

Hospitalidade e Interpretação Turística

Lélio Galdino ROSA¹
Isabela de Fátima FOGAÇA²

Resumo: O aumento do número de pessoas que viajam cresce de maneira vertiginosa a cada ano. Diante disso, agentes, como governo, empresários e comunidade local têm se mobilizado para promover seus atrativos, transformando-os em ferramentas de educação, orientação, sensibilização e de desenvolvimento social e econômico. A estratégia para obtenção de sucesso neste processo tem sido a interpretação do patrimônio para turistas, em conjunto à sua requalificação. Por intermédio de uma pesquisa bibliográfica propomos nesse ensaio apresentar a definição de interpretação turística e suas relações com a hospitalidade, identificar as características essenciais da interpretação para captação de públicos específicos e ainda reconhecer a importância da relação da comunidade local com interpretação turística. O processo da interpretação busca a valorização da experiência do visitante, proporcionando-o uma melhor compreensão e apreciação do lugar visitado, e ainda dá subsídios à valorização da importância do patrimônio, quando este se incorpora como atração turística. O papel da hospitalidade, junto ao processo de interpretação, vem se destacar de maneira indissociável, pois ambos se complementam para o melhor acolhimento e transmissão de informações ao visitante e à sensibilização, quanto à necessidade de preservação do ambiente e da cultura.

Palavras-chave: Interpretação Turística; Hospitalidade; Atração Turística; Patrimônio.

1.1 Introdução

Quando surge o interesse em promover e desenvolver a atividade turística em uma localidade, a maioria das decisões é tomada por agentes que não pertencem à comunidade local. Normalmente, essas medidas são direcionadas à melhoria dos transportes, dos meios de hospedagem, dos restaurantes, das novas opções de lazer e entretenimento, assim como dos locais para compras. Eles realmente acreditam que o turista por si só descobrirá e ele se encantará com os atrativos existentes. Com isso, percebe-se que são muito pouco valorizadas as informações, referentes à localidade e seus habitantes, bem como seus costumes e hábitos, a história do local, suas crenças etc.

A interpretação do patrimônio busca promover a melhor ampliação do conhecimento a respeito do mesmo. Ou seja, tenta provocar nos visitantes diferentes maneiras de compreender o que, a princípio, lhe é estranho. Em uma viagem, o visitante utiliza-se da

¹ Doutor em Geografia, Mestre em Turismo e Hotelaria, Especialista em Administração Hoteleira, Bacharel em Economia e Tecnólogo em Hotelaria. Professor Adjunto Doutor da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro-UFRRJ. <http://lattes.cnpq.br/9644204315055460> leliogaldino@hotmail.com.

² Doutora em Geografia, Mestre em Turismo e Hotelaria, Bacharel em Turismo. Professora Adjunta Doutora da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro-UFRRJ. <http://lattes.cnpq.br/1731543706249446> . isafog@hotmail.com.

exploração visual como sendo seu principal sentido para descobrir singularidades do lugar, seus símbolos e significados.

Temos, portanto, o processo da interpretação como sendo o responsável em estabelecer uma comunicação efetiva entre visitantes e local visitado, conduzindo à preservação do patrimônio e o desenvolvimento cultural local.

A hospitalidade é uma grande aliada do processo de interpretação que facilita o bom convívio entre autóctones e visitantes.

1. O QUE É INTERPRETAÇÃO?

Goodey e Murta (2005) esclarecem que interpretar é um ato de comunicação. Interpretar é a arte de comunicar mensagens e emoções a partir de um texto, de uma música, de uma obra de arte, de um ambiente ou de uma expressão cultural.

No nosso caso, profissionais do turismo, devemos considerar a interpretação de um patrimônio como sendo um processo de agregação de valores à experiência do turista, por intermédio de disponibilidade de informações e representações que destaquem a história e as características culturais e ambientais de um determinado local.

Para Tilden (1967, p.43)

Por intermédio da interpretação obtém-se a compreensão; por intermédio da compreensão chega-se à apreciação e via da apreciação conquista-se a proteção. Compreender a interpretação, além de um mero processo de informação, conduz-nos à realidade de que interpretar é revelar significados, provocar emoções, estimular a curiosidade, entreter e inspirar novas atitudes no visitante, proporcionar uma experiência inesquecível com qualidade (GOODEY; MURTA, 2005).

Freman Tilden foi o primeiro pesquisador a escrever sobre interpretação de patrimônio, seu trabalho teve como local de estudo a prática sistemática da interpretação no Serviço Nacional de Parques do EUA, no final da década de 1950. Seu intuito era sensibilizar o grande número de pessoas que visitavam os Parques de Yosemite e do Grande Canyon sobre a importância da preservação daqueles santuários naturais.

Morales (1998) reforça, garantindo que a interpretação do patrimônio é a arte de revelar o significado do legado natural, cultural e histórico, ao público que visita esses lugares em seu tempo livre.

Nesse processo de interpretação turística, existem os quatro agentes capazes de promover um turismo sustentável, são eles:

- a comunidade autóctone,
- os turistas,
- o Meio Ambiente e
- a atividade turística propriamente dita.

Se esses agentes atuarem de maneira harmônica e com bom planejamento, o turismo pode proporcionar impactos positivos e ser um propulsor de restaurações,

conservação, requalificação, de ambientes naturais e culturais, fortalecendo a cultura local e contribuindo para a geração de renda e empregos (OMT, 2003).

Essa maneira de atuação, além de considerar importante a preservação da natureza, dos costumes (cultura) e dos meios produtivos locais, adota uma abordagem de sensibilização da população local e os hábitos das organizações turísticas locais. Ou seja, a população local deve participar ativamente no planejamento turístico, onde se deve considerar todos seus anseios, angústias e necessidades.

Desta forma percebemos que a interpretação, sendo considerada um meio de comunicação, assume também o papel de despertar atitudes de conservadorismo entre os envolvidos – comunidades locais, turistas, e investidores.

A finalidade de uma interpretação turística é promover alterações nos âmbitos cognitivos, afetivos e comportamentais dos agentes envolvidos no processo, que devem se manifestar de forma duradoura e contínua. Mas para que isso aconteça, a interpretação turística deve:

- a) atrair e manter a atenção do turista;
- b) o turista tem de entender a mensagem transmitida e retê-la para si;
- c) a partir dessas informações obtidas o turista adote atitudes positivas;
- d) que seja perceptível essa mudança de forma permanente.

Com base da teoria de Freeman Tilden (1975), para colocarmos em prática a interpretação turística, devemos conhecer seu significado, seus propósitos e ainda, considerar alguns princípios básicos, tais como:

- a interpretação deve provocar a atenção, curiosidade ou interesse do público. Se não obtivermos a atenção desse público, provavelmente não conseguiremos transmitir a mensagem, ou conteúdo desejado ao visitante;

- a interpretação tem de se relacionar com a vida cotidiana do visitante. Sendo que esse visitante se vê conectado ao atrativo visitado. A informação obtida deve ser algo que tenha alguma utilidade para sua vida;

- a interpretação deve revelar a essência do significado do lugar ou do objeto. É como uma essência da informação disponível, uma vez que nem sempre se pode transmitir ao visitante tudo o que se sabe sobre um determinado sítio ou fenômeno;

- a interpretação deve unir as partes em um todo. Cada lugar pode apresentar diferentes aspectos e conter muitos detalhes, que terão de se inter-relacionar para transmitir uma ideia coerente;

- a interpretação é uma arte; portanto, deve produzir impacto no público, além de transmitir significados, produzir sensações e emoções. E os responsáveis pela interpretação – como bons comunicadores – devem aplicar as técnicas disponíveis, como uma grande dose de criatividade, para chegar ao coração das pessoas;

- a interpretação deve tentar ir além do mero fato da visita. Deve contribuir para a prevenção e a solução de problemas sociais, ambientais e de patrimônio, provocando um efeito que perdure nos visitantes.

Miranda (2005) garante-nos que em um período muito curto não é possível que os turistas estabeleçam vínculos afetivos ou cheguem, por sua própria conta, a uma ligação com o lugar que estão visitando. Para que isso aconteça, o público deve ser beneficiado com algum tipo de auxílio para compreender a mensagem, desenvolver atitudes e alterar seus comportamentos. Assim, temos como essência da interpretação a mensagem e a estratégia para a elaboração de uma interpretação sólida, ou seja, criar mensagens impactantes e efetivas começa pela proposta de objetivos:

- a) Gerais: políticas de gestão ou metas (exemplo: “contribuir para uma ótima utilização do espaço no Horto Florestal).
- b) Secundários: identificam ou conduzem a temas e conceitos (Exemplo: mostrar os aspectos mais significativos dos cursos de água no parque nacional).
- c) Específicos: efeitos que queremos produzir no público. Estes são os que mais devem nos interessar (exemplo: que os visitantes não toquem nas obras de arte).

Os objetivos específicos podem ser subdivididos, ainda, em três níveis: para conhecimento, para afetividade e, enfim, para as atitudes e/ou comportamentos (Morales, 1998). Sendo assim, estes três objetivos específicos permitirão, em um processo de interpretação, avaliar o grau de captação das mensagens transmitidas, como também apreciar a resposta de comportamento por parte dos turistas. A partir desse comportamento, percebemos qual a verdadeira efetividade da interpretação.

Após a definição dos objetivos específicos a serem adotados, a interpretação é realizada mediante a aplicação de certas técnicas, seja em um museu ou um sítio arqueológico. Com isso, faz-se necessário conhecer a que tipo de público será dirigida a interpretação para que possamos adequar, da melhor maneira possível, a mensagem e escolher a metodologia a ser utilizada. De maneira geral, Miranda (2005) caracteriza os destinatários da interpretação como sendo:

- a) não frequentador assíduo e não está lá obrigado e
- b) está em seu tempo livre.

Com essas características, exige-se que o espaço de comunicação com o público leve em conta o contexto recreativo em que este se encontra.

2. CARACTERÍSTICAS ESSENCIAIS DA INTERPRETAÇÃO, VOLTADA À CAPTAÇÃO DE PÚBLICO

Segundo Miranda (2005), se a interpretação é voltada para captação do público, a mesma tem de possuir algumas características essenciais, tais como:

- capacidade de atrair o público;
- ser compreensível;
- revelar-se de maneira interessante;
- ter um bom roteiro e,
- ainda, deve estar estruturada em torno de uma frase tema ou de uma ideia central.

Para atrair a atenção do público, os programas interpretativos vão depender de vários fatores:

- a) a promoção e a publicidade nas diferentes mídias e programas;
- b) a aparência dos programas e as técnicas interpretativas;
- c) o meio de interpretação utilizado (alguns visitantes preferirão atividades guiadas, outros preferirão um *folder*);
- d) o grau de esforço percebido pelos visitantes (alguns preferirão assistir a programas de duas horas, outros disporão de menos de meia-hora).

Quanto ao fato da mensagem ter de ser compreensível, temos de lembrar que o entendimento conceitual, isto é, os conceitos e as palavras que são utilizadas têm de ter um significado claro para quem ouve. Uma mensagem é ou não compreensível dependendo do nível de conhecimento e da cultura de quem a recebe e, neste sentido torna-se muito pessoal. Para que isso seja alcançado, há de se evitar os conceitos técnicos e acadêmicos, e utilizar uma linguagem mais próxima possível da usada pelos visitantes.

O ponto vital para uma boa interpretação é tornar a mensagem interessante. A mensagem tem de ser relevante para o ego do visitante. Por exemplo, um guia de turismo pode utilizar termos simples e conseguir que todos entendam sua mensagem. No entanto, se o guia não passa a mensagem de maneira interessante para o ego dos turistas, eles (os turistas) podem deixar de prestar atenção, ou seja, distraem-se do que estão sendo orientados, mesmo que compreendam a mensagem. Para que uma mensagem seja relevante ao ego, ela deve se referir diretamente ao sujeito, conter analogias ao ser humano ou à vida cotidiana, ou elementos de relevância pessoal (por exemplos: filhos, a família etc) (MIRANDA, 2005).

A existência de um roteiro lógico surge com intuito de ser o delineador do argumento estruturado em sequências lógicas, para que a informação seja convincente e seja assimilada em um contexto. O roteiro é a estrutura da apresentação. Miranda (2005, p. 101) mostra-nos que “esquemas conceituais ou roteiros típicos são as formas de relato sequencial, seguindo a estratégia e as etapas de um conto: narração cronológica, informação em categorias e a descrição de processos gerais para chegar a fatos particulares”.

Outro componente do processo de comunicação para interpretação consiste em uma ideia central, ou seja, uma frase de impacto. Esta frase deve apresentar-se de maneira completa, “uma frase de estilo próximo ao coloquial” (MIRANDA, 2005, p.101).

Lewis apud Miranda (2005) demonstra como se elabora a frase tema:

- a) Há de se determinar o tópico da apresentação: ‘do que se vai falar?’ Por exemplo, ‘quero falar sobre aves’... esse é o tópico.
- b) Determinar o tópico específico: ‘sobre que aspecto das aves quero comentar?’ Por exemplo, ‘quero falar das aves insetívoras’... esse é o meu tópico específico.

- c) Formular a frase tema: 'o que pretendo que o visitante saiba sobre as aves insetívoras'. Por exemplo, 'quero que as pessoas saibam que as aves insetívoras evitam que muitos insetos se convertam em praga'... este é o tema.

Esta frase, tal e qual, será a que aparecerá na apresentação do guia, do folheto, da placa ou da exibição. Como os leitores poderão apreciar, esta frase coincide com o objetivo para o conhecimento.

Algumas vantagens são apresentadas e defendidas por Ham (1992):

- a) Da direção ao interprete. Colabora ao saber o que necessita ser averiguado para desenvolver a apresentação completa, diminui e muito o trabalho de preparação e facilita a apresentação.
- b) Auxilia o público a compreender a mensagem. Este aspecto é lógico, pois contribui para centralizar a atenção; o tema é o adesivo (*slogan?*) para essas cinco, ou menos, partes da apresentação.
- c) Pode servir de título. É o mais sugerido; se a frase está bem redigida, é curta e agradável, pode-se usá-la como cabeçalho de qualquer apresentação. Cumpre uma função próxima a de uma manchete: transmite algo sobre a notícia ou a matéria tratada e, em boa medida, é uma informação que capta uma ampla porção do público que somente leem manchetes, principalmente em *folders*, placas e exposições.

Para fazer da viagem uma experiência verdadeiramente cultural, precisamos desenvolver a preservação e a interpretação de nossos bens culturais, traduzindo seu sentido para quem visita. Mais que informação, a interpretação tem como objetivo convencer as pessoas do valor de seu patrimônio, encorajando-as a conservá-los. Esta é sua essência (MURTA; ALBANO, 2005).

Para atingir seus objetivos, a interpretação utiliza várias artes da comunicação humana – teatro, literatura, poesia, fotografia, desenho, escultura, arquitetura – sem se confundir com os meios de comunicação ou equipamentos que lhe servem de veículos para expressar as mensagens: placas, painéis, folders, mapas, guias, centros, museus etc. No entanto, nada substitui a interpretação ao vivo, realizada por guias e condutores sensíveis ao ambiente e às necessidades dos visitantes.

3. COMUNIDADE LOCAL: SUAS CARACTERÍSTICAS E A RELAÇÃO COM A INTERPRETAÇÃO TURÍSTICA

Uma grande quantidade de autores é unânime em afirmar que um planejamento turístico com base local é fundamental para o desenvolvimento do turismo sustentável. Essa ideia fundamenta-se no propósito de que ninguém melhor que os autóctones conhecem o lugar e obviamente sua própria história. Nenhuma outra pessoa está tão envolvida e comprometida com o lugar onde nasceu e onde se vive.

Goodey (2005, p.106) explica que “na maioria dos países, as decisões de planejamento local são tomadas com base nos padrões de poder existentes, especialmente no que diz respeito à administração territorial e de serviços”.

Podemos considerar como comunidade local, grupos de pessoas mutáveis que compartilham um território conhecido, como, por exemplo, um vilarejo, um edifício de apartamentos, uma rua, entre outros. Há também uma certa padronização do uso deste espaço compartilhado, há determinados marcos, símbolos, nomes e percepções que estabelecem uma geografia particular do lugar.

Com relação às pessoas, notamos um conjunto de opiniões compartilhadas sobre como a área e sua população devem ser gerenciadas. Na comunidade local, existe uma visão parcialmente explicitada e compartilhada sobre como a região poderá ser no futuro, para além do tempo de vida da população que hoje nela mora.

Em uma comunidade local é notória a convicção de que a maioria dos esforços físicos e financeiros, oriundos daquela região, deveria ser ali investida em infraestrutura e serviços públicos. E, ainda, percebe-se uma certa relutância em aceitar gente de fora (visitantes ou imigrantes) e mudanças (novas estradas ou desenvolvimentos) que impliquem em uma modificação significativa no estilo de vida local (GOODEY, 2005).

Por mais distante dos grandes centros que uma comunidade localize-se, ela pode se interar de qualquer dos assuntos que estejam acontecendo mundo a fora, via Internet, antenas parabólicas etc. Porém, estes equipamentos podem não ser capazes de alterar completamente seus hábitos, crenças e costumes. Tendo apenas a vantagem de promover a percepção das implicações, tanto positivas quanto negativas, de como as outras pessoas fazem as coisas em outros lugares.

Nenhuma comunidade local é estável; ou elas estão em um processo de declínio populacional e/ou decadência econômica, ou estão prosperando. Ou elas estão abandonadas, descartadas, subutilizadas, ou estão crescendo, prosperando, modernizando-se. (GOODEY, 2005, p. 49)

Planejamento Local

O planejamento com base local, a princípio, não é bem visto por todos da comunidade, tornando-se até um pouco desconfortável, pois a sua efetivação requer um foro representativo local, aberto à participação de todos moradores daquela localidade. E, antes disso se faz necessário um inventário do que existe no local, que envolve o levantamento da disponibilidade de infraestrutura, de recursos financeiros, quais as potencialidades, interesses e compromissos.

Para Goodey (2005), em um processo de desenvolvimento local, o visitante ou o plano de interpretação são apenas partes desse processo. E, para que, esse processo torne-se uma experiência positiva e enriquecedora, o mesmo autor sugere alguns requisitos importantes para assegurar o sucesso do mesmo, tais como:

- Haver algum representante local respeitado, não necessariamente entre os mais antigos, mas alguém que leve à comunidade uma visão futura, de potencialidade do lugar.
- A visão da potencialidade futura do lugar deverá atrair também investidores dispostos a participar com seus negócios e outros interesses, independente das estruturas sociais existentes.
- Um fórum de discussão deverá ser estabelecido, a fim de estimular a formação de um corpo de representantes da comunidade, eleitos ou indicados.
- Este fórum apresentará um programa preliminar para as metas a serem alcançadas, o que certamente encontrará alguma oposição por parte dos interesses tradicionais e, possivelmente, governamentais.
- Uma forma de compatibilização dos novos interesses com os interesses tradicionais terá de ser desenvolvida e deverá incluir:
 - representação ampliada;
 - mapeamento e organização dos dados;
 - um programa da elaboração do plano, por etapas;
 - a articulação das parceiras que fornecerão apoio técnico e institucional;
 - ações ou eventos imediatos que marquem a presença de um pensamento renovado na comunidade.
- Essa fase de compatibilização pode ser longa, mas poderá significar a oportunidade de agregação de novas informações e de novos conceitos a serem desenvolvidos, testados e avaliados.
- Visando mobilizar membros da comunidade que antes não participavam, novos grupos poderão ser formados, como os de jovens, de idosos e os de recém-chegados, os quais levarão algum tempo para se estruturar.
- Um cronograma claro para execução do plano é a coluna dorsal do esforço local. Para tanto, é essencial definir datas, especificando quando a informação será reunida, quando as oportunidades serão avaliadas, quando ocorrerão os eventos e quando as propostas deverão ser implementadas.

- O plano propriamente dito não é um documento pronto e acabado.
- As questões centrais do plano são:

Qual é o propósito de uma iniciativa ou decisão específica?

Por que ela está sendo tomada?

Quem a conduzirá?

Como ela será financiada e implementada?

Onde ela acontecerá e

Que impactos terá?

Um planejamento ideal normalmente se dá por intermédio de reuniões periódicas com a comunidade local, podendo até utilizar-se de maquetes, entre outros equipamentos que consigam formular uma simulação de planejamento local.

O planejamento local, mesmo que não surta grandes efeitos, inicia um processo de renovação do autoconhecimento, que inclui a identificação dos valores presentes na comunidade. Tais valores reforçam não só as crenças e costumes, mas também o valor intrínseco de construções, paisagens, festivais e de outras manifestações culturais, herdadas do passado. Ou seja, aquilo que a comunidade valoriza para si própria, o que ela deseja preservar, é possivelmente o que ela vai querer compartilhar com dos outros (GOODEY, 2005).

A participação dos visitantes e suas experiências

Quando chegam a uma determinada localidade, os visitantes logo se ocupam de todo aquele espaço. “As vozes, seus tempos, seus percursos, atitudes e necessidades podem rapidamente se apropriar do espaço físico e temporal. As casas noturnas e os carros de aluguel seguem essa tendência e multiplicam” (GOODEY, 2005, p. 53).

O que antes era dominado apenas pela comunidade local, agora está sendo compartilhado por outras pessoas que possuem anseios e desejos diferentes. Para que haja um equilíbrio dessas necessidades e expectativas, o ideal é buscar apoio positivo de organizações regionais e nacionais.

Os modelos de harmonização entre comunidade e visitantes são os seguintes: recursos, mercados e temas.

Deve-se fazer um levantamento do que se tem para ser oferecido, o que há de melhor na localidade, o que pode ser de interesse a visitas.

Exemplos: sítios arqueológicos, cachoeiras, danças típicas, artesanatos etc.

Após a análise do que se pode oferecer, ou seja, do produto a ser comercializado, surge a necessidade de determinar quem será o consumidor. Qual o público específico que pode se interessar pelo produto ofertado? Quais são os agentes desse mercado em potencial: idade, origem, nível de escolaridade, renda, interesses e atividades desenvolvidas.

Em conjunto a esses dois itens, há de se considerar os temas específicos, por meio dos quais o turista é colocado em contato com os recursos locais. Temas variados, como:

antiguidades, pesquisa, observação de pássaros, biologia etc. Estes lugares podem ser potencializados e valorizados pelos autóctones por intermédio da interpretação e da hospitalidade, via sinalizações, publicações, eventos, exposições. A grande parte dos turistas procura ter uma experiência bem estruturada que os entretenha, que informe e acrescente lembranças positivas de sua viagem de férias; somente uma minoria – geralmente bem informada, aberta e sensível, procurará ter um contato próximo com os valores mais enraizados da comunidade.

Goodey (2005, p. 55) reforça, ainda, que “nunca devemos nos esquecer de que as férias são um breve afastamento do contexto e dos valores que nos são familiares. É um período no qual é possível viver novas experiências e durante o qual alguns valores sociais poderão ser postos de lado”.

O planejamento local deve ser capaz de enfatizar o que se pretende ou pelo menos o que se busca alcançar. Neste sentido, Goodey (2005) apresenta algumas características essenciais ao sucesso do planejamento local:

Quadro 1: Características para um planejamento local de interpretação turística

O plano deve ser:	Significa que:
Compreensivo	As implicações sociais, ambientais, econômicas e políticas devem ser integralmente analisadas e compreendidas como parte de uma abordagem holística do planejamento.
Interativo e dinâmico	O planejamento deve ser contínuo, respondendo às mudanças circunstanciais, e ser capaz de realizar ajustes dentro do contexto de uma adaptação de políticas e estratégias.
Sistemático	Os possíveis impactos deverão ser avaliados de forma a evitar efeitos negativos: as motivações e as demandas do visitante deverão ser analisadas e conjugadas com as capacidades locais para desenvolver produtos que aumentem a integridade dos recursos locais.
Integrativo	O planejamento e a administração deverão colocar o turismo dentro de um processo de planejamento socioeconômico e de uso do solo mais amplo, de modo que as decisões que venham a afetar o turismo sejam bem compreendidas e consideradas na íntegra.
Voltado para a comunidade	Tem de haver envolvimento e comunicação com a comunidade local na atividade de planejamento e administração, de forma que todos aqueles afetados tenham oportunidade de expressarem de fato suas ideias; a participação máxima de todos os habitantes na atividade e nos serviços turísticos deve ser estimulada.
Renovável	O plano deverá ser conduzido como uma atividade renovável, na qual as fontes naturais e culturais mantenham sua integridade de forma a permitir um uso continuado e futuro. O estabelecimento de limites para mudanças aceitáveis e a capacidade de absorver o turismo têm de ser tornar objetivos primários de todo e qualquer planejamento turístico. Desta forma, devem ser desenvolvidos produtos que utilizem e reforcem a integridade dos recursos locais.
Implementável e voltado para os objetivos	É preciso que haja clareza quanto aos objetivos que o turismo pode de fato alcançar através de políticas específicas; a estratégia de desenvolvimento e os programas de ação devem ser adaptados especificamente à consecução de objetivos concretos; deve haver uma distribuição justa dos benefícios e dos custos entre os negócios, voltados para o turismo e a comunidade local – no presente e no futuro.

Fonte: adaptado, Goodey, (2005 p. 57)

O quadro 1 demonstra que a interpretação e a hospitalidade devem ser desenvolvidos em conjunto ao planejamento, compondo um único processo.

A ação da Interpretação

Nenhuma localidade inicia um processo de interpretação sem que o mesmo já não exista de alguma maneira. “Geralmente, há monumentos que já estão incluídos em guias turísticos; museus ou trilhas que passaram a ser, ao longo dos anos, objetos de responsabilidade oficial ou do entusiasmo local” (GOODEY, 2005, p. 57).

Todo planejamento tem entre seus agentes envolvidos a população local como a mais importante. Neste sentido, percebe-se que a interpretação auxilia no processo de demonstrar a essa comunidade, quais são os seus verdadeiros anseios, desejos e valores.

Quando surge o interesse em divulgar ou promover uma determinada localidade ou região, a atuação de governos, federal, estadual ou municipal, é de tentar atrair tanto visitantes quanto investidores, de maneira a fomentar linhas de créditos e até a implementação de infraestruturas: rodovias, edificações, acervos etc. Assim, surgem questionamentos do tipo:

A comunidade local participa desse processo?

Qual é a visão dos autóctones a respeito desses recursos?

Campanhas de divulgação, nacional e internacional, auxiliam no aumento do interesse e o respeito da comunidade local?

Na grande maioria das vezes, percebe-se a responsabilidade pelo controle dos patrimônios existentes, concentrada nas mãos de especialistas e autoridades que não fazem parte da população local, excluindo-as deste processo. “O visitante eventual pode até pagar para ver a cultura oficial, mas jamais perceberá a local e é ela que possivelmente contém a essência do lugar” (GOODEY, 2005, p. 87).

Portanto, todo planejamento tem de considerar e envolver a comunidade local de maneira íntegra, contemplando o potencial para uma interpretação em conjunto no processo de compartilhamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A interpretação assume um papel superior ao de simplesmente informar, pois tem como principal objetivo e essência a busca pelo convencimento dos indivíduos sobre o real valor do patrimônio, motivando-os a preservá-los.

O sucesso da interpretação parte da necessidade de se fazer um bom planejamento que inclua a participação efetiva da comunidade local, indiscutivelmente. Promover a curiosidade, estimular um olhar diferenciado e aprofundado dos visitantes com relação aos patrimônios, às paisagens, aos costumes, à história, hábitos e costumes locais, faz com que a experiência da viagem seja mais interessante e inesquecível.

Portanto, a interpretação possui a principal função de estabelecer a mais perfeita comunicação entre visitante e localidade visitada, promovendo e estabelecendo nesta relação a sensibilização de todos os agentes envolvidos da importância de preservação e do desenvolvimento das comunidades locais, possuidoras de atrativos turísticos. Promover a interpretação turística representa valorizar e acrescentar valores ao produto ofertado.

REFERÊNCIAS

HAM, Sam H. (1992) *Interpretación ambiental: una guía práctica para personas con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Colorado: North American Press.

LEWIS, Willian J. (1981) *Interpreting for park visitors*. 2nd ed. [S.l.]: Easem National Park and Monuments Association.

MIRANDA, J. M. (2005) *O processo de comunicação na interpretação*. In: MURTA, S. M. M.; ALBANO, C. *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, p. 95-105.

MORALES, J. (1998) *Guia práctica para la interpretación del patrimonio*. Andalucía: Tragsa, Junta de Consejería de Cultura.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. (2003) *Turismo sustentável: Manual para organizadores locais*, [S.l.].

TILDEN, F. (1967) *Interpreting our Heritage*. Carolina: University of North Carolina Press.

PEDRÓGÃO grande. Disponível em: <<http://www.cm-pedrogaogrande.pt/index.php/turismo>>. Acesso em: 08 jun. 2011.