

## A QUESTÃO DA EMOÇÃO NO CONTEXTO DA VISITA GUIADA: ESTUDO DE CASO SOBRE O CEMITÉRIO DA CONSOLAÇÃO.

Prof. Ms. Bruno Manhães

### RESUMO

Sepultando preconceitos e ideias antecipadas, os Cemitérios atraem visitantes e são os protagonistas de um segmento relativamente inovador no Brasil: o Turismo Cemiterial. O mais famoso deles, o Cemitério da Consolação, na cidade de São Paulo, é o pano de fundo deste estudo. Entretanto, o que deseja carregar deste *fazer turismo* o turista que o visita? Já é reconhecido que os viajantes da modernidade buscam novas experiências e vivências, porém, seria a visita guiada um mecanismo que induz à emoção? Assim, com o objetivo de conhecer as diferenças entre os níveis emocionais dos turistas que visitam o Cemitério da Consolação, propôs-se a seguinte metodologia: em primeiro, os turistas visitaram o atrativo sem orientação de um guia, posteriormente, participaram da visita guiada. Em seguida, um questionário acerca de suas percepções e comportamentos foi aplicado. Como se trata de um estudo de caráter exploratório, igualmente privilegiou-se a pesquisa bibliográfica a fim de aprofundar as hipóteses. Como resultado, constatou-se que, de fato, a visita guiada nesse atrativo é um recurso que aviva a fruição, dá mais sentido ao passeio e conduz os visitantes a um Turismo significativo.

**Palavras-chave:** Visita guiada; Cemitério da Consolação; Emoção.

## A QUESTÃO DA EMOÇÃO NO CONTEXTO DA VISITA GUIADA: ESTUDO DE CASO SOBRE O CEMITÉRIO DA CONSOLAÇÃO.

Prof. Bruno Manhães

### ABSTRACT

Burying prejudices and anticipated ideas, the Cemeteries attract visitors and are considered the protagonists of a relatively innovative segment in Brazil: the Cemetery Tourism. The most famous of them, the Consolação Cemetery, in São Paulo, is the backdrop for this study. However, which are the wishes of the tourists who practice this Tourism? It is recognized that the modern travelers look for new experiences and feelings, however, would be a guided tour a mechanism that induces the emotion? Thus, aiming to know the differences between the emotional levels of the tourists who visit the Consolação Cemetery, the following methodology was proposed: first, the tourists visited the attraction without guidance, then they participated in the guided tour. After this second visitation a questionnaire about their perceptions and behaviors was applied. As this paper is an exploratory study, the literature was also consulted to consolidate the hypothesis. As a result, it was found that, indeed, the guided tour in this attractive is a resource that quickens the enjoyment, gives more credibility to the tour and conduce visitors to a significant Tourism.

**Key words:** Guided visit; Consolação Cemetery; Emot

## INTRODUÇÃO

Poucos lugares suscitam emoções tão diversas como os cemitérios. Uns fingem não vê-los, outros atravessam a rua para evitar contatos mais próximos. Há quem faça o sinal da cruz em respeito aos defuntos, e há aqueles que os têm como local de devoção. O caso é que esses sítios fúnebres *recheiam* o imaginário popular com sentimentos díspares que variam desde a óbvia tristeza ao excitante fascínio.

Assumo que não sou fã desses atrativos, tampouco me sinto atraído por contos assombrosos do além-mundo, no entanto, quando dissociamos os conceitos negativos dos cemitérios descobrimos novos panoramas, carregados de positivities: deparamo-nos com um ambiente no qual é possível encontrar emoções reais.

Entende-se, neste artigo, a *emoção* como sendo o primeiro estado moral que propicia o Turismo significativo. A emoção genuína aqui é retratada como o primeiro passo que nos conduz ao Turismo de experiência, que promove a contextualização, o sentimento de pertencimento e que cria afetividade e identidade do turista com o local. Esse Turismo, sim, agrega novos valores aos visitantes.

De posse desses saberes, a escolha do tema deste estudo justifica-se numa reflexão do próprio autor sobre várias questões. A primeira refere-se à anestesia urbana da modernidade; essa que nos faz cruzar edificações que construíram a História como quem passa em frente a algo descartável. Essa mesma, que nos obriga a cruzar os pormenores – que às vezes são enormes – despercebidamente. Logo, retrata também o Turismólogo que professa o tal Turismo significativo mas que não conhece seu próprio entorno; os turistas que enxergam com os olhos e não vêem

com o coração, e os homens que não interpretam o cenário que os rodeia. Na realidade, é um retrato de nós mesmos, que fracionamos o todo e perdemo-nos em meio às partes.

Percebamos que a intenção principal não é discorrer sobre o Turismo Cemiterial, senão que analisar o fator emocional no contexto das visitas guiadas. Será que realmente conseguimos, sozinhos, decifrar toda a informação que os atrativos turísticos nos concedem? Não seria a visita guiada um instrumento por meio do qual as sensações nos fossem mais bem induzidas? A partir desses pressupostos, o cemitério serviu como pano de fundo para o estudo, e mais especificamente o Cemitério da Consolação partiu da ideia de sair do estado de alienação ao entorno próximo ao autor, sendo este percebido como *universo* ideal ao propósito central.

Já tendo conhecido que os cemitérios carregam, invariavelmente, uma forte carga emocional, arrisquei-me a fazer uma visita solitária ao atrativo em questão. De fato, o Cemitério da Consolação impressionou-me pela magnitude e beleza de seu capital histórico e artístico. Logo após, fiz parte de um grupo cuja visita fora guiada por um especialista. Resultado: a leitura foi absolutamente diferente. Não acredito ser possível classificar esta como mais ou menos correta que aquela; entretanto, o que variou foram as emoções e a percepção. Então, a visita guiada pode influenciar na visitação desse atrativo?

Deste questionamento surgiu o recurso metodológico: em virtude dos conteúdos presentes terem por objeto uma reflexão sistemática, para o embasamento teórico utilizou-se a investigação bibliográfica e, por estarmos inseridos em um estudo de caso, teve-se como principal auxiliador a pesquisa de campo, a qual privilegiou o instrumento do questionário.

A amostra constituiu-se de quarenta indivíduos (a pesquisa é de caráter exploratório), escolhidos aleatoriamente e abordados em frente ao Cemitério (o que implica na predisposição

deles à visita) que se dispuseram a realizar duas visitas – a primeira sem orientação técnica e a segunda com a visita guiada. A aplicação dos questionários teve duração de quarenta e cinco dias e o intervalo entre as visitas foi de aproximadamente sete dias.

Para o questionário elegeu-se a Escala Likert de cinco pontos, variando de ‘discordo totalmente’ (1) até ‘concordo totalmente’ (5). Esse instrumento compunha-se de sete perguntas, todas fechadas e que permitiram a comparação de vários aspectos entre as duas formas de visita. Reitera-se que o pensamento essencial era o de conhecer as variações do grau de emoção entre a visita sem guiamento e a mediada por um guia, e não mensurar o nível de emoção que o atrativo concede aos turistas.

## 1 UM SEGMENTO FUNESTO

Há quem viaje com intenções específicas de aprender algo. Há quem viaje com finalidades gastronômicas. Há quem viaje para bronzear-se; e há quem viaje para ver túmulos, por exemplo. O fato é que o Turismo tem como uma de suas características específicas a imensa heterogeneidade das motivações, sendo esses inúmeros motivos os “pensamentos próprios que dirigem o comportamento para determinadas metas. São as razões que levam a realizar uma viagem, os fatores pessoais que, do nosso interior, incitam à ação” (BENI, 2007, pp. 267-268).

À parte dessa discussão de quem viaja motivado a quê, o Turismo vem se superespecializando e se supersegmentando à velocidade da luz. Se os turistas da modernidade deslocam-se buscando novas experiências e sensações, é essencial que a oferta amplie-se e ajuste-se a esses desejos, fazendo florescer novos conceitos turísticos. Nefasto ou não, dependendo do olhar do turista (Urry, 2001), é justamente em busca dessas novas emoções que

muitos visitam o destino final onde muitos de nós, ocidentais, terminaremos a longa viagem da vida: os cemitérios.

Sepultando os preconceitos e os julgamentos prematuros, talvez a atratividade dos cemitérios esteja na união entre a morte, a arte, o encantamento e, porque não, a própria vida. Falando em convencionalismos, é fundamental desvincularmos o Turismo Cemiterial de outras terminologias comumente a ele associadas, leia-se Necroturismo, Tanaturismo, turismo macabro, *dark tourism*, turismo de *mea culpa* e afins. Aquele é o que aprecia a beleza poética do local; estes são considerados “o Turismo obscuro” (CASTROGIOVANNI, 2007, p. 125).

Importante também é perceber que não estamos refletindo sobre a (já exaustivamente debatida) questão entre o profano e o sagrado. Pensar a religiosidade é algo que pode surpreender o investigador, uma vez que o leva a um sem-fim de desdobramentos - a questão dos mitos, das lendas, da fé e das crenças. A abordagem aqui se trata da busca da emoção dos turistas, os quais, acorde MacCannell (1973), desejam encontrar algo real, autêntico e genuíno. À luz das teorias de mencionado autor, os turistas modernos buscam elementos legítimos, já que são bens escassos na sociedade atual. Esses turistas buscam, por meio do Turismo, encontrar tal autenticidade em outra cultura e em outro período histórico. “A preocupação dos modernos em relação à superficialidade das suas vidas e à inautenticidade das suas experiências é paralela à preocupação com o sagrado na sociedade primitiva” (MacCannell, 1973, pp. 589-590). Ora, se os cemitérios estão repletos de signos legítimos da cultura que os ergueu, porque não assumir o Turismo Cemiterial como uma fonte de emoções reais?

Esse questionamento nos parece novo, mas é bem provável que os europeus já perceberam esse atrativo de teor cultural, histórico e artístico há algum tempo. A Associação dos

Cemitérios Significativos da Europa<sup>63</sup> recentemente criou a “Rota dos Cemitérios Europeus”, com a finalidade de promover ao turista experiências por meio das quais podem conhecer concretamente a cultura e a tradição de uma cidade, expondo o rico patrimônio que repousa nos cemitérios de muitas metrópoles européias. Apenas como informação, compondo o cenário do Velho Mundo estão presentes os tradicionais cemitérios de *Père-Lachaise*, *Montparnasse* e *Montmartre* (Paris, França), Alto São João (Lisboa, Portugal), *Highgate* e o *Golders Green Crematorium* (Londres, Inglaterra), entre muitíssimos outros campos-santos menos conhecidos.

Em território estadunidense as necrópoles-referência são o Cemitério Nacional de *Arlington*, o *Trinity Churchyard*, o Cemitério *Boot Hill*, o *Hollywood Forever*, o Cemitério *Mt. Auburn* e o *St. Louis*. Na América do Sul, o país com maior número de visitação aos cemitérios é a Argentina (o Cemitério da *La Recoleta*, em Buenos Aires)<sup>64</sup>, ademais do Cemitério Central, em Montevidéu, no Uruguai. Amoldando-se às necessidades da demanda turística, alguns se transformaram em ‘museus-cemitério’, como é o caso do *San Pedro de Medellín*, na Colômbia e do Cemitério Presbítero Maestro, em Lima, Peru.

Cientes de que o Turismo em cemitérios tem como desígnio principal a exploração da riqueza artística e arquitetônica, já em terras nacionais o segmento é considerado inovador. É o brasileiro um ser demasiadamente crenteiro para apreciar a arte cemiterial como objeto de aprendizagem? Esse pode ser um motivo. Outro pode derivar-se de a arte em cemitérios ser recente por aqui. A defasagem nas datas entre Europa e Brasil se deu em função da disponibilidade dos materiais locais (Valladares, 1972). Ainda conforme Valladares (ibid), foi no final e início dos séculos XIX e XX, respectivamente, quando a Arte Cemiterial despontou no

<sup>63</sup> Ver: ASCE. Disponível em <<http://www.significantcemetries.org/>>.

<sup>64</sup> De acordo aos e-mails trocados com Susana Espósito, guia de turismo e investigadora do Patrimônio Funerário do Cemitério *La Recoleta*, esse atrativo recebe dois mil turistas (e às vezes mais) diariamente.

Brasil, uma vez que reuniram as famílias ricas dispostas a edificarem seus mausoléus suntuosos e os artistas de grande talento, especialmente os italianos.

Independente de fatores míticos, hoje a cidade de São Paulo é a que mais avança nesse nicho. A capital já disponibiliza roteiros como ‘São Paulo além dos túmulos<sup>65</sup>’ e o ‘Projeto Arte Tumular<sup>66</sup>’, sendo este último uma iniciativa da Prefeitura de São Paulo.

É ainda, no campo das artes, que os tradicionais cemitérios paulistas também surpreendem, revelando que além de seus muros estão não apenas mortos ilustres como também um rico acervo cultural, de um tipo de arte, chamado de arte tumular ou arte tumular, arte cemiterial ou ainda arte funerária, cuja manifestação é predominante e típica do final do século XIX até aproximadamente meados da década de 1950 (OSMAN E RIBEIRO, 2007, p. 10).

Ainda sobre os cemitérios da cidade, sua inclusão nos itinerários poderia

fazer com que os apreciadores das artes plásticas, da história, da política, da música, da literatura e do turismo possam encontrar nos cemitérios antigos de nossas cidades muitas surpresas e motivos para exclamações. E, que assim, como ocorre em muitas cidades do mundo, os nossos cemitérios possam também se tornar em concorridos espaços turísticos, contribuindo para a compreensão de nossa cultura e de nossa história (GONÇALVES et al, 2001 apud SILVA, 2007, p. 02).

Analisando o conjunto dessas informações é de se supor que o Turismo Cemiterial traga progressos turísticos à localidade - quando tal apresentar um atrativo com importância significativa. Haveria, assim, a necessidade da implantação da prestação de serviços tradicionais da atividade turística bem como reafirmaria a identidade local. Ademais, se nossos turistas modernos buscam conexões reais que os levam às suas origens e às suas raízes, a afirmação de Lewis Mumford (1961, p. 15) cabe muito bem: “a cidade dos mortos antecede à cidade dos vivos”.

<sup>65</sup> Ver: Graffit Viagens e Roteiros Turísticos. Disponível em <[http://www.graffit.com.br/administrador/images/folderes/alem\\_dos\\_tumulos.jpg](http://www.graffit.com.br/administrador/images/folderes/alem_dos_tumulos.jpg)>.

<sup>66</sup> Ver: Prefeitura de São Paulo. Roteiro Arte Tumular.

As fontes visuais, como as presentes nos cemitérios, além da sua qualidade de objetos de valor estético, permitem olhar o passado sob um novo prisma, apresentando-se como signos a serem decifrados. Devem ser analisados como índices de épocas, criados com certa intencionalidade, para representar a percepção de mundo dos seus construtores. São fontes importantes para o estudo das sociedades, oferecendo significativas informações sobre como tais sociedades concebiam seu cotidiano ou imaginário coletivo (VIDAL, 1994, pp. 129-130).

Portanto, levando em conta a inquietação do autor em sair do estado de indiferença ao seu cenário habitual, o fato de poder analisar *in loco* as hipóteses delineadas e o dado de que seu objeto de estudo é fatalmente o local de maior atratividade no Brasil neste segmento, chegamos ao nosso cenário: o Cemitério da Consolação.

## 2.1 A NECRÓPOLE EM QUESTÃO

Todos os olhares podem variar conforme a perspectiva do observador. De um local para sepultamentos com intenções de impedir a proliferação de doenças e os pútridos miasmas, o Cemitério da Consolação passou a ser um espaço sinônimo de luxo, poder e glória. Na região central da cidade de São Paulo, o ‘Museu a Céu Aberto’, como muitos o classificam, assenta-se em sua grandiosidade. É a mais antiga necrópole em funcionamento na cidade (inaugurado 1858) e uma das mais importantes referências no Brasil no campo da Arte Tumular (REZENDE, 2006).

Em meio às suas capelas, mausoléus e túmulos, podemos encontrar um enorme acervo artístico, quase com gabarito de grandes galerias. Para que se entenda, em poucas palavras,

um passeio pelo cemitério da Consolação é um encontro com todas as mudanças ocorridas em São Paulo, valendo por uma boa aula de história. É possível, em poucas quadras, de jazigo em jazigo, ao longo das ruas e alamedas, visitar o Brasil-Império e diversas personalidades nobiliárquicas (como a Marquesa de Santos e o Barão de Itapetininga); assistir ao poder e ascensão da República do Café-com-leite (nas figuras dos presidentes Washington Luís e Prudente de Moraes); verificar o apogeu e a falência das famílias tradicionais (os Prado e os Álvares Penteado) e a mudança de poder e da

riqueza para os imigrantes cujos nomes se ligam à industrialização de São Paulo (Matarazzo, Jafet, Calfat, Crespi), também ligados a um processo de apogeu e decadência; comprovar o enredo político representado no Movimento Tenentista e nas Revoluções de 1924 e 1932. Sem contar a ampla efervescência cultural que marcou a Belle Époque e os frementes anos 1920, com a Semana Modernista (com a trinca formada por Tarsila do Amaral, Oswald de Andrade e Mário de Andrade, e o desafeto Monteiro Lobato), além do mecenato nas artes (Ciccilo Matarazzo, Yolanda e Olívia Guedes Penteado). A lista é extensa e diversificada, de uma riqueza histórica sem igual (OSMAN E RIBEIRO, 2007, p. 10).

A morte, ali, é quase somente um figurante, sendo a estrela principal as Belas Artes. Artistas prestigiados, leia-se Rodolpho Bernardelli, Galileo Emendabili, Victor Brecheret, Luigi Brizzolara e Bruno Giorgi, deixaram lá suas marcas na eternidade. As temáticas são variadas tão quanto são os estilos arquitetônicos: de anjos a figuras profanas e legendárias; de símbolos pagãos às imagens sacras cristãs, de cenas de Orfeu às *Pietás* vestidas e nuas. O excesso de *Carraras*, bronzes e granitos impressiona, além do grande estoque de histórias e memórias.

Com tantos dotes, é de se esperar que o Cemitério da Consolação seja um atrativo turístico, que, embora muito tímido, esteja presente na cidade.

O resultado já podia ser visto em 1909, época em que o cemitério da Consolação “tornara-se a primeira necrópole de São Paulo, por todos admirada, principalmente pelos visitantes estrangeiros” (...) ou seja, há 100 anos atrás o cemitério da Consolação já era um “ponto turístico” importante na Capital (MARTINS E CAMARGO, s/d, p. 17).

Muitas décadas depois, o Turismo marcou mais um ponto. Reconhecendo seu potencial, esse cemitério elitista foi tombado pelo CONDEPHAAT - Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico, Arqueológico e Turístico do Estado de São Paulo, no ano de 2005<sup>67</sup>. Apesar disso, o Cemitério da Consolação recebe três mil visitantes ao ano<sup>68</sup>. O número é

<sup>67</sup> Ver: Resolução do Tombamento, em  
<[http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/upload/cb189\\_RES.%20SC%20N%2028%20-%20Cemiterios%20da%20Consolacao%20Protestantes%20Ordem.pdf](http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/upload/cb189_RES.%20SC%20N%2028%20-%20Cemiterios%20da%20Consolacao%20Protestantes%20Ordem.pdf)>

<sup>68</sup> Conforme a Assessoria de Imprensa do Serviço Funerário do Município de São Paulo, 2010.

verdadeiramente muito baixo, no entanto, com a iniciativa das visitas guiadas, a morada final de alguns santos urbanos ganhou mais vida.

O Cemitério da Consolação também consta no Mapa das Sensações<sup>69</sup>, instigando o turista a aproveitá-lo usando a audição e a visão. No quesito ‘audição’, o guiamento é incisivo. Dentro de seu terreno não há placas que identifiquem a localização dos sepulcros célebres nem informações sobre as obras, sendo a visita monitorada a melhor alternativa.

O já mencionado Projeto Arte Tumular disponibiliza, desde 2001, passeios guiados pelo sepultador Francisvaldo Gomes (‘Popó’), que já recebeu “mais de seis mil pessoas” (Silva, 2007, p. 7) e que teve como mentor o historiador Délio Freire dos Santos, o maior pesquisador sobre o patrimônio do local. As visitas guiadas devem ser agendadas com antecedência, e, segundo a Assessoria de Imprensa, é mais interessante que tais sejam realizadas por grupos, de pelo menos duas pessoas, para que a própria visita se torne mais atraente. Ademais, os trajetos, histórias e percursos realizados podem variar conforme o interesse do visitante. O passeio não tem custo e pode ser realizado de segunda à sexta-feira, às 9h e às 15h, e duram, em média, uma hora.

Grosso modo, o turista pode optar por duas temáticas de visita: o roteiro histórico (celebridades sepultadas ali), e o roteiro artístico (esculturas e obras de arte). Ainda há a possibilidade de visitação de um roteiro político, no qual a rota segue os túmulos desses homens. O público-alvo são os professores, estudantes, pesquisadores e historiadores, além de, é claro, turistas. Para os mais ávidos, dentro do *trade* de São Paulo encontram-se outros orientadores, como os guias historiadores e guias especializados nesses atrativos turísticos. Independente da

---

<sup>69</sup> Projeto realizado pela Prefeitura de São Paulo por meio da São Paulo Turismo (SPTuris), que mostra uma nova forma de experimentar e sentir a cidade com auxílio dos cinco sentidos.

escolha tem-se a impressão de que o Cemitério da Consolação é um daqueles atrativos que, por mais que tenhamos visto tudo, saímos com a sensação de que ainda há muito o que ser visto.

### 3 A EMOÇÃO, A SIGNIFICÂNCIA E O TURISMO

Somente o turista – e somente ele – pode conhecer exatamente os motivos pelos quais se deixou levar para um ou outro destino. Somente o turista (e somente ele!) sabe qual é a experiência que deseja carregar do *fazer turismo* para sua vida. Se fora possível separar, a faceta objetiva do Turismo que pratica um visitante de cemitérios seria, segundo especialistas<sup>70</sup>, a pesquisa geográfica, histórica, sociológica, antropológica, linguística, literária, artística, arquitetônica, arqueológica, hidrogeológica, pedológica, genealógica e heráldica, demográfica, nobiliárquica e, obviamente, turística. No entanto, esse sujeito pode ter outros anseios.

A indústria turística precisa, necessariamente, oferecer serviços hodiernos para turistas que desejam fazer uso dela como um mecanismo de cura para os males modernos. Essa necessidade de ir ao encontro das emoções e das sensações é fruto da Economia da Experiência e da Sociedade dos Sonhos, cujas diretrizes vêm orientando a oferta no Turismo. “O espaço-cenário turístico é resultante, muitas vezes, da capacidade da pessoa captar, absorver e experienciar seu próprio imaginário e o coletivo na busca do conteúdo de sonhos, de desejos, de impulsos (...)” (BENI, 2004, p. 304).

Então, vamos levar em consideração que essa necessidade de novas vivências para preencher as lacunas faltantes em nossas vidas vem em função do autoconhecimento – e esse

---

<sup>70</sup> Eduardo Rezende, Pedagogo e Geógrafo, Mestre em Geografia Humana pela USP. Autor de seis livros sobre Cemitérios é também presidente da Associação Brasileira de Estudos Cemiteriais e representante brasileiro da Rede Iberoamericana de Cemitérios Patrimoniais

autoconhecimento também pode nos ser concedido por meio “da profunda experiência da viagem destinada ao prazer mais profundo do autoconhecimento, da descoberta e da possibilidade de aventura que nos deixe mais seguros de nossa existência como seres humanos” (TRIGO, 2010, s/p).

Tendo isso em mente, tentemos associar os cemitérios com o que expressa Beni sobre o fato de que essa ‘nova’ necessidade

vem deslocando em grande parte o fluxo turístico dos grandes centros urbanos e cosmopolitas para áreas locais com expressivo patrimônio histórico-étnico-cultural, em que podem ser vivenciadas experiências mais autênticas e genuínas, sem interferência do cunho comercial, da opressão da obrigação de consumir, das tensões dos conglomerados urbano-industriais, do ter para ser, com o apelo simples de viver ainda não impregnado por artificialismos e tensões dialéticas (BENI, 2004, p. 297).

Assim sendo, é possível pensar que, na faceta subjetiva, os turistas que visitam os cemitérios estejam em busca de muitos desses elementos; seja pela arte, história e cultura, seja pela aura de mistério que envolve esses lugares ou ainda pela possibilidade de repensar sua própria vida em meio a tanta morte. O caso é que, vencendo receios, tabus e superstições, podemos descobrir que os cemitérios são atrativos turísticos repletos de possibilidades de experiências emocionantes. “Faz-se necessário então, pela pesquisa e interpretação do diferencial turístico, estimular a atenção, o “olhar”, o sentimento, a emoção, as sensações e percepções para que o turista possa experienciar o antes até então ignorado” (BENI, 2004, p. 296).

O que queremos (enquanto turistas) e deixar que as mais diversas emoções inundem nossos pensamentos, atuando como agentes da aprendizagem, possibilitando conexões com nossas histórias próprias e que nos deixam viver nossos mitos e lendas pessoais. O que desejamos (enquanto Turismólogos) é que essas experiências sejam “memoráveis, intensas ou promovem

um entretenimento, educação, fuga ou estética que provoquem um “uau!” no turista ou espectador” (TRIGO, 2010, s/p).

Então, para que possamos viver *realmente* uma experiência, presenciar os acontecimentos e participar deles como ator efetivo, é essencial que a emoção seja de alguma forma traduzida e inserida em nosso Turismo. Entra em cena a visita guiada.

### 3.1 O GUIAMENTO COMO CATALISADOR DA EMOÇÃO

A emoção, segundo a mais básica das literaturas de referência<sup>71</sup>, é um “abalo moral ou afetivo; perturbação, geralmente passageira, provocada por algum fato que afeta o nosso espírito (boa ou má notícia, surpresa, perigo)”. É exatamente essa movimentação quase espiritual de boas sensações, de deslumbramento e de encantamento que faz do Turismo o negócio da felicidade (Chias, 2007).

Entretanto, é necessário rendermo-nos à ideia de que nem sempre conseguimos desemaranhar todas as informações presentes nos atrativos turísticos por nós mesmos, sendo essas desconhecidas intimidades, muitas das vezes, as responsáveis pelo alto grau de envolvimento e emocionalidade nas viagens.

Precisamos, então, de instrumentos que nos induzem às emoções, e, como revela Beni (2004, p. 296), há de haver

conhecimento dos valores diferenciais visando estabelecer a comunicação e a assimilação dos visitantes para ampliar seu conhecimento e fruição. (...). A decodificação desse diferencial, isto é, a apreensão total do significado do patrimônio natural, de acervos de saberes e fazeres culturais é, antes de tudo, um processo interativo necessário entre moradores, visitantes e turistas.

---

<sup>71</sup> Dicionário Aurélio.

Deste modo, os profissionais do Turismo devem estar capacitados a conduzir seus turistas a um espaço mental individual onde as características centrais de seu atrativo se conectem àquilo que eles desejam experienciar, pois essas, independente da motivação, podem ser “exatamente o que o visitante quer ver, experimentar, compartilhar e levar consigo como lembrança memorável” (Beni, 2004, p. 296).

Para tanto, precisamos de um apresentador, um Cícero<sup>72</sup>, um intérprete. Esse locutor entusiasmado deixa os roteiros mais intensos e suas palavras acabam por transformar o olhar do visitante, quem é estimulado a ver o cenário de uma maneira diferente. O guia de turismo é o sujeito que nos apresenta detalhes inimagináveis, que com seus enredos aplica legendas inteligentes aos atrativos mudos.

Que esse encantador de turistas está ligado ao fenômeno do Turismo é fato revelado pelo grego antigo Heródoto em sua eterna literatura (Rejowski, 2002), na qual, entre seus relatos sobre os *Periegetai* e *Exegetai*, percebemos que a função de orientar os viajantes continua sendo a mesma. Muito tempo se passou, o Turismo de *Cook* veio à tona e a função se oficializou; assim, nessa contação de histórias, o protagonista tornou-se um mediador cultural, e sua narrativa, um espaço de respeito.

Quando se diz ‘espaço’ refere-se à visita guiada, a qual se considera uma ferramenta que nos induz às emoções, ou pelo menos aviva a fruição. Naturalmente, não se pode generalizar – há viagens que devemos fazer sozinhos justamente porque temos mais liberdade para contemplar e refletir acerca de nossa humanidade. O ponto aqui discutido é a capacidade de

---

<sup>72</sup> Cícero, político romano da Antiguidade, conhecido pela retórica contagiante de seus discursos. Por isso, séculos depois, os guias turísticos italianos, efusivos como ele, foram batizados de ‘cicerones’ e, mais tarde, os guias de todo o mundo.

dramatização da visita guiada, na qual seu guia é o responsável por *salpicar* detalhes que impõem mais sentido ao passeio.

Ainda que sem um personagem físico, tão importante é essa teatralização dos passeios que alguns atrativos já dispõem de visitas guiadas somente com o áudio, encontrando a sinergia entre a tecnologia e as necessidades do turista. Esses são os *audio guides*, ou guias eletrônicos que nos permitem uma experiência individualizada. Novidade no Brasil (e consolidado há tempos na Europa), mega-empresas como a *Apple* destacam-se com a chamada publicitária<sup>73</sup> “Guiado pelo *iPod* - O *iPod* já o leva numa viagem musical. Imagine onde o poderia levar com conteúdos atrativos sobre os locais que visita. Agora que o guia turístico perfeito está disponível em tamanho de bolso, as instituições de renome mundial começam a ter este fato em consideração e a criar *podcasts*<sup>74</sup>”.

A fim de tornar ótima a visitação e garantir ao turista lembranças positivas profundas, nesse guiamento digital estão presentes sítios como o Museu de Arte Moderna de São Francisco, o Museu Judaico de Berlim, o Castelo de *Versailles*, a *Disney Cruise Line*, o Castelo *Chenonceau*, a *Notre Dame* de Paris e muito da cidade de Londres. Em São Paulo essa tendência também já está em aplicação. O conceito é o mesmo (roteiro em áudio), e “conduz o visitante a explorar a Avenida Paulista, experimentando vivências, a um só tempo reais e subjetivas, de forma a estimular a reflexão econômica, política e social que a avenida carrega em sua história<sup>75</sup>”.

Se real ou virtual, a didática é indiferente ao objetivo final: a visita guiada é um mecanismo que aflora o emocional do turista. Com auxílio dos sentidos e da criatividade esse

<sup>73</sup> Ver: <<http://www.apple.com/pt/ipod/tours/>>.

<sup>74</sup> Arquivos de áudio transmitidos via internet cuja seleção pode ser musical ou sobre os mais variados assuntos.

<sup>75</sup> Ver: <<http://www.corporastreado.com/anonimos/site.htm>>.

Turismo praticado pode extasiar sobremaneira os visitantes, elevando a percepção e concretizando a experiência.

#### 4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Em primeiro esclarece-se que se levou em consideração uma variável importante: aos quarenta respondentes foi enviado (em formato on-line) o questionário imediatamente após a segunda visita (com guiamento), fator este que pode haver influenciado nas respostas, uma vez que o encantamento e o envolvimento dos turistas ainda estavam ‘vivos’ em suas memórias. 36 indivíduos (o que equivale a 90% do *universo* abarcado) enviaram suas respostas em até cinco horas após a visita, portanto, considerou-se tal variável.

A Escala Likert foi utilizada para a respondência ao passo que a intenção era mensurar a percepção e, em algum momento, o comportamento dos respondentes. Variou entre 1 (discordo totalmente), 2 (discordo), 3 (não concordo nem discordo), 4 (concordo) e 5 (concordo totalmente).

O instrumento do questionário estava composto de sete perguntas fechadas mais a identificação (sexo). Do total de quarenta indivíduos, as respondentes femininas representaram 65% (26 pessoas) e o restante, 35% (ou 14 pessoas), eram homens. Este dado já nos leva a um questionamento: serão as visitantes mulheres as mais interessadas nesse segmento turístico? É possível deduzir que o sexo feminino esteja mais propenso a livrar-se dos preconceitos que envolvem os Cemitérios e esteja disposto a enfrentar ‘aventuras seguras’ em nome do Turismo? Este pode ser outro objeto de análise.

Passando ao resultado da primeira pergunta (“Não percebi muitas diferenças entre a visita com guia e a visita sem a orientação dele”), 97,5% (39 indivíduos) disseram discordar totalmente. Isso supõe que a visita monitorada no Cemitério da Consolação é um recurso que o individualiza, que eleva sua atratividade e que, literalmente, faz a diferença!

Em relação à segunda pergunta (“A visita sem guiamento no Cemitério da Consolação é suficiente para conhecer bem o local, explorá-lo e sair de lá satisfeito com o passeio”), os mesmos 97,5% (39 indivíduos) acusaram discordar totalmente. Esse dado completa a informação anterior, levando a crer que a visita guiada é fundamental para reconhecer completamente o Cemitério. Reitera-se: “dentro de seu terreno não há placas que identifiquem a localização dos sepulcros célebres nem informações sobre as obras, sendo a visita monitorada a melhor alternativa” (p. 10). Nota-se que, mesmo sem envolver o quesito ‘emoção’, o próprio percurso deve ser realizado com orientação técnica, já que a falta dessa, visivelmente, afeta a satisfação.

Analisando o terceiro questionamento (“A visita com guiamento modificou meu ‘olhar’ do cemitério – percebi mais detalhes e aprendi mais na segunda visita”), 32 sujeitos responderam que concordam totalmente, 06 que apenas concordam e 02 que não concordam nem discordam. Em primeira avaliação, não há respondentes que discordam em grau algum (o que já representa a expressão positiva do guiamento). Concentrando-nos nos 95% que concordaram com a afirmativa, nota-se que a percepção e a aprendizagem foram aumentadas com a visita guiada – o que leva a crer que este pode ser o primeiro passo que leva à emotividade.

No que tange à quarta pergunta (“A visita com guiamento me propiciou um passeio mais significativo, acabei criando laços afetivos mais fortes com o local”), os resultados foram

mais que surpreendentes. Ainda que haja 02 indivíduos indiferentes à afirmação referente à mudança em seu ‘olhar’ sobre o local (pergunta anterior), 100% dos respondentes concordaram totalmente com a declaração de que a visita guiada os levou a um Turismo com maior significado, o qual desenvolveu neles o sentimento de afetividade. Mesmo havendo a opção 4 da Escala Likert (Concordo), os quarenta sujeitos foram incisivos ao marcar a opção 5 (Concordo totalmente), o que evidencia a essencialidade da visita monitorada com relação ao sentimento de pertencimento com o Cemitério da Consolação.

Nos resultados da quinta questão (“Depois da segunda visita (com guia), ao sair do Cemitério continuei refletindo sobre o que vi lá”), verificou-se que apenas 03 respondentes concordaram totalmente, 14 deles concordam, 17 não concordaram nem discordaram e 06 discordaram. Interessante é perceber a variação das respostas. Nenhum revelou discordar totalmente, assim que se percebe, de fato, que a afetividade levou-os a posteriores reflexões em algum grau. Um fato de possível diagnóstico são os conteúdos e eloquência da visita guiada: será possível dar mais emotividade aos discursos? Não estará faltando ao guia conhecimentos específicos do Turismo moderno para que as falas possam ir ao encontro daquilo que o visitante espera?

A incisiva pergunta sexta (“A visita guiada me emocionou mais”) foi a responsável por concretizar o objetivo deste estudo. 70% dos respondentes (28 sujeitos) afirmaram que concordam totalmente, 17,5% (07 sujeitos) simplesmente concordaram e 12,5% (05 sujeitos) nem concordaram nem discordaram da sentença. Aos que concordaram totalmente ou somente concordaram lhes atribui o resultado das outras perguntas: a visita guiada realça a percepção, revela detalhes, cria um *link* dos visitantes ao patrimônio histórico, artístico e cultural do Cemitério, emocionando o visitante. Aos 05 sujeitos que foram indiferentes ao fator emocional

pode-se pensar que houve desequilíbrio de expectativas; e essa falha pode ser tanto resultado da ausência de informações prévias do turista como deficiências no monitoramento da visita, a qual pode ser incrementada com estudos da demanda.

Por fim, a última e sétima pergunta (“Agora que conheço, recomendo a visita guiada no Cemitério da Consolação”), teve admirável resultado: uma vez mais, 100% dos respondentes expressaram que concordam totalmente, denotando que a visita com guia transforma a visitação, confere-a mais vivacidade e mais sentido. É sabido que somente recomendamos algo quando, de fato, o percebemos como bom, como diferente, como valioso.

Assim, de posse de todos esses resultados é admissível cruzar alguns deles e gerar outras reflexões: na visita guiada, os homens demonstraram ser menos facilmente induzidos às emoções que as mulheres. É, para eles, necessário outro tipo de argumento? Apesar de significativa para todos e garantida a futura recomendação, a visita guiada não emocionou suficientemente 12 pessoas. Será por falta de informação do turista ou falha no guiamento?

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Seguindo o propósito principal deste estudo – o de identificar se a visita guiada pode influenciar na emoção dos que visitam o Cemitério da Consolação – a análise dos resultados dos questionários foi contundente para a confirmação das hipóteses delineadas, e pode-se dizer que as teorias abarcadas estão congruentes à realidade desse atrativo.

É natural que a visita guiada não é o único e exclusivo meio para que se atinjam níveis emocionais mais intensos durante a visitação. O interesse pelo atrativo vem de muito antes e o turista também deve ser o responsável por esse envolvimento. Leituras prévias, a busca pela

informação e a curiosidade natural devem fazer parte de uma educação turística na qual o turista esteja preparado para viajar e experienciar algo.

Entretanto, por meio dos resultados obtidos é possível concluir que a visita guiada no Cemitério da Consolação é um instrumento que eleva a emoção dos turistas, e aproveitando-nos do que disse Trigo, que cria um “uau!” nos visitantes. A visita com orientação é algo que suscita bons arrepios, e não calafrios aversivos. Talvez o elemento faltante para tornar o momento da visita ainda mais mágico seja o de dotar o guia de saberes que incitem e provoquem (no bom sentido) o visitante, dando ao passeio mais sentido e significado.

Longe de ser lúgubre, no Cemitério da Consolação as histórias de São Paulo repousam, e a História do Brasil dorme em paz. As belas artes de artistas renomados encontram-se em harmonia com a eternidade, e as muitas épocas estão refletidas em suas memórias. Aqueles que lá choram seus mortos buscam consolo, enquanto aqueles que o visitam buscam novas e positivas emoções.

Porque ele visita o Cemitério? Só ele sabe. Mas o que todos sabemos é que a visita com orientação devidamente pensada intensifica qualquer que seja seu desejo, e faz com que o Cemitério da Consolação permaneça em sua lembrança e em seu coração. Isso sim é fazer Turismo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENI, M. C. **Turismo**: da economia de serviços à economia da experiência. In: Turismo - Visão e Ação - vol. 6 - n.3 - set./dez. 2004, pp. 295-305.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo; Senac, 2007.
- CASTROGIOVANNI, A. C. **Lugar, No-Lugar u Entre-Lugar**: Los ángulos del espacio turístico. In: Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 16, pp. 5 – 25, 2007.
- CHIAS, J. **Turismo**: O Negócio da Felicidade. São Paulo; Senac, 2007.
- MARTINS, J. de S.; CAMARGO, L. S. de. **História e Arte no Cemitério da Consolação**. Disponível em <[http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/upload/cemiterio\\_baixa\\_1219246534.pdf](http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/upload/cemiterio_baixa_1219246534.pdf)>. Consultado em 13 de Outubro de 2010.
- MACCANNELL, D. **Staged authenticity**: Arrangements of social space in tourism setting. In: American Journal of Sociology, 79 (3), pp. 589-603, 1973.
- MUMFORD, L. **The City in History**. London: Penguin Books: Martin Secker & Warburg, 1961.
- OSMAN, S. A.; RIBEIRO, O. C. F. **Arte, História, Turismo e Lazer nos cemitérios da cidade de São Paulo**. In: Licere, Belo Horizonte, v.10, n.1, abr./2007.
- REJOWSKI, M. **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo; Aleph, 2002.
- REZENDE, E. C. M. **O céu aberto na terra**: Uma leitura dos Cemitérios na Geografia Urbana de São Paulo. São Paulo; Necrópolis, 2006.
- SILVA, M. C. M. e. **Turismo entre os túmulos**: o caso do cemitério da Consolação em São Paulo. Anais Anptur, São Paulo, agosto 2007. Disponível em <[http://www.anptur.org.br/seminario2007/data/pdf/1.28%20muniz\\_silva.pdf](http://www.anptur.org.br/seminario2007/data/pdf/1.28%20muniz_silva.pdf)>. Consultado em 14 de Setembro de 2010.
- TRIGO, L. G. G. **Toda viagem é mesmo uma “experiência”?** Artigo publicado em 04 de fevereiro de 2010. Disponível em <<http://www.hoteliernews.com.br/hoteliernews/hn.site.4/NoticiasConteudo.aspx?Noticia=55640&Midia=1>>. Consultado em 15 de Outubro de 2010.
- URRY, J. **O Olhar do turista**: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas. Tradução: Carlos Eugênio Marcondes de Moura, 3a. edição. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 2001.
- VALLADARES, C. do P. **Arte e Sociedade nos Cemitérios Brasileiros**. Brasília; MEC-RJ, 1972.
- VIDAL, D. G. **Fontes visuais na história**: significar uma peça. In: Revista Varia História, BH, n 13, 1994, pp. 129-130.