

OS CENTROS CULTURAIS COMO ESPAÇO DE LAZER COMUNITÁRIO: O CASO DE BELO HORIZONTE

Gabriela Baranowski Pinto¹

Elizabeth de Paulo²

Thaís Cristina da Silva³

Recebido em 18/01/2012

Aprovado em 25/04/2012

¹ Mestre em Lazer pela Universidade Federal de Minas Gerais. Atua na Faculdade Estácio de Sá e Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. gabrielabaranowski@gmail.com.

² Bacharel em Turismo, Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte. elizadepaulo@hotmail.com

³ Bacharel em Turismo, Faculdade Estácio de Belo Horizonte. mozgirl@hotmail.com.

RESUMO

Este estudo objetivou investigar os Centros Culturais como espaços de lazer comunitários, assim como também, a possibilidade de se tornarem atrativos turísticos, caracterizando os seus frequentadores quanto aos fatores socioeconômicos, de faixa etária, de gênero, envolvimento na elaboração e na participação das atividades. A abordagem do estudo é qualitativa, combinando pesquisa exploratória, descritiva, de campo e estudo de caso. Utilizou-se o questionário como instrumento de coleta de dados. Foram aplicados 15 questionários no Centro Cultural, junto aos participantes das atividades desenvolvidas no mesmo. Percebeu-se que os Centros Culturais de Belo Horizonte são espaços de lazer comunitário onde são desenvolvidas atividades variadas de lazer voltadas para diferentes públicos da comunidade do entorno. Estas atividades são praticadas com satisfação pelos envolvidos. A necessidade de participar do lazer e a satisfação em interagir e integrar as partes envolvidas é muito importante assim como a disponibilização desses espaços para a comunidade, onde tais atividades são praticadas pelos participantes.

PALAVRAS-CHAVE

Centros culturais. Lazer comunitário. Atrativos Turísticos. Espaço de lazer.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo teve como objetivo geral investigar a conformação dos Centros Culturais de Belo Horizonte como espaços de lazer comunitário bem como o potencial para tornar-se um atrativo turístico. Deste modo, intentou-se discutir sobre o potencial dos Centros Culturais para se tornarem atrativos turísticos e avaliar qual a participação das comunidades das áreas adjacentes aos Centros Culturais na escolha, elaboração e prática das manifestações de lazer desenvolvidas por estes Centros, para quais classes socioeconômicas são direcionadas e de que forma a participação é viabilizada.

Os Centros Culturais são tidos como um exemplo de participação, onde são realizadas oficinas de música, canto, arte, contação de histórias e diversos outros tipos de manifestações

culturais. Estas proporcionam momentos de descontração, valorização, reconhecimento, prazer e, ao mesmo tempo, conscientizam a população de que indiferente da classe socioeconômica, o lazer é um direito de todos (SILVA, LOPES, XAVIER, 2009).

Conforme Melo e Alves Júnior (2003, p.93) ressaltam, “Não podemos pensar no lazer, como algo inocente, ingênuo ou que não esteja ligado aos momentos de prazer que a vida oferece”. Afinal, ele foi criado a partir de uma tensão entre classes sociais e sempre foi marcado pelo abuso das classes dominantes.

Assim, o lazer é um fenômeno social de grande importância, que pode ser analisado através das escolhas que os indivíduos fazem e diz respeito às suas identidades. Nas sociedades tradicionais, os indivíduos não podiam fazer suas próprias escolhas. Não podiam definir como seria preenchido o tempo livre. Esta realidade dava margem para uma vida alienada e impedia o direito de escolha destas pessoas.

Esta tradição tem mudado, porém ainda faz parte o imaginário das pessoas. Por isso, é extremamente necessário reeducar a população fazendo-a entender que o lazer, não é só viajar para um determinado lugar, mas sim, fazer algo por si, individual ou coletivamente, deixando de lado o preconceito que faz com que as pessoas se fechem para novas interpretações da vida (MARCELLINO, 2008).

Apesar disso, não é possível nos enganarmos pensando que somente a educação seja suficiente para resolver o problema. As cidades não tem oferecido espaços de lazer suficientes para que todos usufruam das manifestações culturais existentes (PELLEGRIN, 2004), o que não traz contribuições para o processo. Por isso, é necessário encontrar novos estímulos, que podem vir, por exemplo, dos Centros Culturais da cidade, mostrando, entre outros aspectos, como as classes socioeconômicas podem contribuir para o desenvolvimento do turismo, através de tais manifestações de lazer. Talvez, estes estímulos sejam capazes de resgatar o desejo interno de cada indivíduo, dando a oportunidade de viverem em uma sociedade mais igualitária, quebrando as barreiras que dificultam sua inserção.

Com base nessa realidade levantou-se um problema signficante: As manifestações dos Centros Culturais são voltadas para a população local pertencente às classes baixa ou média? De que modo o turismo está presente no Centro Cultural?

Neste sentido, esse artigo poderá contribuir com a elaboração e melhoria de formas de divulgação do trabalho que é realizado nos Centros Culturais. Além disso, poderá tornar-se um estimulador da visão dos Centros Culturais como atrativos turísticos, contribuindo para o desenvolvimento do turismo em diversas comunidades.

A partir deste estudo, será possível perceber se as manifestações de lazer desenvolvidas nos Centros Culturais colaboram para que as pessoas encontrem novos estímulos, que podem vir dos Centros Culturais da cidade, mostrando como as classes socioeconômicas podem contribuir para o desenvolvimento do turismo, através de tais manifestações de lazer.

Pode contribuir também para uma maior conscientização das pessoas a respeito dos problemas sociais que perturbam nossa sociedade, como o preconceito, a marginalidade, o analfabetismo e o desemprego, a partir do estímulo a um maior engajamento nas ações dos Centros Culturais.

2. LAZER E SOCIEDADE

Conforme afirmam Melo e Alves Junior (2003, p.93), “a palavra lazer e seus diversos sentidos foram incorporados popularmente na linguagem das pessoas, tornando-se muito importante e passando a ser vivenciada na vida cotidiana”.

Apesar de o termo lazer vir da palavra latina *licere*, traduzida como algo lícito e permitido (CAMARGO, 1989), a literatura nos revela que existem muitos outros entendimentos para o termo.

O conceito adotado nesta pesquisa é o que entende o lazer como: “[...] uma dimensão da cultura constituída por meio da vivência lúdica de manifestações culturais em um tempo/espço conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações” (GOMES, 2004, p.124).

Portanto, o lazer é entendido como a cultura, compreendida em seu sentido mais amplo (MARCELLINO, 2004). Entretanto, mais importante do que conceituar o termo lazer, é necessário compreender em que momento da vida das pessoas ele é usufruído ou consumido.

Afinal, entender o lazer como um campo específico de atividade, em estreita relação com as demais áreas de atuação do homem, não significa deixar de considerar os processos de alienação que ocorrem em quaisquer dessas áreas (MARCELLINO, 2004).

A vivência do lazer pode ocorrer numa perspectiva de reprodução da estrutura vigente, ou da sua denúncia e anúncio, através da vivência de valores diferentes dos dominantes, imaginando e querendo vivenciar uma sociedade diferenciada (MARCELLINO, 2002).

Na atualidade, não podemos negar que as condições sociais são bem mais favoráveis ao consumo do que a criação cultural. A distinção entre a prática e o consumo é acompanhada, via de regra, por juízos de valor. À apologia da prática, frequentemente colocada, opõem-se os perigos da passividade do consumo. No entanto, em se considerando as atividades de lazer, nem sempre é claro o que seriam atividade e passividade (MARCELLINO, 1987).

Dumazedier (1973) procura esclarecer que, em si mesma, a atividade de lazer não é ativa ou passiva, e que essa distinção é dependente da atitude que o indivíduo assume. Assim, tanto a prática, como o consumo, poderão ser ativos ou passivos, dependendo dos níveis de participação da pessoa envolvida, níveis esses que Dumazedier (1973) classifica em elementar, caracterizado pelo conformismo; médio, onde prepondera a criticidade; e superior ou inventivo, quando impera a criatividade.

O fato é que a carência de serviços e políticas públicas integradas reforça a visão do lazer como prática de atividades prazerosas, destituídas da sua dimensão contestadora crítica, propositiva e inventiva que compreende as pessoas e os coletivos como produtores de cultura e intervém de modo a garantir o entendimento do que significa ser protagonista e não mero espectador da vida (MARCELLINO, 2002).

Estas políticas devem estar em consonância com a dinâmica dos espaços e equipamentos de lazer primando pela acessibilidade, o que será tratado a seguir.

3. ACESSIBILIDADE AOS ESPAÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER

O lazer constitui um objeto para ser tratado com muita seriedade, com um olhar diferenciado, não só do poder público, mas da iniciativa privada, de universidades, de outras instituições e, principalmente, da comunidade (WERNECK, 2000).

Como ressalta Silveira e Silva (2010), o Brasil tem sido apontado como um país onde há uma enorme desigualdade social. Com isso, passou-se a ter uma enorme preocupação em como o lazer é planejado e proposto pelo Poder Público, ou seja, por nossos governantes.

Mesmo apresentando esta diversificação de realidades sociais, as cidades, de um modo geral, não oferecem espaços suficientes de lazer, para que a população usufrua dos diferentes conteúdos culturais. Deste modo, o lazer está muito distante de se tornar homogêneo para a realidade social apresentada, impossibilitando que as pessoas tenham um livre acesso aos diversos tipos de atividades integradoras, democráticas e de bem-estar (SILVA, LOPES, XAVIER, 2009).

Segundo Pellegrin (2004), espaço de lazer é um termo genérico que diz respeito aos lugares em que se desenvolvem ações, atividades, projetos e programas de lazer de modo geral. Deste modo, é possível encontrar a expressão espaço de lazer sendo usada para designar um lugar específico ou para caracterizar determinado equipamento.

A partir de um ponto de vista mais amplo, o espaço de lazer refere-se também a um dos aspectos de uma política de lazer. Diz respeito a como se organizam os diferentes equipamentos em uma cidade, como são distribuídos, que tipos de possibilidades oferecem. Por isso, referem-se,

também, aos espaços potenciais tais como: vazios urbanos e áreas verdes, podendo ser transformados concretamente em equipamento de lazer (PELLEGRIN, 2004).

Assim, a expressão espaço de lazer diz respeito a toda rede de equipamentos de lazer, vazios urbanos e áreas verdes de uma cidade. Nesse sentido, o equipamento de lazer é uma edificação ou instalação onde acontecem manifestações e atividades de lazer. Podem enquadrar-se na categoria geral de equipamentos de lazer os clubes, ginásios, Centros Culturais, piscinas, cinemas, parques, bibliotecas, centros esportivos, quadras, teatros, museus entre outros, independente de serem públicos ou privados (PELLEGRIN, 2004).

Os equipamentos de lazer fazem parte do desenho da cidade moderna, isto é, são formas urbanas concretas que sofrem forças de ordem econômica e política. Neste contexto, ao mapear uma cidade e os equipamentos que nela existem, contrastes urbanos diversos ficam claros aos olhos da população, áreas nas quais os equipamentos são abundantes, variados e bem conservados e áreas nas quais são raros e mal conservados, áreas de fácil acesso e áreas de difícil acesso, equipamentos superlotados e esvaziados (PELLEGRIN, 2004).

Em sua grande maioria, as cidades não possuem um número suficiente de espaços e equipamentos próprios para o lazer para atender a população. Além disso, os espaços que são destinados para as comunidades, vêm sendo privatizados pelo poder público, favorecendo as classes mais ricas, pois a conservação e manutenção destes espaços são negligenciadas, deteriorando pouco a pouco os equipamentos existentes (BAHIA et al, 2008).

Marcellino¹ apud Bahia et al (2008) afirma que a capacidade de convivência com diversos aspectos do lazer, as vezes não faz parte da realidade das pessoas, pois as barreiras socioculturais que podem vir a existir entre as diversas classes sociais, sejam elas condições econômicas, falta de políticas públicas de lazer, deficiência no planejamento de uma política sociocultural para os espaços, ou qualquer outra, impossibilitam o acesso aos espaços e equipamentos de lazer.

Além destas barreiras, outros fatores impedem a aproximação aos equipamentos, como por exemplo, as mulheres com suas jornadas duplas de trabalho, as crianças e os idosos, na qual são esquecidos no planejamento das políticas públicas de lazer (MARCELLINO, 2002).

Segundo Müller (2002, p.1), “O lazer, os espaços e os equipamentos de lazer não são entendidos como essenciais e não têm a atenção necessária, nem lhes é atribuída a importância real numa política de administração urbana, além de ser um dos elementos pouco reivindicados pela população, pelo menos organizadamente”.

Com base no Estatuto da Cidade, Lei Federal n 10.257 de 10 de Outubro de 2001, é necessário pensar na cidade como local onde devem ser satisfeitas as necessidades vitais da

¹MARCELLINO, N.C. Estudos do Lazer: uma introdução, 3 ed. Campinas: Autores Associados, 2006.

população, estabelecendo uma adequada e respeitosa relação entre o individual e o coletivo. Para tal, é importante implementar uma proposta social que vise transformar a sociedade, garantindo o bem estar dos cidadãos e o direito deles à cidade (SILVEIRA E SILVA, 2010).

Além disso, no plano cultural, uma série de preconceitos vem restringindo a pratica do lazer aos mais habilitados, aos mais jovens e aos que se enquadram nos padrões estabelecidos de “normalidade” (MARCELLINO, 2002).

Dessa forma, a classe social, o nível de instrução, a faixa etária, o gênero, entre outros fatores, limitam as oportunidades e pratica do lazer. “São indicadores indesejáveis e necessitam ser atacados por uma política que objetive a democratização do lazer”. (MARCELLINO, 2002, p.6).

Mesmo sendo direitos, legalmente garantidos, uma parte da população brasileira, não tem acesso e não usufrui das atividades culturais e de lazer por causa da situação financeira e pela falta de efetividade das políticas públicas que são destinadas a este setor. Com isso, o que mais impossibilita que a população desfrute do lazer é sem dúvida o fator econômico (SILVA, LOPES, XAVIER, 2009).

No entanto, observa-se que as pessoas mais ricas nem sempre têm acesso a manifestações de lazer. O fato de ser rico não significa que, invariavelmente, o indivíduo esteja desperto para as possibilidades de acesso a determinadas manifestações. Além disso, mesmo com os desníveis de acesso decorrentes da falta de oportunidades e de estímulos e, por certo, do ordenamento político, pessoas de todos os níveis socioeconômicos, podem e devem ter acesso à riqueza de linguagens culturais (SILVA, LOPES, XAVIER, 2009).

Nesse contexto, o lazer pode ser relevante no processo de valorização e preservação do patrimônio nos aspectos, histórico, social, ambiental, cultural, técnico ou afetivo, contribuindo na possibilidade de uma vivência mais prazerosa da cidade, estabelecendo pontos de referência e vínculos afetivos, preservando a identidade local e possibilitando o potencial turístico das cidades (BAHIA et al, 2008).

Por isso, visando melhor esclarecer esta relação entre o lazer e o turismo, mais especificamente, no caso dos Centros Culturais, é fundamental abordar o segmento do Turismo Cultural.

4. TURISMO CULTURAL: IDENTIDADE, MEMÓRIA E RELAÇÕES COM OS CENTROS CULTURAIS

A multiplicidade da cultura brasileira tem sido destacada pelo governo e pela sociedade como uma das principais características do patrimônio do país, assim como os recursos naturais, o

que pode possibilitar a estruturação de novos produtos e, conseqüentemente, o aumento do fluxo de turistas (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004).

Ao mencionar a cultura ressalta-se que esta deve ser entendida em seu sentido amplo, ou seja, como um “conjunto de modos de fazer, ser, interagir e representar que, produzidos socialmente, envolvem simbolização e, por sua vez, definem o modo pelo qual a vida social se desenvolve” (MARCELLINO, 1998).

Diante deste conceito de cultura, é relevante ressaltar que o turismo é um fenômeno que se insere nela e

[...] é entendido como uma das grandes e mais significativas atividades econômicas de nosso tempo, envolvido através do conhecimento das realizações da humanidade, presentes na realidade sob várias formas, à vista disso, pode-se dizer que a história da humanidade é expressa pelo patrimônio cultural que nos foi legado e que refletem a personalidade histórico-artística de cada sociedade, constituindo sua própria identidade cultural. (MOREL, 1996, p.2).

Neste sentido, a relação existente entre cultura e turismo pode ser notada quando o turismo toma para si as manifestações da arte, música, artesanato, gastronomia (IGNARRA, 1999), entre outras.

Com base nesta multiplicidade de relações surge um turismo especial voltado para a cultura, que Moletta (2001, p.9-10) denomina e explica: “Turismo cultural é o acesso a esse patrimônio cultural, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade”. Sendo assim, o turismo cultural não busca somente lazer, repouso e boa vida. Caracteriza-se, também, pela motivação do turista em conhecer regiões onde o seu alicerce está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas.

Desse modo, o turismo cultural tem a função de estimular os fatores culturais dentro de uma localidade e é uma forma de levantar recursos para atrair visitantes e desenvolver economicamente a região turística. Por outro lado, muitas vezes o turismo pode ser também uma estratégia de domínio, controle e instrumentalização dos nativos para gerar lucro e prestígio para os agentes do turismo e os governantes. Assim, a cultura como atrativo turístico é considerada uma atividade econômica de importância global, que abarca elementos econômicos, sociais, culturais e ambientais (BATISTA, 2005)

Poder garantir às gerações futuras, o acesso a recursos do turismo cultural é um dever principalmente dos profissionais deste setor turístico. Segundo Moletta (2001, p.46), o profissional do turismo cultural deve apresentar as seguintes características:

Ter tido farta leitura sobre os atrativos culturais explorados; estar em constante busca de novas informações; conhecer tecnicamente a região, realizando interpretações sobre o bem estudado e sua relação com a história; ter boa comunicação, iniciativa e empatia com o visitante; dominar a informação,

transmitindo entusiasmo e motivação para o grupo; possuir noções de primeiros socorros e transparecer um profundo respeito à cultura.

Fazer turismo e, principalmente, o Turismo Cultural leva os indivíduos a um certo tipo de “*status*” social, porque nem sempre o turismo é acessível a todos (RABAHY, 2000).

Neste processo, a educação é primordial para o aprimoramento e a propensão dos viajantes a fazer turismo. O grau de escolaridade tem uma correlação positiva com altos níveis de renda. Isso significa a mesma correlação positiva com o turismo, ou seja, níveis de renda mais elevados revelam maiores propensões a viajar do que níveis de renda mais baixos. “O mesmo se relaciona diretamente o turismo com o grau de escolaridade.” (RABAHY, 2000, p.93).

No turismo cultural, a memória e a identidade são extremamente importantes para o desenvolvimento do segmento, que vem crescendo a cada década devido às exigências dos padrões do turismo. No caso cultural, um dos fatores que faz crescer esse tipo de turismo é a elevação do nível de escolaridade da população que, de certa forma, vem aumentando graças a globalização (BATISTA, 2005).

O resgate da memória é de suma importância devido à construção de uma identidade consistente de um determinado povo. Para isso, é necessário que não deixe de rememorar, ir à busca das raízes, das origens, do âmago da sua história, etc. (BATISTA, 2005).

Esta memória “[...] é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é, também, um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e coerência de uma pessoa de um grupo em sua reconstrução.” (POLLAK, 1992, p.204).

A memória histórica constitui um fator de identificação humana, é a marca ou o sinal de sua cultura. Reconhecemos nessa memória o que nos distingue e o que nos aproxima. Identificamos a história e os seus acontecimentos mais marcantes, desde os conflitos às iniciativas comuns. E a identidade cultural define o que cada grupo é e o que nos diferencia uns dos outros (BATISTA, 2005).

A memória do grupo sendo a marca ou sinal de sua cultura, possui algumas evidências bastante concretas. A primeira e mais penetrante dessas finalidades é a da própria identidade. A memória do grupo baseia-se essencialmente na afirmação de sua identidade (WEHLING, 2003).

Stuart Hall afirma que: “as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas, transformadas no interior da representação.” (HALL, 1999, p.48).

Através da memória e da construção da identidade de um povo, surge o turismo com a perspectiva de preservar a cultura e fazer dela um produto turístico que tem uma demanda específica, pois quem procura esse tipo de turismo quer outro tipo de atração que é conhecer o Patrimônio Cultural daquela localidade (BATISTA, 2005).

A atividade turística dispõe-se em imbricação com vários setores – econômico, social, ambiental, político e cultural –, porém há muito os cientistas sociais privilegiam o tema da aculturação e das dinâmicas de recepção (FREIRE-MEDEIROS, 2006).

Bauman (1997) lança mão das metáforas do “turista” e do “vagabundo” para ilustrar o caráter líquido da modernidade que torna “turística” a vida cotidiana. Quedar-se em um lugar temporariamente, viver a sensação de não pertencimento, estabelecer laços frouxos com o território e encontros pontuais com outros indivíduos: os sujeitos contemporâneos vivem, queiram ou não, a “síndrome de turista”.

Nas práticas turísticas ditas alternativas, de maneira geral, as noções de autenticidade e interação reaparecem investidas de um capital simbólico ausente no turismo de massas (CARNEIRO e FREIRE-MEDEIROS, 2004). No caso dos *tours* de realidade, esta premissa é levada ao paroxismo. A possibilidade de vivenciar as emoções do outro – entidade potencialmente tão diversa quanto os aborígenes da Austrália, as vítimas do Holocausto e os favelados cariocas – é o que asseguram os promotores deste tipo de passeio. Para efeito de análise, os *realities tours* dividem-se em dois tipos ideais: “*tours sociais*” e “*tours sombrios*” (FREIRE-MEDEIROS, 2006).

Tendo como destino localidades em desvantagem econômica, os “*tours sociais*” vendem participação e autenticidade, conformando um subcampo do turismo de realidade chamado de *pro-poor tourism* ou *pitty tourism*. A *Global Exchange*, organização não governamental sediada na Califórnia, inaugurou a comercialização dos *tours* sociais em inícios da década de 1990 (FREIRE-MEDEIROS, 2007).

Neste tipo de turismo, deve haver a preocupação por parte dos operadores que vendem o produto da cultura, no que diz respeito à valorização do dia-a-dia das comunidades, evitando produzir uma manifestação cultural somente para se exibir ao turista. Esta preocupação contribuirá para evitar fabricar um produto que ocasionará na perda da sua característica. Ainda assim, o turismo é o setor que mais cresce podendo ser muito mais explorado (IGNARRA, 1999).

Deve-se considerar, portanto, que o turismo cultural compreende uma infinidade de aspectos, todos eles passíveis de serem explorados para a atração de visitantes. A arte é um dos elementos que mais atraem turistas. A pintura, a escultura, as artes gráficas, a arquitetura são elementos procurados pelos turistas. “Assim, os museus se constituem nos primeiros atrativos a serem procurados pelos visitantes de uma localidade.” (IGNARRA, 1999, p.120).

Turismo Cultural compreende 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. Consideram-se patrimônio histórico e cultural os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a

identidade das populações e comunidades. São bens culturais de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de se tornarem atrações turísticas: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas, museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais, manifestações como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e celebrações. Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo-se nessa categoria os eventos gastronômicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposições de arte, de artesanato e outros (MTUR, 2004).

Assim, podemos ver a relação entre turismo cultural e os Centros Culturais, através das atividades que são desenvolvidas nos Centros e se inserem na definição de turismo cultural.

Os Centros Culturais são espaços criados em todas as regionais da cidade acompanham o desenvolvimento da política municipal de descentralização da cultura. Com o objetivo de reservar um espaço de fruição e criação de bens culturais que contribuem para a formação de identidades culturais locais, os Centros Culturais e centros de cultura implantam oficinas artísticas de diversos segmentos, como teatro, dança, pintura, apresentações cinematográficas, entre outros. As aulas possibilitam as trocas de experiências entre as pessoas e as comunidades. Estes equipamentos da Fundação Municipal de Cultura possuem um acervo de objetos que preservam as identidades culturais e o patrimônio público (PBH, 2011).

5. METODOLOGIA

Esta pesquisa teve abordagem qualitativa, ou seja, teve por base essencialmente os contextos, assim como as significações individuais que as pessoas imprimem às suas experiências (BOGDAN, BIKLEN, 1994).

A abordagem qualitativa oferece à pesquisa uma oportunidade singular para a compreensão de questões intrínsecas e subjetivamente ligadas ao presente objeto de investigação, uma vez que trata de questões particulares inseridas dentro de um universo de representação permeado por significados, crenças, valores e atitudes, os quais não podem ser reduzidos a um número ou a uma quantificação (MINAYO, 2003). Diante do objeto ação-significação, o pesquisador busca compreender as formas de comportamento e os significados que os atores lhes atribuem por meio de suas interações sociais.

É também uma pesquisa exploratória, porque visou proporcionar maior familiaridade com o problema estudado, ou uma nova forma de considerá-lo. Seu planejamento é flexível, por considerar aspectos variados do problema e, geralmente, envolve técnicas como levantamento bibliográfico,

entrevista com pessoas que tenham experiência com o problema e análise de exemplos que facilitem a compreensão (MARCONI, LAKATOS, 2002). Por isto, foram realizadas visitas aos Centros Culturais, para o conhecimento do local e levantamento de informações. Deste modo, a pesquisa exploratória consistiu em buscar elementos que visassem a uma compreensão geral das características apresentadas pelo objeto de pesquisa para construção dos objetivos e referenciais teóricos.

A pesquisa foi do tipo descritiva, pois preocupou-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interferiu neles. “Assim, os fenômenos do mundo físico e humano foram estudados, mas não manipulados pelo pesquisador.” (ANDRADE, 2002, p.18).

A pesquisa de campo foi um procedimento usado neste estudo tendo o objetivo de levantar informações e conhecimentos acerca do problema e descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Esta pesquisa de campo demandou a busca de informações e dados necessários ao alcance de objetivos pré-estabelecidos, que discriminassem adequadamente o que deveria ser coletado, registrado e analisado (MARCONI, LAKATOS, 2002). A mesma foi realizada em um Centro Cultural da cidade de Belo Horizonte.

Além disso, esta pesquisa foi um estudo de caso, um meio de organizar os dados preservando o caráter unitário do objeto estudado. Considera a unidade como um todo, incluindo o seu desenvolvimento - pessoa, família, conjunto de relações ou processos etc. (GOODE, HATT, 1979). Neste sentido, esta pesquisa focalizou as particularidades de um Centro Cultural apenas, da Regional Norte de Belo Horizonte.

Em relação à escolha do Centro Cultural onde foi realizada a pesquisa de campo, inicialmente, foram definidos outros Centros Culturais para fazerem parte da pesquisa. Contudo, em decorrência da dificuldade de conseguir a concordância dos gestores dos Centros visitados para a realização do estudo em suas dependências, o Centro Cultural focalizado neste estudo de caso, foi o que demonstrou uma receptividade foi boa, abrindo o espaço para que pudessemos realizar a pesquisa com os participantes das oficinas.

O instrumento utilizado na coleta de dados foi o questionário com 20 questões abertas e fechadas. que buscou obter de maneira sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada (DENCKER, 1998).

O Centro Cultural oferecia atividades para adolescentes, adultos e idosos. Na pesquisa, a amostra não-probabilística (REA, PARKER, 2002) e intencional (GOODE, HATT, 1979) foi composta pelo público adulto, maior de 18 anos. Antes de começarem suas atividades de lazer,

todos os adultos frequentadores do Centro Cultural foram abordados pelas pesquisadoras e convidados para participar da pesquisa. A definição deste tipo de amostra ocorreu pelo fato de a participação dos adultos ocorrer de forma mais frequente e também, por poderem tomar a decisão de participar da pesquisa sem a necessidade de autorização de um responsável, como ocorre com crianças e adolescentes.

Assim, foram aplicados questionários com aqueles frequentadores do Centro Cultural que se disponibilizaram voluntariamente a fazê-lo. A eles foi disponibilizada uma carta de apresentação da pesquisa e a seguir o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que continha informações sobre a pesquisa e o motivo pelo qual a sua participação era importante. A partir da concordância em colaborar com a pesquisa, o termo foi assinado e em seguida o questionário foi respondido.

Ao final da coleta de dados, foram conseguidos 15 questionários com participantes de diferentes atividades realizadas. O Centro Cultural pesquisado oferecia atividades nas áreas de Literatura, Artes Cênicas, Música, Artes Visuais, Dança e Oficinas, mas não era um lugar muito movimentado. Além disso, houve certa dificuldade em aplicar os questionários junto a mais participantes pelo fato deles estarem em seu momento de lazer.

Uma tentativa de minimizar a falta de adesão dos frequentadores do Centro Cultural à participação da pesquisa foi feita. A coleta de dados que estava planejada para ocorrer em um dia foi realizada em dois dias diferentes em horários variados. Desta forma, a coleta de informações alcançaria públicos diferenciados das oficinas. O tempo de permanência das pesquisadoras no local foi de várias horas, a fim de alcançar o maior número de pessoas possível.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa visou à obtenção de informações que permitissem identificar a conformação dos Centros Culturais de Belo Horizonte como espaços de lazer comunitário. Os dados obtidos foram utilizados em conjunto com as informações levantadas dispostas no referencial teórico, para compreender melhor o objeto de estudo.

6.1. Perfil dos voluntários

Antes de iniciar as reflexões sobre o assunto da pesquisa é importante traçar um perfil das pessoas que responderam aos questionários.

Dos voluntários, 53% foram homens e 47% mulheres. A faixa etária de 18 a 29 anos foi a mais recorrente (40%), tendo havido 6,6% dos voluntários entre 30 e 39 anos, outros 6,6% entre 40 a 49 anos, 20% dos voluntários entre 50 e 59 anos e 26,6% dos participantes da pesquisa com idade

acima dos 60 anos. Quanto ao grau de escolaridade identificou-se que 33,3% dos voluntários possuíam 1º grau incompleto, 26,6% possuíam 1º grau completo, 20% possuíam 2º grau incompleto e, também, 20% possuíam 2º grau completo.

Assim, constatou-se uma participação equilibrada entre homens e mulheres voluntários do estudo e uma predominância de adultos jovens e de idosos. Percebeu-se que o nível de escolaridade dos participantes era majoritariamente inferior ao 2º grau completo, o que indica uma deficiência no nível de educação básica dessas pessoas.

As ocupações relatadas pelos voluntários foram: estudantes (26,6%), aposentados (20%), fiscais (13,3%), acompanhantes (6,6%), do lar (6,6%), costureiras (6,6%), consultoras de produtos de beleza (6,6%), mecânicos (6,6%), vigilantes (6,6%). Os participantes da pesquisa afirmaram possuir renda pessoal entre R\$500,01 a R\$1.000,00 (46,6%), de até R\$500,00 (13,3%) e de R\$1.000,01 a R\$3.000,00 (6,6%). Pelo fato de a maioria dos voluntários ser de estudantes é compreensível que 33,3% dos voluntários tenham relatado não possuir renda.

Esse resultado indica que os voluntários ganham muito pouco em sua maioria, não excedendo um salário mínimo. Assim, a classe social a que a maioria dos voluntários pertencia foi a classe D, identificada com base na classificação do IBGE (2011).

O grande número de estudantes e aposentados pode ter aparecido, porque talvez eles tenham mais tempo disponível para participar com mais frequência das atividades. Além disso, o fato de as atividades serem gratuitas faz com que o nível de renda não seja preponderante neste processo, porque a participação pode ocorrer mesmo para os que não possuem uma renda elevada. Deste modo, a grande maioria dos voluntários desta pesquisa possuía uma renda baixa, o que pode ser considerado uma tendência. Isso indica também, que o Centro Cultural atinge um público que não poderia custear atividades pagas em outros espaços, constituindo-se em uma oportunidade de vivência cultural muito representativa.

6.2. As atividades de lazer e as características da participação

O Centro Cultural corresponde a um local de ocorrência de manifestações culturais diversas tais como: dança, teatro, oficinas, exposições de arte, entre outras. Neste sentido, na análise da frequência das visitas ao Centro Cultural, 40% dos voluntários visitavam o Centro uma vez por semana, outros 40% visitavam duas vezes por semana e 20% visitavam 3 vezes por semana. Com isso, percebe-se que quem frequenta o Centro o faz regularmente, sendo que a maior parte o visita mais de uma vez por semana, participando de uma ou mais atividades.

Dentre as atividades praticadas, 20% das pessoas faziam aula de violão, 40% praticavam *lian gong*, 33,3% faziam dança contemporânea e 6,6% visitavam a biblioteca e/ou tele centro.

A grande maioria dos voluntários (59,9%), afirmou ir ao Centro Cultural para aprender e vivenciar práticas de lazer. Contudo, 20% frequentavam o Centro para sair da rotina e 20% para estimularem a sensação de bem estar.

Como já citado anteriormente, segundo Melo e Alves Junior (2003), o lazer tornou-se importante para as pessoas passando a ser vivenciado de forma prazerosa, não se limitando apenas a recrear-se ou divertir-se, sendo de extrema importância nos campos da saúde, da convivência, da troca de experiências, tornando-se primordial para cada uma delas.

De tal modo, a importância atribuída à vivência das práticas de lazer demonstra que quando Marcellino (2004) fala do lazer como um campo específico de atividade e, Gomes (2004) o conceitua como vivência lúdica de manifestações de lazer, eles tentam ressaltar a relevância que estes conteúdos possuem nas vidas das pessoas, podendo mobilizá-las em suas escolhas.

Além disso, o aprendizado ressaltado pelos voluntários tem relação com o que Marcellino, (2004) acrescenta que o lazer refere-se às atividades vivenciadas no tempo disponível das obrigações profissionais, escolares, familiares ou sociais, as quais devem proporcionar satisfação e desenvolvimento pessoal e social, juntamente com os aspectos de atitude positiva para tal tempo. Este tempo refere-se a possibilidade de desfrutar de vivências, cujos valores possam contribuir para mudanças, tanto de ordem moral, como cultural. Portanto, este tempo não serviria somente como possibilidade de descanso, mas de desenvolvimento integral do indivíduo.

A existência de participantes idosos pode ter influenciado algumas considerações, uma vez que eles podem vir a integrar a maior parte das atividades ministradas nos Centros Culturais, buscando atividades que ajudem na saúde e no bem estar, o que muitas vezes é recomendado pelos médicos do posto de saúde local (MARCELLINO apud BAHIA et al, 2008).

Por outro lado, a busca pela quebra da rotina pode ser compreendida como uma função do lazer. O fazer algo que não se tem completo domínio e/ou conhecimento, proporciona um grau de insegurança, cria a expectativa do inesperado e do arriscado, produzindo tensão e excitação em virtude da ansiedade que as acompanha. Podendo estar ligada ao trabalho que também é uma característica do lazer, porque o trabalho deveria dar prazer ao indivíduo, mas lamentavelmente como está sendo organizado de forma alienante, podemos dizer que um número significativo de pessoas não está tendo prazer em realizar seus ofícios, dando a entender que a felicidade estaria ligada aos momentos de lazer (MELO, ALVES JUNIOR, 2003).

6.3. Escolha, elaboração e prática das atividades

Os bairros de moradia dos voluntários identificados foram todos do entorno do Centro Cultural, demonstrando que esta organização atinge pessoas que moram no bairro ou em bairros

vizinhos. Assim, as ações são vivenciadas por comunidades muito particulares que constituem um grupo social com possíveis tendências específicas.

A maioria das pessoas (80%), afirmou que as atividades eram direcionadas para todos os públicos. Uma pequena parcela discordou nesta questão afirmando que as atividades seriam mais voltadas para os idosos (13,3%) ou para os jovens (6,6%).

A diversificação de públicos é uma ação que contribui para mudanças significativas nas formas de ação coletiva e de ocupação do espaço público por um conjunto diversificado de atores e associações, criando um pólo distinto da sociedade política para satisfação de necessidades e constituição de novas identidades (VIEIRA, 1997).

Define-se o ser humano como sendo um ser complexo dotado de bastantes capacidades, contudo e apesar de sermos “idênticos” em muitos aspectos, em muitos mais somos distintos, pois existe no ser humano uma diversidade a nível biológico, cultural e individual. Podemos também dizer que somos dotados de uma diversidade cultural, sem a cultura, sem as possibilidades de desenvolvimento que nos proporciona crescer num contexto cultural particular, seríamos seres incompletos, inacabados. Nascemos, crescemos e vivemos em contextos socioculturais muito variados. É nestes que se desenvolvem, em interação uns com os outros e com os diferentes ambientes e situações a aprender, a capacidade de criar e de transformar subjacente ao processo de adaptação. O processo de integração numa sociedade e cultura particular, indispensável para todos nós, faz com que a diversidade cultural, dos contextos socioculturais onde nos inscrevemos se traduza em formas distintas de estar, pensar, de ser e de nos comportarmos (MONTEIRO, FERREIRA, 2009).

Quando questionados se as atividades ofertadas realmente atingiam o público, quase a totalidade dos voluntários (93,3%) respondeu positivamente, dando como justificativa a boa participação nas atividades específicas e a frequência dos inscritos nas mesmas (53,3%), a diversidade de pessoas e das atividades oferecidas (13,3%), o interesse em se deslocar de casa para participar das atividades (13,3%), a oportunidade de terem atividades gratuitas (6,6%) e a adaptação da atividade às necessidades de satisfação pessoal (6,6%). Dos 6,6% que responderam negativamente, a justificativa dada se relacionou ao fato da inexistência de atividades para crianças menores de cinco anos.

Com isso, a frequência e o envolvimento das pessoas nas atividades desenvolvidas no Centro Cultural são constantes, ou seja, as aulas estão sempre cheias e as pessoas participam das atividades movidas por um interesse real.

Cada indivíduo é único e suas necessidades e desejos variam entre si. Portanto, as pessoas que frequentam o Centro Cultural têm diferentes motivações. Dumazedier (1973) diz que o

predomínio de uma atividade sobre a outra, através de escolhas, muitas vezes impulsionadas pela subjetividade ou pelas vivências de lazer, possibilita a demarcação dos chamados interesses culturais.

Buscando ampliar o debate referente ao lazer, cabe destacar a incompatibilidade de adoção de critérios rígidos para definição das atividades de lazer e para satisfação das necessidades humanas de repousar e recrear sem levar em consideração as condições objetivas de vida dos cidadãos e a dinâmica social das comunidades (LEIRO, 2006).

No Centro Cultural se passa o momento de lazer de diversas pessoas. Este momento é caracterizado por diferentes atividades desenvolvidas, que podem ser escolhidas de acordo com a identificação de cada um com a mesma. Para além, o fato de ser algo disponibilizado pela Prefeitura de Belo Horizonte (PBH), permite que aquele que inicialmente poderia ser deixado de fora de determinada prática por não ter a possibilidade de participar de atividades pagas, nos Centros Culturais não precisa se preocupar com isso, porque as atividades são gratuitas e voltadas para a comunidade.

Quanto ao processo de elaboração e escolha das atividades do Centro, a maioria (80%) respondeu que não colabora neste processo, sendo que os 20% restantes responderam colaborar. As formas de elaboração e escolha das atividades só foram justificadas por 1 pessoa que disse contribuir pela falta conhecimento sobre a elaboração das atividades, e também, por ser dispensável por já ser feita votação na comunidade.

Mesmo tendo muitas barreiras socioculturais relatadas na literatura (MARCELLINO apud BAHIA et al, 2008), como os desníveis de acesso decorrentes de falta de oportunidade e de estímulo (SILVA, LOPES E XAVIER, 2009), isso não fica claro nas respostas dos voluntários que se declaram satisfeitos e sem necessidades de mudança. Isso ocorre, porque o Centro Cultural atende e supre as necessidades dos participantes, cumprindo com o objetivo de promover a diversidade cultural por meio da oferta de atividades.

Quanto à necessidade de mudança no processo de escolha das atividades realizadas, todos responderam que não deveria ser diferente. Esse posicionamento não foi justificado por 53,3% dos voluntários, foi apontado como desnecessário em 33,3% dos casos, foi explicado pela falta de conhecimento sobre a elaboração das atividades (6,6%), e também, por ser dispensável por já ser feita votação na comunidade (6,6%).

Contudo, não é possível identificar se as escolhas estão sendo realizadas ou impostas. Como quase não há participação neste processo, tudo indica que as pessoas não participam do processo crítico e criativo de escolha das atividades. Essa forma de inserção no lazer, onde apoia no raciocínio de Marcellino (2002), demonstrando que o lazer, enquanto tempo liberado das obrigações

sociais, pode se constituir num espaço de emergência de valores e concepções, permitindo a “sobrevivência de valores humanos no homem”, indicando que mais do que a presença do lazer, encontramos a presença de um anti-lazer, expresso por atividades de baixa autonomia pessoal, e grandes preocupações com o fator tempo e pressões externas.

Dumazedier (1979) fala exatamente sobre esse tipo de comportamento ou falta do mesmo, quando diz que independente de ser ativo ou passivo o importante é o nível de participação das pessoas envolvidas.

Pelo que se apresenta nos resultados da pesquisa, o conformismo parece ser um aspecto presente nas práticas do Centro Cultural, uma vez que o consumo fica muito evidente. O consumo é uma realidade em que necessidades reais e desejos fabricados se encontram (RIBAS et al apud BOAS, 2006).

Assim, a satisfação é evidenciada nas respostas de 93,3% dos voluntários que disseram estar satisfeitos com as atividades ofertadas, em decorrência da dedicação e qualidade do professor (39,9%), pelo bom aprendizado (20%), pela possibilidade de fazer novas amizades (6,6%), por acharem a vivência legal (6,6%) e por possibilitar a saúde (6,6%). 20% dos voluntários não justificaram suas respostas e 6,6% disseram estar parcialmente satisfeitos por acharem que deveriam ser disponibilizados alguns cursos.

Fica enfatizada assim a importância do trabalho dos profissionais do lazer que atuam desde o planejamento até a execução de ações de lazer. Diversas são as denominações para designar os profissionais do lazer: Recreador, animador sociocultural, agente cultural, promotor de eventos, gentil organizador (PIMENTEL, 2003), dentre outras. O mesmo autor nos apresenta um conjunto de espaços nos quais esses profissionais se encontram inseridos, tais como: “[...] academias, shoppings, hotéis, associações, clubes, hospitais, asilos, SESC, SESI, escolas, presídios, navios (cruzeiros), fábricas, parques temáticos, condomínios, lojas de brinquedos, parques de diversão e de peão [...]” (p.79).

Além desses, temos também diversas modalidades de atuação que o autor considera serem corriqueiras: “[...] oficinas culturais, exposições, saraus, colônias de férias, *shows*, torneios, festivais, encontros, dias de lazer, cursos, acampamentos, festas, excursões, promoções, torneios e jogos” (p.79); e em interação com os mais diferenciados grupos e instituições, variando desde órgãos públicos à grupos de interesses.

A ideia dos Centros Culturais inserida na definição de turismo cultural (IGNARRA, 1999), assim como desenvolvida pela Fundação Municipal (PBH, 2011) tem como objetivo implantar atividades que possibilitem a troca de experiências entre as pessoas e a comunidade contribuindo para uma vivência mais prazerosa enriquecendo os vínculos afetivos. Essa possibilidade é

evidenciada na atribuição que foi feita da satisfação às amizades feitas no Centro Cultural. Além do mais, um dos interesses culturais que mobilizam as pessoas em seus momentos de lazer, relatados pela literatura, são os interesses sociais do lazer (MARCELLINO, 2002).

Em complemento, enquanto 33,3% dos participantes não sentiam falta de nada, 59,8% tinham uma demanda pela disponibilização de atividades diferentes e variadas e somente 6,6% enfatizaram a necessidade de realização de reformas na infraestrutura interna do local.

Isso indica que mesmo estando satisfeitas, os participantes das atividades dos Centros Culturais revelam necessidades pessoais que contribuiriam para promover o lazer com mais eficiência. Cada indivíduo tem seus próprios interesses e buscam satisfazer suas necessidades de acordo com as atividades oferecidas que se enquadre nas suas perspectivas, assim o lazer pode ser analisado através das escolhas que os indivíduos fazem e diz respeito a sua identidade (MARCELLINO, 2008).

6.4. Divulgação das atividades do Centro Cultural e a influência na participação

Quando perguntados se a divulgação atinge a comunidade, todos os voluntários responderam que sim. Os modos como esta divulgação ocorre junto aos voluntários da pesquisa foram variados: 60% das pessoas ficam sabendo das atividades através do boca a boca, 19,9% tomam conhecimento das atividades no próprio Centro, muitas vezes por morarem nas proximidades, 13,3% se informam no posto de saúde e 6,6% através da leitura de folhetos.

As outras formas de as pessoas ficarem sabendo sobre as atividades do Centro Cultural indicadas pelos voluntários foram novamente os folhetos (33,3%), a divulgação boca a boca (20%), informações dispostas no posto de saúde (26,6%), a comunicação visual (13,3%) e as redes sociais (6,6%).

Em relação às mudanças necessárias na divulgação realizada, 53,3% dos voluntários enfatizou a necessidade de fazer propagandas, 26,6% através de divulgação e 20% respondeu que não acha necessária mudança na divulgação.

Os participantes enfatizaram que deveriam ser colados panfletos em padarias, açougues, e outros lugares da comunidade. Além disso, foram lembrados os anúncios em carros com alto falante, em rádios locais, a panfletagem nas ruas, e a fixação de mais cartazes dentro do Centro Cultural e no seu entorno. O objetivo destas ações seria atrair mais pessoas para conhecer o que acontece no local e quais são as atividades ministradas. O restante das pessoas citadas acima concorda com a forma de divulgação adotada pelo Centro Cultural.

Os resultados evidenciam a importância da chamada propaganda boca a boca, que segundo Blackwell et al (2005, p.422) uma transmissão informal de ideias, comentários, opiniões e

informações entre duas pessoas, em que nenhuma é um profissional de Marketing. O autor afirma ainda que mesmo em uma era marcada por constantes propagandas publicitárias, a comunicação boca a boca é um poderoso influenciador do comportamento de compra.

Este tipo de marketing ganha expressão quando nos conscientizamos de que mais de 80% das pessoas seguem as recomendações de um familiar, amigo ou um profissional ao adquirirem um produto ou serviço (CAFFERKY, 1999).

Hoje em dia, as redes sociais, muito usadas para entretenimento de jovens, tornaram-se uma ferramenta de trabalho para diversas pessoas, sejam elas, os próprios adolescentes, os jovens ou os adultos, que buscam uma divulgação de seus trabalhos, contatos novos, entre outras coisas. Deste modo, nota-se que esta ferramenta ainda não é explorada pelo Centro Cultural como poderia. Afinal, porque não adotar esta nova ferramenta para que o Centro Cultural divulgue o trabalho realizado, atraindo novos colaboradores e usuários? Neste sentido, a propaganda boca a boca ocorre por meio de outros canais.

A pesquisa revelou que a divulgação de tais manifestações não é diversificada para as pessoas da comunidade, contribuindo para que as participações nas atividades se restrinjam aos mesmos grupos de pessoas. Mudar este processo pode oportunizar o alcance de um maior número de pessoas, gerando novas interações sociais e a necessidade de novas oficinas e atrações. Por isso, deve-se priorizar uma maior divulgação do que acontece no local, mostrando e definindo o que cada grupo é e o que os diferencia uns dos outros.

6.5. O Centro Cultural como Atrativo Turístico

Sobre a possibilidade da vinda e da participação de turistas nas atividades do Centro Cultural, todos os voluntários responderam positivamente. Como justificativas, foram ressaltadas a experiência do contato com os turistas (33,3%), a troca de experiências (26,6%), a contribuição deste contato para a expansão da cultura (20%), a possibilidade da atração de novos usuários e a maior visibilidade do local (13,3%) e 6,6% não justificou.

Segundo Batista (2005), através da memória e da construção da identidade de um povo, surge o turismo com a perspectiva de preservar a cultura e fazer dela um produto turístico, levando as pessoas a quererem conhecer a história daquela localidade.

Neste sentido, os participantes acharam que seria interessante a vinda de turistas ao Centro Cultural, por trazerem algo novo e, de certa forma, levar um pouco da cultura e da história de suas localidades, contribuindo para a diversidade.

Contudo, esta prática de turismo requer alguns cuidados, por parte de quem vende o local como um atrativo turístico. Deve haver uma preocupação para evitar que tais visitas interfiram no

dia-a-dia das atividades, para que não ocorra a perda da característica e das peculiaridades das mesmas e do Centro Cultural como espaço de lazer.

Afinal, o Centro Cultural foi criado para as comunidades locais. Assim, os turistas devem respeitar a rotina do cumprimento das atividades podendo participar, criar, contribuir e até mesmo levar a ideia adiante para seus locais de origem.

A riqueza de valores e a simplicidade podem estar em manifestações populares, com a missão de divulgar a cultura como um atrativo turístico. Estimulando os fatores culturais de uma localidade e levantando recursos para atrair visitantes e desenvolver economicamente a região turística, que seria onde o Centro Cultural localiza-se e bairros adjacentes.

Como citado por Freire-Medeiros (2007), os *tours* sociais vendem participação e autenticidade, conformando um subcampo do turismo de realidade. Os Centros Culturais podem trazer as manifestações de lazer de uma forma mais aberta e com possibilidades de exploração e participação (IGNARRA, 1999).

Assim, esta pesquisa evidencia indícios de que talvez os Centros Culturais possam se tornar atrativos para o desenvolvimento em potencial do segmento do Turismo Cultural. Isso, porque na medida em que se permite a vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando os bens materiais e imateriais da cultura (MTUR, 2004), trata-se de uma experiência ligada a este tipo de segmento. Contudo, para maiores aprofundamentos sobre o assunto, faz-se necessário a realização de mais estudos em outros Centros Culturais e, também, utilizando-se outras metodologias.

A partir do momento em que o turismo começar a ser explorado no Centro Cultural, cabe aos órgãos responsáveis se necessário a designação de taxas para que a visita seja viabilizada e como será feita a divisão da renda total entre as partes, sendo elas, Fundação Municipal de Cultura, a PBH e o Centro Cultural.

7. CONCLUSÃO

Através da pesquisa realizada no Centro Cultural percebeu-se que os Centros Culturais de Belo Horizonte são espaços de lazer comunitário uma vez que neles são desenvolvidas atividades de lazer voltadas para a comunidade do entorno.

As atividades são direcionadas para a classe socioeconômica baixa, mas mesmo assim não impede a participação de integrantes da comunidade de outras classes sociais, pois o Centro Cultural oferece atividades gratuitas, mas não limita a participação.

A participação é viabilizada, porque o Centro Cultural atende e supre as necessidades dos frequentadores, cumprindo com o objetivo de ofertar atividades diversificadas dando a oportunidade de uma qualidade de vida melhor e saudável.

Sobre o potencial para tornar-se um atrativo turístico pode-se concluir ser um ponto positivo para o Centro Cultural, pois terá a oportunidade de expandir um pouco da cultura e da história de uma localidade contribuindo para a diversidade.

Através das visitas, percebe-se que simplesmente maior que a necessidade de participar do lazer é a satisfação em interagir e integrar as partes envolvidas, enfatizando o valor de pertença. Neste sentido, Marcellino (2004) diz que, pode-se constatar através do conceito de lazer, um aspecto abrangente que não se limita apenas ao recrear-se ou ao divertir-se. Assim, através da pesquisa percebeu-se como é importante a disponibilização desses espaços para a comunidade, onde tais atividades praticadas pelos participantes são primordiais em suas vidas.

De acordo com Silva, Lopes e Xavier (2009), os fatores econômicos impossibilitam que a população desfrute do lazer. Esta afirmação confronta-se com o intuito dos Centros Culturais, pois esta pesquisa evidenciou que os mesmos promovem atividades gratuitas ligadas às manifestações culturais de diversos segmentos.

Estas manifestações culturais contribuem para a formação de identidades culturais locais, considerando-se a compreensão de que a constituição de uma identidade se estabelece através da comunhão de determinados valores, tais como: a comunicação, a participação e a integração entre os membros de uma sociedade.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M.M.de. *Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- BAHIA, M. C.; COSTA, M.C.; CABRAL, D.M.; CARAVELAS, D.C.. *Os espaços e equipamentos de lazer das cidades: o caso de Belém*. In: Silvio Lima Figueiredo. (Org.). Turismo, Lazer e Planejamento Urbano e Regional. Belém-PA: UFPA / NAEA /ANPUR, 2008.
- BATISTA, C.M. *Memória e Identidade: aspectos relevante para o desenvolvimento do turismo cultural*. Caderno Virtual de Turismo, v.5, n.3, 2005.
- BAUMAN, Z. *Turistas e vagabundos: os heróis e as vítimas da modernidade*. In: BAUMAN, Z. O mal-estar da pós-modernidade. Jorge Zahar Editor, 1997.
- BLACKWELL, R. D.; MINIARD P. W.; ENGEL J. F. *Comportamento do Consumidor*. 9ª Ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. *Estratégia de Gestão do Inventário da Oferta Turística*. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S. *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora, 1994.

- CAFFERKY, M. *Venda de boca a boca: deixe seus clientes fazerem a propaganda*. São Paulo: Nobel, 1999.
- CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. *O que é Lazer*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- CARNEIRO, S. & FREIRE-MEDEIROS, B. *Antropologia, religião e turismo: múltiplas interfaces*. *Religião & Sociedade*, v.24, n.2, 2004, p.100-125.
- DENCKER, A.F.M. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura, 1998.
- DUMAZEDIER, J. *Lazer e cultura popular*. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- DUMAZEDIER, J. *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva/Sesc, 1979.
- FREIRE-MEDEIROS, B. *Favela como patrimônio da cidade: Reflexões e polêmicas acerca de dois museus*. *Estudos Históricos*, 2006.
- FREIRE-MEDEIROS, B. *A favela que se vê e que se vende: reflexões e polemicas em torno de um destino turístico*. *Revista Brasileira de Estudos Sociais*, v.22, n.65, out., São Paulo, 2007.
- GOMES, C. L. *Dicionário crítico do lazer*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.
- GOODE W.J., HATT, P.K. *Métodos em pesquisa social*. 3a ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 3. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 1999.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Indicadores Sociais Municipais*. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/indicadores_sociais_municipais/indicadores_sociais_municipais.pdf. Acesso em: 15 de abril de 2012.
- IGNARRA, L.R. *Fundamentos do turismo*. São Paulo: Pioneira, 1999.
- LEIRO, A.C.R. *Educação, lazer e cultura corporal*. *Revista Presente*, v.14, n.53, jun.-ago., 2006, p.47-53.
- MACEDO, C.C. Algumas observações sobre a cultura do povo. In: VALLE, Edenio (org). *A cultura do povo*. São Paulo: Cortez e Moraes, 1979.
- _____. *Atividade e passividade: Suplemento, Lazer & Turismo*. Correio Popular, Campinas, 1987.
- _____. *Lazer: concepções e significados*. Licere, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, set. 1998.
- MARCELLINO, N.C. *Estudos do Lazer: uma introdução*. 3ed. Campinas: Autores Associados, 2002.
- _____. *Lazer e educação*. Campinas: Ed. Papirus, 2004.
- MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. *Metodologia do Trabalho Científico*. São Paulo/ SP, Editora Atlas, 2002.
- MELO, Victor Andrade. ALVES JUNIOR, Edmundo Drummond. *Introdução ao lazer*. Barueri, SP: Editora Manole, 2003.
- MINAYO, M.C.S. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 22 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.
- MONTEIRO M.M., FERREIRA, P.T. *Ser Humano*. 1ª parte Psicologia B v.12, Porto Editora, 2009.
- MOLETTA, V.F. *Turismo Cultural*. 3ª ed. Porto Alegre: Sebrae/RS 2001.
- MOREL, J. *O patrimônio da humanidade*. In: YAZIGI, E. et al. *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996.

- PBH. Fundação Municipal de Cultura. Disponível <<http://www.portalpbh.pbh.gov.br>> Acesso em 27 de setembro 2011.
- MULLER, A. Lazer, desenvolvimento regional: como pode nascer e se desenvolver uma idéia. In: MULLER, A; DA COSTA, L. P. (org.). *Lazer e desenvolvimento regional*. 1. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 09-40.
- PELLEGRIN, A. *Equipamento de lazer*. In: GOMES, C.L. Dicionário Crítico do Lazer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004, p.69-73.
- PIMENTEL, G.G.A. *Lazer: fundamentos, estratégias e atuação profissional*. Jundiaí: Fontoura, 2003.
- POLLAK, M. *Memória, esquecimento e Silêncio*. In: Estudos Históricos. São Paulo: Cpdoc/FGV, 1992.
- RABAHY, W.A. *Planejamento do turismo*. Estudos econômicos e fundamentos econométricos. Barueri-SP: Loyola, 2000.
- REA, L.M.; PARKER, R.A. *Metodologia de Pesquisa: Do planejamento à execução*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- SILVA, M.J.V. LOPES, P.W.; XAVIER, S.H.V. *Acesso a Lazer nas Cidades do Interior: um Olhar Sobre Projeto CINE SESI Cultural*. VI Seminário 2009 ANPTUR. São Paulo/SP, 2009.
- SILVEIRA, A.C.C.; SILVA, R.H.A. *Os Espaços de Lazer na Cidade: A Política Urbana de Belo Horizonte*. Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG Belo Horizonte – MG – Brasil, 2010.
- VALLE, E.; QUEIROZ, J.J. *A cultura do povo*. São Paulo, Cortez & Moraes Educ, 1979.
- VIEIRA, L. *Cidadania e Globalização*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1997.
- WEHLING, A.; WEHLING, M.J. *As estratégias da memória social*. In: Brasilis: revista de história sem fronteiras. v.1 n.1, Rio de Janeiro: Editora Atlântida, 2003.
- WERNECK, C.L. *Lazer, Trabalho e Educação: Relações Históricas, Questões Contemporâneas*. Belo Horizonte, MG: Editora UFMG/CELAR – DEF/UFMG, 2000.