perguntou se seria para colocar o milho colhido, mas seu espanto foi ainda maior quando ela revelou que seria para fazer lixeiras, que seriam espalhadas pelas ruas durante o evento. Ele sugeriu que fossem colocados tambores e que as peneiras não ficariam bonitas porque seu trabalho era muito feio. Ele não acreditou quando viu que aquilo que fazia há tanto tempo poderia ser tão valorizado daquela forma. O produto que para aquela pessoa é tão comum tem um outro olhar das pessoas que dão outro uso para ele (B. R.).

No 2º Festival de Viola e Gastronomia, a organizadora do evento fez uma parceria com as Tintas Futura, que doou tintas para que algumas casas fossem pintadas, perante a condição de que pintariam somente as casas das pessoas de baixa renda que tivessem casa com fachada original (portas e janelas de madeira, que não mudaram o estilo original da casa). Algumas outras casas foram escolhidas para serem pintadas porque seriam um “chamarisco” para o Festival. B.R argumenta:

O que aconteceu com isso? Pessoas de bom poder aquisitivo viram a casa do “pobre” do lado ficar bonita e pegou e pintou a dele. E muita gente que tinha trocado as janelas da casa por janela de metal, arrancou tudo e colocou madeira de novo”. Este episódio aconteceu no 2º Festival e vem se mantendo até hoje. Foi um incentivo para manterem o distrito bem conservado (B.R.).

De acordo com Dias (2005), os investimentos em infraestrutura básica de apoio turístico e da comunidade local melhoram as condições de vida dos moradores e favorecem os visitantes. Dessa forma, a comunidade passa a ter orgulho de sua cidade, estimulada pelo fortalecimento da imagem local na mídia. A fala de B.R representa a importância da conservação dos investimentos realizados no distrito.

Aqui tem essa casa simples em frente ao meu estabelecimento. Esta casa foi pintada na época pelos patrocinadores e hoje não está em bom estado. Vou pintar essa casa com meus recursos próprios porque a imagem dela, que é um estilo característico das casinhas daqui, favorece a minha casa também (B.R).

Outras formas de valorização dos recursos da comunidade referem-se à utilização dos produtos locais, ao emprego da mão de obra dos residentes e à valorização imobiliária: “os imóveis aqui valorizaram muito e quem tem, não quer vender. O mais difícil aqui no Festival é achar casa para ficar” (B.R). Estes fatores abrangem também a intenção de conservação da identidade e de alguns produtos típicos vendidos em Piacatuba.

Os artesãos locais buscam manter suas habilidades e hábitos adquiridos junto aos antepassados, como panos de prato, bordados e objetos que remetem ao estilo rústico, fabricados como peças únicas. Na culinária, apesar de alguns itens serem tipicamente mineiros, como frango com quiabo, frango ao molho pardo, canjiquinha e caldo de feijão e comuns não só no distrito, conservam alguns itens gastronômicos característicos de Piacatuba, como é o caso da entrevistada C.A

Uso uma receita antiga e típica pra fazer minhas rosquinhas que aprendi com minha tia, quando era criança e uso muitos ovos e nata no preparo, que são das galinhas criadas nos quintais de Piacatuba e a nata, além de juntar, os vizinhos também guardam pra mim. Faço tudo sozinha e à medida que os pacotes vão acabando no Casarão, vou fazendo todos os dias. Faço tudo fresquinho (C.A).

A matéria prima para o preparo dos alimentos vendidos no Festival é encontrada na comunidade. Os entrevistados têm orgulho em falar das verduras sem agrotóxicos que compram dos quintais dos moradores, como F.R, ao dizer que compra aipim e folha na comunidade, “pois os produtos são diretamente das hortas locais, colhidas no mesmo dia, fresquinhas e sem agrotóxicos”. Outros produtos também são locais, como o torresmo, frango e ovo caipira, quiabo, couve, a linguiça, a pupunha, que foi o prato chefe de um dos restaurantes durante o Festival de 2018 (com o talharim de pupunha), a costelinha de porco, o pão produzido na única padaria do distrito, o queijo e a carne na lata.

Retomando ao entrevistado B.R, ele aponta que o fubá, plantado no sítio de sua propriedade, é colhido e utilizado na fabricação do pastel de angu de seu estabelecimento e revela que “o que não consegue produzir ou encontrar na comunidade compra nas redondezas”:

Busco conservar a identidade do local e mesmo para que o dinheiro circule e fique para a comunidade”. Ainda brinco que tem uma vendinha no distrito que procuro comprar do dono alguns produtos que não produzo, como o arroz e o alho, mesmo que tenha uma diferença de valor de mercados maiores. Dessa forma, compro de meu amigo e depois ele vem aqui para jantar e deixar o dinheiro de volta.

Considerável parte dos moradores de Piacatuba exerce alguma atividade remunerada durante o evento. Quando indagados sobre a utilização da mão de obra local, apenas F.R mencionou que diversifica seus funcionários. Os outros entrevistados alegaram buscar os colaboradores na própria comunidade.

A entrevistada D.C sempre trabalhou para outros empreendedores que participavam no ramo gastronômico durante o evento, mas na edição de 2018, resolveu trabalhar por conta própria. Ficou receosa em não dar certo, “mas seguiu em frente por ver que todos os outros estavam satisfeitos”. Neste período mobilizou a família para trabalhar com ela (filha, pai e primos) e todos ajudam no que foi preciso, como comenta:

Teve um dia que apareceu tanta gente que teve que pedir uma pessoa da família pra pegar alface no quintal de madrugada porque tinha acabado tudo. A comunidade participa ativamente. É bom pra todo mundo porque ninguém fica sem ganhar dinheiro nessa época. As casas ficam cheias com as famílias que vêm de fora, alguns alugam as casas e vão pra roça ou ficam na casa de outros e é bom ver o movimento (D.C).

O Festival de Viola e Gastronomia proporcionou novos empreendimentos para Piacatuba, que hoje sobrevive do turismo gastronômico e religioso. Dos entrevistados, apenas D.C e J.C não atuam no Festival desde as primeiras edições; sete entrevistados exercem regularmente atividades comerciais nos ramos de gastronomia, hospedagem e artesanato. Dentre as entrevistas realizadas, comprovou-se que metade dos entrevistados naturais de Piacatuba já residiram fora do distrito, e hoje retornaram pela oportunidade de negócios em vista do Festival. A motivação financeira foi a principal causa para ações empreendedoras da comunidade local. “Há cinco anos que participo do Festival vendendo caldos e meu marido vendendo churrasquinhos. Quando eu comecei, ele já participava há dois anos e eu via que dava lucro, o que me motivou a fazer parceria com ele (J.C). Apesar da apreensão devido à instabilidade financeira e política neste ano de 2018 relatada por alguns entrevistados, todos foram unânimes quanto à satisfação na participação do Festival e percebem o crescimento ao longo dos anos.

Como participou de todas as edições dos festivais, o entrevistado E.B sempre viu muita oportunidade e vantagens, com exceção do ano em que o Festival aconteceu em outubro (fora de sua época normal) e foi mal sucedido. Sua fala reforça os relatos anteriores “sempre supera as expectativas, mas esse ano parece ter estabilizado”.

A entrevistada F.R, atuante nos setores de gastronomia e de hospedagem, reforça em sua fala que “o Festival é um atrativo sociocultural que deu origem à montagem do restaurante e hospedagem para os visitantes e filhos da terra”. Para ela:

O grande número de visitantes nos proporcionou que tivéssemos melhores acolhimentos de moradia para curtir o festival. O festival é o grande responsável pela movimentação turística de Piacatuba, pois tem grande número de turistas que visitam Piacatuba nos dias, e encontram um bom acolhimento de um povo humilde, simples e de bom coração. É grande a demanda nessa época para aluguel de casas e pousadas (F.R).

Observando a fala do entrevistado G.A, percebe-se que outras causas envolvem a participação no evento: “sempre gostei de fazer artesanatos e o Festival foi uma boa oportunidade para mostrar e vender para as pessoas minha arte”. A entrevistada H.T, que também é do ramo de artesanatos, relata:

Antes do festival não tinha lugar para expor minha arte, que é manual e apenas as pessoas de casa e mais próximos conheciam. O evento só trouxe vantagens para mim e a comunidade e que minha produção aumenta a cada ano, por conta do Festival. Meu trabalho hoje é valorizado do seu trabalho e muitas pessoas voltam para comprar fora de época, por terem gostado (H.T).

As poucas festas locais que eram conhecidas pela redondeza foram valorizadas, como a tradicional Festa da Cruz Queimada, que acontece no mês de maio. Incorporaram a este evento a Festa das Charretes e dos Santos, onde as crianças se vestem de santos conhecidos e saem cada uma em uma charrete em cortejo pelo distrito. Pela visibilidade dada a Piacatuba após a divulgação dos festivais, alguns filmes foram feitos no local, como Meu Pé de Laranja Lima, que levou atores famosos a conhecerem a cultura local.

Para alguns entrevistados o Festival trouxe novo benefício para Piacatuba: as pessoas começaram a idealizar outros tipos de evento, como Caminhos da Piedade, música ao vivo e o Natal Luz – para este último, um empresário da região, segundo afirma B.R, financiou as lâmpadas para a praça e vendeu, a um preço mais acessível, para as pessoas de baixa renda, favorecendo que enfeitassem suas casas. Nesta época acontecem eventos todo fim de semana: Cantata de Natal, teatro, show.

B.R, que promove eventos em seu restaurante, comenta que:

Fora do festival faço música ao vivo uma vez por mês e pelo menos dois grandes eventos por ano, como o desse ano que eu trouxe Paulinho Pedra Azul. Cerca de 216 pessoas assistiram ao show sentadas aqui. Tenho projeto de fazer eventos com cerveja artesanal e blues. Já fiz o 1º Desafio de Mountain Bike de Piacatuba, já estou planejando o 2º. Tenho o projeto de fazer a 1ª Caminha Rústica de Piacatuba. Hoje, todos esses eventos só são possíveis porque hoje Piacatuba é conhecida (B.R).

A participação das pessoas que trabalham com algum tipo de atividade remunerada durante o Festival não é obrigatória. Em todos os festivais, a organizadora do evento retira um alvará na Prefeitura de Leopoldina para utilização do espaço de Piacatuba e existe um combinado desde o primeiro evento de que não se coloque barracas nas ruas. Tendas são colocadas nas ruas com mesas para pessoas sentarem, mas nada é vendido na rua. Isso se dá pela intenção de produzir uma festa bonita, limpa e com padrão.

Grande parte dos participantes atua em sua própria residência ou empreendimento hoje já estabelecido. Os moradores podem abrir suas janelas e vender seus produtos ou serviços livremente, mesmo que não sejam cadastrados, desde que não coloquem barracas nas ruas, mantendo o acordado desde a primeira edição do Festival. Os cadastros são feitos para que os nomes dos empreendimentos saiam no material promocional distribuído ao público, com toda a programação e marketing do Festival, além de estabelecerem as diretrizes do evento. Mesmo com essa opção de trabalharem livremente, poucos são os que não se interessam pelo cadastramento, como é o caso da entrevistada I.M que justifica a não inclusão na programação evento por estar em um estabelecimento comercial, independente do Festival. Além disso, a locação de sua casa é garantida todos os anos e aluga “todos os anos para as mesmas pessoas, apesar da grande procura”.

As reuniões para discussão de normas do evento, onde são estabelecidos preços, cardápio e diretrizes, são realizadas a partir do começo do ano, chegando a acontecer três encontros antes do Festival. Alguns cadastrados não participam com assiduidade dessas reuniões, como é o caso de C.A e D.C, que declararam participar de apenas uma reunião antes do Festival.

Alguns entrevistados relataram o cuidado em escolher as novidades de cada ano, onde fazem testes e chamam degustadores para experimentarem e aprovarem os pratos antes do evento. A.R, proprietário de um estabelecimento com gastronomia diferenciada e também produtos típicos de Piacatuba, diz que “em janeiro e fevereiro já começo a pensar nos pratos que vou lançar no próximo festival e chamo os degustadores para experimentarem e aprovarem os pratos antes do evento”.

A unanimidade entre os entrevistados quanto à aceitação do Festival não deixa dúvidas quanto os benefícios que trouxe para a comunidade, apesar de alguns pontos negativos serem relatados. J.C destaca que “só vejo desvantagem no desgaste físico que o evento causa. São cinco dias de muito trabalho, dia e noite, mas o lucro compensa. Outro fator negativo é a falta de água, que já é esperada e a situação é contornada, não entrando em dissonância quanto aos benefícios, no que explica o entrevistado B.R:

Existe algum contratempo, como falta de água. Como é um problema que não tem como resolver pelo alto custo e para 4 dias no ano, as pessoas já se preparam para isso. A água é de poço artesiano, que é bombeada do poço para as caixas e depois distribuída. Não dá conta pelo volume de pessoas (B.R.).

Segundo os entrevistados, o evento é considerado uma festa tranquila, onde conhecem muitas pessoas de fora e que só acrescenta benefícios para a comunidade. É o que esclarece o entrevistado A.R: “A comunidade é bem receptiva e são 15 anos de festival sem nenhum incidente. Nem polícia tem aqui. Acho que se puser, atrapalha. Já viu algum incidente aqui? Nunca! Mas também, a frequência é outra, né?”

Os entrevistados concordam que o evento não teria a mesma proporção se não fosse a participação, engajamento e aceitação da comunidade. Percebem uma Piacatuba totalmente participativa no Festival e, caso não fosse a adesão e aceitação da comunidade no evento, este não seria o sucesso que é.

A comunidade hoje é totalmente receptiva. Ninguém fica de fora. Quem produz couve, vende couve. Quem produz frango, vende frango. No início houve um pouco de resistência, pois queriam uma festa só para eles, mas perceberam que a festa seria uma oportunidade de renda para todos. Eu conversei muito com todos e falava: gente, essa festa não é para nós.

É pra gente trabalhar, ganhar dinheiro, enfiar no bolso e depois gastar lá na praia. Aí lá na praia vai ter um cara trabalhando, na hora que a gente tá de folga, pra depois ele encher o bolso e vir aqui. Hoje já entenderam isso. Pode até existir alguma resistência, mas hoje é mínima (B.R.).

Os entrevistados relatam positivamente a respeito dos turistas que frequentam o município durante o festival:

As pessoas foram chegando pra a cozinha com fogão a lenha. Foram criando intimidade e queriam ficar perto de onde estava o fogão. As pessoas que chegam pro festival acabam virando amigos. Tem alguns que voltam todos os anos, sem falhar. Existe intimidade, acolhimento, vivem no ambiente da gente, tem envolvimento (D.C).

A narrativa dos entrevistados reforça os sentimentos de pertencimento e autovalorização, como demonstra F.R quando diz que “sou filha da terra. Nasci e estudei aqui e jamais abandonarei minha terra natal”. Para eles, o Festival trouxe “crescimento como comunidade”. De acordo com o relato da entrevistada H.T, “pessoas que moram fora e têm alguma ligação com Piacatuba aparecem para o evento, as casas ficam cheias”, e para ela existe “mudança de mentalidade, autoestima”, pois conhecem novas pessoas e passam a ter novos relacionamentos com pessoas “de fora”. Tem receio de que um dia o Festival acabe porque acha que ele é muito importante para quem mora em Piacatuba, pois ele “permitiu que a gente fosse conhecido e valorizado”.

As declarações colhidas nesta pesquisa estão de acordo com as hipóteses de Sthor e Taylor (1981) apud Almeida (2007), nas estratégias de desenvolvimento do turismo endógeno quanto ao conceito de desenvolvimento, levando em conta os recursos locais, sem pressões externas de cunho mercantilista, quanto à comunidade ativa nas tomadas de decisões, avessa à economia de grande escala e em total estado de autodeterminação local/regional.

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa demonstrou existir forte vínculo e relação de afetividade dos moradores do distrito de Piacatuba com o local e com o Festival. Todos os entrevistados deste trabalho nasceram em Piacatuba e, mesmo que alguns já houvessem morado em outros municípios, optaram por retornar. Um dos impulsionadores é a visibilidade em função do Festival de Viola de Piacatuba e Gastronomia, que incentivou que a comunidade local constituísse um evento para público externo, mas mantendo vínculo com sua história, arte e valor, por meio do próprio trabalho.

Os relatos captados nas entrevistas demonstraram os impactos positivos como a troca cultural existente entre a comunidade e os visitantes, compreendendo uma harmoniosa interação, o que possibilitou o respeito às diferenças, contribuindo para a valorização, autovalorização e preservação da herança cultural, que podem ser estimuladas pelo empoderamento da comunidade local. Esta realidade está de acordo com o previsto pelo desenvolvimento endógeno que visa o bem-estar social e cultural das comunidades e ultrapassa os campos do desenvolvimento econômico.

Os investimentos e apoio à comunidade autóctone favorecem também aos visitantes, que se veem envolvidos em um ambiente amistoso e com mais atrativos, além do festival. A organização e o planejamento dos arranjos produtivos locais provenientes do desenvolvimento endógeno viabilizam e garantem a sobrevivência da atividade produtiva da população residente. A boa aceitação e ampliação das atividades exercidas promovem novas prestações de serviços ou oferta de produtos. Neste contexto, o Festival trouxe a idealização de novos eventos, que também geram renda, novas possibilidades e alteridade. Piacatuba hoje é um distrito mais desenvolvido econômica, social, política e culturalmente, sem deixar de conservar suas raízes, sabendo equilibrar e articular o fortalecimento e empoderamento da comunidade com as externalidades provenientes do turismo.

O turismo proveniente do desenvolvimento endógeno busca sair do contexto das sociedades de massa em busca de maior contato do turista com a comunidade local e com a natureza. Os turistas que frequentam o distrito de Piacatuba buscam vivenciar experiências cotidianas dos moradores. Avessos ao turismo massivo que

na maior parte das vezes é indiferente às vivências locais, a comunidade de Piacatuba busca levar o turista para sua história, seu cotidiano, transcendendo as barreiras formais de convívio entre comunidade receptora e turista.

No processo de desenvolvimento endógeno, as comunidades residentes se mobilizam de forma articulada pelo seu desenvolvimento local e adquirem benefícios sociais compatíveis com seus engajamentos. Dessa maneira, o convívio com os turistas e as situações que essas relações promoveram, proporcionaram mudanças na vida dos residentes, independente de idade. Atualmente, jovens que ficariam restritos às atividades locais, sem muita possibilidade de estudo, fazem parte do mundo acadêmico, devido à nova visão de mundo adquirida com as trocas culturais. O empoderamento da comunidade abrange também a emancipação individual, traçando uma ponte entre o local e o global, inserindo os indivíduos em contextos mais amplos, pressupondo sua participação e colocação nos processos de superação de desigualdade, pobreza e mobilizando-os na identificação da protagonização de suas causas.

Investimentos em equipamentos se fazem necessários com o aumento do fluxo turístico. A infraestrutura básica atual ainda não supre as necessidades do aumento do fluxo de turistas, causando alguns incômodos aos residentes, como o abastecimento de água insuficiente. Entretanto, pontos negativos relatados nesta pesquisa, como a água, não impedem a percepção da relevância dos pontos positivos que se sobressaem.

A forte identificação do desenvolvimento endógeno neste estudo de Piacatuba não tem intenção de se esgotar por aqui. Contudo, o que se constatou até o presente momento, permitiu comprovar a participação ativa da comunidade envolvida, caracterizando o turismo endógeno, o turismo “de dentro pra fora”, que utiliza as especificidades e recursos locais no desenvolvimento da atividade turística e da comunidade autóctone.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, André M. **O turismo como alternativa de desenvolvimento endógeno no município de Santo Inácio-PR** (IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007). Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/4/92.pdf>> Acesso em: 08 set. 2018.
- AMARAL FILHO, J. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. Planejamento e Políticas Públicas. **IPEA**, n. 23, p. 265, jun., 2001. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/view/78/89>>. Acesso em 10 out. 2018.
- BARRETTO, Margarita. **Cultura e turismo: discussões contemporâneas**. Campinas: Papyrus, 2007.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas: Papyrus. 2003
- BENI, Mário Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.
- BARQUERO, Antonio Vasquez. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**. Porto Alegre: FEE/UFRGS, 2001.
- CANTONI, Nilza; OLIVEIRA, Lucimary Vargas. **Piacatuba: evolução administrativa e origem do nome**. Disponível em: <<http://cantoni.pro.br/blog/2001/09/piacatuba-evolucao-administrativa-e-origem-do-nome/>>. Acesso em: 28 ago. 2018.
- DALL'AGNOL, Sandra. **Impactos do turismo x comunidade local**, 2012. Disponível em: <https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/02/06_Dall_Agnol.pdf>. Acesso em: 22 out. 2018
- DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.
- PIACATUBA. Festival de Piacatuba, 2018. **O festival**. Disponível em: <<http://www.festivaldepiacatuba.com.br/2013/ofestival>>. Acesso em: 23 set. 2018

FONTELLES, Mauro José et al. **Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa**, 2009. Disponível em:

<https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo_C8_NONAME.pdf>. Acesso em: 30 out. 2018.

FRATUCCI, Aguinaldo. Os lugares Turísticos: territórios do fenômeno turístico. **GEOgraphia**, v. 2, n. 4, p. 121-133, jun., 2000. Disponível em: < <http://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13390/8590>>. Acesso em: 30 out. 2018.

GUERRA, Isabel Carvalho. **Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo: Sentidos e formas de uso**. 1. ed. Estoril: Príncipe, 2006.

HAESBAERT, Rogério. Território e multiterritorialidade: um **debate**. **GEOgraphia**, v. 9, n. 17, p. 19-46, jun, 2007. Disponível em: < <http://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13531/8731>>. Acesso em: 9 set. 2018.

IBGE. **Instituto brasileiro de geografia estatística**, 2000. Disponível em:

<ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico_2000/Dados_do_Universo/Meso_Microregioes_Distritos_Subdistritos_Bairros/>. Acesso em: 13 out. 2018.

JULIEN, Pierre-André. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

KUNZ, Jaciel Gustavo; SCHNEIDER, Mônica. O papel da sensibilização das comunidades receptoras para o desenvolvimento do turismo regional sustentável. **Festival de Turismo Do Iguaçu**, n; 5, 2011. Disponível em: < <http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/7.-O-PAPEL-DA-SENSIBILIZA%C3%87%C3%83O-DAS-COMUNIDADES-RECEPTORAS-PARA-O-DESENVOLVIMENTO-DO-TURISMO-REGIONAL-SUSTENT%C3%81VEL.pdf>>. Acesso em: 08 set. 2018.

MARUJO, Maria Noémi; CRAVIDÃO, Fernanda. Turismo e Lugares: uma visão geográfica. **Pasos**, v.10, n. 3, p. 281-288, jun, 2012. Disponível em: < http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PS0312_05.pdf>. Acesso em: 08 set. 2018.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, Fabiana Moraes. Empreendedorismo: teoria e prática. **Especialize**, [online], maio, 2012. Disponível em <<http://www.businessstur.com.br/uploads/arquivos/191322dcff82e06081272bf77fb3beae.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo e sustentabilidade: orientações para prestadores de serviços turísticos**. Brasília: Ministério do Turismo, 2016. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/images/pdf/06_06_2016_mtur_guia_turismo_sustentabilidade.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2018.

PEREIRA, Gírlayne D. F. et al. Empreendedorismo regional: um olhar sobre a identidade cultural em narrativas locais. **EnANPAD**, n. 36, p. 1-16, 2012. Disponível em: < http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_ESO1270.pdf>. Acesso em: 05 out. 2018.

SARRETA, Cátia Rejane Liczbinski; CRESCENTE, Lúcia Ottonelli. Desenvolvimento endógeno. **ICTR**, 2004. Disponível em: < <https://www.ipen.br/biblioteca/cd/ict/2004/ARQUIVOS%20PDF/11/11-011.pdf>>. Acesso em: 09 set. 2018.

TURATO, Egberto Ribeiro. **Tratado da Metodologia da pesquisa clínico-qualitativa: construção teórico-epistemológica, discussão comparada e aplicação nas áreas da saúde e humanas**. Petrópolis: Vozes, 2008.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, v.22, n. 44, p. 201-218, jun., 2014. Disponível em: <<https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/tematicas/article/view/2144/1637>>. Acesso em: 09 out. 2018.

APÊNCIDCE

Roteiro de Entrevista

Dados de identificação

Nome:

Profissão:

1. Qual sua origem e vínculo com Piacatuba?
2. Como foi seu envolvimento com o Festival de Piacatuba? O que motivou sua participação?
3. Há quanto tempo atua ativamente no Festival?
4. Você percebe, ao longo do tempo, crescimento ou decréscimo do seu negócio? Como você avalia sua participação no evento
5. Com quais produtos ou serviços você participa no Festival? Estes possuem vínculo com a identidade de Piacatuba?
6. Onde é adquirida a matéria prima para o preparo de seus produtos?
7. Quem trabalha junto com você no preparo dos produtos ao longo dos dias do evento? Qual a ligação com Piacatuba dessas pessoas envolvidas no preparo?
8. O local de venda dos produtos é próprio ou alugado?
9. Como é o preparativo para o evento? Existem reuniões coletivas ou cada participante se organiza sozinho?
10. Como você vê a participação da comunidade no período de organização do evento, durante e fora dele?
11. Como você enxerga Piacatuba antes e depois do Festival?

ANEXO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa sobre a identificação do turismo endógeno no distrito de Piacatuba. Neste estudo pretendemos investigar a prática acerca do turismo endógeno e seus efeitos. O motivo que nos leva a estudar esse assunto em Piacatuba se deve ao destaque que o distrito tem obtido nos últimos anos em função do Festival de Gastronomia e Viola. Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecido(a) sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido(a) pelo pesquisador. O pesquisador irá tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. Você não será identificado em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo. Apesar disso, você tem assegurado o direito a indenização no caso de quaisquer danos eventualmente produzidos pela pesquisa. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma via será arquivada pelo pesquisador responsável, e a outra será fornecida a você. Eu, _____, portador(a) do documento de Identidade _____, fui informado(a) dos objetivos do presente estudo de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar desse estudo. Recebi uma via deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Juiz de Fora, ____ de _____ de 2018

Assinatura do(a) participante

Assinatura do(a) pesquisador(a)

Em caso de dúvidas com respeito aos aspectos deste estudo, você poderá entrar em contato com:
Maria Cláudia Marques Farage
Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora
FONE: (32) 99120-445 / E-MAIL: claudia_farage@hotmail.com