



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Passeio de trem maria-fumaça: os diferentes olhares¹

Valdete Elza Spindler Debenetti²
Universidade de Caxias do Sul

Resumo

Este estudo investigou, na visão dos turistas, se os atrativos turísticos e os serviços agregados ao Passeio de Trem Maria-Fumaça atendem às expectativas do turista. O estudo foi desenvolvido por meio da utilização de questionários, entrevistas, observações, memoriais descritivos, notas de campo e registro de relatos orais. Os resultados foram analisados de forma descritiva, interpretando em profundidade as impressões dos turistas em relação ao produto em questão. Evidenciou-se que as animações culturais e lúdicas constituem-se no diferencial do passeio. Embora alguns turistas tenham feito críticas negativas ao passeio, este atendeu às expectativas, principalmente por proporcionar diversão e cultura aos participantes.

Palavras-Chave: Passeio de Trem Maria-Fumaça; animações culturais e lúdicas; produto turístico.

Introdução:

Nos tempos atuais, observa-se um interesse maior das pessoas por atividades de lazer. Esse fato se deve a diversos fatores. Os principais motivos apontados pelas pessoas que procuram atividades de lazer são a necessidade de recompor suas capacidades intelectuais e físicas e a busca por momentos prazerosos que possam contribuir para o seu desenvolvimento. Atualmente, o lazer é visto como uma necessidade básica do indivíduo e não mais como privilégio de uma minoria, aponta Medeiros (1975). Nesse sentido, segundo Bacal (2003), o lazer efetiva-se no tempo livre que o indivíduo dispõe. De acordo com Hourdin (1970), tempo livre é aquele que a pessoa pode dispor da forma que desejar, legítima, legal e livremente, quando já tiver cumprido com as suas obrigações profissionais e sociais. O autor aponta que não há apenas uma forma de fruição desse fenômeno. O tempo livre pode ser utilizado para diferentes finalidades, como o descanso e o desenvolvimento de outras atividades elegidas pelo indivíduo, assinala Hourdin (1970). Quanto a essa diversidade de atividades, Dumazedier

¹Trabalho apresentado GT - Interfaces com a Gestão de Negócios do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.

² Mestre em Turismo - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul/RS. Pós-graduada em Práticas Pedagógicas na Educação Básica – Faculdade de Educação de Joinville. Graduada em Administração de Recursos Humanos – Unisinos/RS. Professora monitora do curso de Tecnologia em Processos Gerenciais do Centro Universitário Leonardo da Vinci, Indaial/SC. Professora do Ensino Fundamental em Carlos Barbosa/RS. E-mail: valdeteelza@terra.com.br

(1973) destaca, além do descanso, o divertimento, a recreação, o entretenimento e o desenvolvimento da personalidade. Tomando-se o Turismo como exemplo nesse patamar de discussão, esse se destaca por ser uma atividade em que o indivíduo está em busca de lazer, bem-estar e satisfação, como atesta Bacal (2003) e Negrine e Bradacz (2006), referindo-se ao Turismo como sendo uma alternativa de lazer.

Na intenção de atender a essas peculiaridades do Turismo, uma rede de empreendimentos e serviços surgiu com a finalidade de atender a demanda que sinalizava necessidades de lazer e diversão. Estabelecimentos de hospedagem, de alimentação, de recreação e de transportes são alguns exemplos de empreendimentos que surgiram para atender os interesses de indivíduos ávidos por lazer. Concomitantemente, surgiram serviços agregados ao produto turístico. Num exemplo mais específico, o Passeio de Trem Maria-Fumaça, que ocorre semanalmente entre os municípios gaúchos de Bento Gonçalves, Garibaldi e Carlos Barbosa, realizando-se num e noutro sentido, caracteriza-se por ser uma atividade turística e de lazer que o indivíduo realiza no seu tempo livre. Por meio dessa atividade, o indivíduo tem a oportunidade de andar de trem e de conhecer a paisagem da serra gaúcha, sendo essas as principais motivações assinaladas pelo turista em optar por esta prática turística. Além dessas motivações, o turista pode desfrutar de momentos de alegria, de diversão e de interação com outros turistas e com animadores lúdicos, personagens que fazem a animação cultural e lúdica no interior do trem e nas plataformas de embarque e desembarque ao longo do passeio.

O intuito gerador desta reflexão foi de ter conhecimento das impressões do turista em relação aos atrativos turísticos e aos serviços agregados ao passeio, isto é, se atendem às expectativas do turista. O Passeio de Trem Maria-Fumaça é tido como um produto turístico consolidado e de significativa relevância econômica e turística à Região Turística Uva e Vinho, região na qual o passeio está inserido.

O produto turístico analisado apresenta uma série de atrativos e serviços turísticos. Como atrativos turísticos, por exemplo, há o próprio trem Maria-Fumaça, a paisagem e as animações culturais e lúdicas. O transporte ferroviário exercido pelo trem Maria-Fumaça, os serviços de recreação e de guias de turismo são alguns exemplos de serviços encontrados nesse produto turístico.

Por fim, analisando-se esse produto turístico sob a ótica dos atrativos e serviços turísticos que o compõem, esse estudo teve como propósito investigar, junto aos turistas, se os atrativos e os serviços turísticos conseguem ou não atender às expectativas do turista, de

forma que este se sinta motivado a realizar novamente a experiência ou de recomendá-la para outras pessoas.

Considerações teóricas:

O Turismo é uma área do conhecimento que ainda se encontra em construção. Caracteriza-se por ser uma área interdisciplinar e multidisciplinar, mantendo diálogo com diferentes áreas do conhecimento, tornando-se uma área complexa e de difícil identificação do seu objeto de estudo. Por conta disso é que se encontram variados conceitos de Turismo, no esforço de melhor conceituá-lo.

Dentre as diferentes concepções de Turismo, Sousa (1994) analisa o Turismo como sendo uma prática social que é discutida em diversas áreas do saber, como já referenciadas nesse texto. O referido autor reforça a idéia de que o Turismo, como atividade de lazer, intensificou-se a partir da Segunda Guerra Mundial, quando passou a ser exercido por um número bem maior de pessoas, deixando de ser uma prática destinada a uma minoria. Quanto à relação que o Turismo estabelece com o lazer, Boullón e outros (2004) sustentam que o Turismo, como fenômeno social, é produto do tempo livre institucionalizado e do progresso tecnológico dos sistemas de transporte no século XX. Outra abordagem significativa é a de Jafari citado por Beni (2004) que evidencia uma visão mais holística para o termo, referindo-se ao Turismo como sendo o estudo do homem longe do seu local de residência, da indústria que satisfaz as suas necessidades e dos impactos gerados pelos ambientes físico, econômico e sociocultural da área receptora. Todavia, apesar dos diferentes conceitos encontrados na literatura referente ao Turismo, a idéia que Negrine e Bradacz (2006) sustentam é a que mais se aproxima à temática desse estudo, porque esses autores são de opinião que é impossível desvincular a Cultura, de Lazer e Turismo. Segundo esses autores, cultura abarca lazer e turismo, sendo que o turismo é apenas uma das alternativas de lazer.

Na literatura referente ao Turismo, encontram-se algumas adjetivações ao termo *turismo*, como forma de distinguir um produto turístico de outro. Como exemplos, têm-se: turismo de lazer, turismo cultural, turismo de aventura, entre outros. Na discussão desse artigo, as definições para turismo de lazer e turismo cultural são abordagens mais pertinentes à proposta desse estudo.

De acordo com Beni (2004), as diferentes terminologias utilizadas para diferenciar o Turismo, como as citadas anteriormente, são denominações usadas em razão do tipo de atividade que o turista desenvolve. Segundo esse autor, o Turismo Cultural possui significativa importância para aqueles lugares em que esse tipo de Turismo possa servir de

componente atrativo a regiões potencialmente turísticas por produzir expressões ou atividades como: artesanato, idioma, tradições, gastronomia, história da região e vestimentas típicas. Além do componente atrativo que essa prática de Turismo proporciona às pessoas que dele usufruem, proporciona ao turista momentos de lazer que se caracterizam por serem diferentes e excitantes, práticas eleitas pelo turista com o fim de conhecer esse turismo e desfrutar dele. Quanto à adjetivação do termo turismo em turismo cultural, Negrine e Bradacz (2006) desafiam estudiosos da área a refletirem a respeito da seguinte indagação: “Existe algum tipo de turismo que *não seja cultural* no sentido estrito do termo?” (p.27). Segundo esses autores, no sentido estrito do termo, todos os produtos turísticos que se pode adjetivar são culturais.

Quanto ao Turismo de Lazer, consoante Barretto (2005), o mesmo é considerado uma forma de lazer quando se desenvolve no tempo livre que o indivíduo dispõe.

Tomando-se como parâmetro as abordagens referentes ao Turismo Cultural e ao Turismo de Lazer, ambos incluem-se na composição do produto turístico Passeio de Trem Maria-Fumaça. Este produto é, ao mesmo tempo, uma atividade de lazer e uma atividade cultural porque o turista tem a oportunidade de desfrutar de um passeio através de um meio de transporte raro nos dias atuais, como é o caso do trem Maria-Fumaça. Além dessa experiência rara, é oferecida ao turista a oportunidade de aquisição de conhecimentos da cultura gaúcha e italiana, uma vez que o passeio se desenvolve em solo gaúcho, numa região que foi colonizada por imigrantes italianos, como é o caso da serra gaúcha. Esse fato se dá através das animações culturais e lúdicas que ocorrem durante todo o passeio. As animações acontecem por meio das apresentações musicais, teatrais, trovas e são executadas por animadores lúdicos que têm como papel principal proporcionar a interação entre turistas e animadores lúdicos, propiciando diversão, alegria e cultura.

As animações, como anteriormente já mencionadas, são um dos atrativos turísticos desse produto turístico. Reportando-se aos aportes de Beni (2004), esse autor diz que a oferta turística é constituída de atrativos turísticos que podem ser classificados em naturais, culturais e artificiais, e de serviços turísticos, sendo que esse último é a parte agregada da oferta. O somatório de atrativos e serviços turísticos, o autor denomina *produto turístico*. Quanto às animações culturais e lúdicas presentes no produto turístico analisado, essas são classificadas como *atrativos turísticos culturais* porque representam a cultura e o modo de vida do povo gaúcho e dos imigrantes italianos que colonizaram a região serrana gaúcha. Já, as paisagens são classificadas como atrativos turísticos naturais. Portanto, atrativo turístico é todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva grupos humanos a se deslocarem de um determinado lugar para conhecê-los, sustenta Beni (2004).

Quanto aos serviços turísticos, o autor supracitado afirma que os serviços são atividades essenciais no âmbito do Turismo e, para tanto, existe uma rede de serviços disponível aos consumidores para a realização da atividade turística, como: transporte, entretenimento, meios de hospedagem, entre outros.

Percorrendo a literatura referente aos serviços turísticos, encontram-se estudos que complementam a definição anterior, quando dizem que o consumidor, ao usufruir o produto ou serviço, desfrutará de algo mais intangível que o serviço em si, desfrutará da experiência de experimentá-la. Tal referência é encontrada nos estudos de Beni (2004) e Zardo (2003), como exemplos. O modo em que se processou essa experiência é determinante para o consumidor emitir uma opinião de mérito em relação à experiência vivida. O consumidor poderá ter o desejo de realizar novamente a experiência, de recomendá-la para outras pessoas, como também o inverso. É nesse aspecto que os esforços de marketing devem estar concentrados na área do Turismo, pois refletem a satisfação do turista pelo produto turístico adquirido.

Quanto às motivações que impulsionam os turistas a optar por determinada prática turística, Beni (2004) afirma que os motivos são as razões que levam o turista a realizar uma viagem, por exemplo, levando-o à concretização da ação. Os motivos que conduzem um turista a decidir por uma determinada viagem e não por outra são causas subjetivas, no entender de Barretto (2005). Um turista pode se diferenciar de outro, pelas diferentes motivações que apresenta ao decidir por uma viagem, descreve Arrilaga (1976). Alguns turistas podem apresentar o desejo de viajar por viajar ou de viver novas experiências, há outros que estão em busca da felicidade, entre tantas outras motivações.

O planejador de atividades turísticas, ao delinear o produto turístico, precisa considerar os atrativos e os serviços envolvidos na composição do produto turístico final com a intenção de que o referido produto venha a atender às expectativas do turista. A forma como são compostos os produtos turísticos, os diferenciam no mercado, já que possuem especificidades próprias e estão direcionados a diferentes demandas. No caso do produto turístico analisado, as animações são consideradas um elemento de diferenciação na composição do produto turístico Passeio de Trem Maria-Fumaça. Tal fato se deve à condição de que as animações possuem um propósito inicial. Segundo a fala de Susana Giordani, promotora do evento, as animações foram planejadas com a intenção de proporcionar diversão, alegria e cultura aos turistas que realizam o passeio. Para concretizar tal idéia, foram contratados animadores lúdicos que atuam no interior do trem Maria-Fumaça e nas plataformas de embarque e desembarque. Através do papel que executam, intenciona-se

converter o espectador em participante das atividades propostas, isto é, em ser protagonista de sua ação, o que vem de encontro com a concepção de animação do ponto de vista sociocultural de Ander-Egg (1992). O autor, referindo-se ao papel do animador, sustenta a idéia de que esse desenvolve a tarefa de ser um facilitador entre o público e o objeto da animação, isto é, as atividades lúdicas. Quanto às atividades lúdicas, Ander-Egg (1992) relaciona-as às práticas diretamente estabelecidas com a diversão, a recreação e os jogos. O autor salienta que as atividades lúdicas criam no participante o desejo de pertencer a um grupo ou de lutar por um objetivo e, por isso, são expressas e experimentadas em valores como a dimensão lúdica da vida.

Segundo Ander-Egg (1992), o animador desempenha um papel específico dentro do grupo no qual atua e destaca três aspectos essenciais, que são: o animador deve se sentir parte do grupo (1); deve conduzir-se de tal forma que ajude os membros do grupo a desenvolver a sua iniciativa própria e exercitar suas próprias capacidades (2) e, também, deve esforçar-se para que o grupo compreenda o significado do que ele diz e propõe ao grupo (3).

O autor lembra que cabe ao animador, através da sua atividade, proporcionar o despertar de diversas emoções e sensações do seu público-alvo, que quase sempre são prazerosas e intensas.

A interação que se estabelece entre animador e público é selada por um laço de compartilhamento de emoções e sensações prazerosas entre ambos, permitindo que aconteça, de acordo com Maffesoli (1995), um contágio afetivo entre os participantes, compartilhando uma variedade de emoções comuns, caracterizando-se por serem intensas.

Em relação à interação que acontece entre os sujeitos, Urry (1996) sustenta que as animações desempenham um papel fundamental ao estimular a participação do turista e sua interação com o meio em que se encontra, já que objetiva envolver as pessoas com sua magia e encanto, proporcionando alegria.

Quanto à característica fundamental atribuída à atividade lúdica, Huizinga (2004) assinala que esta deve ser voluntária, isto é, deve nascer da livre e espontânea vontade do participante, não podendo ser imposta a ele.

Desse modo, tomando-se por embasamento teórico a teoria discutida até aqui, pertence ao animador a função de instigar livre e espontaneamente a participação dos membros do grupo com o qual trabalha, sem jamais impô-la. Os membros, atuando dessa maneira, terão a tendência de desenvolver uma atitude pró-ativa e de ser protagonista da sua ação.

As impressões dos turistas que realizam o Passeio de Trem Maria-Fumaça

a) Metodologia:

Este estudo caracterizou-se por ser uma pesquisa de corte qualitativo, de natureza descritiva, utilizando-se da metodologia Estudo de Caso. Através desse estudo, teve-se a pretensão de conhecer em profundidade o fenômeno investigado a partir da análise, interpretação e discussão das informações pertinentes à temática da pesquisa.

O estudo foi seccionado em dois segmentos, sendo o primeiro relativo ao resgate histórico da ferrovia no Brasil, especialmente, da ferrovia gaúcha e do primeiro passeio de trem Maria-Fumaça que aconteceu na localidade de Bento Gonçalves-Jaboticaba, denominado Ferrovia do Vinho. Esta atividade turística é considerada o passeio inspirador do Passeio de Trem Maria-Fumaça. A segunda etapa do estudo, mais precisamente, compreendeu a pesquisa exploratória, caracterizada pelo intenso trabalho a campo realizado pela pesquisadora. Para a execução dessa atividade, utilizaram-se instrumentos de coleta de informações, como a entrevista, o questionário, a observação, o memorial descritivo, a nota de campo e os registros de relatos orais, cuja tarefa foi desenvolvida pela pesquisadora.

Os *participantes do estudo* foram constituídos de *turistas*, *testemunhas oculares*, que são aquelas pessoas que prestaram informações substanciais à temática do estudo; *fontes primárias*, pessoas que contribuíram com o estudo através do testemunho, por terem presenciado algum fato relevante para a pesquisa e *os animadores lúdicos*, por serem personagens importantes do passeio, porque promovem a animação aos participantes.

Dentre os participantes, destacaram-se os *turistas*, por serem os consumidores do produto turístico. Esses foram agrupados em quatro subgrupos, que são:

A1) *Turistas oriundos de pacotes turísticos fechados*: são turistas que adquiriram o passeio através de pacotes turísticos promovidos principalmente pelos hotéis onde estavam hospedados. Eram todas pessoas adultas.

A2) *Turistas professores*: grupo constituído por professores de uma escola do Vale do Taquari/RS.

A3) *Turistas crianças*: são alunos do Centro Educativo Crescer, instituição educacional de Carlos Barbosa que atende alunos matriculados no turno inverso em que freqüentam a escola.

A4) *Alunos do Mestrado*: grupo formado por sete alunos do Programa de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul/RS. Diferenciaram-se dos demais turistas porque realizaram o passeio na intenção de serem observadores atentos e críticos.

Os turistas dos subgrupos A1, A2 e A3 responderam ao questionário aplicado pela pesquisadora. Foram entrevistados os integrantes do subgrupo A4 e esses integrantes elaboraram memoriais descritivos.

Devido à impossibilidade de reencontrar muitos dos turistas do subgrupo A1, aplicou-se o questionário a esse subgrupo quando finalizaram o passeio em Carlos Barbosa, no ônibus que os conduzia de volta a Bento Gonçalves. Para os demais turistas, dos outros subgrupos, a coleta de informações ocorreu alguns dias após a realização do passeio.

As informações coletadas foram analisadas de forma descritiva, oriundas de diferentes instrumentos de coleta de informações.

A realização de dois passeios pela pesquisadora, um no sentido Bento Gonçalves-Garibaldi-Carlos Barbosa e o outro em sentido inverso, originou duas notas de campo e os respectivos registros de relatos orais provenientes de depoimentos de turistas.

As informações foram organizadas em *categorias de análise*, isto é, temas recorrentes e evidenciados nas respostas obtidas dos turistas e que mais se aproximavam da proposta da pesquisa.

b) Resultados:

Considerando-se as limitações inerentes ao estudo qualitativo e os aspectos intuitivos que se fazem presentes, esse estudo teve a pretensão de contextualizar os achados com o propósito de ampliar a compreensão do fenômeno estudado e não de generalizá-los.

A descrição, a análise e a discussão das informações permitiram inferir que os atrativos turísticos e os serviços agregados ao Passeio de Trem Maria-Fumaça atendem às expectativas dos turistas.

Alguns turistas afirmaram que, embora o passeio tenha correspondido às suas expectativas, não desejariam realizá-lo novamente porque preferem conhecer outros produtos turísticos. Aqueles cuja expectativa não foi correspondida pelo passeio, atribuíram a sua frustração ao fato de terem imaginado determinado cenário e depararam-se com uma situação diversa ao que haviam imaginado. Encontraram lixo em torno da ferrovia e habitações de famílias em situação socioeconômica desfavorável habitando as margens dos trilhos do trem. Além desses aspectos, apontaram a falta de fidelidade das culturas apresentadas por alguns animadores lúdicos. Esse fato refere-se a aqueles animadores que se apresentaram descaracterizados, comprovando-se que não estavam rigorosamente trajados na cultura que se propuseram apresentar.

Quanto aos sentimentos que o passeio inspira, os turistas destacaram a alegria e a nostalgia como sendo os principais sentimentos positivos que o passeio aflora. A alegria se deve à constante interação e diversão que acontece por meio das animações culturais e lúdicas protagonizadas pelos animadores lúdicos. A nostalgia foi o sentimento mais lembrado pelos turistas mais idosos. Eles disseram que o passeio os fez lembrar do modo de vida dos imigrantes italianos que vieram habitar o país, superando as dificuldades com bravura.

A frustração foi o sentimento negativo apontado, principalmente, pelos alunos do Mestrado em Turismo. Esses alunos responderam que sentiram frustração ao encontrar lixo em torno da ferrovia, pelo reduzido espaço nas plataformas destinado às degustações, pelos poucos sanitários existentes nas plataformas, gerando longas filas e desconforto aos turistas, por encontrar animadores lúdicos que não estavam devidamente trajados, conforme os costumes da cultura que representavam.

No início da pesquisa acreditava-se que os turistas eram motivados a realizar o passeio pela oportunidade de desfrutar das animações culturais e lúdicas. Porém, os achados evidenciaram que os turistas realizam o passeio, principalmente, pela oportunidade de andar de trem, já que este é um meio de transporte incomum na atualidade e pela oportunidade de conhecer e contemplar a paisagem da serra gaúcha. A serra gaúcha é uma região em constante destaque na mídia, o que desperta o desejo de conhecê-la, assim como o seu povo, com seus hábitos e sua cultura. Os resultados apontaram também que as animações constituem-se no diferencial do passeio, por proporcionarem interação e divertimento constante aos turistas.

Além dos resultados já citados, os achados também evidenciaram que, embora o passeio não tenha correspondido às expectativas de alguns turistas, principalmente porque alguns atrativos turísticos e serviços agregados ao passeio apresentaram falhas, essas foram superadas pela interação e pela diversão que o passeio proporciona, o que se confirma nas palavras de Monera Olmos (1992) ao dizer que a animação tem como característica principal proporcionar alegria.

No Passeio de Trem Maria-Fumaça, os animadores lúdicos têm como função principal animar os turistas por meio das animações que promovem, transformando e convertendo o espectador em participante das atividades propostas, conforme sustenta Ander-Egg (1992). O autor também sustenta a idéia de que o animador atua como um facilitador entre o público e as atividades lúdicas. Sintetizando as funções de um animador, este é um agente que proporciona alegria e diversão às pessoas.

O produto turístico estudado apresenta em sua composição uma série de atrativos turísticos e serviços agregados a ele, que juntos compõem o Passeio de Trem Maria-Fumaça.

Porém, ao se discutir *atrativo turístico*, encontra-se uma dificuldade inerente a esse termo porque, segundo Ignarra (2003) e Rose (2002), o que pode ser atrativo para uma pessoa já não é para outra. Uma das teorias para a explicação desse fato, segundo esses autores, é que os atrativos estão relacionados com as motivações de viagens dos turistas e a avaliação que os mesmos fazem desses elementos. Um atrativo turístico se destaca de outro, quanto mais acentuado for o seu caráter diferencial, e o turista procura conhecer aquilo que é diferente do seu dia-a-dia.

As animações culturais e lúdicas são um dos principais atrativos turísticos do passeio. São consideradas o diferencial desse produto turístico porque, através delas, acontece a interação, a diversão e a troca de conhecimentos da cultura local.

Os aspectos positivos mais salientes foram a segurança e a preservação das características originais do trem Maria-Fumaça, a interação que ocorre entre os participantes e a diversão decorrente das animações culturais e lúdicas.

Os aspectos críticos do passeio referem-se, principalmente, ao lixo existente nas margens da ferrovia, ao reduzido número de sanitários existentes nas plataformas, ao pouco espaço disponível para os pontos de degustação nas estações férreas de Bento Gonçalves e Garibaldi, à descaracterização de alguns animadores lúdicos e ao despreparo das guias de turismo.

Apesar dos aspectos negativos apontados, acredita-se que é possível aprimorar o produto analisado, uma vez que se trata de um produto turístico de significativa importância econômica e turística para a Região Turística Uva e Vinho na qual está inserido.

Considerações Finais:

As evidências revelaram que embora alguns atrativos turísticos e serviços agregados ao passeio tenham apresentado falhas, de um modo geral, atenderam às expectativas da demanda turística, principalmente porque o passeio foi descrito como sendo divertido, acolhedor e atrativo, por conter na sua composição uma série de atrativos e serviços acoplados ao produto turístico.

Atualmente, há um movimento maior das pessoas na busca por atividades que possam proporcionar momentos prazerosos, alegria e bem-estar. As atividades turísticas consolidam-se como sendo atividades em que o indivíduo está em busca de lazer, bem-estar e satisfação. Sendo assim, o Turismo é uma alternativa de lazer, conforme sustentam Negrine e Bradacz (2006).

O despertar do interesse maior das pessoas por atividades turísticas justifica-se pela necessidade de lazer que os indivíduos vêm reivindicando nos últimos tempos em prol de uma melhor qualidade de vida.

Nesse sentido, o Passeio de Trem Maria-Fumaça apresenta-se como sendo uma opção de lazer, além de ser uma atividade turística que atrai milhares de turistas ao ano. A oportunidade de interagir com outras pessoas, de ser protagonista da sua ação, de adquirir conhecimentos das culturas gaúcha e italiana, de oferecer aos turistas a oportunidade de andar de trem e de conhecer uma região famosa por suas belezas, por seu clima e por sua cultura tornam essa prática turística um passeio que se destaca dos demais passeios de trem, pelo fato de possuir muitos atrativos e serviços agregados ao produto turístico.

É preciso rever alguns pontos equivocados desse produto turístico, como o número reduzido de sanitários existentes, a ineficiência do serviço de guias de turismo, o espaço reduzido nas plataformas destinado aos pontos de degustação, a desorganização que se forma nas plataformas no momento de degustar os alimentos, a inexistência de um alimento de degustação que represente Carlos Barbosa, o que vem reforçar o pensamento de que ainda não se consolidou a idéia de um *cluster turístico* entre os três municípios envolvidos com o passeio. Segundo Beni (2004), cluster é um aglomerado de vários atrativos turísticos, infra-estruturas compatíveis, equipamentos e serviços que estão concentrados em determinada área geográfica delimitada de forma a atrair turistas.

Como alternativa para resolver o impasse da consolidação de um cluster turístico entre Bento Gonçalves, Garibaldi e Carlos Barbosa, sugere-se que aconteça uma *parceria* entre esses municípios, de forma que venham a usufruir, da melhor forma possível, dessa atividade turística que é uma referência à Região Turística Uva e Vinho e que tem significativa relevância econômica no contexto inserido, auferindo lucratividade e competitividade no mercado turístico e econômico.

Em virtude dos achados, pode-se inferir que o Passeio de Trem Maria-Fumaça é uma atividade de lazer e de turismo que possui como componente principal a interação que acontece entre turistas e animadores lúdicos, conferindo ao passeio um aspecto inovador e diferencial a esse produto turístico. As animações culturais e lúdicas foram apontadas como aspectos que superaram os aspectos críticos negativos justamente por sua proposta de interação e divertimento.

Com base nas informações levantadas, sugere-se um aprimoramento constante dos atrativos e serviços relacionados ao passeio, de forma que continuem contribuindo ao sucesso desse empreendimento.

Em vista do objeto estudado e do fenômeno investigado, é possível inferir que o contexto apresenta-se dinâmico, complexo e multifatorial porque envolve uma gama de atrativos turísticos e serviços agregados ao produto, sendo que as pessoas são motivadas a realizar as suas escolhas turísticas em função de propósitos diferenciados, determinando-se a necessidade de constantes estudos e pesquisas que envolvam a temática em evidência.

Referências Bibliográficas:

- ANDER-EGG, E. 1992. Práctica de la animación sociocultural: naturaleza científica de la animación sociocultural. In: QUINTANA, J. M. *Fundamentos de animación sociocultural*. 3. ed. Madrid: Narcea, p.175-201.
- ARRILAGA, J. I. 1976. *Introdução ao estudo do turismo*. Rio de Janeiro: Rio.
- BACAL, S. 2003. *Lazer e o universo dos possíveis*. São Paulo: Aleph.
- BARRETTO, M. 2005. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 14. ed. Campinas: Papirus.
- BENI, M. C. 2004. *Análise estrutural do turismo*. 10. ed. São Paulo: Senac.
- BOULLÓN, R.; MOLINA, S.; WOOD, M. R. 2004. *Um novo tempo livre: três enfoques teórico-práticos*. Trad. de Maria Cristina Guimarães Cupertino. Bauru: Edusc.
- DUMAZEDIER, J. 1973. *Lazer e cultura popular*. Trad. de Maria de Lourdes Santos Machado. São Paulo: Perspectiva.
- HOURDIN, G. 1970. *Uma civilização dos tempos livres*. Lisboa: Moraes.
- HUIZINGA, J. 2004. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. Trad. de João Paulo Monteiro. 5. ed. São Paulo: Perspectiva.
- IGNARRA, L. R. 2003. *Fundamentos do turismo*. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- MAFFESOLI, M. 1995. *A contemplação do mundo*. Trad. de Francisco Franke Settineri. Porto Alegre: Artes e Ofícios.
- MEDEIROS, E. B. 1975. *O lazer no planejamento urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- MONERA OLMOS, M. L. 1992. La animación sociocultural como nuevo tipo de educación: emergencia y naturaleza de la animación. In: QUINTANA, J. M. *Fundamentos de animación sociocultural*. 3. ed. Madrid: Narcea, p. 32-48.
- NEGRINE, A.; BRADACZ, L. 2006. *Cultura, lazer e turismo: a festa da colônia de Gramado/RS – 1985-2006*. Porto Alegre: Edições EST.
- ROSE, A. T. de. 2002. *Turismo: planejamento e marketing: aplicação da matriz de portfólio para destinações turísticas*. Barueri: Manole.
- SOUSA, A. A. 1994. *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Prólogo de José Luis Veira. Barcelona: Bosch/Casa Editorial.

URRY, J.1996. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Trad. de Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo: Studio Nobel/Sesc.

ZARDO, E. F. 2003. *Marketing aplicado ao turismo*. São Paulo: Roca.