

Una mirada turística para el patrimonio cultural: Centro de Atención al Visitante del Camino de Los Principes Santa Catarina - Brazil



Thais Gellert da Costa
Master en Gestión del Patrimonio Cultural en Ámbito Local

Universitat de Girona - 2012/2013



Para:

Pai, mãe e irmã.

Devo tudo que sei e sou a vocês.

Com muito amor, obrigada.

Gracias;

A la Universidad da Região de Joinville, UNIVILLE, por la oportunidad;

A la Universidad de Girona por el aprendizaje;

A los compañeros de clase y profesores por la paciencia en escucharme con las presentaciones en portugués, a la Tura por el primero contacto aún des de Brasil, a la Mónica por practicar el inglés conmigo, a la Merche por las buenas energías como de una madre, a la Olga, la Rosa y la Queralt por la sonrisa, al Valen, Annaïs y Mark por ponerme en contacto con sus familias y los pequeños niños;

A los amigos de INSETUR por las cosas que me han enseñado, a la Anna por los tantos correos, al Dani y la Saida por las conversaciones y la buena energía, al Donaire por los contactos, la paciencia y por la tutoría;

A mis compañeros de piso por los momentos de “familia” que tuvimos;

A todos los otros estudiantes de intercambio por toda la diversión;

A Girona por ser la ciudad donde todo esto ha pasado.

ÍNDEX

1.		Presentación	1
2.		Introducción	3
3.		Objetivos	7
3.1		Objetivo General	7
3.2		Objetivos Estratégicos	7
3.3		Objetivos Operativos	8
4.		Diagnosis	10
4.1		La organización administrativa para el turismo	10
4.2		La organización administrativa para la cultura	13
4.3		Los números del turismo	15
4.3.1		Los números del turismo en Santa Catarina	15
4.3.2		Los números del turismo en Joinville	17
4.4		Análisis de los datos	20
5.		Análisis DAFO	22
6.		El Centro de Atención Al Visitante	23
6.1		Definición	23
6.2		Referencial teórico	23
6.3		Público objetivo	29
6.3.1		El turista	30
6.3.2		El sector turístico y las empresas intermediarias	32
6.3.3		La administración pública	34
6.3.4		Los ciudadanos del destino	35
6.4		El catálogo de servicios	36
6.4.1		Al turista	36
6.4.2		A la administración pública	37
6.4.3		A la iniciativa privada	38
6.4.4		A la población local	39
6.5		La estructura administrativa	40
6.5.1		Junta directiva / dirección	41
6.5.2		Sector de marketing, eventos y difusión	42
6.5.3		Sector de investigación, encuestas y opinión	43
6.5.4		Sector de atendimento al usuário	44
6.6		La estructura física	45
6.6.1		Recepción	45
6.6.2		Tienda de productos regionales	46
6.6.3		Sala de exposición interpretativa	47
6.6.4		Auditório	48

	6.6.5	Área administrativa	49
	6.7	 Presupuesto y financiación	50
7.		Conclusiones	55
8.		Anexos: Inventários	57
	8.1	 Inventário del patrimonio material	58
	8.2	 Inventário del patrimonio natural	74
	8.3	 Sugerências de servicios y patrimonio cultural	82
9.		Referência bibliográfica	86

1. PRESENTACIÓN

Este trabajo es presentado para evaluación final del curso de Máster en Gestión del Patrimonio Cultural en Ámbito Local de la Universidad de Girona. Durante las prácticas realizadas en el Instituto Superior de Estudios Turísticos (INSETUR) de la Universidad, ha surgido la idea de planear un local que va allá de una Oficina de Turismo para la región donde vivo, en Santa Catarina, Brazil.

Uniendo los conocimientos de mis estudios de graduación en licenciatura en Historia, los adquiridos en este máster, además de las tantas cosas que he podido aprender con mis prácticas en INSETUR, la participación en workshops y eventos, presento aquí mis ideas para planear el Centro de Atención al Visitante del Camino de los Príncipes, un local que venga a ser la materialización de los esfuerzos para unir las iniciativas relacionadas a la preservación del patrimonio histórico y cultural con las acciones para la mejora y ampliación de los servicios turísticos, donando así una mirada turística para el patrimonio de la región.

Este trabajo comienza por la introducción que presenta una explicación acerca de la localidad, un poco de la historia y formación de la zona nombrada Camino de los Príncipes, en Santa Catarina, sur de Brazil. Después de la presentación de los objetivos, en la diagnosis hay una explicación de cómo es organizada la administración pública a niveles del país, del Estado y la ciudad de Joinville, que será el local sede de este centro. A seguida, presento los datos estadísticos relativos al turismo en el Estado de Santa Catarina y en la ciudad. La parte de la diagnosis es concluida con una reflexión sobre estos datos y el análisis DAFO.

Después de esta presentación de la localidad, tiene inicio el planeamiento del centro en esto mismo, con la definición conceptual de lo que deba ser, el referencial teórico que fue base para este plano y la definición del público objetivo. A continuación es presentado el catálogo de servicios que serán ofrecidos en este espacio, de acuerdo con el trazado del público objetivo. También es presentado el planeamiento de la estructura del centro, tanto la administrativa como la física, y la finalización con el presupuesto estimado y las supuestas maneras de estructuración de la empresa con posibilidades de estructura financiera.

En los anexos presento el inventario de bienes patrimoniales, separados por patrimonio material y patrimonio natural, además de sugerencias de manifestaciones culturales e servicios que pueden ser conocidos y disfrutados por los usuarios del centro. Estas informaciones fueran sacados de un guía turístico de la localidad (en las referencias), que presenta las atracciones de la región separadas por ciudad.

2. INTRODUCCIÓN

El objeto de estudios de este trabajo es el “Caminho dos Príncipes”, en portugués, o “Camino de los Príncipes”, en español. Esto se refiere a una región que es formada por veinte ciudades de características (culturales y naturales) similares, en el estado de Santa Catarina, al sur de Brasil. Este camino está ubicado al norte del estado, ocupando parte del altiplano norte y parte del litoral norte, de acuerdo con el mapa abajo:



El nombre Camino de los Príncipes es una referencia a la historia de la colonización de la mayor ciudad de la región, Joinville. Su origen remonta a los fines del siglo XIX, cuando el territorio donde está hoy, fue donado como dote de matrimonio por la familia imperial brasileña, con la unión de la princesa de Brasil, D. Francisca Carolina con el príncipe francés de Orleáns, en el año de 1843. Con la crisis de Francia, a causa de las Guerras Napoleónicas, el príncipe francés vendió una parte de sus tierras a una compañía de colonización alemana, que comenzó con la llegada de inmigrantes germánicos a esta porción de Brasil.

¹ Mapa de localización del Camino de los Príncipes. Fuente: Folder de presentación del Fórum de Desenvolvimento Turístico do Norte de Santa Catarina.

Regiões turísticas de Santa Catarina

The map illustrates the nine tourist regions of Santa Catarina, each with its own color and key locations:

- Caminhos da Fronteira** (Purple): Blomeste Cerqueira.
- Grande Oeste** (Dark Blue): Xanxerê, Chapecó.
- Vale do Contestado** (Red): Concórdia, Joazeiro, Treze Tilias, Videira, Fraiburgo, Caçador, Porto União.
- Serra Catarinense** (Green): Lages, Urubici, São Joaquim.
- Vale Europeu** (Brown): Blumenau, Brusque, Nova Trento.
- Caminho dos Príncipes** (Light Green): Joinville, São Bento do Sul, Jaraguá do Sul, Curitiba.
- Encantos do Sul** (Orange): Criciúma, Araranguá.
- Caminho dos Cânions** (Dark Green): Porto Alegre.
- Costa Verde e Mar** (Light Blue): Florianópolis, Itaipava, Balneário Camboriú, Bombinhas, Porto Belo, São José do Rio Negro, Imbituba, Lagoinha.

Localização

A small map of Brazil shows Santa Catarina's location in the southern region, bordering Argentina and Uruguay. The capital, Brasília, is also marked.

Con la colonización europea y su mezcla con la cultura de aquellos que ya vivían acá, ha nacido una cultura particular y diversificada en su contexto, formando un Estado único si comparado con otras regiones de Brasil. Las veinte ciudades del camino están separadas por la calidad de turismo que ofrecen, para una mejor organización administrativa. Es decir que están organizadas entre atracciones de la costa, del valle y de la sierra: de acuerdo con el tipo de paisaje, oferta turística e influencia cultural que disponen, son organizadas su comunicación y difusión.

Máster en Gestión del Patrimonio Cultural en Ambito Local
Universitat de Girona - 2012/2013

Por su rica diversidad cultural y patrimonial, resultado de la presencia de diferentes pueblos que allí vivieran en la época de la colonización y todavía viven, allí es posible encontrar signos de esta diversidad en las manifestaciones culturales, el idioma, la arquitectura y la arte culinaria. Así es posible percibir la grande variedad de opciones para la explotación de actividades de turismo cultural en esta región.

La diversidad paisajística es muchísimo rica, con el ambiente de la Sierra del Mar, porciones de Mata Atlántica, la floresta de las araucarias en el altiplano norte y paisajes de zona rural por todo el valle. Las playas de la ciudad de São Francisco do Sul son conocidas como unas de las más bonitas de la región, y en la misma ciudad tenemos la primera población del Estado, con más de 500 años y también el mejor puerto natural del sur de Brasil. Las ciudades de Corupá y Schroeder ofrecen muchas opciones para el turismo de aventura, con saltos de agua y ríos; en la ciudad de Rio Negrinho hay la posibilidad de disfrutar un paseo de tren por la sierra, y en el altiplano, la ciudad de Itaiópolis dispone de representantes de la cultura polonesa, con la arquitectura y gastronomía particulares

Con los análisis hechos para presentar el diagnosis de esto trabajo, fue posible percibir que existe la intencionalidad de los órganos gestores en aumentar la rentabilidad y la sustentabilidad de esta zona del Estado por medio de las actividades turísticas y su organización. Así, en su contexto, esto proyecto presenta la propuesta de centralización de los servicios ofrecidos tanto por el sector público como el privado, para ampliar la cooperación entre estos agentes y proponer la organización de un local que venga a ser una plaza de unificación de los esfuerzos para alcanzar una mejora en la estructura del servicio ofertado a lo visitante de la región.

La idea de planear un centro como esto en esta región llegó después de una visita al Centre de Visitants del Gironés, una plaza inspiradora que va más allá de ser apenas un centro de información o una oficina turística, pero también ofrece servicios de personalización de rutas, un muy buen centro de interpretación y espacios para exponer y comercializar los productos de la gente local. Por esto, con los contactos obtenidos y reuniones realizadas con algunos de los involucrados en la escena del turismo y el turismo cultural en la ciudad de Joinville, este proyecto fue materializado y pensado de acuerdo con las necesidades encontradas, también por

medio de lecturas de los Planos de Cultura, de Turismo, y de trabajos que van siendo desarrollados por aquellos que ya están en esto medio de servicios.

Así, el planeamiento de esto centro, como proyecto de trabajo, viene a atender una necesidad percibida en las investigaciones acerca de la prestación de servicios en esta región, aliada con la diversidad de bienes naturales y culturales para el turismo. Con el seguimiento del trabajo, señalaré las cuestiones que encontré con las lecturas y contactos hechos, para basándome en las teorías estudiadas proponer una solución positiva para la situación de la explotación de la actividad del turismo cultural en esta región, utilizando también al mismo como una herramienta para la preservación del patrimonio cultural y natural.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

El objetivo general de este trabajo es la planificación de un centro que sirva como punto de referencia para la información de la región del Camino de los Príncipes, en Santa Catarina. Allí, se buscará difundir, a través de actividades turísticas, la idea de preservar el patrimonio cultural y natural por medio de su valoración. Este centro será nombrado “Centro de Atención al Visitante”, y allí el turista, la población local y los administradores podrán acceder a todas las informaciones relevantes y oportunidades de servicios, que abarcar el Camino.

Para alcanzar este gran desafío, serán elaborados objetivos estratégicos, los que deberán ser logrados a largo plazo. Para lograr cada uno de estos, se trazaran objetivos operativos, es decir, metas a ser perseguidas para lograr éxito en un plazo menor de tiempo. Así, esta organización es elaborada para que sea posible seguir la propuesta, mantener la objetividad y la transparencia del proyecto.

3.2 Objetivos Estratégicos

Apreciación: Valorar el patrimonio histórico, cultural y natural de la región a través del fortalecimiento de la imagen turística del Camino de los Príncipes como una opción para diferentes públicos y en todas las épocas del año, pero que también se busca promover la idea del uso sostenible del patrimonio como una manera de preservarlo.

Colaboración: Crear una red de colaboración entre los órganos públicos responsables del patrimonio cultural y por el turismo con las empresas privadas de prestación de servicios, mejorando así el producto ofrecido a los usuarios, atrayendo más demanda turística y mejorando el alcance de nuestra imagen.

3.3 Objetivos Operativos

Implicancia Local: Buscar, a través de la divulgación del Centro y sus funciones, involucrar a la población local en el proyecto. Con esto, la valoración del patrimonio parte de los propios moradores de las localidades involucradas con la idea, y estos pasan a trabajar a favor de la preservación de su patrimonio e identidad.

Interpretación: La interpretación del patrimonio consta de una lectura especializada y la posterior transmisión de esta mirada para los interesados a visitar el bien. Brindar esta lectura especializada y personalizada de la oferta de la región para que todos los usuarios comprendan, es imprescindible para la valorización de la oferta local. Con este fin, será ofrecido un servicio de elaboración de rutas a través de la visita a la exposición interpretativa y el uso de una tecnología interactiva basada en el inventario del patrimonio.

Comercialización y Comunicación: La valoración pasa también por lo aspecto económico, para que los involucrados obtengan retorno financiero y, así, tengan la voluntad de mejorar permanentemente los servicios. Para esto, la comercialización de una buena imagen de la oferta es imprescindible. Ya hay una imagen concreta del camino, pero esta puede ser más explotada aun a través de una campaña particular para esta región, acentuando su capacidad de comercializar diferentes tipos de productos. También es necesario ampliar el alcance de esta imagen, expandiéndose más allá de los límites regionales.

Apoyo del Poder Público: Basados en los Planos de Cultura y de Turismo, ya sea de los gobiernos municipales, estatales o federales, el objetivo es buscar apoyo financiero e institucional para el desarrollo del proyecto y lograr que Joinville sea el centro inductor para la llegada de turistas a la región, apoyados también para lograr estas metas, en el Plano Municipal de Cultura de la ciudad.

Red de Cooperación: Involucrar la iniciativa privada con las actividades del poder público, para que haya una ampliación y mejora en la calidad de los servicios para los usuarios.

Recogida de Datos: El Centro de Atención al Visitante no será solo un punto de informaciones para las personas que vienen con el interés de conocer y visitar el

Camino de los Príncipes. Sino también, para mejorar la comunicación entre las esferas de la administración, se ofrecerá la posibilidad de asesoramiento para que se conozca más a fondo las características de la demanda de los servicios. Esto será hecho por medio de encuestas y recercas con el público usuario que lleguen al centro y con las empresas involucradas.

4. DIAGNOSIS

Para aclarar la organización del gobierno brasileño, haré una pequeña introducción a esta diagnosis acerca de cómo es organizada la toma de decisiones en nuestro país.

Brasil es una República, es decir, su gobierno está basado en la elección de un presidente y los demás representantes del pueblo por medio de una votación, que ocurre cada cuatro años, donde elegimos nuestros representantes en las esferas nacional, estadual y municipal. La toma de decisiones al nivel país están a cargo de los ministerios, secretarías, autarquías, agencias y consejos. En la actualidad, el gobierno federal está formado por veintiséis ministerios, diez secretarías y otros seis órganos³, todos pueden, por medio de leyes, ser creados, cambiados o extintos por el presidente. Entre dichos ministerios, están el de Turismo y el de Cultura, que son los responsables por los aspectos de interés para estos trabajos.

A continuación, haré una explicación acerca de cómo es la división de poderes en los ámbitos de nuestro interés, para ser posible profundizar la comprensión de la descentralización de toma de decisiones y como trabajan los medios de gobierno para administrar las cuestiones que son importantes para este proyecto. Después de la presentación de la estructura de esta administración, hablaré de los números relativos al sector de turismo y de la demanda de la región, para que se tenga la dimensión del público y el importe financiero involucrado con estos sectores.

4.1 La organización administrativa para el Turismo.

El Ministerio del Turismo tiene como misión “desarrollar el turismo como una actividad económica sostenible, con un papel relevante en la generación de empleos y divisas, proveyendo la inclusión social.”⁴ Su organización está basada en el modelo de gestión descentralizado, siguiendo el pensamiento estratégico. Las

³ Gobierno Brasileño. Consultado en 07/08/2013, a través de la fuente <http://www.brasil.gov.br/sobre/o-brasil/estrutura>.

⁴ Gobierno Brasileño, Ministerio del Turismo. Consultado en 07/08/2013, a través de la fuente http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/missao/

decisiones son puestas en práctica por la Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, orientadas por las directrices del Consejo Nacional del Turismo. La promoción, comunicación y comercialización de la imagen de Brasil está a cargo de la Empresa Brasileña de Turismo (EMBRATUR). Sus actividades están ligadas a la administración del sector y hay programas para coordinar cada objetivo, que van desde iniciativas para el planeamiento, la gestión, las informaciones y el apoyo a los proveedores de servicios de turismo en el país, además de los estudiosos de la temática. Dentro del interés de este trabajo, las acciones que son importantes son las que hacen referencia a la prestación de servicios a los turistas y la organización y comunicación de nuestra región en los ámbitos nacional y local.

Las acciones del Ministerio del Turismo son guiadas por el Plan Nacional del Turismo, que abarca los años de 2013 a 2016. Este plan fue desarrollado por el Gobierno Federal, la iniciativa privada y el tercer sector de acuerdo con el Plan Plurianual 2012 - 2015 del Gobierno Federal, definiendo las acciones del sector turístico para el desarrollo económico, social y la eliminación de la pobreza. En el ámbito de la gestión, el plan destaca las directrices para el turismo, que tienen como base la participación y el dialogo con la sociedad, la generación de ingresos y de oportunidades de empleo, el incentivo a innovación y a la investigación, además de la regionalización como enfoque para el planeamiento. Para dar continuación al plan, son elaborados, periódicamente, documentos de carácter ejecutivo, donando bases y posibilidades para las acciones concretas.

Para la mejor administración del turismo en el país, el Ministerio adoptó la estrategia de repartir el territorio, por medio del programa nombrado “Regionalización del Turismo.” Así, son definidas las regiones turísticas para una mejor organización del planeamiento y gestión del turismo, a través del fortalecimiento de las instancias de gobierno regional (Instâncias de Governança Regional), en las 59 regiones brasileñas. De acuerdo con estos programas, estas instancias son “organizaciones con participación del poder público y de los actores privados de las ciudades componentes de las regiones turísticas, con la función de coordinar el Programa en ámbito regional⁵” y de movilizar los actores involucrados

⁵ Ministério del Turismo. (2007). *Programa de Regionalização do Turismo. Módulo Operacional 3: Institucionalização das Instâncias de Governança*. Consultado en 08/08/2013, a través de la

con la actividad turística y la comunidad en general en la búsqueda por alcanzar los objetivos del plan.

Dentro del programa de Regionalización del Turismo, está también el proyecto de desarrollo de los 65 Destinos Inductores del Turismo, que son aquellos apuntados, por medio de investigaciones, como los que poseen más condiciones de competir por una posición de destaque en la escena mundial y atraer turistas para el país. En Santa Catarina tenemos tres ciudades entre estos destinos inductores, que son Balneário Camboriu, Florianópolis y São Joaquim, y Joinville está incluida como atracción cercana de Balneário Camboriú.

La organización en nivel regional está caracterizada por medio de un fórum, que tiene como objetivo integrar los municipios y alcanzar una mayor visibilidad de la región en la escena nacional, logrando que esta sea referencia en el turismo de Santa Catarina. Este fórum tiene el nombre de Fórum de Desenvolvimento Turístico do Norte de Santa Catarina, y abarca las 20 ciudades del Camino de los Príncipes. Son parte de este fórum los interesados en formar parte de la discusión y la actividad para llegar a los objetivos del proyecto, sea de la iniciativa privada o del tercer sector.

En el nivel del poder público de Santa Catarina, la representación es la SANTUR, Santa Catarina Turismo S/A, una empresa pública que trabaja en conjunto con la Secretaría Estadual de Turismo, Cultura e Deporte. Estos órganos están separados pero se busca una colaboración de los dos para alcanzar los objetivos del Plan Estadual para la Cultura, Turismo y Deporte. Este plan fue aprobado en 2009 y allí hay un conjunto de programas financiados por el gobierno para la mejora de las esferas involucradas en el proyecto, es decir, cultura, turismo y deporte. Hay programas para el desarrollo de la Cultura y del Turismo en Santa Catarina, y se denomina “ocio” al conjunto de las actividades ofrecidas por los sectores que abarcan estos programas.

También, en el nivel del Camino de los Príncipes, la principal ciudad entre estas 20 que hacen parte del fórum, es Joinville, siendo la mayor ciudad de Santa Catarina y cuenta con una representación de la Instancia de Gobierno, es decir, el Forum Regional. La ciudad cuenta con instituciones que trabajan para el desarrollo

fuelle:http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/conselhos/conselho_nacional/documentos_conselho/modulo_operacional_3_institucionalizacao_da_instancia_de_governanca_regional.pdf.

de la imagen turística, para estudios de demanda y para la administración para del turismo, que son, por parte del poder público, la Fundación Turística de Joinville, y por parte de la iniciativa privada, Joinville Convention y Visitors Bureau, además de asociaciones prestadoras de servicio, como hoteles, redes de gastronomía y agencias de viaje.

Este conjunto de entidades, es decir, el programa “Roteiros do Brasil” como representante del poder federal, la SANTUR, como representante del poder Estadual, el Fórum Regional como representante de las veinte ciudades del Camino, la Fundación Turística como representante de la ciudad de Joinville y las otras entidades particulares en cada ciudad, son los responsables de la administración, comercialización y difusión de la imagen turística de este Camino en la escena nacional e internacional.

4.2 La organización administrativa para la Cultura.

De la misma manera que el Ministerio del Turismo, por la otra parte de nuestro trabajo tenemos el Ministerio de la Cultura. Es el órgano del Gobierno Federal responsable por la política nacional de cultura y la protección del patrimonio material y cultural. Este ministerio trabaja con el concepto de cultura articulado en tres dimensiones: la simbólica, la económica y la ciudadana.

En la organización de este Ministerio, el órgano especialmente responsable por la protección y difusión del patrimonio es el IPHAN – Instituto Nacional del Patrimonio Histórico y Artístico Nacional. Este instituto fue creado en el año de 1937 con la función de “promocionar, en todo el país y de manera permanente, la preservación, la conservación, el enriquecimiento y el conocimiento del patrimonio histórico y artístico nacional⁶”. Es una institución con el status de autarquía, es decir, tiene su autonomía y la estructura propia para coordinar y administrar la toma de decisiones acerca del Patrimonio Cultural en todo el país. Su misión es “promover y coordinar el proceso de preservación del Patrimonio Cultural Brasileño, para

⁶ Gobierno Brasileño, Ministério de la Cultura. Ley número 378, del día 13 de enero de 1937. Consultado en 09/08/2013, de acuerdo con la fuente <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=225>.

fortalecer identidades, garantizar el derecho a la memoria y contribuir para el desarrollo socioeconómico del país⁷.

Por el carácter subjetivo de su función, las acciones del instituto pueden tener un alcance más amplio, ya que también estas se realizan en conjunto con las otras esferas de la sociedad, a saber, la comunidad, los gobiernos regionales, los otros Ministerios y las representaciones de los poderes públicos y privados. El instituto actúa hace más de 75 años en la escena cultural brasileña, por medio de algunas acciones institucionales de preservación, sensibilización y protección de la herencia cultural de nuestro país. Una de estas acciones, dentro de la actuación específica, es la actividad con foco en el Turismo Cultural.

En este aspecto, el gobierno federal ha instituido, en el año de 1977, la ley numero 6.513⁸, que trata de la creación y reglamentación de las Zonas Especiales y de Locales de Interés Turístico, además del Inventario con las finalidades turísticas de los bienes de valor cultural y natural. El objetivo es utilizar el turismo de manera sostenible, incentivar la preservación y la concientización por el bienestar de las poblaciones involucradas, para incentivar la inter-relación entre el turismo y el patrimonio. Así, la legislación propone un turismo cultural que actúe junto a las acciones de preservación, para la identificación, preservación, manutención y revitalización de un bien, para que sea defendido y salvaguardado, garantizando el usufructo y el conocimiento para las generaciones actuales y futuras.

Para que sea posible la actuación en todas las esferas del país, el IPHAN dispone de las representaciones a nivel Estadual, llamadas Superintendencias Estaduales. Estas tienen, básicamente, la función de coordinar, planear, operacionalizar y ejecutar las acciones del instituto a nivel local. En Santa Catarina, la Superintendencia actúa desde 2009, pero ya en 2007 fue hecho una investigación y la preservación de 45 edificaciones significativas, por medio del programa Roteiros (rutas) Nacionales de Inmigración, que buscaba la protección y preservación de las herencias culturales dejadas por los europeos que llegaron a la región en el siglo XIX. A través de este programa y de la posterior acción de preservación de las

⁷ Instituto del Patrimônio Histórico, Artístico y Nacional. Ministério de la Cultura, Brazil. Consultado en 09/08/2013, de acuerdo con la fuente <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=15145&retorno=paginalphan>

⁸ Presidência de la República. Ley 6.513, de 20 de Diciembre de 1977, consultado en 09/08/2013, de acuerdo com la fuente: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6513.htm.

ferrovías y las estaciones de tren, fueron preservadas muchas de las herencias que hoy forman parte del Camino de los Príncipes, en nuestra región.

En la instancia regional, del gobierno estadual, la legislación acerca de la cultura está a cargo de la Secretaría Estadual de Turismo, Cultura y Deporte, la misma que coordina el turismo, pero en otro órgano relacionado, la Fundación Catarinense de Cultura. Este órgano tiene como misión la “valorización de la cultura, a través de acciones que fomenten, promuevan y preserven la memoria y la producción artística⁹” del Estado. Sus áreas de actuación son diversas, entre ellas está la responsabilidad de administrar los temas relacionados al Patrimonio Cultural, materiales e inmateriales.

A nivel local, tenemos también la representación de la Instancia de Gobierno del Camino de los Príncipes en Joinville, la principal ciudad de esta ruta. Allí, la coordinación del patrimonio cultural está en responsabilidad de la Fundación Cultural, que cuenta con una unidad particularmente articulada para administrar los bienes de interés cultural y patrimonial, que es la Coordinación del Patrimonio Cultural de Joinville.

Para aclarar estas informaciones, es posible mirar la organización de la división de poderes de acuerdo con lo organigrama abajo, en que a continuación hago una comparación para alcanzar la conclusión acerca de la colaboración (o no) entre los sectores involucrados en la elaboración de este proyecto.

4.3 Los números del Turismo.

4.3.1 Los números del turismo en Santa Catarina.

É chave para o futuro de Santa Catarina que o governo do estado administre bem e alinhe bem os recursos do estado para elevar a qualidade de vida de todos os seus cidadãos. É preciso proporcionar educação aos catarinenses, aumentar sua prosperidade econômica, criar oportunidades inovadoras e manter um meio ambiente seguro e saudável. O setor de Viagens & Turismo pode ajudar o governo e seus parceiros do setor público a atingirem esses objetivos, e também a criarem as condições subjacentes a um setor turístico florescente. É claro que é preciso

⁹ Gobierno de Santa Catarina, Fundación Catarinense de Cultura. Consultado en 09/08/2013, de acuerdo con la fuente: <http://www.fcc.sc.gov.br/pagina/4970/missaoevisao>.

enfrentar alguns desafios para que o setor de Viagens & Turismo realize seu enorme potencial como catalisador do desenvolvimento econômico e social futuro em todo o estado. Uma atenção considerável deve ser dedicada a assegurar-se que o crescimento seja sustentável - que consiga um equilíbrio saudável entre imperativos de negócios, proteção do patrimônio cultural e meio ambiente, e bem-estar das comunidades locais. (WTTC, 2009, p.05)

Para este apartado, intentaré hacer la interpretación de los datos recogidos, de acuerdo con las impresiones más relevantes para este estudio. No podemos olvidarnos que estos datos deben ser analizados de manera cautelosa, ya que hay algunos factores que llevan a creer que no son totalmente fiables. Que quiero decir con esto, es que hay una diversidad de informaciones disponibles, pero como hablamos aquí de un estado pequeño dentro de un país muy grande, es posible que haya errores en las cantidades de personas o de divisas, pues el control del flujo de estos es muy difícil de tener totalmente controlado.

El territorio de Santa Catarina cuenta con apenas 1% del territorio brasileño, con una grande zona costera, con más de 500km de extensión, además de fácil acceso a la Sierra del Mar y la floresta Atlántica. La región del Camino de los Príncipes ocupa la parte nordeste, el altiplano norte y el litoral norte del Estado, cuenta así con las opciones de turismo de sol y mar además de partes de montaña y también una grande variedad de opciones de cultura. Pocos países ofrecen una variedad para turismo cultural tan grande, de acuerdo con el *Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*¹⁰, donde es posible mirar que Brasil es el primer país en el ranking de recursos naturales, en cuanto es el 102º en la priorización de viajes y turismo. La oferta de fuerza laboral también es problemática, pues el área es conocida por su mala remuneración y la poca condición de trabajo.

De acuerdo con el estudio citado en el inicio de este apartado, a pesar de las ventajas del estado, todavía hay mucho por mejorar. Hay un gran potencial que no se ha explotado, muchas veces, por no ser conocido por la mayoría de las personas. El flujo de turistas es muy estacional, es decir, en el verano hay muchísimas personas en búsqueda del sol y playa, pero en las otras épocas del año y fuera de la costa, no hay organización ni ofrecimientos de productos eficaces para

¹⁰ World Economic Forum, *Travel & Tourism Competitiveness Report* Consultado en 08/08/2013, de acuerdo con la fuente <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness/index.html>

aprovechar la capacidad del territorio, y, por medio de diagnóstico de acciones gubernamentales o privadas, es posible observar que está mejorando año a año.

A pesar de tener aun cosas que cambiar para mejorar la prestación de estos servicios en el estado, los estudios de demanda son positivos y la región es, por el 6º año consecutivo, la mejor del estado para el turismo, de acuerdo con la mayor publicación sobre el tema, el premio Viajen y Turismo de 2012/2013¹¹. Los datos son recogidos todos los años por medio de una encuesta con los lectores de la revista, y allí podemos mirar la cantidad de personas que vienen a Santa Catarina todos los años, datos estos que serán mejor analizados cuando hablaré del perfil de los turistas en la región.

Para la región del Camino de los Príncipes, hay que tener en cuenta la demanda especial de algunas ciudades donde hay eventos en otras épocas del año, que no forman parte de las rutas de turismo de sol y playa. Principalmente, Joinville, la ciudad más importante para esta región y una de las más relevantes económicamente, para Santa Catarina. A continuación, tendremos una muestra de algunos datos de esta ciudad, ya que, en el proyecto, instalaremos el local para nuestro Centro de Atención al Visitante en ella.

4.3.2 Los números de turismo y cultura en Joinville.

Joinville es la mayor ciudad del estado de Santa Catarina. Cuenta con una población de más de 500.000 personas, y un variado campo industrial. Hay una buena variedad para la prestación de servicios, como hoteles, transportes y acceso a las otras partes del estado. También por parte de la administración, la coordinación del Fórum Regional representante de la Instancia de Gobierno (representación del poder federal) está en esta ciudad.

La misma recibe eventos internacionales, seminarios y grandes fiestas de deporte y cultura. Todos los años, en el mes de julio, es realizado el Festival de Danza, que es llevado a cabo con el apoyo de patrocinadores y es impulsado por el Instituto Festival de Danza. Con su 30º edición en 2012, el festival reúne más de

¹¹ Revista Viaje y Turismo. *Premio Viagem e Turismo 2012/2013*. Consultado em 09/08/2013, de acuerdo com la fuente <http://viajeaquil.abril.com.br/vt/premio-o-melhor-de-viagem-e-turismo-2012-2013>.

6.000 participantes directos y su público es de más de 200.000 personas, lo que le valió el título de mayor festival de danza en el mundo, en el Guinness Book de 2005¹². También en el mundo de la danza, la ciudad es sede de la única escuela del Ballet Bolshoi fuera de la de Rusia, que profesionaliza bailarines de Brasil y de todo el mundo en la rigurosa metodología de Moscú. Otra fiesta muy importante en el calendario de eventos de la ciudad es la Fiesta de las Flores, que se realiza en el de noviembre, y en 2013 estará en su 75º edición. En esto mes, la ciudad está toda decorada con adornos florales y orquídeas, que son la principal estrella de la fiesta.

La capacidad hotelera es buena, con más de 4.500 camas, y abarca desde grandes hoteles de cadenas internacionales hasta pensiones en la zona rural para aprovechar también las atracciones fuera del centro urbano. El acceso a la ciudad es bueno, por medio de vías terrestres y aéreas, que facilitan la llegada de participantes a las fiestas, ferias y seminarios y también a otras ciudades cercanas.

No que se refere a lazer e atrativos turísticos, Joinville possui localização privilegiada. Cercada por municípios que oferecem diversidade de atrativos, sua estrutura de acesso, hospedagem e serviços não só qualifica a cidade como pólo regional, como permite a organização de roteiros turísticos, evidenciando segmentos que despertam a atenção de públicos dos mais variados interesses e promovendo a integração turística de toda a região. (Sítio Joinville Convention y Visitors Bureau).

En el área de la cultura, el órgano responsable de la coordinación y difusión cultural de la ciudad es la Fundación Cultural de Joinville. Esta, está vinculada a la administración municipal, y tiene entre sus objetivos¹³, las funciones relativas de preservar y desarrollar actividades artísticas, conservar y administrar el patrimonio cultural y de otras instituciones que a ella están ligadas y cuentan con la responsabilidad ligada al patrimonio, como museos y monumentos. En el área del Patrimonio Cultural, hay un órgano especializado en estas cuestiones, es la

¹² Instituto Festival de Dança. *Presentación del Festival de Danza*. Consultado en 10/08/2013, de acuerdo con la fuente: <http://www.festivaldedanca.com.br/2013/institucional.php>.

¹³ Prefeitura de la Ciudad de Joinville. *Presentación de la Fundación Cultural de Joinville*. Consultado en 10/08/2013, de acuerdo con la fuente: <http://fundacaocultural.joinville.sc.gov.br/conteudo/20-Fundação+Cultural.html>

Coordinación del Patrimonio Cultural, que realiza las actividades de preservación y manutención de los bienes patrimoniales de la ciudad.

Para poner en práctica las acciones y objetivos de los órganos de gobierno responsables del patrimonio y la cultura, fue creado, en 2010, el Consejo Municipal de Cultura, que es el órgano consultivo, deliberativo y fiscalizador para la formulación de estrategias y control de la ejecución de las políticas públicas de la cultura en la ciudad. En 2010, de acuerdo con las políticas nacionales para la cultura, fue establecido el Plan Municipal de Cultura, con base en las tres ediciones anteriores de la Conferencia Municipal de Cultura, en los años de 2007, 2009 y 2011. Estas conferencias eran la mejor manera para que participen, la población y demás representantes de la esfera cultura, de la elaboración de políticas públicas para los próximos años.

Uno de los objetivos de este Plan Municipal está de acuerdo con uno de nuestros objetivos en este trabajo, que es el número 9, *“aumentar en un 15% el impacto de los aspectos culturales de competitividad en la ciudad como destino turístico¹⁴.”* Es decir que, dentro del proyecto de los “65 destinos inductores del turismo” ya citados antes en la esfera nacional, este la inclusión de otros destinos. A partir de 2009, la ciudad de Joinville ha entrado en los estudios realizados por los responsables, pero no como un de los destinos inductores, pues no ha sido clasificada con las necesidades para esto.

De acuerdo con este estudio, que analiza la producción cultural ligada al turismo, el patrimonio histórico y cultural y la estructura de apoyo, Joinville ha alcanzado un número de 55,8, en una calificación de 0 a 100. El estudio afirma que la ciudad dispone de un buen conjunto de producción cultural que genera un gran flujo de turistas, también cuenta con bienes preservados y un órgano que es responsable del seguimiento del turismo cultural, que es la Fundación Cultural. El número fue bajo por el no reconocimiento de la ciudad fuera del ámbito regional, además de no existir un registro de los bienes culturales disponibles y la falta de incentivo del personal calificado para trabajar en el área de turismo. Así, el objetivo número 9 del Plan Municipal de Cultura, de elevar en un 15% el número de

¹⁴ Fundación Municipal de Joinville, Consejo Municipal de Cultura. *Metas do Plano Municipal de Cultura 2012 – 2021*. Consultado en 10/08/2013, de acuerdo con la fuente https://docs.google.com/file/d/0B_9IXzYr3ysjQJlobGdrMG91cXM/edit

visitantes de la ciudad, para alcanzar un mayor reconocimiento en el ámbito nacional, es muy parecido a las propuestas de este trabajo.

4.4 Análisis de los datos.

Con la sencilla compilación de estos datos, es posible percibir que, por la situación general del país y de nuestra región, tenemos un grande potencial que puede ser explotado, ampliando los servicios de turismo y generando mayor información. Hay mucho para investigar en este aspecto y también para mejorar en las estructuras que se puede tener con relación a la respuesta de la demanda turística que haya.

También fue posible percibir que hay, en algunos puntos, una debilidad en la comunicación entre los órganos responsables por coordinar las áreas de turismo y de cultura, principalmente en el ámbito nacional, con el Ministerio de Turismo y el de Cultura. En el ámbito Estadual, hay una comunicación un poco más fluida, teniendo en cuenta que la Secretaria de Turismo, Cultura y Deporte está unificada, aunque haya instituciones divididas coordinando estos puntos.

De acuerdo con los datos recogidos por la SANTUR, a nivel estadual, es posible pensar que necesitamos ampliar el tiempo de permanencia del turista en el Estado, en especial en la ciudad de Joinville y en el Camino de los Príncipes. Ya que con el número de personas que llegan aquí por motivos de negocios, habría espacio para atraer la voluntad de de las mismas para que permanezcan en la región por más tiempo, o que vuelvan a disfrutar el territorio en momentos de ocio.

Este proyecto busca con esto, al menos a nivel regional, ampliar la calidad de la oferta, explorando lo que ya se tiene, pero que aún necesita ser enseñado y preservado de una manera más organizada y sostenible. Por esto, pienso que es necesario desarrollar nuevas ofertas de productos, o sofisticar y comunicar más ampliamente las que ya dispone la región, para aprovechar la estructura que la naturaleza y la cultura nos ofertan en este territorio tan vasto y tan rico donde vivimos.

Al largo del trabajo, serán enseñadas las posibilidades que hemos encontrado a través del contacto con los prestadores de servicios de Brasil y también de España, para poder presentar esta posibilidad de una manera más amplia, clara y

personalizada. Para esto, el trabajo de catalogación de servicios será una constante, junto con el trabajo de concientización de la comunidad acerca de las posibilidades que ofrece su propio territorio. El centro también ofrecerá, al poder público y al privado el servicio de estudios de demandas y de ofertas, por medio de la sugerencia de un acuerdo, para el alcance de las metas propuestas en los planos de cultura. A los visitantes, les será ofertado un servicio de asesoría para la organización de rutas y viajes, por medio de un sistema multimedia e interactivo para el planeamiento y construcción de rutas personalizadas.

5. Análisis DAFO

Debilidades:

- Disponibilidad desigual de recursos
- Dependencia política
- Discontinuidad de apoyos
- Imagen de la oficina de turismo como servicio gratuito
- Desconexión entre los sectores de turismo y de cultura
- Poca visibilidad del territorio en ámbito nacional

Amenazas:

- Competencia con los prestadores de servicios de la iniciativa privada
- Dependencia de coyunturas políticas para aplicación de servicios
- Desconfianza del sector en la continuidad o efectividad de proyectos
- El crecimiento desordenado puede amenazar los bienes naturales
- Imagen del sector como algo con malas condiciones de trabajo
- Estacionalidad del flujo de turistas

Fortalezas:

- Capacidad de crear redes de cooperación
- Centralidad de la ciudad de Joinville en la actividad económica local
- Posibilidad de coordinación con la administración y la iniciativa privada
- Variedad de eventos y ofertas de distintos productos turísticos
- Disponibilidad de productos a ofrecer fuera de la gran temporada de verano

Oportunidades:

- El Centro de Atención al Visitante viene de encuentro al Fórum Regional que tiene como objetivo centralizar las actividades de las ciudades que forman parte del Camino de los Príncipes, profundizando su idea de conjunto entre para aprovechar la oferta de producto disponible en la región
- La variedad de productos puede ser aprovechada para atraer turistas todo el año, y las ideas están de encuentro con las iniciativas a ser tomadas por las administraciones.

6. EL CENTRO DE ATENCIÓN AL VISITANTE

6.1 Definición:

Este centro se crea como una posible solución de algunos problemas encontrados durante la búsqueda de datos para la realización de este proyecto. Su visión es, principalmente, la de ser un centralizador de esfuerzos para alcanzar una mayor valoración del patrimonio natural y cultural disponible en la región que es objeto de estudio en este trabajo.

Se busca beneficiar a la mayor cantidad de personas posibles con este servicio, de acuerdo a las necesidades que cada uno tenga dentro de la actividad turística que realice, para alcanzar así, los objetivos propuestos al comienzo del proyecto. Se buscará realizar actividades de investigación y de información, además del seguimiento frecuente de los objetivos propuestos y su alcance.

La misión de este centro es ser un local de referencia para la prestación de servicios de información, comercialización y difusión del potencial turístico de la región del Camino de los Príncipes. Debe, también, estar de acuerdo con las prerrogativas y objetivos establecidos en los planos de turismo y de cultura, de los municipios, del Estado y del País, para lograr así darle valor al patrimonio de esta localidad, esta búsqueda será una constante. Al incrementar esta valoración, el objetivo es el retorno económico para los involucrados y poner en evidencia a la región en la escena turística a nivel nacional y mundial.

6.2 Referencial Teórico

Para poner en práctica un proyecto como este, es necesario, aparte de buenas ideas, tener buen embasamiento teórico para ofrecer los servicios que son planeados. Como este centro será un prestador de servicios multidisciplinar e interdisciplinar, en principio será basado en las referencias abajo citadas. Con el desarrollo del trabajo y después, con una posible puesta en práctica del proyecto, serán buscadas más y más referencias, para armar un centro que pueda atender las expectativas reales de los involucrados, en la mayor escala posible.

Aquí, hablaré un poco de las bases de cada servicio que será ofrecido en el centro, y las mayores referencias, es decir, las fuentes de las ideas principales, que no quiere decir que sean solamente estas las consultadas. Las separaré de acuerdo con el ámbito de servicio a que se refiere, pero al final, todos los servicios aquí citados serán un conjunto, que trabajarán para alcanzar el objetivo principal del trabajo. Los principales conceptos aquí abordados para la elaboración de este centro serán los directamente involucrados con los servicios ofrecidos por el centro de atención al visitante. El orden en que aparecen aquí no es, necesariamente, su orden de importancia, pero sí el orden que pienso tomar como referencia para la elaboración del centro.

Primero, el concepto más directamente ligado a este servicio y que trataré aquí, es el concepto de Oficina Turística, en la cual nos inspiramos para concebir la idea de este trabajo. Es necesario decir que la primera idea ha surgido de contactos con las personas involucradas con esto tipo de actividad en la ciudad de Girona, como el Centro de Visitantes del Gironés y el Punt de Benvinguda de Girona, a las cuales agradezco muy cordialmente en los inicios del trabajo.

La base teórica para este apartado de la elaboración práctica del centro como algo que es más allá de una oficina turística sencilla, ha salido del libro de Oriol Miralbell Izard, “Gestión de Oficinas de Turismo”. Este libro trajo una discusión muy interesante acerca de los servicios que pueden ser ofrecidos en el centro, de acuerdo a las necesidades de las oficinas de turismo, de ampliar sus funciones y la oferta de servicios.

Para Izard (2007), “resulta justo que se denomine las oficinas de turismo por su nombre real, el que las define como centros de servicios para el turismo en un destino. El término oficina hace referencia a un lugar de trabajo sobre y para el turismo en el destino” (p.18). Con base en la reflexión de los principios del libro, es que intento planear, con este proyecto, una plaza, que sea más que un punto donde se busquen folletos o mapas del destino, un local que se encuentre toda la información necesaria para el disfrute de los destinos en cuestión. La tarea de esta oficina deberá estar involucrada en la valoración y dinamización de la oferta de los productos y trabajar en conjunto con todos los involucrados e interesados (o beneficiados) para mejorar la calidad de los servicios. “En este sentido, la oficina de turismo se puede entender también como *aquel servicio y lugar donde se coordinan*

todos los actores o agentes del sector turístico del destino para unir sus estrategias para competir” (Izard, 2007, p.20).

En esto mismo libro, también hay una sugerencia de gestión para las actividades de la oficina, que son de mucho valor. El autor separa las zonas de gestión entre las actividades de gestión interna (marketing, documentación, inventarios), los servicios al sector (sea la iniciativa privada o el poder público) y, claro, los servicios a los turistas. Estas cuestiones serán tratadas al largo de este apartado, en donde retornare varias veces teniendo como referencia lo mismo.

Algo también muy importante para este trabajo es ver lo que reflejan lo(s) concepto(s) de turismo. Un principio buenísimo ha venido de la lectura del libro de José A. Donaire, “Turisme Cultural: Entre l’experiència i el ritual”, donde el autor empieza las discusiones con una búsqueda por conceptualizar turismo, cultura y turismo cultural. Según el libro, por la dificultad en encontrar un concepto fijo para el turismo, en la actualidad nos hace pensar que es “muy probable que no sea posible definir con mucha precisión lo que es el turismo” (Donaire, 2008, p.21). Como el foco de este trabajo es el aprovechamiento turístico del patrimonio cultural y natural, intentaré buscar una definición más direccionada a lo que vamos a analizar, de acuerdo con las discusiones acerca del turismo cultural y el ecoturismo.

Teniendo en cuenta los marcos conceptuales del Ministério de Turismo de Brasil, nuestro gobierno adopta la definición de turismo presentada por la Organización Mundial del Turismo, que es presentado como “(...) las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 2003). Así, también adopta la estrategia de segmentación del turismo como una manera de organizar la actividad para fines de gestión. Estos segmentos son definidos de acuerdo con las características de la oferta y también las variables de la demanda que hace la búsqueda por estas opciones.

Como las características de la oferta son las que van determinar la imagen de lo producto ofrecido (en nuestro caso, los servicios de la oficina), aquí creo que podemos trabajar con los segmentos de EcoTurismo y de Turismo Cultural. Esto porque, además de las características culturales propias en nuestra región, disponemos también, como ya mencionamos, de una gran oferta de patrimonio

natural, pero también hay que recordar que, un mismo producto puede ofrecer actividades para varios segmentos. Aquí, es necesario decir también que estos “tipos” de turismo están ligados a la manera en que las personas disfrutan las variadas modalidades y tipos de ofertas de productos.

De acuerdo con el Ministério de Turismo de Brasil, el Eco Turismo puede ser conceptualizado como

um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações (Marcos Conceptuales de Turismo, p.09)

Así, podemos comprender que la práctica del ecoturismo presupone el uso sostenible de los atractivos turísticos. Aquí, el concepto de sostenibilidad aplicado (por el gobierno brasileño en este documento) es el definido por la *World Commission on Environment and Development*, del año de 1987, como el “desarrollo capaz de atender a las necesidades de la generación actual sin comprometer los recursos para la satisfacción de las generaciones futuras”, es decir, preservar la armonía de los seres humanos entre sí y también con la naturaleza. Este tipo de turismo debe ser orientado a la participación del turista con las cuestiones relativas a la conservación de los recursos que forman parte del patrimonio.

Aquí, para esta discusión, entraré en el concepto del Turismo Cultural, de acuerdo con los marcos conceptuales del ministerio brasileño. Ya desde los primeros registros de los *grand tours* realizados a mediados del siglo XVIII, tenemos conocimiento de que la relación entre turismo y cultura es intrínseca. Hasta hoy en día se van incorporando los gustos de los turistas, diversas maneras de relacionarse con las culturas visitadas y nuevas elecciones dan forma a lo que hoy conocemos como turismo cultural.

Las directrices para una definición teórica más exacta fueron discutidas en Brasil por mucho tiempo, y en el año de 2005 esta fue elaborada, a partir de las contribuciones del Grupo de Trabajo Temático de Turismo Cultural, en el ámbito de

la Cámara Temática de Segmentación del Consejo Nacional de Turismo¹⁵ y llegaron a la conclusión de que, en nuestro país, el turismo cultural puede ser comprendido como

as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. (Marcos Conceptuales del Turismo, p.13).

Así, para este proyecto, podemos relacionar los conceptos de turismo cultural y ecoturismo, como ya fue dicho antes, pues en la región en la cual vamos a trabajar, tenemos una oferta de productos patrimoniales muy diversa, y en estas debemos buscar la sostenibilidad. También, hay una diversidad cultural muy rica, diversos grupos culturales forman parte de esta región, además de una buena variedad de monumentos y locales de característica histórico-patrimonial. Aplicamos, aquí, el concepto de turismo cultural pues buscamos valorar y promover los bienes, ya sean materiales o inmateriales.

Para hacer uso del patrimonio como un bien cultural por los turistas, vale recordar una reflexión hecha por Donaire en su libro, cuando se trata de Turismo Cultural como la confluencia entre los conceptos de turismo y de cultura. Así, como ya sabemos, están aquí envueltos dos términos muy complejos que son los de turismo y cultura (aquí, preferí no entrar en la conceptualización de cultura para este referencial; sí, utilizo el concepto de turismo cultural que está envuelto con este aspecto de cultura) y, por la amplitud de sus concepciones, hace que el autor identifique seis significados al uso del turismo cultural en la actualidad, que son “el turismo culto, el turismo de la cultura (o monumental), el turismo de patrimonio, el turismo de las culturas (o etnológico), la cultura “turistificada” o la viaje extraordinaria” (Donaire, 2008, p.29).

En la lectura crítica con el foco de interpretación basado en la “turistificación de la cultura”, hay un segmento que entiende esta práctica del turismo cultural como una comercialización de la cultura o de las manifestaciones tradicionales de una

¹⁵ Son nueve cámaras responsables de trabajar como auxiliares en la formulación de políticas de turismo para el país. Esto ocurrió el 03 de febrero de 2005.

localidad, y así, con la masificación la torna banal. Esto, para aquellos que estudian el turismo cultural con esta mirada, hace que los conceptos de turismo y de cultura sean antagónicos, pues cuando se facilita el acceso turístico a una manifestación o a un monumento cultural para un gran número de personas, de manera comercial, esto acaba por perder su valor de autenticidad y de espontaneidad.

Por supuesto, aquí en este proyecto estamos intentando hacer un uso económico de la cultura y de la naturaleza, pero hay que tener en cuenta la cuestión de la “indispensabilidad” de los recursos que vienen de los turistas para estas localidades. En la situación actual, estamos hablando, de localidades que en su mayoría son pequeñas o están en zonas rurales. Están involucradas, también, ciudades que no poseen su propio centro económico y son dependientes de otras localidades mayores para su gestión financiera. Cómo fue posible percibir en el diagnóstico de datos de la región, la demanda de turistas es muy grande, pero de manera muy estacional. Principalmente en las ciudades más pequeñas, el flujo de turistas trae rentabilidad y visibilidad para estas zonas.

También, en este proyecto tenemos que estar alineados con las actividades gubernamentales, que ya invierten en campañas para la visibilidad de la región como una zona turística rica en diversidad cultural y natural. Entonces el turismo aparece, en nuestro país, como una herramienta de gran importancia para el desarrollo económico. Se prepara al país para recibir los grandes eventos de escala mundial, buscando con esto aumentar los ingresos y direccionarlos a las mejoras de la condición de muchas localidades.

Un ejemplo de la intencionalidad de comercializar la imagen turística de Brasil, son los proyectos para atraer turistas al país en los próximos años. Uno de estos, es el proyecto “Goal to Brasil” que, de acuerdo con el presidente del Instituto Brasileño de Turismo (EMBRATUR), es el incentivo para las personas llegaren a Brasil para los llamados mega eventos (la Copa del Mundo de 2014 y la Olimpiada de 2016) y conocer así otras ciudades de alrededores de las ciudades sede, también por medio de ferias y eventos por todo el mundo para incentivar la llegada de turistas en el país. En sus palabras, las actividades envueltas con estas intencionalidades son muchas:

En paralelo (a lo Goal to Brasil), se desarrolla una agenda promocional en ferias, workshops, caravanas, eventos culturales, mídia digital, relaciones públicas y publicidad, de manera que, todo el año, la imagen de Brasil sea presente mundialmente. Así, progresivamente, vamos a fortalecer la economía del turismo como elemento que forma parte del propósito de obtener más calidad de vida para nuestro pueblo. (Dino, 2013)

Así, para acabar y justificar un poco más la utilización turística de la cultura, he buscado en el libro de George Yúdice, llamado “A conveniencia de la cultura: Usos de la cultura en la era global” la conclusión para esta explicación acerca de cómo se basará, teóricamente, este proyecto. Para tratar la utilidad de la cultura y su uso como motor para el desarrollo, no podemos olvidarnos de todas las políticas públicas que están en proceso, no solo en Brasil, también en otras partes del mundo, donde el turismo juega un papel fundamental.

Hoje em dia é quase impossível encontrar declarações públicas que não arregimentem a instrumentalização da arte e da cultura, ora para melhorar as condições sociais, como na criação de tolerância multicultural e participação cívica através de defesas como as da UNESCO pela cidadania cultural e por direitos culturais, ora para estimular o crescimento econômico através de projetos de desenvolvimento cultural urbano e a concomitante proliferação de museus para o turismo cultural.” (Yúdice, 2004, p.27)

Por eso, este trabajo tiene, en su fundamentación, el objetivo de basarse en las políticas públicas de la valoración de la cultura y del arte para promover, en las comunidades involucradas, la mejora de su condición social por medio del crecimiento económico, además de la valoración del patrimonio por medio de la sensibilización de los usuarios y la población en general.

6.3 Público Objetivo.

Otro punto importante con relación a las definiciones teóricas de este centro, es la definición del público objetivo del mismo y el catalogo de servicios. Así que, aquí hemos preferido hablar de *usuarios* de la oficina, ya que el concepto de cliente

no se adapta completamente. Por esto, teniendo en cuenta los conceptos de Izard (2004), los usuarios de este centro, básicamente, serán:

6.3.1 El turista

Aquí, el principal público objetivo de este trabajo serán los turistas que vienen a nuestra región. Para saber más del perfil de turistas potenciales para las localidades, he hecho una búsqueda de datos en los órganos de gestión del turismo y de servicios.

Una cuestión encontrada es que los datos son recogidos en algunas épocas del año, en los momentos donde ya sabemos que hay un gran número de turistas en la región, así que, lo que pude encontrar fue que la SANTUR, órgano responsable del planeamiento y la gestión de políticas públicas para el turismo en nivel estadual, realiza, todos los años, un levantamiento de datos en las épocas de Temporada Alta, es decir, los meses de verano. Como ya fue dicho en la diagnosis inicial del proyecto, esto es un problema pues tenemos poca disponibilidad de playas con relación a otras localidades del Estado, y la fortaleza de esta región es el turismo cultural y de naturaleza.

Por esto, con la investigación, he llegado a los estudios realizados por la FECOMERCIO (Federación del Comercio de Bienes, Servicios y Turismo), que es el representante de los intereses y de la actuación del tercer sector en Santa Catarina. Esta institución también realiza la búsqueda de datos, por medio de su Núcleo de Recercas y, además del verano, también fueron analizados períodos ya conocidos como de grande flujo de personas en el estado, que son: el verano, el carnaval, las Fiestas de Octubre y el invierno.

El mismo abarca una porción mayor del año y con esto ya es posible tener una mejor idea de cuál es nuestro público objetivo en lo que es relativo a los turistas. Por esto, recurriré a los datos disponibles a través de esta institución, ya que son datos más completos y disponen de períodos de tiempo más variados.

Cuando se trata de los datos relativos al verano, la institución separa el litoral de Santa Catarina en tres zonas: la zona de Florianópolis, el Litoral Norte y el Litoral Sur. Nuestra región se encuentra en el litoral norte, ya que la ciudad de São Francisco do Sul hace parte del Camino de los Príncipes y, así, estamos cercanos a

las demás playas de esta zona. De acuerdo con el estudio de la alta temporada¹⁶, el perfil básico de los turistas que llegan aquí es de, en su mayoría, hombres (52%) con una edad entre 31 y 50 (52%) e entre 18 y 30 años (31%). Los sueldos son de los mayores, el 31% de los turistas con sueldos entre R\$ 3.764 y R\$ 6.109, y 33% con un sueldo mensual mayor de R\$ 7.965.

Un aspecto interesante a considerar con relación a nuestra región es que de los turistas que estuvieran aquí, el 66% de ellos no es la primera vez, estos permanecen en la región por una media de 9,4 días y su mayor motivación es el turismo de sol y playa (no olvidarnos que hablamos aquí de la alta temporada de verano) y 70% de los turistas presentan la intencionalidad de visitar otras ciudades de la región.

Otro período importante para el análisis es el de los días de Carnaval¹⁷, donde fue hecha la encuesta en ciudades que presentan actividades direccionadas a esta época del año. Para nuestra región, hablamos aquí también de São Francisco do Sul, que dispone de un cuadro de actividades específica para las celebraciones de esta fiesta nacional. Para São Francisco, la mayor parte del público es de personas de 31 a 50 años de edad (49,2%) e con una media de sueldos entre R\$1.418 y R\$ 3.763. La mayor parte de los turistas de la ciudad (58,56%) no ha participado de eventos durante los días de carnaval, presentando la preferencia por mantener la rutina de playa en los tiempos de fiesta.

La media de permanencia en la ciudad es de 8,6 días, y de los entrevistados, 69% evalúan las atracciones culturales de la ciudad como buenas, 15% como magníficas y 79% de los visitantes no están en la localidad por la primera vez.

El último compendio de datos disponible es acerca de la ciudad de Joinville, durante las fechas del Festival de Danza¹⁸, realizado todos los años y conocido como uno de los mayores de América Latina. La disponibilidad de datos es del año

¹⁶ Federação de Comércio de Santa Catarina. *Turismo de Verão em Santa Catarina*. Consultado en 12/08/2013, de acuerdo con la fuente http://www.fecomercio-sc.com.br/fmanager/fecomercio/pesquisas/arquivo237_1.pdf

¹⁷ Federação de Comércio de Santa Catarina. *Turismo de Carnaval 2013, Santa Catarina*. Consultado en 12/08/2013, de acuerdo con la fuente http://www.fecomercio-sc.com.br/fmanager/fecomercio/pesquisas/arquivo235_1.pdf

¹⁸ Federação de Comércio de Santa Catarina. *Pesquisa FECOMÉRCIO de Turismo: 29º Festival de Dança de Joinville*. Consultado em 13/08/2013, de acuerdo con la fuente http://www.fecomercio-sc.com.br/fmanager/fecomercio/pesquisas/arquivo126_1.pdf

2011, pero aún así es posible percibir un poco de cómo es el perfil de los visitantes de la ciudad y que impacto estos pueden traer en relación al turismo de Joinville.

Fue posible concluir que el público del Festival de Danza es, en su mayoría, joven (46,9% son menores de 18 años y 29,5% tienen entre 18 y 25 años), también que son de la clases C y B (con renta mensual entre R\$1.126 y R\$6.329) y que 66,5% tienen como ocupación los estudios. También, con las encuestas, es posible percibir que la media de gastos por personas es relativamente alta, que está en sintonía con el perfil de público, llegando a una media de gastos de R\$168,00 por día. Acerca de la evaluación de los servicios, el comercio, los restaurantes y los puntos turísticos fueron bien evaluados. Así, la mayoría de estos ha atribuido las notas de 5 y 6 a estos ítems, una buena nota, ya que van del 1 al 7. Un ejemplo específico que necesita mejorar es el de los puntos turísticos, ya que 15,3% de las personas han contestado con un 1 este servicio.

Así, de acuerdo con estas encuestas, fue posible percibir que nuestro público objetivo con los turistas es compuesto por personas que tienen una buena renta mensual, y les gusta el Estado y las atracciones que dispone. También, debido a la voluntad demostrada para conocer otras ciudades, hay un ambiente favorable para atraer a los turistas del litoral en las épocas de verano y de carnaval para este centro, ya que la ciudad de São Francisco do Sul forma parte de nuestra ruta.

Por esto, los servicios ofertados a los turistas serán los de información y asesoría para la elaboración de rutas. También, a través de los servicios de interpretación del patrimonio, ofreceremos apoyo para la búsqueda de acuerdo al tipo de turismo que se busca, asistencia para encontrar prestadores de servicios como hotelería, gastronomía y transportes. Estos servicios serán más detallados en el apartado del catálogo de servicios del centro.

6.3.2. El sector turístico del destino y las empresas intermediarias.

De acuerdo con el sitio web de la FECOMERCIO¹⁹, el sector de prestación de servicios direccionados a las actividades turísticas es responsable del 59% del Producto Bruto Interno de Santa Catarina, 72% proviene de la recaudación de

¹⁹ <http://www.fecomercio-sc.com.br/fecomercio/index.html>

impuestos, generando más de 1 millón de puestos de trabajo. Así, es posible percibir la importancia de esta actividad en nuestra localidad, la misma también es reflejada en la cantidad de entidades que están direccionadas a la administración e integración de los prestadores de servicios.

En nuestra región contamos con dos asociaciones referentes a hotelería, una la Asociación Brasileña de la Industria de Hoteles (ABIH) y la Federación de Hoteles, Bares, Restaurantes y Similares (FHORESC). De acuerdo con la ABIH, tenemos en nuestra región un total de 245 hoteles, con un total de 17.208 camas y, la otra entidad, tiene la responsabilidad de reglar, vigilar y defender los intereses de los trabajadores del sector. Ya localmente, en Joinville tenemos la SHRBES, es decir, el Sindicato de Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares de Joinville y región, que cuenta con asociados de las más variadas maneras de prestación de servicios turísticos en las cercanías.

Por parte de las Agencias de Viaje, tenemos la ABAV-SC, Asociación Brasileña de Agencias de Viaje, donde contamos con 15 agencias de turismo en nuestra región. Además, esta la SINDETUR, Sindicato de Empresas de Turismo, donde no es posible aun saber cuántas empresas hay, pero fue posible percibir que es una buena intermediaria para el contacto con las empresas de servicio del sector. También, existe la ABRASEL, Asociación de Restaurantes e Empresas de Entretenimiento, que incluye prestadores de muchos servicios, y también la ABRAJET, la Asociación Brasileña de Periodistas de Turismo, que es un buen medio de comunicación con la categoría. Hay además asociaciones nombradas de "Convention and Visitors Bureau", de Jaraguá do Sul y de Joinville, las principales ciudades del camino, que pueden también utilizar de nuestros servicios.

Por medio de la FECOMERCIO, asociación que ya había sido consultada para la búsqueda de encuestas hechas a los turistas, esta realizó una encuesta con la percepción de los turistas acerca de la prestación de servicios en la región, arrojando datos bastante interesantes de acuerdo a los servicios de orientados al turista. En la encuesta, ya citada en el apartado anterior, cuando preguntaron a los turistas cuáles son los ítems que deberían ser mejorados en la región del Litoral Norte respondieron, la gastronomía y las opciones de ocio. Cuando preguntaron la opinión acerca de estos servicios de orientación al turista, 11% evaluaran como magnifico, 14% como bueno, y 71% de las personas no sabían que contestar. Ya en

la región de São Francisco do Sul, la encuesta indica menos puntos a mejorar, pero muestra que hay que profundizar el acceso a la información, los puntos de atención al turista y la señalización de la ciudad.

Así, de acuerdo con estos datos, es posible trazar las estrategias para la prestación de servicios a este público objetivo, ya que podemos percibir la importancia de esta actividad para la zona. Una descripción más detallada será disponible en el apartado de la estructura del centro, en el catálogo de servicios.

6.3.3 La Administración Pública

La región del Camino de los Príncipes reúne la administración de veinte ciudades a nivel municipal, y la misma está dividida de acuerdo con el tipo de turismo que cada ciudad ofrece. En la región costera, tenemos las ciudades de Araquari, Balneário Barra do Sul, Barra Velha, Garuva, Itapoá, Joinville, São Francisco do Sul y São João do Itaperiú. Aquí, están las ciudades más importantes, pues Joinville es la mayor ciudad del Estado, en Itapoá y en São Francisco do Sul tenemos los puertos más importantes; esta última ciudad, São Francisco, es la ciudad más antigua de Santa Catarina y cuenta con un casco antiguo muy importante y preservado.

En la región del Vale tenemos las ciudades de Corupá, Guaramirim, Jaraguá do Sul, Massaranduba y Schroeder. Aquí, en Corupá está uno de los parques más importantes de la región, que cuenta con 14 quedas de agua, además de las diversas opciones de turismo aventura en la región del interior. También en Jaraguá do Sul tenemos un polo industrial altamente desarrollado, junto con la ciudad de Joinville formando parte de los centros de turismo de eventos y negocios.

En la región de la Sierra tenemos las ciudades de Campo Alegre, Itaiópolis, Mafra, Monte Castelo, Papanduva, Rio Negrinho y São Bento do Sul. En esta región el atractivo es el turismo de invierno, donde hace frío intenso, la colonización húngara y polonesa en Itaiópolis y además de una gran variedad de atracciones culturales. En Rio Negrinho y São Bento do Sul están las mayores y mejores fábricas de muebles de la región. Las atracciones de estas regiones serán profundizadas en el apartado del inventario de bienes, donde están separados de acuerdo a las opciones que ofrece cada ciudad.

Así, es posible estimar la cantidad de ciudades involucradas, y que podrán beneficiarse de los servicios del centro, ya que será una manera de centralizar los esfuerzos ya hechos por estas administraciones por medio del Fórum de Desarrollo Turístico del Norte de Santa Catarina. A nivel municipal, tendremos también la Fundación 25 de Julho, de Joinville, que es una entidad jurídica de derecho público, relacionada al ayuntamiento de la ciudad y que desarrolla actividades direccionadas a las actividades rurales en la región.

Además del nivel municipal, también tenemos como público objetivo en este apartado de la administración pública a los órganos estaduais, como la Secretaria de Estado de Turismo, Cultura y Deporte, la SANTUR, empresa pública de Turismo, y los órganos de nivel federal, como el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Cultura y el Instituto de Patrimonio Histórico (IPHAN). Hay, también, por parte de la Cultura, las Fundaciones de Cultura y de Turismo de las ciudades y del Estado, es decir, todos los niveles de administración que tengan el interés de colaborar o buscar servicios del centro.

La descripción de los servicios que podrán ser prestados, estará disponible en el apartado del catálogo de servicios del centro.

6.3.4 Los ciudadanos del destino

En estas veinte ciudades tenemos una población de alrededor de 1.100.000 personas, distribuidas por un área de 10.829,5 km² y la media de renta es de R\$ 26.549 por persona. Aquí tenemos unas de las mejores calidades de vida del país, con la mayor renta por persona en São Francisco do Sul, después Guaramirim y Jaraguá do Sul.

La población de estas ciudades es muy diversa, hay descendientes de germánicos, italianos, poloneses, indígenas... Personas que han venido de otras partes de Brasil en búsqueda de una vida mejor, personas que cambian de plaza dentro del Estado mismo también en búsqueda de las más diferentes cosas. Por esto, así como en todo Brasil, tenemos una gran variedad de influencias en la cultura, hay plazas en las zonas rurales donde se habla el portugués y otro idioma, como el alemán, el polonés o el italiano. También esta variedad de influencias es percibida por medio de la gastronomía y su producción, con muchas comidas típicas

diferentes en cada región, y también con las técnicas de artesanía, elaborando productos preciosos con técnicas muy particulares.

Por esto, para estas personas tendremos el espacio siempre abierto, pues el plan tiene como objetivo que el centro sirva también como una divulgación y difusión de la cultura y de las ideas de los habitantes de la región. Los servicios que serán ofrecidos a la población estarán más aclarados en el apartado del trabajo que trata del catálogo de servicios del centro.

6.4 El Catálogo de Servicios

Para la mejor comprensión de que se trata este proyecto y cuáles son sus aplicaciones dentro de los conceptos abordados y aprendidos con el curso de este Máster, con el catálogo dejaré claro cuáles son los servicios prestados por este centro y de qué manera estos tendrán aplicación práctica de la teoría tratada hasta este punto. Con la finalidad de organizar, estos servicios serán divididos de acuerdo con la división de los públicos objetivos:

6.4.1 Servicios al Turista

Como la finalidad primera de este centro es auxiliar en la valoración del patrimonio cultural y natural de nuestra región a través del uso turístico, el primero objetivo será la prestación de servicios al turista, que serán:

a) Recepción y presentación del centro

Al usuario que viene hasta nuestro centro, ofrecemos la posibilidad de elegir cuáles los servicios de que disponemos desea utilizar.

b) Introducción al destino

A través de la visita a la sala de exposición interpretativa, donde será posible conocer la región por medio de materiales multimedia, videos, maquetas, imágenes y sabores.

c) Personalización de rutas

El usuario podrá dejar nuestro centro ya con toda su ruta lista, por medio del uso de la tecnología disponible en el centro multimedia de la sala de exposición interpretativa. Para esto, tendrá todo el apoyo necesario disponible, por medio de la asesoría del personal de atención al usuario, calificado para contestar todas las preguntas.

d) Asesoría de planeamiento del viaje

Después planear su ruta, el usuario podrá tener acceso a los contactos y opciones de prestación de servicios disponibles en cada plaza que desea conocer, además de mapas y otros materiales que puedan ser útiles. También serán informadas las opciones de fiestas populares que están ocurriendo en el período en que se encuentra en las localidades, pues hay un variado calendario de manifestaciones que pueden hacer con que esto interesado pueda conocer de manera más cercana la cultura local.

e) Tienda de artesanía y productos regionales

Hay en la región una grande variedad de manifestaciones artísticas y culturales que pueden ser reconocidas materialmente. Son productos de gastronomía, como panes, dulces y bebidas, además de productos para decoración o vestuario. En la tienda de productos regionales, el usuáριο tendrá la posibilidad de probar algunos de los productos y llevar para su casa aquellos que más lo gustar.

6.4.2 Los servicios para la administración pública

a) Investigación y encuestas de opinión/demanda.

El centro dispondrá de un departamento especializado y compuesto por personal calificado, direccionado para realizar investigaciones con los usuarios que por allí pasan, por medio de indagación directa u otros medios que sean necesarios para alcanzar la fiabilidad saber la necesidad real de nuestra región. Este servicio será direccionado tanto para la administración pública cuanto para la iniciativa privada, ya que todas las partes pueden ser beneficiadas de estos resultados.

b) Asesoría para planeamiento

Además de las investigaciones y encuestas, será ofrecido el servicio de asesoría para el planeamiento de políticas para la mejora de la prestación de servicios.

c) Difusión e intermediación

Esto centro tiene uno de sus objetivos direccionado a la colaboración entre el poder público y la iniciativa privada, para la ampliación del alcance de las iniciativas. Así, el servicio de difusión de las medidas que sean relativas a la preservación del patrimonio y la mejora del servicio al usuario de turismo será constante. Buscará, también, ser una plaza donde la administración pública y la iniciativa privada puedan trabajar en conjunto y unir esfuerzos para mejorar estas actividades en nuestra región.

d) Local para eventos, seminarios y oficinas

Será ofrecida, tanto para la iniciativa privada, cuanto para la administración pública y la población local una plaza para que sea posible la realización de cualquier tipo de eventos que sean necesarios, donde todos podrán disfrutar y tener allí un espacio para comunicar ideas, adquirir o compartir conocimiento.

6.4.3 Los servicios para la iniciativa privada.

a) Centralización de informaciones

Aquellos que tuvieren interese en disponer su catálogo de servicios para que los usuarios del centro tengan acceso podrán utilizar lo mismo como difusor de sus productos.

b) Difusión e intermediación

El servicio de difusión será utilizado por la iniciativa privada para ayudar en la comunicación y comercialización de la imagen de las empresas que invierten en la concientización de sus usuarios acerca de la importancia del uso responsable del patrimonio de nuestra localidad. Así, la búsqueda por medidas que sean relativas a la preservación del patrimonio y la mejora del servicio al usuario de turismo será

constante. Debe, también, ser una plaza donde la administración pública y la iniciativa privada puedan trabajar juntas y unir esfuerzos para mejorar estos servicios y actividades en nuestra región.

c) Investigación y encuestas de opinión/demanda

El centro dispondrá de un departamento especializado y compuesto por personal calificado, direccionado para realizar investigaciones con los usuarios que por allí pasan, por medio de indagación directa u otros medios que sean necesarios para alcanzar la fiabilidad saber la necesidad real de nuestra región. Este servicio será direccionado tanto para la administración pública cuanto para la iniciativa privada, ya que todas las partes pueden ser beneficiadas de estos resultados.

d) Local para realización de eventos, seminarios y oficinas

Será ofrecida, tanto para la iniciativa privada, cuanto para la administración pública y la población local una plaza para que sea posible la realización de cualquier tipo de eventos que sean necesarios, donde todos podrán disfrutar y tener allí un espacio para comunicar ideas, adquirir o compartir conocimiento.

6.4.4 Los servicios para la población local

a) Comunicación y difusión

En la región hay muchas familias que trabajan para producir directamente para el consumo turístico, en principal de las zonas rurales. También tenemos el tercer sector muy participativo en la economía local, con servicios de gastronomía, hospedaje (también fuera de los medios de hotelería, como posadas, albergues y casas rurales) y tiendas de productos naturales y artesanales. Así, este centro será un local donde aquellos interesados podrán comercializar sus productos y servicios por medio de la catalogación de estos servicios en nuestra base de datos para ofrecer al usuario que busca conocer la región.

b) Espacio para exposición y venta de productos regionales

Este centro también será de la población local, que podrá usar del espacio propio para la exposición y comercialización de sus productos, para que los

usuarios/turistas tengan la posibilidad de llevar para su casa un poco de la cultura local por medio del paladar y artesanía. Aquí también habrá un espacio para la exposición de manifestaciones artísticas, fotografías, u cualquier manifestación que enseñe la cultura local y así pueda ser fortalecida por medio de su conocimiento.

c) Oficinas y asesoría de negocios

Inicialmente, los cursos y oficinas ofrecidos por el centro serán realizados en colaboración con otras instituciones que ya trabajan en la región para el incentivo del trabajo rural, artesanal y negocios enfocados en la explotación turística de la cultura local. Con la estabilización del centro, esto mismo podrá ofrecer oficinas y asesoría para la creación y desarrollo de negocios direccionados a los servicios prestados en las localidades atendidas.

6.5 La estructura administrativa

Este centro será, como ya he mencionado en otros apartados, un local que buscará centralizar los esfuerzos y servicios de los entes prestadores de servicios turísticos en la región nombrada de Camino de los Príncipes, además de ser un local de concientización acerca del uso turístico de patrimonio y su valorización. Por esto, busca involucrar representantes tanto del poder público como de la iniciativa privada, para que sus objetivos sean alcanzados.

Como tratamos aquí de un proyecto, donde su puesta en práctica está muy dependiente de la voluntad política y del apoyo financiero de los entes, sean ellos públicos o privados, hago aquí una propuesta para la formación del cuerpo operativo del centro. Durante la elaboración de este trabajo, estuve hablando con personas, que forman parte de los órganos responsables para saber cuáles son las iniciativas que ya existen en la localidad, principalmente de Joinville, que es donde tengo acceso y también por parte del órgano regional que es la Instancia de Gobierno.

Por esto, hay una dificultad en proponer cual será el tipo de empresa o de administración que deberá ser adoptada para ponerlo en práctica, ya que están involucrados los intereses de todos los ámbitos de las actividades. Además de esto, es necesario recordar que hablamos aquí de un territorio compuesto por veinte

ciudades, y cada una de ellas cuenta con su propia administración independiente. El factor que llevo a Joinville ser elegida como la sede del centro, esta ligado a la cuestión de que esta es la mayor ciudad de la región.

Aquí expondré cual sería la estructura necesaria para administrar este centro, pero no hablando del tipo de empresa que se formaría en caso de poner en práctica el proyecto. Para saber cuál sería la manera más apropiada para este servicio hay que saber, primero, quienes serán los entes interesados en adherirse a esta idea de centralización de servicios, o cuáles están interesados en colaborar financieramente. Por esto, en este apartado, hablaré de las necesidades administrativas para la puesta en práctica del centro, y también teniendo en cuenta el libro de Izard (2004) que, con sus ideas adaptadas, supone un cuadro administrativo basado en esta estructura:

6.5.1 Junta directiva / Coordinación.

6.5.1.1 Atribuciones

Su función fundamental es la de estimular la toma de conciencia y la participación para apoyar el desarrollo de la actividad turística y su ligación con la preservación del patrimonio cultural y material. Debe también ser formada por personal calificado para coordinar los otros sectores a fin de alcanzar un trabajo colectivo.

Como órgano representante de los intereses de los involucrados en la administración del centro, debe hacer la intermediación entre el poder público y privado con la población local y coordinar las relaciones externas y de representación de los mismos.

Con relación a los aspectos financieros, esto órgano de la administración será responsable por coordinar planes de fomento e intermediar la búsqueda por financiación para las actividades.

6.5.1.2 Personal

El perfil profesional de los miembros de la dirección debe ser de personas calificadas en las áreas de turismo y de cultura, cuyas habilidades deben ser:

- Conocimiento de la realidad local
- Capacidad de comunicación y resolución de problemas
- Capacidad de aprovechar recursos disponibles
- Buena comunicación con los sectores involucrados
- Conocimiento de la normativa relacionada a la cultura y turismo, además de la organización del sector

6.5.2 Sector de marketing, eventos y difusión.

6.5.2.1 Atribuciones

La principal atribución de este sector será la comunicación del centro y la difusión de los productos turísticos culturales abarcando las siguientes tareas:

- Dinamización y creación de productos: Trabajar en la creación y organización de rutas y eventos. Organizar la creación y manutención de material informativo, como libros, mapas y guías.
- Gestionar acciones de concientización y conocimiento acerca de los temas relativos a la oficina, para los diversos públicos a los que se apunta (sea la población local o los prestadores de servicios), como seminarios y oficinas.
- Planear y gestionar las acciones de inclusión de la población local con los objetivos del centro.

6.5.2.2 Personal

El perfil profesional de los miembros del sector de marketing y eventos, debe ser de personas calificadas en las áreas de turismo y de cultura, además de tener conocimientos acerca de la economía de la cultura y la gestión económica de los proyectos culturales, cuyas habilidades específicas deben ser:

- entendimiento acerca de las relaciones y competencias de las organizaciones con las que hay que coordinarse.
- conocimiento del trabajo con los planes de turismo y cultura, para proponer actuaciones y proyectos, difusión de resultados.

- familiarización con las técnicas de promoción y de investigación que permitan establecer los objetivos; familiarización con el diseño y gestión presupuestaria para las principales acciones promocionales.

6.5.3 Sector de investigación, encuestas y opinión

6.5.3.1 Atribuciones

La principal atribución de este sector será la coordinación de las funciones de búsqueda y análisis de datos para la mejora de la disponibilidad de informaciones acerca del sector en la región del Camino de los Príncipes. También, hará la recopilación de información relacionada con la demanda y opinión de los usuarios del centro y los visitantes de la región, por medio de encuestas e investigaciones.

Será también el órgano responsable por la interpretación de estos datos para la posterior utilización de los mismos en la transmisión de los resultados a las empresas y poder público. Con base en estos datos, debe apoyar la elaboración e implementación de planes de calidad, ya sea por los entes públicos o privados.

6.5.3.2 Personal

El perfil profesional de los miembros del sector de investigación, encuestas y opinión debe ser, principalmente, de personas con conocimiento del mercado turístico, pero con dominio de bases de datos y de sistemas de información, con las siguientes habilidades:

- conocimiento de métodos estadísticos
- conocimiento de la gestión de sistemas de información
- comprender el hecho turístico y cultural en el ámbito territorial de su competencia
- familiarización con el entorno institucional en donde se sitúa el centro

6.5.4 Sector de atendimento al usuario

6.5.4.1 Atribuciones

Las principales atribuciones del sector de atendimento al usuario serán las actividades relacionadas a la animación del turista y la asistencia para la elaboración del plano de viaje, es decir, será el sector que tendrá contacto directo con los usuarios del centro.

El personal de este sector hará la recepción al turista y la presentación del destino, ofreciendo una mirada especializada para interpretar el patrimonio local, por medio de la tutoría de la sala de exposición interpretativa, además de la presentación del sector de degustación de productos. Cuando necesario, donará la asesoría en la elaboración de rutas de acuerdo con el perfil de turismo que el usuario desea tener en la región. Buscará facilitar el acceso a los servicios, como hospedaje, transporte y gastronomía, en todas las localidades que el usuario desear visitar.

Cuando solicitado, actuará en la recepción y atendimento a los interesados en conocer y comprar los productos regionales disponibles en la tienda, ofreciendo información respuestas a preguntas acerca de los productos.

6.5.4.2 Personal

El perfil profesional de los miembros del sector de servicios de atendimento al usuario será de personas especializadas en el contacto directo con turistas, con profundo conocimiento de la localidad en cuestión y que tengan las siguientes habilidades:

- conocimiento del mercado turístico
- afinidad y conocimiento con la cultura local y su producción artística
- comprensión del destino donde actúa
- capacidad de comunicación y resolución de problemas
- facilidad para el contacto con el público externo e interno.

6.6 La Estructura Física

En principio, no tenemos un local exacto para la instalación del centro. Cómo este proyecto tiene como intención unir y centralizar los esfuerzos de toda la región del Camino de los Príncipes, hay que hacer un acuerdo entre todos aquellos que deseen adherirse a la idea. También, mi objetivo aquí es de centrar el proyecto en Joinville pues es la mayor ciudad de la región y la misma posee un acceso más fácil a todos las demás lugares de la zona.

La estructura física será, preferiblemente, instalada en una construcción ya lista, con la posibilidad de ser remodelada para el mejor provecho de los inmuebles ya existentes. Debe contar una plaza larga, con buena condición de acceso, aparcamiento y accesibilidad para todas las personas, sin depender de cuáles sean sus condiciones de movilidad. También, hay que disponer de buena señalización y visibilidad para ser fácil de encontrar.

La comunicación visual será elegida después de la decisión acerca del tipo de empresa a ser adoptada, pero aquí, en este trabajo adopto como símbolo las insignias utilizadas en el título de las hojas de la impresión, que ya son las utilizadas en la comunicación de la Instancia de Gobierno. La estructura física buscará ofrecer una mirada amplia y agradable del local de recepción al usuario de la oficina, ya sea para los turistas o la gente local, para que la primera impresión sea la mejor posible.

6.6.1 Recepción

Cuando una persona llegase al centro, la entrada del edificio dispondrá de una buena información visual, con imágenes de las localidades y un punto inicial de recepción donde se le presentará al usuario el centro y podrá saber de las posibilidades que esto ofrece. Para dicha entrada necesitaremos de una mesa con dos o tres sillones para que el usuario pueda tener su primer contacto con el centro y saber de las opciones que tiene con la visita al mismo. Las personas que allí estarán serán las del sector de atención al usuario, responsables de la recepción al turista y presentación del centro. También una persona del sector de investigación, que hará las encuestas de opinión y hablará con los usuarios acerca de sus impresiones sobre el centro y la localidad.

El material necesario para esta zona de recepción y atendimento al usuario será:

- 1 mesa grande
- 3 sillas
- 1 ordenador
- 1 aparato telefónico
- Material informativo
- 1 expositor para el material informativo



Un buen ejemplo para la organización de esta recepción para nuestro centro es la del Centro de Atención al Visitante del Parque Natural de la Bahía de Cádiz, en España²⁰. De allí, el usuario tendrá la opción de partir para la tienda de productos de la localidad, o también, para la sala de exposición interpretativa.

6.6.2 La tienda de productos regionales

En la tienda, el usuario tendrá la opción de caminar libre por todo el espacio, que será de fácil acceso también a las otras partes públicas del centro, y si tiene alguna cuestión, podrá sanarla con la misma persona de recepción. En la misma plaza de la recepción deberán ser pagados los productos comprados por los turistas, así también como todos los otros servicios ofrecidos por el centro que lo necesitar.

Para esta tienda de productos regionales, la estructura física necesaria será:

- Un espacio para la exposición de los productos gastronómicos y su posible degustación, con una mesa y unas banquetas y todo lo que sea necesario,
- Expositores para los productos de artesanías y los demás souvenirs que pueden ser de interés para usuario.

²⁰Junta de Andalucía. *Centro de Visitantes Bahía de Cádiz, Área de Recepción e Información*. Consultado en 30/08/2013, de acuerdo con la fuente <http://cvbahiacadiz.com/instalaciones/Area-recepcion-e-informacion>

- Los productos, serán negociados con los posibles interesados en exponer parte de su producción en el centro.

Un buen ejemplo de cómo puede ser este espacio es inspirado en esta tienda²¹ de chocolates en la ciudad de Caçador, Santa Catarina:



6.6.3 Sala de exposición interpretativa

De la zona de recepción al usuario podrá también tener acceso al espacio que deberá atender a la necesidad de orientación para la elaboración de las rutas en el territorio. Un concepto muy interesante encontrado fue el del Centro de Visitantes de la Bahía de Cádiz, que explana su espacio de presentación del territorio como “el lugar donde los usuarios pueden disfrutar los excelentes recursos con que cuenta y que ayudarán a la interpretación de los valores naturales y culturales (...). Resulta muy atractiva para todos los públicos por ser interactiva, colorida, llena de audiovisuales y maquetas.”²²

Para la idealización de esta parte, yo he unido la inspiración del espacio de Cádiz con el Centro de Interpretación del Territorio del Centre de Visitantes del Gironès, donde ha salido la iniciativa de, a través de este centro de interpretación, hacer el planeamiento de las rutas de los lugares que visitaran los usuarios. Esta será la mayor parte del centro, y allí los interesados tendrán acceso a todas las informaciones de la región para facilitar la elección de las plazas que desean conocer.

²¹ Fuente de las imágenes: archivo personal.

²² Junta de Andalucía. *Centro de Visitantes Bahía de Cádiz, Exposición Interpretativa*. Consultado en 30/08/2013, de acuerdo con la fuente <http://cvbahiacadiz.com/instalaciones/exposicion-interpretativa>

Esta será una atracción multimedia e interactiva, que dispondrá de mapas, maquetas, imágenes, vídeos y también de un programa de selección de atracciones y servicios para el planeamiento de las rutas, por medio de un aplicativo que contará con todas las informaciones necesarias, posibles de acceder y visualizar por medio de los ordenadores disponibles para uso del público.

La estructura necesaria para la formación de este espacio será:

- El desarrollo de este programa de informática/aplicativo necesario para ofrecer el servicio interactivo de planeamiento de rutas (a ser elaborado)
- Tres ordenadores disponibles para el acceso del público a las informaciones
- Una impresora para hacer la impresión de las rutas sugeridas para los usuarios interesados
- Dos televisores de tamaño medio, para la presentación permanente de videos institucionales, anuncios e informaciones relacionados a la región, con los respectivos equipos de reproducción.
- Expositores, imágenes y paneles para la exposición de materiales relativos, como mapas, fotos e información visual.
- Otros materiales necesarios para la difusión de la imagen del local y de toda la región, que pueden ser incluidos al largo del proyecto, adaptados a las necesidades.

En esta parte del centro estará otra persona del sector de atendimento al visitante, que brindara las informaciones necesarias para el mejor uso posible de este espacio.

6.6.4 Auditorio

Otra parte del centro será ocupada por local disponible para el acceso público, donde será posible realizar seminarios, workshops, reuniones de cualquier tipo, para todos aquellos que necesiten de este espacio. Este será un pequeño auditorio que podrá ser adaptado para recibir los tipos de reuniones que el público necesite, y para esta estructura será necesario:

- Una tela de exposición
- Un aparato de data-show

- 20 sillas
- Una mesa de reuniones.
- Un ordenador.

Un bueno ejemplo de organización de este espacio es el de Laboratorio Nacional de Ingeniería Civil, en Lisboa, Portugal²³, pero con las sillas adaptables para cambiar de lugar cuando la cantidad de persona o de la organización necesaria sea diferente.



Estos tres espacios serán los de acceso al público, y además de estos también será ofrecido un espacio público de aseo, con duchas, baños y con una zona de descanso que cuente con material de lectura, con sofás, almohadillas, café, té y otros elementos. El mobiliario necesario para esta zona va a depender del espacio disponible, de acuerdo con la distribución de las otras partes del centro.

6.6.5 Área administrativa

Debe existir una separación entre la parte de acceso público y la parte de la administración, y esta separación dependerá del tamaño del edificio donde será instalado el centro. Los escritorios de la administración, del sector de estadística y del sector de marketing y difusión pueden estar ubicados en un mismo espacio, como un escritorio donde las decisiones prácticas serán tomadas.

Planeando, así, la estructura necesaria para la instalación de la parte administrativa y el sector de servicios a los otros públicos objetivos será de:

- Tres mesas de escritorio de talla media,
- Una mesa grande de reunión,
- Tres ordenadores,
- Una impresora,
- Un aparato de teléfono y fax,

²³ Laboratório Nacional de Engenharia Civil. *Pequeno auditório*. Consultado em 30/08/2013, de acuerdo com la fuente http://www.lnec.pt/servicos/aluguer_salas/pegauditorio

- Material de escritorio en general.

Así, de acuerdo con el planeamiento de este centro, esta será la estructura física básica, así como el número de personas a trabajar, es una idea mínima de estructura física para dar comienzo al proyecto. Es necesario aclarar que esto es una base, que podrá ser cambiada en caso de puesta en práctica del mismo, de acuerdo con los involucrados en esto.

6.7 Presupuesto y financiación

Para la elaboración del presupuesto de este Centro, he adoptado la búsqueda por datos de costos de los materiales propuestos por esta estructura física, pensando que será construido des de el principio en una plaza donde no haya nada, solo el edificio. Así, estos costos son presumidos, es decir, una aproximación de lo cuanto podrá costar la instalación física de esto proyecto.

No pondré aquí en los precios los sueldos del posible personal de la estructura administrativa, pues todavía no es posible saber cuántas personas serán, pero estos valores seguirán la estandarización de sueldos para el área de prestación de servicios, de acuerdo con la calificación y nivel de estudios de este personal.

Los precios de los productos fueran cotizados de acuerdo con los valores encontrados en Brasil, y serán expuestos en la moneda local, el Real Brasileño. Abajo presento una tabla donde enseño los precios por unidad y los precios de las cantidades necesarias para toda la instalación física del centro.

Material / tipo	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Instalación eléctrica y de telefonía	- -	Para todo el centro, valor presumido	R\$ 2.000,00
Tablas de reunión con seis sillas	R\$ 900,00	2	R\$ 1.800,00
Tablas de escritorio	R\$ 250,00	3	R\$ 750,00
Sillas de escritorio	R\$ 200,00	5	R\$ 1.000,00
Sillas para la recepción	R\$ 300,00	3	R\$ 900,00
Balcón y expositores para la recepción	R\$ 1.500,00	1	R\$ 1.500,00

Aparejos de telefonía	R\$ 80,00	2	R\$ 160,00
Ordenadores desktop	R\$ 500,00	8	R\$ 4.000,00
Impresora tonner color	R\$ 600,00	1	R\$ 600,00
Aparejos de TV	R\$ 700,00	2	R\$ 1.400,00
Aparejo de proyector de imagen digital + tela	R\$ 1.700,00	1	R\$ 1.700,00
Tablas de centro	R\$ 150,00	2	R\$ 300,00
Sofás de descanso	R\$ 400,00	3	R\$ 1.200,00
Sillas para el espacio de seminarios	R\$ 50,00	20	R\$ 1.000,00
Muebles para la tienda de productos (área de degustación y exposición)	R\$ 3.000,00	1	R\$ 3.000,00
Muebles para la exposición interpretativa	R\$ 2.000,00	1	R\$ 2.000,00
Programa interactivo para la asesoría en la elaboración de rutas	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
Material informativo de las exposiciones y de todo el centro, comunicación visual	R\$ 2.000,00	--	R\$ 2.000,00
TOTAL			R\$ 26.310,00

Con esto, es posible percibir que el costo básico necesario para instalar este centro será de cerca de R\$ 26.000,00. Esto es el presupuesto inicial para que se puedan empezar las actividades del centro. Además de estos costos, tendremos los costos mensuales de la estructura, que serán:

Servicio	Costo mensual
Servicio de telefonía empresarial + acceso a internet	R\$ 200,00
Energía eléctrica	R\$ 400,00
Personal de limpieza, conservación y seguridad. (Empresa externalizada)	R\$ 2.000,00
TOTAL	R\$ 2.600,00

A estos valores tendremos que añadir los sueldos, pero esto no será posible ahora pues no sabemos cuántas personas serán y ni tampoco es posible saber cuál será la manera de contratación, que será definida de acuerdo con el tipo de empresa a ser adoptada.

Por esta misma razón, apunto las cuestiones que tocan a la financiación del centro. Como ya fue dicho en otras partes del trabajo, esta es una idea que debe ser “comprada” por algún órgano disponible a ofrecer apoyo financiero y institucional, ya que, por tratar de una idea que incluye veinte ciudades, una administración regional, un gobierno estadual y un gobierno federal, depende de la voluntad política, tornando difícil proponer la manera que podrá ocurrir la concreción del proyecto.

Así, el punto aquí es que con la voluntad de la materialización de esto proyecto, debemos ofrecerlo a los representantes de los poderes públicos en los niveles responsables por las cuestiones de turismo y de cultura, además de los interesados de la iniciativa privada y de la población local. Ya sabemos, de manera presumida, cuál sería el valor monetario, la estructura física y la administrativa básicas para ponerlo en trabajo, y tenemos un embasamiento teórico y práctico para justificar su necesidad.

Los puntos de planeamiento de donde vendrá la financiación nos pone al menos dos cuestiones fundamentales que podrán ser contestadas mas fiablemente después de saber quiénes o cuáles serán los órganos interesados en invertir tiempo y dinero en nuestra idea. Para ponerlas en reflexión, acabo la parte del presupuesto intentando a contestarlas, de acuerdo con las posibilidades que pienso existir.

La primera cuestión es acerca cuál sería el órgano financiador de esto proyecto. En mi interpretación, puedo creer que hay tres posibilidades, de inicio,

para materializar este proyecto: En primero, ser una iniciativa solo del poder público, que, por medio de la administración del programa de Regionalización del Turismo adoptaría la idea y con la misma, las iniciativas que ya existen, para ampliar el alcance y la calidad de los servicios, además de la conciencia acerca del uso turístico del patrimonio. Pienso que es la manera de abarcar los representantes públicos de todas las ciudades ya involucradas con las iniciativas de incentivo al turismo cultural, y también los representantes de las respectivas iniciativas privadas.

También, si no hay la voluntad política del poder público, la iniciativa privada también puede adoptar la idea, haciendo del centro un unificador de esfuerzos para la mejora de los servicios y la ampliación de la imagen de la región como una zona rica en diversidad cultural y natural. Por medio de los órganos representantes de los entrepreneurs, estos financian la construcción del centro y incorpora a otros servicios ya prestados, cómo los de transportes y de venta de paquetes turísticos. Después, pasa a incorporar también los servicios de recercas y encuestas y vender estos servicios a quienes pueda interesar, sea de la iniciativa pública o privada. El espacio de la tienda dependerá de una alianza con la comunidad local y los órganos públicos para la financiación y difusión de estos productos.

Una tercera opción sería un trabajo colectivo, como una alianza entre el poder público y la iniciativa privada, donde el financiamiento será combinado por medio de acuerdos, o de la creación de una empresa público-privada, que trabajará para alcanzar todos los objetivos, unificando los esfuerzos con la comunicación de las iniciativas ya existentes en todos los ámbitos.

La otra cuestión está relacionada a la contratación y pago del personal calificado, o que está, como todo, dependiente de cuáles serán los órganos involucrados con esta idea. Por supuesto, la administración pública (sea en cualquier nivel) dispone de personal que ya trabaja en iniciativas como esta, entonces si algún (o algunos) gobiernos u órganos públicos deciden invertir en la idea, ya basta transferir o adaptar el personal, que ya tiene su sueldo pago por la administración pública.

Si no hay la intención del poder público en adoptar la idea, y esto venga solamente de la iniciativa privada, el personal vendrá de la búsqueda y contratación por medio de exámenes y selección de acuerdo con los perfiles trazados en el planeamiento de la estructura administrativa del centro. Ya si hay una intención de

las dos iniciativas y se hace una alianza entre las mismas, esta decisión deberá ser tomada de acuerdo con el personal ya disponible en cada una de las partes y la siguiente contratación de aquellos que todavía hacen falta, de acuerdo con las reglas adoptadas por el tipo de empresa elegido.

7. CONCLUSIONES

La materialización de este trabajo es el resultado de estudios, ideas y reflexiones hechas al largo de un año, des del principio del curso del máster, de los conocimientos y las miradas diferentes que he podido disfrutar en todo esto nuevo ambiente de aprendizaje y enseñanza que fue la Universidad de Girona para mí.

En primero lugar, la mayor conclusión que pude tener es la de que algo que me parecía tan distante, como el turismo, es un campo de estudios muy amplio y lo cual está me gustando más a cada nueva lectura, pensamiento o conversa con alguien de esta área de estudios. Esto trabajo es un conjunto de los conocimientos que pude unir, des de mi formación como profesora de historia y con el máster en gestión del patrimonio, donde ahora miro la posibilidad del uso turístico del patrimonio como algo muy promisor, en principal en el país donde vivo.

Con la búsqueda por los datos para este trabajo pude mirar que Brasil es un país con enorme posibilidad para crecer y desarrollarse económicamente con base en su grande variedad y calidad de productos patrimoniales y turísticos, necesitando de más inversión en la estructura física y valoración de aquellos bienes que ya disponemos naturalmente. Somos, en mayoría, un pueblo necesitado, que podría disfrutar de mejores condiciones de vida y de trabajo si las posibilidades de aprendizaje eran más amplias a todos del país, para que cada uno tuviese la oportunidad de crecer aprovechando todo que la naturaleza y la cultura ofrece.

Nuestro gobierno adopta, cada vez más, medidas para alcanzar estos objetivos de mejora de vida de la población a través de la calificación profesional, y con los nombrados “mega-eventos” que vienen al país en los próximos años, esto campo de estudios y prácticas que envuelve el turismo y la cultura parece estar caminando para una valoración, poco a poco creo que las posibilidades de esto sean cada vez mayores.

Soy muy grata intelectualmente por las posibilidades que esto trabajo me ha donado, sean las posibilidades académicas o personales que pude tener con el contacto con nuevas teorías, personas y miradas para cosas que para mí ya estaban listas, pero ahora sé que nada está listo, pero sí estamos en permanente transformación, o que hace todo más interesante. Estas posibilidades están allá de

las profesionales, que me parece que son una consecuencia de los esfuerzos que hacemos para poner en el papel las ideas que nos habitan.

Al final, las conclusiones con esto trabajo son tantas que no es totalmente posible ponerlas en estas hojas de papel, pero sí que hicieran mi mirada acerca de los estudios de historia y patrimonio ser más amplias y percibir otras aplicaciones prácticas para estos conocimientos como una manera de mejorar la calidad de vida de las personas, aliadas a la preservación de aquello que hace tiempos es el foco de mis estudios, que es el patrimonio en sus más variadas manifestaciones.

Esto Centro de Atención al Visitante es una idea basada en otras iniciativas que he podido conocer, hablar con sus creadores y ejecutores, o que trajo la inspiración de adaptar estas ideas de suceso conocidas en otras plazas para la realidad de mi localidad. De aquí a delante mis esfuerzos en mi campo de estudios o de actuación profesional estarán muy ligados a la realización de esta investigación, y por esto esta conclusión no es una escrita fija, pero sí una constante reflexión acerca de se puede hacer para utilizar las cosas que sabemos en beneficio de la mejora de la calidad de vida y la preservación de nuestra historia y sus manifestaciones.



ANEXOS

8. INVENTARIOS

8.1 Inventario del Patrimonio Material

Nombre: Estação da Memória	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rua Leite Ribeiro, s/n – Anita Garibaldi. Joinville.
Contacto:	(47) 3422.5222
Descripción.	Museo instalado en una antigua estación de trenes que fue restaurada y hoy tiene en su acervo una selección de piezas que cuenta un poco de la historia de la ferrovía y su relación con la ciudad. Ofrece actividades especiales de acuerdo con el calendario propio.
Precio / Horario:	Entrada gratuita. Martes a Domingos, 11 – 17h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Museo de la Bicicleta en anexo.

Nombre: Cemitério do Imigrante e Casa da Memória	
Categoría: Museos / Centros de Memoria	
Ciudad / Dirección.	Rua XV De Novembro, 978 – América - Joinville
Contacto:	(47) 3433.3732
Descripción.	Local que provee informaciones y documentación acerca de los inmigrantes de la ciudad de Joinville, a través de audiovisuales y documentación, en conjunto con el Archivo Histórico de la ciudad.
Precio / Horario:	Entrada Gratuita. Lunes a Viernes, 9 – 12h y 13:30– 17:30h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	

Nombre: Rua das Palmeiras / Museu Nacional de Imigração e Colonização	
Categoría: Museos / Centros Históricos	
Ciudad / Dirección.	Rua Rio Branco, 229 , Centro - Joinville
Contacto:	(47) 3433.3736 http://museudeimigracao.blogspot.com.br/
Descripción.	Espacios únicos de la ciudad de Joinville, la calle de las Palmeiras es un local que dona acceso al museo de inmigración, que cuenta con un acervo de los primeros habitantes de la ciudad y con visitas guiadas por espacios que recuerdan de cómo era la vida en los principios de la colonia.
Precio / Horario:	Entrada gratuita. Martes a Viernes: 9 – 17h Sábados, domingos y fiestas: 12 – 18h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Exhibición de películas en el llamado “Cine Bigodeira” en el Museo, atracción gratuita. Martes a viernes: 9:30 y 12:30. Sábados y domingos, horario libre.

Nombre: Galeria Municipal de Artes Victor Kursancew	
Categoría: Museos	
Ciudad / Dirección.	Rua Dona Francisca, 364, Joinville
Contacto:	(47) 3433. 2266 http://galeriavkjoinville.blogspot.com.br/
Descripción .	Local destinado a recibir exposiciones de personas interesadas en enseñar su trabajo a la comunidad de Joinville. Es posible tener espacio para personas brasileñas o extranjeras, de los más diversos tipos de manifestaciones artísticas visuales, de acuerdo con las llamadas públicas hechas de tiempos en tiempos.
Precio / Horario:	Entrada Gratuita. Lunes a Viernes, 8 – 12h y 14 – 20h.
Fotos:	
Sugerencia de Servicios	Casa de la Cultura en anexo, con cursos y exposiciones de arte de personas de la ciudad.

Nombre: Centro Cultural Deutsche Schule	
Categoría: Centro Cultural / Museo / Monumento	
Ciudad / Dirección.	Rua Princesa Isabel, 438 – Joinville
Contacto:	(47) 3026.8037 www.ielusc.br
Descripción.	En este edificio teníamos una escuela muy importante para la historia de la educación de Joinville. Este Centro Cultural fue planeado con el objetivo de mantener y revivir la memoria de la escuela y su relación con el proceso de inmigración en la ciudad, ofreciendo espacios para la realización de eventos para diseminar la producción técnica y académica sobre la historia de la educación en Joinville. Fue realizada una gran intervención de restauración en el edificio, por lo que también es un espacio muy único e interesante de hacer la visita.
Precio / Horario:	Lunes a Viernes, 8 – 12h y 13:30 – 17:30h
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Iglesia del Corazón de Jesús que también es un inmueble de grande importancia histórica y arquitectónica para el entorno de la ciudad.

Nombre: Museo de Arte de Joinville	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rua XV de Novembro, 1383, Joinville.
Contacto:	www.museudeartedejoinville.blogspot.com (47) 3433.4677
Descripción.	El museo está en la antigua casa de Ottokar Doerffel, el primero alcalde de Joinville. La construcción es preservada por el Patrimonio Histórico y tiene exposiciones temporales y también permanentes. El acervo cuenta con más de 700 piezas, entre pinturas, grabados y esculturas, de artistas nacionales e internacionales.
Precio / Horario:	Entrada gratuita. Martes a Viernes, 9 – 17h Sábados, domingos y fiestas 12 – 18h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Praça dos Suíços MAJ Sounds

Nombre: Museo Casa Fritz Alt	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rua Aubé, s/n - Joinville
Contacto:	(47) 3433.3811 http://eafritzalt.blogspot.com.br/
Descripción.	El museo está en la antigua casa del artista Fritz Alt, y dispone de las piezas de su autoría. Son más de 30 piezas de escultura, además de piezas del antiguo atelier y el escritorio del artista.
Precio / Horario:	Entrada Gratuita. Lunes a viernes: 8 – 14h Sábados, domingos y fiestas: Cita previa.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	

Nombre: Museo Arqueológico de Sambaqui	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rua Luiz Niemeyer, nº 54, Centro - Joinville
Contacto:	(47) 3433.0114 http://museusambaqui.blogspot.com.br
Descripción.	La exposición del museo cuenta con más de 12.000 piezas de arqueología de los habitantes más antiguos de la región, que son característicos de la región de litoral donde está localizada la ciudad de Joinville.
Precio / Horario:	Entrada Gratuita. Lunes a viernes, 8 – 14h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Exposiciones temporales con visitas guiadas por el acervo.

Nombre: Museo Nacional do Bombeiro	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rua Jaguaruna, 13 - Joinville
Contacto:	(47) 3431.1112 www.cbvj.com.br
Descripción.	El museo cuenta una parte de la historia de esta corporación en lo Estado de Santa Catarina, que es la más antigua en lo carácter de voluntariado en el país y es el único espacio dedicado a la historia de esta actividad, con un acervo de más de 170 piezas, como el primero camión usado en el combate al fuego, del año 1923.
Precio / Horario:	Entrada Gratuita. Todos los días, 8 – 11h y 13 – 17h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	En el centro de la ciudad, cerca de los grandes centros de compras. (Shopping Mueller).

Nombre: Centro Histórico de São Francisco do Sul	
Categoría: Casco viejo / Monumentos	
Ciudad / Dirección.	São Francisco do Sul
Contacto:	http://www.saofranciscodosul.ciasc.gov.br/sao-francisco-do-sul/centro-historico/
Descripción.	Es un conjunto de arquitectura y paisaje con casi 400 inmuebles preservados por el patrimonio histórico, importantes por ser la herencia de los colonizadores portugueses en el siglo XVII.
Precio / Horario:	- -
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Mercado Publico Municipal Cariocas (Fuentes de agua que se encuentran en operación y ofrecen agua potable).

Nombre: Museu Nacional do Mar	
Categoría: Museos	
Ciudad / Dirección.	Rua Manoel Lourenço de Andrade, 133 – São Francisco
Contacto:	(47) 3444.1868 / 3444.2612 www.museunacionaldomar.com.br
Descripción.	Es el único museo de embarcaciones del Brasil. Está en el Centro Histórico y ocupa un área de más de 7.000 m², con muchas embarcaciones de muchas regiones de Brasil, además de una colección de modelos artesanales, herramientas de pesca y navegación, una biblioteca y 4 representaciones de escenas diarias de la cultura conectada al mar.
Precio / Horario:	R\$ 2 a 5. Horario de verano: Martes a domingo, 10 – 20h Horario de invierno: Martes a domingo, 10 – 18h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Mercado Publico Municipal Cariocas (Fuentes de agua que se encuentran en operación y ofrecen agua potable).

Nombre: Museu Histórico de São Francisco do Sul	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rua Coronel Carvalho, s/n – São Francisco do Sul
Contacto:	(47) 3444.5443
Descripción.	El edificio fue construido en finales del siglo XVII para ser la Cámara Municipal y la cadena pública. En las salas y las antiguas celas hay fotos, objetos y mapas que cuentan la historia de la ciudad y las personas. En la parte externa están exhibidos molinos de caña de azúcar y yuca, usados por los inmigrantes azoreanos.
Precio / Horario:	Entrada Gratuita. Martes a Viernes 8 – 18h Sábados, domingos y fiestas: 10 – 18h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Mercado Publico Municipal Cariocas (Fuentes de agua que se encuentran en operación y ofrecen agua potable).

Nombre: Forte Marechal Luz	
Categoría: Monumentos	
Ciudad / Dirección.	Estrada Geral do Forte, Praia do Forte São Francisco do Sul
Contacto:	(47) 3442.2131
Descripción.	Fue criado en el año de 1890, para proteger la costa de invasiones y tiene este nombre en homenaje a un importante militar de la época. Es abierto a visitación pública y cuenta con un museo de armas con piezas de artillería militar.
Precio / Horario:	Horario de verano: Todos los días, 8:30-11:30 y 13:30 – 17h Horario de invierno: Martes a domingo, lo mismo horario.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	

Nombre: Igreja Santo Estêvão (Colonización Húngara)	
Categoría: Monumento	
Ciudad / Dirección.	Rodovia Municipal JGS 466 – Jaraguá do Sul
Contacto:	
Descripción.	Una iglesia construida en el año de 1922 en la antigua comunidad de Jaraguá Alto. Tiene características de construcción propias de la época de la ocupación de la región. Hay una grande fiesta tradicional en el primero fin de semana del mes de setiembre. Hace parte de la ruta de colonización húngara en la ciudad, en conjunto con otros puntos de interesse, como algunas casas preservadas.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	➤ Centro de Alimentação Jaraguazinho: Hay una tienda con comidas tradicionales, como panes, dulces, galletas, almuerzo típico y productos coloniales. (47) 3055. 8368 ➤ Sociedade Independência: Hace 4 fiestas anuales de rey y reina, además del Baile de São Silvestre y una gran fiesta de cumpleaños en el mes de abril. (47) 3055.8024

Nombre: Sociedade Recreativa Rio da Luz (Salão Barg) – Colonización Germánica.	
Categoría: Monumentos	
Ciudad / Dirección.	Rua Eurico Duwe, 2.600 – Jaraguá do Sul
Contacto:	(47) 3376.2184
Descripción.	Es una construcción en estilo “enxaimel”, inaugurada en el año de 1915, que ofrece fiestas de rey y reina además de bailes. Todos los años, en el mes de julio, hace la Fiesta Estadual del Colono, en el aspecto de la colonización germánica en la ciudad. En su entorno hay otras construcciones importantes, como: - Casa Rux: Preservada por el patrimonio. Rua Erwin Rux, 663 – Rio da Luz. - Igreja Apóstolo Paulo: Ha funcionado como iglesia-escuela entre 1923 y 1958.
Precio / Horario:	- -
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Kolonistenfest (Fiesta del Colono). Todos los meses de julio, es promovida por la Sociedad Deportiva y Recreativa Aliança. (www.seralianca.com.br) Winterfest (Fiesta de Inverno). Todos los meses de maio, es promovida por la Sociedad Deportiva y Recreativa Alvorada. (47) 3376.0776.

Nombre: Museu do Imigrante / Casa do Colonizador	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Av. Prefeito Waldemar Grubba, 1811 – Jaraguá do Sul
Contacto:	(47) 3275. 2146
Descripción.	Es una casa construida en estilo “enxaimel” en el inicio del siglo XX y hoy abriga el museo con una exposición que muestra piezas de la vida cotidiana de las familias que colonizaron el condado. En el local hay también un punto de informaciones para el turista.
Precio / Horario:	Lunes a Viernes 8 – 19h Sábados, domingos y fiestas 9 – 15h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	

Nombre: Estação Ferroviária	
Categoría: Museo / Monumento	
Ciudad / Dirección.	Avenida Getúlio Vargas , Jaraguá do Sul
Contacto:	(47) 2106. 8708
Descripción.	Fue construida en el inicio del siglo XX, y restaurada en 2007. Hoy abriga la Biblioteca Pública Municipal y en otra parte del edificio, construida en 1943 hay el Museo da Paz, que tiene en su acervo piezas de la participación del país en la II Guerra Mundial. En el edificio hay también la sede de la administración de la Fundación Cultural de la ciudad.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Plaza del Expedicionario. En esta plaza están inscritos los nombres de los combatientes de la Segunda Guerra Mundial. Cerca de allí, hay edificios de estilo <i>Bauhaus</i> de los años 1940 y un gran edificio de “enxaimel” preservado por el patrimonio.

Nombre: Museo Histórico Municipal Emílio da Silva	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Av. Marechal Deodoro da Fonseca, 247 – Jaraguá do Sul
Contacto:	(47) 3371.8346
Descripción.	Está en el edificio donde fue el antiguo ayuntamiento de la ciudad, construido en 1941. Cuenta con un acervo de objetos, muebles y fotos de los colonizadores de la región.
Precio / Horario:	Entrada gratuita. Martes a viernes 8 – 11:30 y 13:30 – 16:30 Sábado 9 – 12h Domingo 15 – 18h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Hay el paseo de la ciudad (calçadão) donde hay tiendas e inmuebles antiguos para mirar y conocer el centro de la ciudad y su cotidiano, además de una grande plaza donde hay conciertos y eventos.

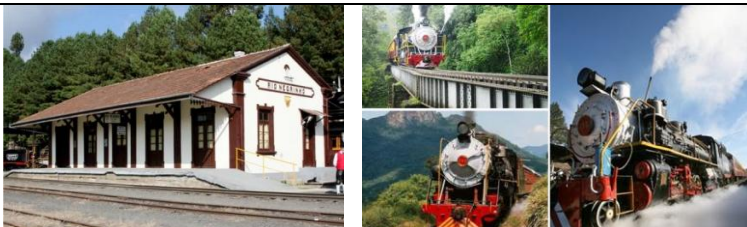
Nombre: Museo WEG	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Avenida Getúlio Vargas, 667 – Jaraguá do Sul
Contacto:	(47) 3276.4550 www.museuweg.com.br
Descripción.	Está en el edificio donde funcionó la primera sede de la industria de motores y hoy cuenta la historia de la empresa.
Precio / Horario:	Entrada Gratuita. Martes a viernes: 9 – 11:30 y 13:30 – 16:30h. (Miercoles hasta las 20h) Sábados: 9 – 11h Domingo: 15 – 17h
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Cercana de la Estación Ferroviaria y de la Plaza de los Combatientes.

Nombre: Museo Wolfgang Weege	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rua Wolfgang Weege, 770 – Parque Malwee
Contacto:	(47) 3376.0114 www.malwee.com.br/parque
Descripción.	En el parque particular con una grande variedad ambiental (Patrimonio Natural), está este museo, que cuenta con un acervo de más de 1700 piezas del siglo XIX, cómo instrumentos musicales, fonógrafos, máquinas de coser y los terminales telefónicos.
Precio / Horario:	Todos los días, 07:30 – 17h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	El parque es un paseo muy agradable, y cuenta también con un restaurante con comidas típicas.

Nombre: Museu Municipal Dr. Felipe Maria Wolff	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Av. Argolo, 245 – São Bento do Sul
Contacto:	(47) 3633.5924 www.saobentodosul.sc.gov.br/museu
Descripción.	El museo está en la misma casa donde residió el doctor Felipe Maria Wolff, como un homenaje de la ciudad a la persona importante. El acervo cuenta la historia de la ciudad por medio de piezas raras, como armas de guerra, herramientas, artículos religiosos e instrumentos de música, con un total de 1828 piezas.
Precio / Horario:	Martes a domingos y fiestas, 9 – 12h y 13:30 – 17:30.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	La ciudad de São Bento do Sul es el principal polo de producción de cerámica y de muebles en Brasil, y por esto hay muchos <i>showrooms</i> de estos productos de grande calidad, con ventas para el mayorista y el consumidor normal.

Nombre: Museu Augusto Emílio Klimmek	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rua Augusto Klimmek, 325 – São Bento do Sul
Contacto:	(47) 3631.2000 www.condor.com.br
Descripción.	El museo está en la sede de las Indústrias Condor, la mayor fabricante de productos de higiene y limpieza del América Latina y su acervo cuenta la historia de la empresa y de su creador.
Precio / Horario:	Visita con cita previa.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	La ciudad de São Bento do Sul es el principal polo de producción de cerámica y de muebles en Brasil, y por esto hay muchos <i>showrooms</i> de estos productos de grande calidad, con ventas para el mayorista y el consumidor normal.

Nombre: Museu Carlos Lampe / Casarão Zipperer	
Categoría: Museu / Monumento	
Ciudad / Dirección.	Rua Carlos Weber, 150 – Rio Negrinho
Contacto:	(47) 3644.5513
Descripción.	Este museo cuenta la historia de los primeros habitantes de la ciudad, de la antigua Muebles Cismo, del principio de la industria de muebles y de todo el proceso político de la ciudad. El edificio, construido en el año de 1924, fue restaurado y preservado por el Patrimonio Histórico Estadual en 1998.
Precio / Horario:	Con cita previa Martes a viernes 9 – 11:30 y 13 – 17:30h Sábado 9 – 13h, Domingos y fiestas 13:30 – 17:30h
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	En la ciudad, hay otros puntos muy interesantes para conocer, como la Plaza Tenente Aviador Oldegar Olsen Sapucaia, donde hay un avión mono-motor que recuerda de la II Grande Guerra, el Seminario São José en un edificio interesante construido en 1948 y la prefectura, que recuerda los <i>saloons</i> del viejo oeste norte americano.

Nombre: Estação Ferroviária de Rio Negrinho	
Categoría: Monumento	
Ciudad / Dirección.	Rua da Estação, s/nº - Rio Negrinho
Contacto:	(47) 3644.7000 www.abpfsc.com.br
Descripción.	El conjunto de edificios de la estación de ferrocarril de Rio Negrinho fue construido en 1913 e incluye el antiguo terminal de carga, cochera para locomotoras, algunos carros y las casas de los trabajadores de la ferrovía
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Paseo en el tren a vapor (llamado de Maria Fumaça) es una opción muy agradable. El tren deja la estación siempre en el último sábado de cada mes a las 10 de la mañana, con destinación a la localidad de Rio Natal, en la frontera de Corupá con São Bento do Sul. El camino tiene 45km de extensión con la bajada de la Sierra del Mar, a través de puentes, túneles y ríos. Contacto para la programación: www.abpfsc.com.br

Nombre: Seminário Sagrado Coração de Jesus	
Categoría: Museo / Monumento	
Ciudad / Dirección.	Rua Padre Gabriel Lux, 900 - Corupá
Contacto:	(47) 3375.1194 www.seminariodecorupa.com.br
Descripción.	Esto es el principal monumento de la ciudad, un antiguo seminario construido en el año de 1929 en el estilo neogótico. En el local, están disponibles opciones de cultura y de consumo: la capilla, que fue inaugurada en 1953 y tiene muchos detalles interesantes; un restaurante que ofrece comida tradicional germánica, con almuerzo y cena; un teatro donde los seminaristas presentan piezas de teatro o se puede alquilar para fiestas; un museo de taxidermia, con más de 1500 piezas; una tienda de souvenirs; una bodega donde se produce licores y el biter; un conjunto de jardines temáticos para donar la sensación de tranquilidad para los visitantes; un local para eventos y una fábrica de bujías.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Aprovechar los servicios del entorno, como el restaurante y una visita a los jardines, además de los paseos por la zona rural de la ciudad es siempre muy agradable. (Mirar patrimonio natural).

Nombre: Museu Sto Lat	
Categoría: Museo	
Ciudad / Dirección.	Rodovia Municipal Leopoldo Grosskopf, s/n – Campo Alegre
Contacto:	(47) 3632.7053 (47) 3632.7061
Descripción.	El museo cuenta con una exposición de artefactos indígenas, además de fotos y objetos que enseñan la historia de la colonización de ciudad. También hay objetos de la minería, del campo, maquinaria y fósiles.
Precio / Horario:	Visita con cita previa.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Mirar patrimonio natural. Hay muchas actividades en la zona rural de la ciudad.

Nombre: Centro Paleontológico / Museu da Terra e da Vida	
Categoría: Museo	
Mapa:	
Ciudad / Dirección.	Av. Nereu Ramos, 1071 (Universidade do Contestado) Mafra
Contacto:	(47) 3641.5514 http://www.unc.br/cenpaleo/cenpaleo_001.php
Descripción.	El museo posee fósiles de plantas y animales. Es dividido en 4 salas de acuerdo con el tiempo y dispone de una grande colección de piedras y minerales. Se centra en los períodos carbonífero y pérmico de la cuenca del Paraná.
Precio / Horario:	Lunes a Viernes, 8 – 12h y 13:30 – 17h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Hay el puente metálico Dr. Diniz, que fue construida en 1896 y conecta los estados del Paraná y Santa Catarina. La Casa de Cultura de la ciudad fue construida en 1915, también la Plaza Hercílio Luz tiene un paisaje precioso.

Nombre: Arquitectura Típica Ucraniana	
Categoría: Centro Histórico	
Mapa:	
Ciudad / Dirección.	Sede de la ciudad de Itaiópolis
Contacto:	
Descripción.	El municipio de Itaiópolis es característico por su colonización polonesa y ucraniana, con inmuebles particulares por su técnica de construcción y características arquitectónicas. En el barrio Alto Paraguaçu hay los inmuebles de trazos característicos de los ucranianos, en Iracema, hay las construcciones con características de la arquitectura ucraniana y en Moema las alemanas. Hay iglesias y fiestas tradicionales de la cultura ucraniana, además de la cocina típica.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Iglesia Santo Estandislaw (Polonesa) – (47) 3652.2056 Iglesia N. Sra. Do Perpetuo Socorro (Primera que tiene ritual ucraniano católico en Brasil) Iglesia Sagrada Familia (ucraniana) – Vila Iracema Iglesia São Pedro y São Paulo Cultura inmaterial (mirar patrimonio inmaterial).

Nombre: Iglesia Ucraniana Santo Antonio de Padua	
Categoría: Monumento	
Ciudad / Dirección.	Sede de la ciudad de Papanduva
Contacto:	
Descripción.	Es una iglesia única, en estilo bizantino con sus cúpulas metálicas.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Hay otras iglesias de este estilo en el interior de la ciudad, y en la localidad de Rodeiozinho hay un cementerio con cruces y tumbas ortodoxas. También es posible mirar los molinos de las familias Schadeck, Werka y Oracz.

Nombre: Santuário Senhor Bom Jesus	
Categoría: Monumento	
Ciudad / Dirección.	Av. Getúlio Vargas, 156 – Araquari
Contacto:	(47) 3447.1149 www.santuariosenhorbomjesus.com
Descripción.	Fue construido en 1853 y hasta los días actuales es un punto de destino de peregrinos.
Precio / Horario:	Todos los días. 8 – 12h y 13:30 – 17h
Fotos:	 
Sugerencias de Servicios	Memorial del descubrimiento y restaurante Sinuelo, además de las fiestas tradicionales y el ecoturismo. (Mirar patrimonio natural).

Nombre: Estación Ferroviaria y la “Macuquinha”	
Categoría: Monumento	
Ciudad / Dirección.	Rua Bento Cândido de França, 25 – Araquari
Contacto:	(47) 3447.1863
Descripción.	La estación es una construcción del año de 1926, en estilo germánico y hasta finales del siglo XX ha sido el terminal de pasajeros del ferrocarril. Hoy, es la sede de los bomberos, un atractivo de la ciudad junto con la locomotora a vapor Macuquinha, que está en exposición junto a la estación.
Precio / Horario:	Todos los días, 8 – 20h
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Memorial del descubrimiento y restaurante Sinuelo, además de las fiestas tradicionales y el ecoturismo. (Mirar patrimonio natural).

8.2 Inventario del Patrimonio Natural

Nombre: Estrada Bonita	
Categoría: Ruta Rural	
Ciudad / Dirección.	Joinville, Estrada Dona Francisca
Contacto:	
Descripción.	Esta 25km fuera del centro de la ciudad, y recuerda la simplicidad de las orígenes de la colonización de la región. Al largo de la trayectoria hay vistas preciosas, con ríos, puentes de madera, casas tradicionales, gastronomía y naturaleza, además de las pequeñas propiedades donde es posible comprar productos y seguir su producción artesanal.
Precio / Horario:	De acuerdo con la propiedad a ser visitada, el tránsito por la vía es libre, pero los servicios tienen su horario y precio particular.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Hay opciones de alojamiento, de gastronomía y de ocio al largo de toda la vía, que pueden ser visitadas de acuerdo con la preferencia y también con la disponibilidad de costos. En general es necesaria cita previa o reserva de plazas, con los contactos con cada uno de los prestadores de servicios.

Nombre: Ruta Rural	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Estrada Bonita, Estrada Dona Francisca, Piraí y Vale do Quiriri.
Contacto:	
Descripción.	Una diversidad de caminos por la zona rural de la ciudad, donde el visitante puede encontrar servicios diversos, como paseos a caballo, pescarías, senderos, gastronomía y venta de productos artesanales. Es posible conocer lo proceso de producción de productos como bebidas, dulces y panes. En el camino hay también una buena cantidad de construcciones tradicionales de la región, de grande valor histórico y artístico, como la Casa Kruger, la Casa Fleith y la Casa Schwitzky.
Precio / Horario:	De acuerdo con los servicios y el interes del visitante en el consumo. La pasaje pela ruta no tiene costos.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Casa Kruger (Central de Servicios de Turismo Eco-Rural) SC 301 (Estrada Dona Francisca), KM 0. Hotel Fazenda Dona Francisca – www.donafranciscfazenda.com.br

Nombre: Bahía de la Babitonga	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Joinville y São Francisco do Sul
Contacto:	(47) 3455-4444 http://www.barcoprincipe.com.br/
Descripción.	La Bahía de la Babitonga es un conjunto de 14 islas localizado entre las ciudades de Joinville y de São Francisco do Sul, iniciando en el Rio Palmital y desagando en el océano. Hay algunas localidades tradicionales al largo de sus márgenes, cómo la del Saí, donde ha sido puesta en práctica una de las primeras experiencias sociales del mundo occidental, el <i>Falanstério del Sahí</i> . También, hay la Vila da Glória, una comunidad de pescadores e importantes partes de la Mata Atlántica.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	El Barco Príncipe hace el traslado turístico de la Bahía entre las dos ciudades, con muchas opciones de ocio y alimentación para disfrutar la paisaje natural.

Nombre: Parque Zoobotánico	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Rua Pastor Guilherme Rau, 46 – Joinville
Contacto:	(47) 3431-5016
Descripción.	Toma un área de 100.000m ² donde hay diversas especies de fauna en las zonas de floresta y cerca de 200 animales creados en cautiverio. Hay también rutas, y áreas de ocio.
Precio / Horario:	Entrada gratuita. Martes a domingo, de 9-18h, con cita previa.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Cerca del parque, en el Morro da Boa Vista está el Mirante con una vista panorámica de toda la ciudad.

Nombre: Castelo dos Bugres	
Nombre: Parque Ecológico Morro do Finder	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Rua Antoio Haritsch, s/n, Joinville
Contacto:	(47) 3435-8237
Descripción.	Está en el Morro do Iririú, con un área de 500.000 m ² dentro de la zona urbana. Hay rutas y elevaciones, como la da Pedra do Veloso, donde es posible mirar la Bahía de la Babitonga.
Precio / Horario:	Entrada gratuita Martes a Domingo, de 8 – 18h, con cita previa.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	

Nombre: Parque Ambiental da Caieira	
Categoría: Patrimonio Natural / Patrimonio Histórico	
Ciudad / Dirección.	Rua Waldomiro Rosa, s/n – Joinville
Contacto:	(47) 3454-9018
Descripción.	A las márgenes de la Lagoa del Saguçu, el parque es una reserva de paisajes de restinga y mangue. Su principal atracción es el Sambaqui da Caieira, un importante sitio arqueológico de comunidades que vivieran hace aproximadamente 5 mil años en la región.
Precio / Horario:	Entrada gratuita Martes a domingo, 8-17:30h con cita previa.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	

Categoría: Patrimonio Natural / Patrimonio Histórico	
Ciudad / Dirección.	SC 301, cerca de la divisa entre Joinville y Campo Alegre
Contacto:	(47) 3026-3174 / (47) 9984-5179
Descripción.	A 40 km del centro de la ciudad de Joinville, el conjunto de rocas a 998 metros de altura forman cuevas, senderos y miradores. En la parte superior del Castillo de los Bugres se puede tener una vista panorámica del norte de Santa Catarina y parte del territorio del estado vecino, Paraná.
Precio / Horario:	Diariamente, a partir de las 7h. Necesaria compañía de guía especializado.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Salamandra Escuela de Montaña. www.asalamandra.com.br

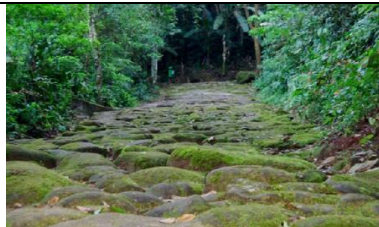
Nombre: Playas de São Francisco do Sul	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	São Francisco do Sul
Contacto:	
Descripción.	La ciudad de São Francisco do Sul ofrece a lo conocedor de la costa una gran variedad de playas, des de las que acogen competiciones de surf y de voleibol de playa, como la Prainha, también hay playas prácticamente vírgenes como Praia Grande y las playas de mar abierto, como la Playa del Molhe y la Praia do Forte, entre muchas otras con características particulares.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Paseos de barco y gastronomía.

Nombre: Vila da Glória	
Categoría: Patrimonio Natural / Patrimonio Histórico	
Ciudad / Dirección.	São Francisco do Sul
Contacto:	
Descripción.	La isla está en el encuentro entre la Bahía da Babitonga y la Serra do Mar, con senderos a través del bosque que conduce a varias cascadas. La comunidad de pescadores tiene su sede cerca de la Capilla de Nuestra Señora de la Gloria, donde se puede disfrutar de los restaurantes que sirven platos a base de pescados y mariscos.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Servicios de guías para hacer senderismo, en la Secretaría de Turismo y Ocio de la ciudad.

Nombre: Parque Malwee	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Rua Wolfgang Weege, 770 – Jaraguá do Sul
Contacto:	(47) 3376-0114 www.malwee.com.br/parque
Descripción.	La propiedad privada de 2,5 millones de m², cuenta con más de 1 millón de m² de zona verde conservada y abierta al público. Dispone de plazas de deporte, con 17 lagos, zona para practicar deportes acuáticos, pista BMX y 15 km de caminos por el interior.
Precio / Horario:	Entrada gratuita Todos los días, de 7:30 – 17h.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Hay un restaurante típico germánico, y el Museo Wolfgang Weege está dentro del parque.

Nombre: Parque Emílio Battistella	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Estrada Rio Novo, Corupá
Contacto:	(47) 3375-2231
Descripción.	Ahí es donde está la Ruta de las Cataratas. Se trata de una Reserva Privada del Patrimonio Natural, y ocupa una superficie de 1.562 hectáreas con senderos que conducen a las 14 cascadas. Hay una gran variedad de fauna y flora, con un buena prestación de servicios en la base del parque.
Precio / Horario:	R\$ 5 – 7 Todos los días, 7:30 – 17:30
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	

Nombre: Reserva Volta Velha	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Itapoá
Contacto:	(47) 8854-4780 www.reservavoltavelha.com.br
Descripción.	Es una reserva privada de conservación de la selva tropical. El bosque es denso, cubierto con bromelias, y una gran diversidad de flora y fauna tropical. Ofrecen diferentes tipos de actividades como piragüismo, senderismo, paseos a caballo, rutas de senderismo y contacto con la cultura indígena.
Precio / Horario:	Cita previa por contacto telefónico.
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Paseos de barco y deportes de agua.

Nombre: Monte Crista	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Garuva
Contacto:	
Descripción.	Es una pista compuesta por una escalera de más de 3 kilómetros de largo, supuestamente construida por los jesuitas en el siglo XVIII. La parte superior de la colina está a 980m de altura y es rodeado por un denso bosque. La localidad hace parte del "Caminho do Peabirú", ruta milenaria que une el Océano Atlántico al Pacífico.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Hay comunidades esotéricas que creen que el sitio es un campo de energía importante. A los pies de la montaña tiene un albergue que ofrece terapias alternativas, abiertos a la visita pública. Pousada Monte Crista: www.montecrista.org

Nombre: Islas y playas de Barra do Sul	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Barra do Sul
Contacto:	
Descripción.	Hay cinco islas que se encuentran cerca de la costa y pueden ser visitados por los barcos de pesca y de turismo. Hay dos cuevas, una pista y algunos puntos de buceo. En la isla de las Araras, la atracción es la gran población de esta ave.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	Pesca y la navegación (que se pueden alquilar), y la posibilidad de bañarse en el Río Perequê.

Nombre: Cascadas de Papanduva	
Categoría: Patrimonio Natural	
Ciudad / Dirección.	Papanduva
Contacto:	
Descripción.	La ciudad tiene alrededor de 30 caídas de agua y cerca del centro. La cabecera de un río importante también está ahí y hay lugares adecuados para rappel. centro. La cabecera de un río importante también está ahí y hay lugares adecuados para rappel.
Precio / Horario:	
Fotos:	
Sugerencias de Servicios	En la ciudad es posible disfrutar de paseos de aventura, por grutas y cavernas, además de las rutas de offroad para coches y jipes. Todos los años en el mes de julio hay los Enduros de Regularidad en la región.

8.3 Sugerencias de Fiestas Tradicionales y Servicios

8.3.1 Fiestas Tradicionales

a) Festa das Flores: Uno de los más tradicionales eventos de la ciudad de Joinville, ocurre todos los años en el mes de noviembre. Hay la exposición y venta de flores, gastronomía tradicional, música y danza.

Local: Joinville, en el Complexo Expoville.

Data: Todos los años, en noviembre.

Información: www.festadasflores.com.br

b) Joinville Jazz Festival: Son tres días de música, con *shows*, *jam sessions*, palcos alternativos y oficinas para músicos.

Local: A cada año es diferente

Data: Todos los años, en octubre.

Información: www.joinvillejazz.com.br

c) Festival de Dança de Joinville: Uno de los más grandes de América Latina, reúne bailarines de todas las partes del mundo.

Local: Centreventos Cau Hansen

Data: Todos los años, en julio.

Información: www.festivaldedanca.com.br

d) Festilha: Fiesta de tradiciones de la Isla. Fue creada en 1988 para celebrar la tradición y gastronomía de la ciudad de São Francisco do Sul. Ofrece *shows* y culinaria típica.

Local: Por toda la ciudad

Data: Todos los años, en abril.

Información: www.twitter.com/festilha

e) Festa Estadual do Colono: fiesta de celebración da tradición germánica.

Local: Sociedad Recreativa Rio da Luz, Jaraguá do Sul.

Data: Todos los años, en julio.

f) FEMUSC: Festival de Música de Santa Catarina. Festival de música clásica que reúne profesores e estudiantes de música de todo el mundo para conciertos y oficinas.

Local: Sociedad Cultura Artística (SCAR), Jaraguá do Sul.

Data: Todos los años, en enero.

Información: www.femusc.com.br

g) Schützenfest: Fiesta de los tiradores. Diez días de fiesta típica germánica con gastronomía, música y danza, folclore y competiciones de tiro.

Local: Parque Municipal de Eventos, Jaraguá do Sul.

Data: Todos los años, en octubre.

Información: www.schutzenfest.com.br

h) Búsqueda de reyes y reinas: En la ciudad de Jaraguá do Sul hay 15 sociedades de tiro. Durante el año, todas ofrecen las fiestas y bailes de rey y reina, de acuerdo con la tradición germánica.

Local: Sociedades de Tiro

Información: Asociación de Clubes de Tiro (47) 3370-9795

i) Schlachtfest e Bauernball: Bailes con música folclórica que recuerda las canciones, danzas y costumbres de los inmigrantes alemanes, suizos y austriacos.

Local: Sociedade Ginástica e Desportiva de São Bento, São Bento do Sul

Data: Todos los años, en setiembre.

Información: www.sociedadeginastica.com.br

j) Rodeio Crioulo: promovido por el Centro de Tradición Gaúcha Amor y Tradición, atrae a competidores que participen en competiciones de bucle y recolectores. Fiesta típica tradición gauchesca, reúne danza, música y comida típica.

Local: Fazenda Evaristo Stoerbl, Rio Negrinho.

Data: Todos los años, en abril.

Información: www.rodeioderionegrinho.com.br

k) Bananalama: Encuentro que conquistó, en 2013, el título de mayor encuentros de senderismo en el barro, con jipes o motos del mundo. Ofrece a los interesados oportunidad de turismo de aventura, shows de música y fiestas.

Local: Seminário Sagrado Coração de Jesus, Corupá.

Data: Todos los años, en julio.

Información: www.bananalama.com.br

l) Festa do Boi Ralado: Fiesta con exposición de bovinos, grupos de danza, bandas y bailes típicos. La carne se muele, sazona y asa en pinchos de madera.

Local: Alto Paraguaçu, Itaiópolis.

Data: Todos los años, en octubre.

Información: (47) 3652-1306

m) Noite Polonesa: Cocina típica polaca, rompimiento del hielo, chupitos de vodka y actuaciones folclóricas son parte de la lista de atracciones de la fiesta.

Local: Salão de Festas da Igreja Santo Estanislau, Itaiópolis,

Data: Todos los años, en agosto.

Información: www.itaiopis.sc.gov.br

8.3.2 Turismo Rural y de Aventura.

a) Deportes de Montaña (escalada, rapel, cascading): La región cuenta con variadas opciones para practicar la escalada de grandes piedras, encuestas y cascadas. En varias ciudades es posible encontrar empresas especializadas en prestar este tipo de servicio, que dependerá de la localidad a ser visitada, la edad del grupo y el tipo de atracción de es preferida.

b) Ecoturismo: Hay una diversidad de opciones para las personas que desean ter contacto directo con la naturaleza, por medio de senderismos, trekking, ciclo turismo o locales de ofrecen aventuras por rutas construidas por encima de los árboles.

c) Pesca: Para aquellos que gustan de la aventura de pesca, ya sea en los ríos o en el mar, en las ciudades de São Francisco do Sul, Rio Negrinho e Garuva es posible disfrutar de esta actividad en barcos alquilados o de empresas prestadoras de servicios.

d) Deportes Acuáticos: Como hay muchas cascadas, ríos y cursos de agua, es posible encontrar muchas opciones de actividades acuáticas, como rutas en kayak y botes por los ríos y acqua-ride.

e) Vuelo Libre: En la ciudad de Jaraguá do Sul es posible realizar vuelos de parapente y saltos de altitud.

9. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

Izard, O. M. (2007). *Gestión de Oficinas de Turismo*. Barcelona: Editorial UOC.

Donaire, J.A. (2008). *Turisme Cultural: Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel.la.

Yúdice, G. (2004). *A conveniencia da cultura: usos da cultura na era global*. Trad. Marie-Anne Kremmer. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Kaiser, J. (s.d). *Guia turístico O Caminho dos Príncipes*. Florianópolis: Editora Letras brasileiras.

World Travel & Tourism Council. (2009) *Viagens e Turismo: Impacto Econômico. Santa Catarina*. Consultado en 05/08/2013 de acuerdo con la fuente http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/sc_report_portuguese_low_res.pdf

Arra, M.C. (2012). *Santa Catarina se consagra como melhor estado do Brasil no Prêmio O Melhor de Viagem e Turismo 2012/2013*. Consultado en 10/08/2013, de acuerdo con la fuente <http://viajeaquil.abril.com.br/materias/santa-catarina-melhor-estado-do-brasil-no-premio-o-melhor-de-viagem-e-turismo-2012-2013>.

Plano Municipal de Cultura de Joinville (2012). *Metas do Plano Municipal de Cultura 2012/2013*. Consultado en 10/08/2013 de acuerdo con la fuente https://docs.google.com/file/d/0B_9lXzYr3ysjQjlobGdrMG91cXM/edit

Dino, F. (2013) *Turismo e desenvolvimento econômico*. Consultado en 21/08/2013, de acuerdo con la fuente <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/artigo-turismo-e-desenvolvimento-economico-por-flavio-dino>

World Economic Forum. (2013) *Travel & Tourism Competitiveness Index*. Consultado en 21/08/2013, de acuerdo con la fuente <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness/index.html>

Los datos sacados de encuestas e investigaciones de demanda, además de las imágenes y datos estadísticos mostrados al largo del trabajo cuentan con sus referencias citadas en las notas de final de página.