



## QUARTEIRÃO PAULISTA: POTENCIAL PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO HISTÓRICO CULTURAL

Sandra Rita Molina<sup>1</sup>  
Cristina Bittar Rodrigues<sup>2</sup>  
Raquel Teresinha Della Mea Schnorr<sup>3</sup>  
Júlia Dutra de Andrade<sup>4</sup>  
Universidade de Ribeirão Preto

### Resumo

Este artigo busca apresentar o Plano de Desenvolvimento dos Atrativos Históricos Culturais do Quarteirão Paulista da cidade de Ribeirão Preto, no estado de São Paulo. O Quarteirão Paulista engloba diversos atrativos turísticos culturais da região central da cidade. A metodologia empregada compreendeu: uma pesquisa de caráter exploratório descritiva, a realização do inventário e diagnóstico dos atrativos culturais, um estudo, por amostragem através de questionários, sobre as demandas reais e potenciais no município, incluindo análise dos resultados da pesquisa realizada, assim como pontos negativos e positivos da mesma para a realização e efetivação deste projeto. A pesquisa aponta que a grande maioria dos entrevistados da demanda real disse frequentar o local a passeio enquanto o restante dos pesquisados utilizam a região do atrativo para trabalho e negócios e que destes 61% (demanda real) e 41% (demanda potencial) tem como maior atrativo da região central o Teatro Pedro II.

**Palavras-Chave:** Quarteirão Paulista. Atrativos Turísticos. Ribeirão Preto-SP.

<sup>1</sup>Coordenadora do Curso de Turismo da UNAERP – Universidade de Ribeirão Preto – Mestre em História Social do Trabalho pela Universidade Estadual de Campinas e Doutora em História Social pela Universidade de São Paulo. [sandra.molina@unaerp.br](mailto:sandra.molina@unaerp.br)

<sup>2</sup>Docente do curso de Turismo da UNAERP – Universidade de Ribeirão Preto, Mestre em Geografia pela UNICAMP - Universidade Estadual de Campinas.

<sup>3</sup>Docente do curso de Turismo da UNAERP – Universidade de Ribeirão Preto, Especialista em Administração Hoteleira pelo SENAC.

<sup>4</sup>Docente do curso de Turismo da UNAERP – Universidade de Ribeirão Preto, Especialista em Elaboração, Gestão e Avaliação e, Projetos Sociais em Áreas Urbanas pela UFMG-Universidade Federal de Minas Gerais.

### **Abstract**

This article aims to present the Development Plan Cultural Attractions Historic Quarter Paulista, Ribeirão Preto, in São Paulo. The Quarter Paulista involves various cultural tourist attractions of central city. The methodology included: an exploratory research descriptive, the inventory and diagnosis of cultural attractions, a study by sampling through questionnaires, on the real demands and potential in the city, including analysis of results of research, as well as negative and positive points of this for the implementation and realization of this project. The study suggests that the vast majority of respondents said the real demand to attend the site walk as the rest of the respondents use the region attractive for work and business and that of 61% (actual demand) and 41% (potential demand) is major attraction of the central region is the Theatro Pedro II.

**Keywords:** Quarter Paulista. Tourist Attractions. Ribeirão Preto-SP.

## **INTRODUÇÃO**

Na atualidade a discussão premente das cidades está relacionada com a busca por novos e sustentáveis meios para seu crescimento econômico e social. O turismo, quando planejado, possui essa capacidade de desenvolvimento. Contudo, em países como o Brasil, nem os gestores e tampouco a comunidade local tem conseguido visualizar a parceria possível e frutífera entre o desenvolvimento econômico, as atividades turísticas e a sobrevivência digna de seu de seu patrimônio histórico cultural.

O Patrimônio, seja ele Histórico ou Cultural, representa a construção cultural, o caminho percorrido através do tempo por uma determinada população. Cultura, para Gilberto Velho (2006), é um fenômeno abrangente que inclui todas as manifestações materiais e imateriais, expressas em crenças, valores e visões de mundo existentes em uma sociedade. Em um mundo globalizado que possui a tendência a massificar fazendo com que as pessoas percam parte de suas essências, se tornando homogêneas, é possível notar, especialmente no Turismo, que uma parcela crescente de indivíduos/consumidores tem buscado sair do que é pasteurizado, usual, na medida em que optam por novas destinações turísticas. São movidos pela busca de suas verdadeiras raízes. Nesse sentido, o patrimônio aliado ao turismo pode ser de grande valia para uma determinada comunidade na medida em que, transformado em atrativo, pode gerar renda, inserção social, auto-estima para a população local, educação e a tão almejada diminuição dos índices de violência.

Acreditando que esta relação pode ser efetiva, este artigo pretende apresentar o Plano de Desenvolvimento dos Atrativos Históricos Culturais do Quarteirão Paulista da cidade de Ribeirão Preto, no estado de São Paulo. Este patrimônio histórico-cultural engloba diferentes

atrativos turísticos culturais da região central da cidade. Para a confecção deste plano foram realizados os seguintes estudos: Inventário e Diagnóstico dos atrativos culturais.

Este Plano decorreu de um estudo de observação e pesquisa sobre a demanda que visita o Quarteirão Paulista. Para tanto, realizou-se um estudo por amostragem<sup>2</sup> através de questionários sobre as demandas reais e potenciais do atrativo Quarteirão Paulista na cidade de Ribeirão Preto/SP, incluindo análise de gráficos da pesquisa realizada, assim como pontos negativos e positivos da mesma para a realização e efetivação deste projeto. Tais instrumentos de pesquisa foram aplicados à população local e aos visitantes da cidade de Ribeirão Preto. Assim, foram criados dois tipos de questionários, um focado na demanda real (pessoas que usufruem da região do Quarteirão Paulista e, portanto aplicado neste local) e outro para a demanda potencial (aplicado às pessoas que não freqüentam o atrativo, sendo realizado no aeroporto Leite Lopes, na rodoviária e nos hotéis Nacional Inn, Comfort inn, Sleep inn e Arco Hotel, que gentilmente autorizaram a realização da pesquisa). Os questionários consistem basicamente no levantamento de informações pessoais dos entrevistados (faixa etária, escolaridade, local de residência), assim como informações que remetem ao conhecimento do Quarteirão Paulista, os serviços oferecidos e a qualidade deles na localidade, além de deficiências e melhoramentos que possam ser realizados no local e seu entorno. Foram aplicados 30 questionários para a demanda real e 54 para demanda potencial.

Nas últimas décadas, em função do avanço da tecnologia houve uma ampla democratização na transmissão de informações permitindo um maior volume de conhecimento sobre os destinos turísticos. Decorrente desse processo, os turistas estão mais exigentes quanto à qualidade dos serviços que são prestados nos atrativos. Assim, não se pode levar em consideração apenas a qualidade dos produtos turísticos e as facilidades de acesso dos mesmos, mas sim a forma como eles são utilizados e oferecidos aos turistas. O atendimento adequado e diferenciado constitui ferramenta fundamental para o sucesso de uma destinação turística cujo visitante consome não apenas o ineditismo, mas também uma maior qualidade de vida local.

Atendendo a este pressuposto, o mencionado Plano pretende tornar o Quarteirão Paulista de Ribeirão Preto mais conhecido pela população local e regional que precisa desenvolver uma relação de pertencimento com o patrimônio, produzindo uma imagem positiva que seja transmitida ao turista que busca este local. Para tanto, propõe ações e

---

<sup>2</sup> Este estudo foi realizado pelo Núcleo de Estudos Turísticos – NETUR (Universidade de Ribeirão Preto) com a participação dos alunos da 4ª e 6ª etapa no segundo semestre de 2008.

intervenções no comércio presente em seu entorno, marketing educativo para a população local, sinalização e gestão pública da área.

O desenvolvimento de tais campos refletirá em qualidade deste destino turístico gerando a consciência da importância dessa atividade a fim de viabilizar a redistribuição de renda tornando tais produtos acessíveis e imprescindíveis.

## **TURISMO CULTURAL E A CIDADE DE RIBEIRÃO PRETO/ SP**

O município de Ribeirão Preto, situado a Nordeste do estado de São Paulo, teve origem no ano de 1856 e obteve impulso com a lavoura de café cultivada pelos imigrantes. A virada do século XIX transformou a região na maior produtora de grãos que, banhada por dois córregos, logo se transformou em uma importante cidade, ligada ao país por ferrovia, telefonia e rodovias.

Após a quebra da Bolsa de Valores de Nova York, em 1929, muitos fazendeiros empobreceram em função de seus grandes estoques de café. Alguns tiveram fôlego e recorreram a outras culturas, como o algodão, à cana-de-açúcar, aos cereais e a pecuária. A economia rural aos poucos foi se reerguendo, fazendo da região uma das principais produtoras agrícolas do Brasil de hoje. Com a queda do café o comércio e serviços ganharam expressão.

Da época de fausto do café restaram alguns poucos prédios, sobreviventes da arquitetura da destruição promovida pelas décadas de 1960 e 1970 no Brasil, e que possuem importância histórica para a cidade. São eles: Teatro Pedro II, Hotel Palace, Edifício Meira Junior, Edifício Diederichsen, Palácio Rio Branco, Biblioteca Altino Arantes, Residência de Camilo de Matos, Museu de Arte de Ribeirão Preto e Câmara Municipal.

Inseridos neles, existe um complexo arquitetônico, tradicionalmente conhecido por Quarteirão Paulista, localizado em torno da Praça XV de Novembro e composto pelo Teatro Pedro II, o antigo Hotel Palace, o Edifício Meira Junior e o Edifício Diederichsen. Segundo Rubem Cione (1985), o Hotel Palace, denominado inicialmente de Hotel Central, foi inaugurado em 1926 e por muitos anos teve entre sua clientela os comerciantes e os cafeicultores da região. Há alguns anos passa por um processo de restauração que carece de finalização. O Teatro Pedro II foi inaugurado em 1930, em conjunto com o edifício Meira Junior. Após um incêndio seguido de total abandono, o prédio passou por amplo processo de restauração que resgatou grande parte de suas características originais. Reinaugurado em 1996, foi consolidado, pela elite local, como um dos principais patrimônios da cidade. O

Edifício Meira Junior, de responsabilidade do arquiteto Hipólito Pujol Junior, e construído sob a solicitação da Companhia Cervejaria Paulista também foi inaugurado em 1930. Atualmente abriga a Choperia Pingüim, de cerca de 80 anos. Finalmente, o Edifício Diederichsen inaugurado em 1936 e por algum tempo conhecido como o prédio mais alto do interior.

Como em grande parte do país, em razão do processo de urbanização descontrolado, esse complexo arquitetônico está atualmente localizado em uma região central, comercial e decadente da cidade e que, portanto carece de revitalização. A população que circula por suas ruas pertence à classe média e baixa e se contrapõe à que frequenta os referidos edifícios durante os espetáculos apresentados no Pedro II, por exemplo. Estabelece-se uma contradição, uma vez que, em teoria, o patrimônio Quarteirão Paulista pertence à população da cidade que, por sua vez, não o vivencia por não reconhecê-lo.

Segundo Françoise Choay (2001) o patrimônio material não sobrevive a menos que tenha um espaço garantido no exercício da memória e da cultura de determinada população. Ou seja, o patrimônio material é fruto do desenvolvimento do patrimônio imaterial. Um monumento, por exemplo, que não seja reconhecido pelas pessoas que por ele transitam como parte de sua história de vida local, corre o risco de ser esquecido e conseqüentemente destruído, uma vez que não ocupa espaço na memória afetiva daquele determinado grupo social.

Assim, para José Gonçalves (2005) o patrimônio carece de ressonância, ou seja, determinados bens materiais ou imateriais catalogados pelo Estado, em seus diferentes níveis, como patrimônio, por vezes não são reconhecidos pela população causando, em longo prazo, seu abandono. A questão que fica é: como revitalizar um espaço através de decreto? Ação comum, mas pouco eficaz. Há que se resgatar o envolvimento da comunidade e seus gestores.

Uma forma interessante de iniciar esse processo é a possibilidade de utilização desse patrimônio para o turismo cultural. Esta natureza de turismo entende o lazer através do conhecimento mais profundo das origens de determinada região e povo na medida em que é motivado pelo contato com suas tradições, manifestações culturais, históricas e religiosas.

Há que se transformar o patrimônio do Quarteirão Paulista em um produto turístico sustentável. Ou seja, um conjunto de atividades e serviços associado aos meios de hospedagem, restaurantes, transportadoras turísticas, comércio e visitação aos locais turísticos, sem perder a relação com o patrimônio em questão. Segundo Silvio Figueiredo

(2008), essa natureza de turismo é motivada pela busca de novos e diferentes conhecimentos proporcionados pelo contato com outras culturas. Na busca pelo peculiar, esta atividade propicia a ligação entre o passado e o presente.

Contudo, nem sempre a relação entre Turismo e Patrimônio foi tranqüila. Para muitos, como Choay (2001), o turismo pode destruir o patrimônio quando o transforma em indústria de caráter predatório onde não há qualquer controle sobre a visitação transformando os locais em produtos de consumo massificados e desrespeitados. Nesse sentido, a função do turismólogo é essencial uma vez que possui o instrumental necessário para planejar e desenvolver esse produto na medida em que o interpreta, documenta e transforma em atrativo para pessoas que buscam conhecer o outro e transformar esse conhecimento em um momento de abstração e fruição prazerosa.

Planejado de forma sustentável, produto turístico cultural, pode atrair não apenas um fluxo bom e contínuo de visitantes, mas também investidores atraídos para a região. Simultaneamente, esta natureza de turismo pode trazer outras vantagens, como a preservação do patrimônio, a valorização da cultura local, o intercâmbio cultural, a melhoria na infraestrutura na medida em que movimenta a economia local, a geração de empregos diretos e indiretos, além de seu efeito multiplicador e pólos turísticos.

Atualmente, o comércio, os serviços, a rede de educação e de saúde de ótima qualidade, a tecnologia em comunicações, entre outros, fazem do município de Ribeirão Preto, um pólo de atração para investimentos e eventos e, conseqüentemente, propicia a vinda cotidiana de uma demanda exigente quanto à infra-estrutura e os serviços turísticos. O município também recebe a população das cidades vizinhas diariamente o que possibilita que todos tenham acesso não só ao Quarteirão Paulista, mas também aos demais patrimônios de Ribeirão Preto, que integram a “Rota da Hospitalidade com Arte” no circuito ‘Caminhos da Anhanguera’ composto por cerca de dezesseis cidades.

Circuitos como o Caminhos da Anhanguera ou a Rota da Hospitalidade com Arte decorrem de uma política de Estado mais ampla inaugurada em 2004 pelo Ministério do Turismo e que, aos poucos e através da superação de inúmeros obstáculos, vai sendo implantada em diversas regiões do país.

Segundo o Boletim de Desempenho Econômico de abril de 2009 emitido pelo Ministério do Turismo, esta atividade revelou, para o último semestre, um faturamento da ordem de R\$ 5, 054 bilhões e gerou cerca de 44.960 postos de trabalho. O Plano de

Desenvolvimento dos Atrativos Históricos Culturais do Quarteirão Paulista pretende contribuir com esse processo de construção da regionalização da atividade turística na cidade de Ribeirão Paulista, uma vez que está fundamentado na perspectiva de que parte dessa renda e desses empregos, no futuro, possam ser estabelecidos nessa região.

## **RESULTADOS DA PESQUISA**

### **Atrativos Culturais do Quarteirão Paulista – Ribeirão Preto/SP**

Os atrativos culturais identificados nesta pesquisa, que compõem o Quarteirão Paulista estão listados abaixo:

**Edifício Antônio Diederichsen-** Foi o primeiro edifício com elevador do interior do estado de São Paulo. Em função de sua arquitetura peculiar atrai o interesse dos aficionados das artes. Nos dois primeiros andares do edifício há somente uma loja e serviços em geral, como costureiras, fábrica, compra e/ou venda de ouro, manicures, massagistas, dentistas.

**Praça XV de Novembro e Praça Carlos Gomes-** As duas praças estão no centro da cidade e fazem parte do Quarteirão Paulista. O comércio em seu entorno é intenso durante o dia. Todo o desenvolvimento da cidade de Ribeirão Preto partiu dessa Praça XV considerada seu marco zero.

**Museu de Arte de Ribeirão Preto (MARP) -** A localização do MARP é centralizada. Qualquer pessoa que tenha interesse em artes contemporâneas pode visitar o local gratuitamente. A estrutura do atrativo é bem conservada e cuidada. No atrativo sempre ocorrem exposições de artes, cursos e palestras. Trazendo cultura e conhecimento para a população.

**Biblioteca Altino Arantes-** Sua arquitetura é do início do século XX e está situada no marco zero de Ribeirão Preto. Possuindo livre acesso, a Biblioteca disponibiliza livros em Braille para pessoas com necessidades especiais.

**Theatro Pedro II-** Possui como pontos fortes a estrutura bem conservada e acessibilidades em função da já mencionada restauração. O local recebe diversos espetáculos e permite visitação por meio do agendamento, gratuito e de trinta minutos.

**Restaurante e Bar Pingüim-** A estrutura do Pingüim é bem preservada. Em funcionamento desde 1936, é um ponto tradicional e reconhecido pelos apreciadores do chopp, tanto locais quanto visitantes.

Após a identificação e análise dos atrativos culturais do Quarteirão Paulista, situado na cidade de Ribeirão Preto, foi realizado um diagnóstico para cada um deles e que estão especificados na Tabela 1 composta pelos seguintes itens: Identificação do Beneficiário, Objetivos, Resultados Esperados, Manutenção Preventiva e Manutenção Corretiva.

<b>Diagnóstico dos atrativos culturais</b>
<b>Edifício Diederichsen</b>
<b>OBJETIVOS:</b> Evidenciar ao visitante a importância do edifício como atrativo cultural, mostrando que o mesmo não está abandonado e que qualquer pessoa tem direito a sua visitação. Proporcionar maior acessibilidade e qualidade dos prestadores de serviços aos clientes e visitantes do Edifício. Gerar maior renda e facilitar a integração dos moradores do centro com os seus atrativos culturais.
<b>RESULTADOS ESPERADOS:</b> Torná-lo mais conhecido tanto para as pessoas que circulam por ele cotidianamente quanto para os turistas possibilitando o aumento do fluxo de visitantes.
<b>MANUTENÇÃO PREVENTIVA:</b> Realizar manutenções constantemente, utilizando uma consultoria especializada em patrimônio cultural, a fim de evitar acidentes e proporcionar conforto aos visitantes.
<b>MANUTENÇÃO CORRETIVA:</b> Solucionar problemas de manutenção, evitando passar ao visitante a sensação de prédio abandonado, preservando a segurança e o bem-estar das pessoas.
<b>Praças Carlos Gomes e XV de Novembro.</b>
<b>OBJETIVOS:</b> Transmitir aos visitantes e à população local a sensação de um lugar limpo e seguro que possa ser freqüentado tranquilamente.
<b>RESULTADOS ESPERADOS:</b> Aumento da demanda de todas as classes para a aquisição de lazer, entretenimento e diversão através das praças.
<b>MANUTENÇÃO PREVENTIVA:</b> Contratar garis para manter as praças limpas, consultorias especializadas em implantação de paisagismo e de seguranças a fim de evitar qualquer tipo de problema que possa prejudicar as pessoas.
<b>MANUTENÇÃO CORRETIVA:</b> Reparar possíveis defeitos que poderão ocorrer na infraestrutura, preservando a segurança e o bem-estar das pessoas.
<b>Museu de Arte de Ribeirão Preto MARP</b>



**OBJETIVOS:** Incentivar a população de Ribeirão Preto e região a visitar o atrativo, tornando-o mais acessível a todos, proporcionando cultura e arte, e promovendo o conhecimento destacando as qualidades e importância do mesmo no contexto histórico e cultural.

**RESULTADOS ESPERADOS:** Aumento do número de pessoas que visitam o local, onde as mesmas adquiram conhecimento através do atrativo.

**MANUTENÇÃO PREVENTIVA:** Manutenção interna e externa do atrativo, preservando o conforto e segurança dos visitantes, através da contratação de uma consultoria especializada em implantação de gestão patrimonial, contábil e de seguros.

**MANUTENÇÃO CORRETIVA:** Reparar possíveis defeitos que poderão ocorrer na infraestrutura interna e externa; preservando a segurança e o bem-estar das pessoas.

#### **Biblioteca Altino Arantes**

**OBJETIVOS:** Sensibilizar o visitante para que vivencie o atrativo como um local de preocupação e valorização da arte e do universo dos livros. Um ambiente acolhedor, agradável, confortável e mágico para aquisição da cultura proporcionando momentos de lazer para todos.

**RESULTADOS ESPERADOS:** Aumento da demanda de todas as classes para aquisição de cultura, lazer, entretenimento e diversão através dos livros.

**MANUTENÇÃO PREVENTIVA:** Contratar uma consultoria especializada em implantação de gestão patrimonial contábil e de seguros.

**MANUTENÇÃO CORRETIVA:** Reparar possíveis defeitos que poderão ocorrer na infraestrutura interna e externa; preservando a segurança e o bem-estar das pessoas.

#### **Theatro Pedro II**

**OBJETIVOS:** Transmitir ao recém chegado a sensação de que há uma preocupação na valorização da cultura e da arte. Demonstrar tanto aos turistas quanto aos locais que o atrativo se mantém vivo apenas se for visitado, experienciado, “consumido”.

**RESULTADOS ESPERADOS:** Todos os tipos de espectadores de todas as classes são esperados para adquirir cultura e lazer através dos espetáculos

**MANUTENÇÃO PREVENTIVA:** Contratar uma consultoria especializada em implantação de gestão patrimonial contábil e de seguros, para evitar danos que possam ser irreparáveis.

**MANUTENÇÃO CORRETIVA:** Restaurar e corrigir os possíveis danos causados pelo tempo e

pelo freqüente uso dos visitantes.

### **Bar e Restaurante Pingüim e Empório Pingüim**

**OBJETIVOS:** Transmitir ao visitante a idéia de que se trata de um local onde a valorização do cliente constituem a preocupação primeira. Um ambiente acolhedor, agradável, confortável para se alimentar e tomar um refrescante chopp proporcionando momentos de lazer para famílias e amigos.

**RESULTADOS ESPERADOS:** Aumentar a demanda atual e futura (local, regional, e internacional), boas reuniões informais com família e amigos.

**MANUTENÇÃO PREVENTIVA:** Contratar uma consultoria especializada em implantação de gestão patrimonial contábil e de seguros

**MANUTENÇÃO CORRETIVA:** Reparar possíveis danos que poderão ocorrer com o tempo, a fim de preservar o patrimônio e a segurança e conforto das pessoas.

## **ANÁLISE DA PESQUISA - DEMANDA REAL E POTENCIAL DO QUARTEIRÃO PAULISTA**

### **Demanda real do Quarteirão Paulista**

Para a realização dessa etapa da pesquisa foram aplicados o total de 30 questionários no Quarteirão Paulista, foco do estudo, sendo que 70% dos entrevistados é do sexo feminino, entendendo então que as mulheres possuem forte presença na localidade, sendo possivelmente o público que move a região.

O grau de escolaridade dos entrevistados variou bastante, porém sua maioria incidiu sobre o superior completo (33%) seguido do 2º grau completo (26%), observando-se que o grau de instrução das pessoas pesquisadas não é baixo. Os estados civis de solteiro e casado foram os que mais sobressaíram na entrevista notando uma homogeneidade entre o público freqüentador do local. A faixa etária dos entrevistados é bastante variada, porém se sobressaíram as faixas de 21 a 30 anos e mais de 50 anos. A primeira citada, pelos produtos e

serviços oferecidos no local, e a segunda, pelo ambiente tido como local para passar o tempo e descansar.

Quando perguntado aos entrevistados se conheciam o Quarteirão Paulista, a maioria, 57%, respondeu que sim, tem conhecimento da localidade e o que ela possui.

Questionados sobre a frequência de visitas ao Quarteirão Paulista notou-se que é grande, ou seja, 73% responderam que sim devido à localização (centro da cidade) e novamente pelos produtos e serviços oferecidos no local e região. O meio de transporte utilizado para acesso à localidade é o ônibus visto que 47% responderam acessar o Quarteirão Paulista utilizando-se dele. Possivelmente estas pessoas não possuem carro próprio ou sentem dificuldades quanto ao trânsito para chegar ao local.

Perguntado o tempo pretendido para permanecer no Quarteirão Paulista, 34% responderam ficar menos de meia hora no local, em contraposição de 33% dizerem permanecer no local por mais de três horas. Portanto, nota-se a grande diferença entre as necessidades e vontades das pessoas quanto à utilização do local. A grande maioria dos entrevistados (37%) disse vir ao Quarteirão Paulista para passear, com isso, pode-se observar que os entrevistados vêm a localidade como um espaço para passeio e entretenimento, enquanto que 33% frequentam o local a trabalho e negócios, e têm no Quarteirão, um local oportuno para empregar-se e produzir renda.

A rede de comércio da região do Quarteirão Paulista é tida pelos entrevistados como grande e forte, possuindo variada quantidade de produtos e serviços encontrados no local. Sendo assim, de acordo com os questionários aplicados, foi possível observar que 66% dos entrevistados visitam a localidade por esse motivo. Em contrapartida, 27% se encontram no Quarteirão em busca de lazer e entretenimento vindos do Teatro Pedro II e Pingüim. Já 7%, cita a Fonte Luminosa encontrada na Praça XV de Novembro como foco de atração e tem nela um atrativo que os fazem se deslocar apenas para apreciá-la.

De acordo com 61% dos entrevistados, o que chama mais atenção no Quarteirão Paulista é o Teatro Pedro II, devido à imagem de imponência que ele transmite, além da história que ele possui (desde sua construção, inauguração, decadência, incêndio e reforma) e por trazer artistas e espetáculos de grande porte. Em seguida, com 23%, nota-se que o Pingüim é o atrativo que mais chama atenção, em função de sua tradição e *status*. Já a Fonte Luminosa e demais atrativos, contabilizam 16%.

A seguir a Tabela 2, referente a opinião em relação ao Quarteirão Paulista com a demanda real:

	Muito bom	Bom	Regular	Ruim
<u>Lixo(limpeza)</u>	18,18%	27,27%	31,82%	22,73%
Atrativo cultural	26,09%	60,86%	8,7%	4,35%
Segurança	23,08%	30,77%	38,46%	7,69%
Comércio	40%	56%	0%	4%
Marketing	15,38%	26,92%	32,62%	23,08%
Trânsito	0%	8,33%	33,33%	58,34%
Restaurante/Lanchonete	21,73%	69,57%	8,7%	0%

Observada a pesquisa e a tabela criada com base nas entrevistas realizadas, envolvendo a limpeza, os atrativos culturais, a segurança, o comércio, o marketing, o trânsito e os estabelecimentos alimentícios, foi possível observar que: 41% das pessoas que freqüentam a localidade está insatisfeita com a limpeza e a considera ruim, já que é possível encontrar em demasia, muitos folhetos, copos e sujeira em geral; 47% dos entrevistados consideram o atrativo cultural do Quarteirão Paulista como bom, podendo no entanto melhorar, com a realização de eventos que incluam os freqüentadores do local; 40% das pessoas acreditam que a segurança no local é suficiente para evitar violência e assalto na localidade, considerando-a boa; o comércio é tido como bom por 57,14% dos entrevistados que acreditam ter no local bons produtos a preços acessíveis; 39,29% dos pesquisados consideram o marketing do local regular muitas vezes o desconhecendo, para 60% dos entrevistados, o trânsito da região se encontra ruim, necessitando de melhorias e organização a fim de evitar congestionamento e problemas para o local; por fim, 50% das pessoas acreditam que a rede de serviços alimentícios do Quarteirão Paulista é boa e conseguem se alimentar bem com qualidade e bons preços.

### **Demanda Potencial para o Quarteirão Paulista**

Nessa etapa da pesquisa foram aplicados o total de 54 questionários, sendo que 54% corresponde à homens e 46% à mulheres que se disponibilizaram em colaborar com a pesquisa. Dentre o grau de escolaridade dos entrevistados, notamos com a maioria com ensino

superior completo, seguido do 2º grau completo, no entanto, há uma grande variação de escolaridade e consequentemente de diferentes classes sociais que possam vir a frequentar o Quarteirão Paulista.

Na pesquisa quanto ao estado civil, a grande maioria é casada, entendendo assim que com a formação da família, há a possibilidade de realizar passeios e viagens entre os membros da família, sendo um bom público para o Quarteirão Paulista.

Com a pergunta “Você vem sempre a Ribeirão Preto?”, a intenção residia no conhecimento sobre a frequência com que esses visitantes frequentam o local, e foi possível notar que quase 90% dos entrevistados visitam a cidade com certa frequência.

A faixa etária dos entrevistados é variada, visto que a cidade é tida como cidade de negócios e serviços, a faixa de 31 a 40 anos se destaca seguida da faixa dos 21 a 30 anos.

O meio de transporte mais utilizado para acesso à cidade foi o ônibus, observando então, que por fatores econômicos ou de infra-estrutura da cidade, a grande maioria das pessoas (45%) preferem vir a cidade por ônibus, seguido do carro próprio e avião.

A grande maioria dos entrevistados, mais da metade, permanece na cidade por apenas um dia ou menos, observando então que as pessoas cumprem com suas necessidades de produtos e serviços e vão embora, não procurando permanecer mais tempo. Observa-se também, que as pessoas que passam mais de um dia na cidade, não permanecem muito mais além que dois ou três dias.

Quando perguntado aos entrevistados se conhecem o Quarteirão Paulista, pudemos observar um equilíbrio nas respostas, sendo que 50% desconhecem, em contrapartida aos outros 50% que conhecem ou já ouviram falar da localidade. Isso se deve principalmente, segundo os entrevistados, a presença da chopperia Pingüim no local.

A grande maioria dos entrevistados alegou estar na cidade a trabalho ou negócios (quase 60% dos questionários aplicados), observando que a cidade é tida para negociações e prestação de serviço atraindo então este tipo de público, que é seguido de outros motivos pelos quais as pessoas visitam a cidade e só então tem como razão o turismo e lazer para visitar a cidade.

Para as pessoas entrevistadas que conheciam o Quarteirão Paulista, a grande maioria alegou visitar o local devido ao comércio do local e região, percebendo a força que o comércio possui para o local, e principalmente para a cidade.

Quando perguntado o que mais chama a atenção dos entrevistados no Quarteirão Paulista, pode-se observar que 41% se interessam tanto pelo Teatro Pedro II, quanto pelo Pingüim, entendendo então que ambos possuem grande conhecimento dos visitantes. Já 9% alegam que, a praça XV de Novembro, Carlos Gomes e o comércio, são os atrativos que mais chamam a atenção dos entrevistados.

Na tabela 3, opinião em relação ao Quarteirão Paulista com a demanda potencial:

	Muito bom	Bom	Regular	Ruim
<b>Lixo(limpeza)</b>	18,18%	27,27%	31,82%	22,73%
<b>Atrativo cultural</b>	26,09%	60,86%	8,7%	4,35%
<b>Segurança</b>	23,08%	30,77%	38,46%	7,69%
<b>Comércio</b>	40%	56%	0%	4%
<b>Marketing</b>	15,38%	26,92%	32,62%	23,08%
<b>Trânsito</b>	0%	8,33%	33,33%	58,34%
<b>Restaurante/Lanchonete</b>	21,73%	69,57%	8,7%	0%

Notadas as pesquisas e a tabela criada com base nas entrevistas realizadas, citando a limpeza, os atrativos culturais, segurança, comércio, marketing, trânsito e estabelecimentos alimentícios, foi possível observar que para os entrevistados, mais de 30% considera regular a limpeza da região do Quarteirão Paulista, visto que há a presença de muitos folhetos entregues no local e que são encontrados no chão; mais de 60% considera o Quarteirão Paulista como atrativo cultural um bom local, no entanto, de acordo com os entrevistados, poderia haver melhorias; 38,46% alegou se sentir inseguro quanto às questões de assalto e violência no local, especialmente após o horário comercial quando os postos policiais estadual e civil também param de funcionar; 56% dos entrevistados disseram ter boa impressão do comércio, pois há variada gama de produtos e serviços que podem ser encontrados no local a preços razoáveis.

O marketing da cidade é tido, em sua maioria, como regular, já que 32,62% dos entrevistados alegaram nunca terem visto ou ouvido alguma propaganda sobre a cidade e muito menos do Quarteirão Paulista; O trânsito é motivo de preocupação, já que 58,34% dos entrevistados consideraram ruim o trânsito da cidade e principalmente do local do Quarteirão, que é caótico e desorganizado; e por fim, a rede alimentícia, foi a que mais deixou os entrevistados satisfeitos, pois 69,57% deles consideraram bom os serviços oferecidos por este

setor, devido a facilidade de acesso por localização e preços, e também de variedade, que vai de bares e lanchonetes à restaurantes.

## **PROPOSTAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO CULTURAL NO QUARTEIRÃO PAULISTA**

Para o desenvolvimento do turismo cultural no Quarteirão Paulista foram levantadas várias necessidades. Contudo, se concluiu que, de imediato, é fundamental a criação de um plano turístico para o local. Este programa foi denominado de “Venha para o Quarteirão Paulista, a nossa cultura passa por aqui” e decorreu de duas etapas. A primeira realizada através do inventário e do diagnóstico turístico, e a segunda decorrente da aplicação dos questionários, com perguntas focadas com vistas a verificação do nível de conhecimento do entrevistado sobre o Quarteirão.

Após os resultados obtidos na pesquisa de campo, percebe-se que a área central da cidade onde está localizado o Quarteirão Paulista é conhecida pela população local com outros nomes. Já os turistas e visitantes já ouviram falar mas não conhecem a área ou sequer ouviram falar sobre a região.

A partir disso foi elaborado um programa de marketing e projeto de identificação regional com o atrativo e divulgação para turistas e visitantes por meio do programa. Na segunda etapa, seria necessária a confecção de uma folheteria explicativa, de *banners* para exposição em hotéis, rodoviária e aeroporto. A proposta apresenta também a utilização da mídia impressa. Por meio da página virtual oficial da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto serão colocadas mais informações, fotos, curiosidades, história e assim divulgar o nome Quarteirão Paulista.

A proposta é manter as características do local a fim de evitar a descaracterização e banalização do Quarteirão durante o processo de divulgação tanto para moradores quanto para turistas e visitantes.

O motivo pelo qual se optou em fazer um programa de marketing para a região do Quarteirão Paulista, se deve à necessidade de revitalização, crescimento e desenvolvimento das atividades e comércio realizados neste local a fim de buscar novos turistas e consumidores, bem como fortalecer e atrair cada vez mais os que freqüentam atualmente a localidade.

Criar um programa de marketing consiste em adoção de uma visão de futuro a longo prazo para assim interpretar a vontade dos turistas e moradores do município, agindo de acordo com as tendências e inovações de mercado para não ficar estagnado, e manter o crescimento de público e melhoria dos serviços sempre em alta.

O programa também objetiva seguir o ritmo de crescimento e desenvolvimento do Quarteirão Paulista para não haver uma exacerbação maior que o local não possa comportar, por isso é tido como um projeto de desenvolvimento a longo prazo.

É preciso, aos olhos dos comerciantes, ter como base principal o entendimento da necessidade do consumidor em realizar seus desejos a fim de satisfazê-los, e assim ter uma reação positiva dos turistas com o comércio e atividades, principalmente do Quarteirão Paulista, bem como da conveniência para os comerciantes, autônomos, e administradores do local, a fim de obter sucesso através da colaboração de todos, assegura Rose (2002).

O produto em questão, Quarteirão Paulista, deve possuir uma boa rede de convivência entre fornecedores, comerciantes e consumidores (turistas) para que o fluxo de serviços possa funcionar de forma equilibrada e adequada para todos. Dessa forma, o patrimônio Quarteirão Paulista, aos poucos passa a ocupar um espaço da memória afetiva e no cotidiano dessa população garantindo, em longo prazo, sua sobrevivência.

Segundo Rose (2002) a função do marketing “consiste em por em contato as duas partes integrantes do mercado: a oferta – que cria, produz e vende produtos e serviços – e a demanda – que compra e consome estes produtos e serviços, sendo necessário que esse contato entre as partes seja satisfatório e rentável para ambos”. Portanto, através do projeto, e dos recursos a serem utilizados por ele, entende-se que por objetivo, almeja-se o aumento e desenvolvimento da demanda turística ao Quarteirão Paulista, bem como o de produtos e serviços fornecidos no local. Também será necessária a distribuição de guias contendo todo o comércio envolvido no Quarteirão Paulista, com informações básicas como telefone, e-mail e site (se houver), bem como dos produtos oferecidos, para que os visitantes possam ter maior conhecimento sobre o comércio do local.

Utilização de monitores em um “centro de informações” para auxiliar o consumidor em tudo que é relativo ao Quarteirão Paulista, tais como comércio, programação do Theatro Pedro II, do MARP, eventos que ocorrem na localidade, entre demais atividades, além de distribuição dos guias. Os monitores são importantes na medida em que também se utilizarão de rotas, através das quais apresentarão a história, arte e cultura do Quarteirão Paulista para



pequenos grupos de visitantes que tenham interesse, bem como grupos escolares e demais. Tais rotas também tem por interesse, garantir que as pessoas façam uso pleno e freqüente do Quarteirão Paulista, a fim de haver um resgate ao centro da cidade, bem como seu valor histórico-cultural, e a revitalização do local, buscando um ambiente agradável, seguro e harmônico para que todos possam freqüentar, reativando assim, os projetos já existentes como Programa Trilhas do Saber, por exemplo.

Para a implementação completa desse projeto há uma necessidade de integração dos poderes municipais e dos empresários para o desenvolvimento do turismo na cidade. Caso contrário, quem perde é a população local, os visitantes e o patrimônio histórico-cultural da cidade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A oferta turística deve adaptar-se à demanda, isto é, aos gostos, preferências e tendências dos turistas, pois as condições do local, a manutenção dos atrativos culturais, a infra-estrutura adequada, bem como a estrutura e os serviços turísticos são aspectos importantes durante o processo de planejamento de um produto do turismo cultural. Estando, portanto, aptos a recebê-los.

A melhoria desses atrativos culturais, de sua visitação e do compromisso com o planejamento turístico proposto e desenvolvido, refletirá em outros atrativos, cidadãos e economia local. Assim através da captação de verbas que esses atrativos arrecadarão, para investir cada vez mais na localidade e em sua manutenção, outros ajudarão e se beneficiarão com o fenômeno, como os investidores de empresas privadas locais, trarão mais enriquecimento econômico e tecnologias para a cidade.

Presenciamos o descaso da população em responder aos questionários que não consegue compreender que com esta simples ação auxiliam na melhoria de sua cidade. Os prestadores de serviços, afetados diretamente com a falta de visitantes na cidade, também não demonstraram qualquer interesse quanto à divulgação e na aplicação dos questionários com os seus hóspedes. No aeroporto a dificuldade estava na permissão para aplicação dos formulários.

Vimos que a heterogeneidade da população que freqüenta o Quarteirão é benéfica, pois ajuda na variação de equipamentos e serviços utilizados. A demanda real e a potencial

quando indagada sobre o trânsito, a grande maioria o classifica como ruim. O comércio é o mais procurado pela população pesquisada, e o que mais chama a atenção dos visitantes e população local é o Teatro Pedro II e o Pingüim.

A população se mostra bastante incomodada em relação a pedintes, mendigos e migrantes que freqüentam a praça, reclamando também da falta de infra-estrutura de limpeza, pois o local encontra-se sujo. A comunidade também manifestou vontade de freqüentar a praça no período noturno, considerado um ótimo lugar para rever as pessoas, amigos e conhecer gente nova, mas infelizmente não é possível devido à falta de iluminação, segurança e fiscalização no local. Contudo, parte da população desconhece o fato de existirem câmeras de vídeo na região central e que foram colocadas pela Associação Comercial e Industrial para garantir a segurança dos freqüentadores da região central da cidade.

Essa pesquisa demonstra que o Quarteirão Paulista, os comerciantes de seu entorno, a comunidade que freqüenta suas ruas cotidianamente e os turistas nele interessados não se conhecem. O ruído de comunicação entre tais possíveis vizinhos é tão grande que não enxergam, ao menos, sua necessidade de sobrevivência conjunta. Reside portanto, nos gestores públicos a responsabilidade por enxergar no Turismo Cultural uma saída sustentável para a economia local e, uma vez entendendo a seriedade dessa alternativa, compreender que tal atividade não se faz por decreto garantindo assim o esclarecimento desses envolvidos, sua aproximação e finalmente o trabalho conjunto no planejamento desse Turismo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARQUIVO PÚBLICO. Disponível em: <[www.arquivopublico.ribeiraopreto.sp.gov.br](http://www.arquivopublico.ribeiraopreto.sp.gov.br)> acesso em junho de 2008.

BRASIL, Ministério do Turismo. *Boletim de Desempenho*. Brasília, 2009.

BRASIL, Ministério do Turismo. *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil*. Brasília, 2004.

CHOAY, Françoise. *A Alegoria do Patrimônio*. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

CIONE, Rubem. *História de Ribeirão Preto*. Ribeirão Preto: IMAG/Legis Summa, 1985.

DIAS, R. *Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2003.

- FIGUEIREDO, Silvio Lima. “Turismo Cultural e Comunidades: ação e relação em uma comunidade amazônica. In: Revista Eletrônica de Turismo Cultural, vol. 02, nº1, 2008. Disponível em: WWW.eca.usp.br
- GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios*. In: Horizontes Antropológicos, Porto Alegre: UFRGS, nº23, Jan/Jun 2005.
- SECRETARIA de Planejamento Municipal. *Justificativa técnica do Plano Diretor de Ribeirão Preto*. Ribeirão Preto, 2006. Gestão 1996-1999.
- KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*, 10º edição, ed pearson prentice hall, 2005.
- MOLETTA, V. F.; GOIDANICH, K. L. *Série Desenvolvendo o Turismo: Turismo Cultural*. 2ª edição. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000.
- MENEZES, J. N. C. *História & Turismo Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- PORTAL RIBEIRÃO PRETO. *Departamento da Imprensa*. Disponível em: <<http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/crp/i71historico.htm>>. Acesso em: 19.abr. 2008 às 14:00
- ROSE, Alexandre, – *Turismo, Planejamento e Marketing*, ed. Manole, 2002.
- SWARBROOKE, John. *Turismo Sustentável. Gestão e Marketing*. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2002. 132p.
- VELHO, Gilberto. 1999. Os mundos de Copacabana. In: *Antropologia urbana – cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. pp.11-23.

**Recebido em 03.11.2009. Aprovado em 25.02.2010.**