

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva
(Organizador)

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva
(Organizador)

2



Atena
Editora

Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Turismo, cidades, colecionismo e museus 2

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Bruno Oliveira
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizador: William Cleber Domingues Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T938 Turismo, cidades, colecionismo e museus 2 / Organizador
William Cleber Domingues Silva. – Ponta Grossa - PR:
Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-470-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.709212309>

1. Turismo. I. Silva, William Cleber Domingues
(Organizador). II. Título.

CDD 338.4791

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

A coleção “Turismo, cidades, colecionismo e museus” volume II é uma obra que tem como foco principal a discussão científica por intermédio de trabalhos diversos que compõe seus capítulos. O volume aborda 12 capítulos que permitirão aos leitores terem acesso a investigações de pesquisadores da área de turismo atuantes no Brasil e no exterior.

Sendo assim, o objetivo central desse livro foi o de debater, refletir e apresentar aos interessados diferentes temáticas e abordagens científicas que podem contribuir com o desenvolvimento do setor de turismo em diversas cidades e regiões.

Paralelamente a isso é importante destacar que a obra “Turismo, cidades, colecionismo e museus” volume II complementa o primeiro volume podendo servir de fonte de consulta tanto para acadêmicos da área de turismo quanto para gestores públicos interessados no desenvolvimento local.

Diante disso e a partir da apresentação de resultados práticos convidamos todos a fazerem conosco uma grande viagem através da leitura dos 12 capítulos que compõem essa obra no campo das ciências sociais aplicadas.

No que se refere à divulgação e disseminação de conhecimentos nas mais diferentes áreas, destacamos o papel da Atena Editora que através de sua equipe e plataforma consegue congrega investigadores, metodologias e resultados de pesquisas que podem servir de base para novas investigações ou intervenções na realidade de muitos.

Uma boa viagem a todos!


William Cleber Domingues Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

MUSEUS E CRIANÇAS DO CAJUEIRO: AÇÕES DA 14ª SEMANA NACIONAL DE MUSEUS


Carollina Rodrigues Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123091>

CAPÍTULO 2..... 8

MARKETING TURÍSTICO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS DE QUITO E SANTIAGO DE COMPOSTELA, CIDADES PATRIMÔNIO MUNDIAL

Pamela Belén Tipán Fraga

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123092>


CAPÍTULO 3..... 17

ÍNDICES FINANCEIROS DO SETOR DE TURISMO

Marina Elizabeth Salazar Herrera

Susana Sánchez Solís

Dora Emilia Aguirre Bautista


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123093>

CAPÍTULO 4..... 25

TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO (UC): ECOTURISMO E AS PRÁTICAS DE LAZER COMO FORMA DE SUSTENTAÇÃO DA RELAÇÃO DO HOMEM E A NATUREZA

Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves

Joise Simas de Souza Maurício

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123094>

CAPÍTULO 5..... 32

TURISMO PEDAGÓGICO EM COMUNIDADE URBANA E SUAS POSSIBILIDADES, ARACAJU-SE


Flaviano Oliveira Fonsêca

Jorgenaldo Calazans dos Santos

Jéssika Amanda de Oliveira Bispo

Adinagruber da Conceição Lima

Érica dos Santos Oliveira







 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123095>

CAPÍTULO 6..... 40

DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA: DESAFIOS, OPORTUNIDADES, SUSTENTABILIDADE

Filipa Canavarró de Morais

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123096>

CAPÍTULO 7	54
TURISMO COMO UMA INDÚSTRIA CULTURAL: AS OFERTAS DE LAZER NA CIDADE DE ARAXÁ – MG	
Luana Ludmila Alves Boaventura	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123097	
CAPÍTULO 8	69
MODERNIDADE E UTOPIA: INFLUÊNCIAS NA REGIÃO DA RUA 25 DE MARÇO E NO COMÉRCIO DA CIDADE DE SÃO PAULO	
Lineu Francisco Oliveira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123098	
CAPÍTULO 9	80
TURISMO NO ESPAÇO RURAL EM PORTUGAL – UMA ANÁLISE QUANTITATIVA DA OFERTA E DA PROCURA	
Maria Lúcia Pato	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123099	
CAPÍTULO 10	88
A PERCEPÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> E REPRESENTAÇÕES (VOZES) NO MODELO BARÔMETRO DE SUSTENTABILIDADE DE TURISMO (BST), NO LITORAL NORTE DE SERGIPE	
Mary Nadja Lima Santos	
José Carlos Santos Cunha	
Tiago Guimaraes de Oliveira	
Autran Ávila Pimentel	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230910	
CAPÍTULO 11	98
CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E CORRETIVA NA CRIAÇÃO DE UMA EXPOSIÇÃO: VISÕES DA LUZ / MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS	
Antonio Carlos Martins	
Beatriz Beltrão Rodriguez	
Ivo Antonio Almico	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230911	
CAPÍTULO 12	114
CONDICIONANTES GEOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE BARRA DOS COQUEIROS E PERSPECTIVAS PARA DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL	
José Carlos Santos Cunha	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230912	
SOBRE O ORGANIZADOR	127
ÍNDICE REMISSIVO	128

CAPÍTULO 8

MODERNIDADE E UTOPIA: INFLUÊNCIAS NA REGIÃO DA RUA 25 DE MARÇO E NO COMÉRCIO DA CIDADE DE SÃO PAULO

Data de aceite: 02/09/2021

Data de submissão: 04/08/2021

Lineu Francisco Oliveira

Doutor Ciências Sociais, Dinâmica Urbano Regional, Planejamento e Políticas Públicas - Programa de Estudos Pós Graduação em Ciências Sociais da PUC - São Paulo - SP; <http://lattes.cnpq.br/6605997303659831>

RESUMO: O documento proposto tem como objetivo estudar o desenvolvimento local e à representatividade da região da rua “ 25 de Março “ na cidade de São Paulo. Esta região teve na sua origem, uma forte relação com a segregação sofrida na Europa, pela comunidade árabe e sua fuga para a América em busca de qualidade de vida. Estratégias de cooperação, uso do solo, bem como o abandono do poder público , podem ser encontrados ao longo da história e observados através de marcas ainda presentes na região.

PALAVRAS - CHAVE: Rua 25 de Março, Sacoleiro, Modernidade.

MODERNITY AND UTOPIA: INFLUENCES IN THE STREET REGION “25 DE MARÇO” AND IN THE TRADE OF SÃO PAULO CITY

ABSTRACT: The proposed paper aims to study the local development and the representativity of the region on “25 de Março” Street in the city of São Paulo - Brazil. This region had in its origin, a strong relation with the segregation suffered

in Europe, by the Arab community and her escape for the America in search of life quality. Cooperation strategies, soil use, as well as abandonment of the public power, they can be found along the history and observed through still present marks in the region.

KEYWORDS: Street “25 de Março”, Peddler, Modernity.

1 | INTRODUÇÃO

A era da informação possibilitou a aceleração nas relações do processo produtivo, ao criar novas relações na cadeia produtiva. A possibilidade de troca de informações em tempo real não só diminuiu os custos como criou um processo mais eficiente de produção descentralizado. Um produto pode ter parte de seus componentes produzidos na China, outra parte na Argentina e ser montado e distribuído no Brasil.

Essa quebra de barreiras geográficas criadas pela globalização provoca mudanças e transformações no cotidiano, no modo de vida, no trabalho, nas ideias, nos costumes e nos hábitos de vida das pessoas. De uma forma mais rápida, mudanças e experiências com o novo, ocorrem de uma forma globalizada e tudo que aparenta uma estabilidade, se transforma promovendo mudanças, alterando as relações entre o passado e o presente reconstruindo o futuro. O moderno ligado a razão humana e não a uma vontade divina, já no início das

navegações descobriu novos mundos. Com essas aventuras e a descoberta do novo, narradas por Américo Vespúcio na obra de Thomas Morus, os sonhos e a vontade de um mundo melhor e ideal, criou no imaginário humano, um lugar perfeito denominado como Utopia.

Diante de um momento histórico mundial com perseguições e guerras amparadas em uma bandeira política ou religiosa, povos inteiros são constantemente forçados a buscar o novo, o desconhecido e na história da cidade de São Paulo, a origem da cidade tem muita relação com alguns momentos mundiais, parecidos com o momento atual vivido pelos mesmos protagonistas da Síria, mas em situações e motivos distintos. Aqui iremos tratar do passado, da origem e os fenômenos que a região em estudo e a influencia que esse momento histórico criou na formação do comercio urbano na grande metrópole.

Na cidade de São Paulo a região da Rua 25 de Março apresenta uma concentração de comércio varejista especializado. Essa é uma região constituída pela Rua 25 de Março e ruas próximas, que vendem no atacado e antes varejo, produtos para armarinho, brinquedo, roupa de cama e mesa, bem como papelaria, bijuteria e artigos de época nacionais e importados. Delimitada pelo perímetro de 21 (vinte e uma) ruas além da 25 de Março, ficou conhecida como a Região 25 de Março.

A região é conhecida por apresentar um grande volume de vendas, os produtos comercializados, alguns importados, são produzidos por empresas que aplicam a economia de escala como estratégia de fabricação. Organizar a produção de tal forma que se obtenha a plenitude no uso dos fatores produtivos com baixo custo e a maximização na produção dos bens e serviços, é uma característica encontrada em vários fornecedores da região. Essa expansão de sociedades globalizadas, organizadas e apoiadas pelos seus governos, convive com o contrassenso da expansão de uma importante categoria econômica e social dos sacoleiros. Como uma força invisível, os sacoleiros se articulam e criam necessidades, percebidas pela iniciativa privada na região em estudo, que ao longo do tempo afiançaram uma estrutura econômica que se demonstra frágil em relação a sua importância social.

As várias mudanças no tipo de produto comercializado na região, nos leva a admitir a existência de influencias determinantes, que regulam a oferta de produtos destinados ao publico consumidor local. Esses produtos são distribuídos na região e amplamente consumidos, pelos mais variados públicos e classes sociais. Como a área da região em estudo desde sua origem, tem um forte vinculo com lojas de varejo sofrendo transformações ao longo do tempo no comercio predominante local, é muito provável e existência de fatores que regulam essa força transformadora.

Apesar do tempo a região se destacou dos demais arranjos comerciais se tornando conhecida internacionalmente. Esse fato abre espaço para pesquisas e mapeamento de fatores que levaram a região ao reconhecimento como o maior shopping de comércio popular aberto do mundo. Nesse sentido diante de uma sociedade com graves problemas econômicos e sociais, estudar os fenômenos que direcionaram a hierarquização do uso

do solo, na acumulação do capital e produção capitalista, bem como o papel do setor imobiliário como instrumento de segregação sócio-espacial e fragmentação do espaço urbano.

A busca de resposta para esse questionamento tem como objetivo geral, identificar fatores que influenciam na rede presente, nas estratégias de cooperação adotadas pelos comerciantes locais e as variáveis que determinam o comportamento dos consumidores e atores da região.

2 | CONCEITO E DELIMITAÇÃO DE REGIÃO

O presente estudo foca o desenvolvimento local e a representatividade da região da Rua 25 de Março. Portanto precisamos estar atentos aos limites do local de atuação sobre a ótica da aplicação de fenômenos sociais que levaram a transformar e gerar uma representatividade do objeto em estudo. Nesse sentido, antes de tudo, temos a necessidade de entender e definir o conceito de local.

Definir a palavra local nos faz pensar no conceito de lugar limitado e focado em uma área ou região e portanto é preciso explorar a evolução que o termo região sofreu ao longo do tempo e como vem sendo tratado. Vamos entender como limitar e focar uma parte de um todo.

Região vem do latim *regere*, radical que derivou palavras como regra, regente, *regione*. No Império Romano, região era indicada nos mapas como a área ou local subordinado às regras do capital imperial dos governantes e da obediência. O Império Romano foi um território, que também se destacou, por ser o de maior extensão da antiguidade. Era regido por uma instituição imperial e política, que pela autoridade do monarca e a aplicação de leis criou condições de garantia da convivência social. Porém viver em sociedade é saber conviver com o outro e todas as suas paixões, sentimentos, crenças, caráter e personalidade que podem levar a uma deturpação do que seria melhor para o grupo. O que muitas vezes demonstra ser o melhor para a sociedade e convivência social, pode ser engolido por ações e posições dos interesses dos que controlam, dos que exercem o poder e dos que sustentam a sociedade.

Na antiguidade já era notável a preocupação com questões de garantia de direitos sociais, bem como com a forma que o poder pode se estruturar e criar relações e forças. Entender e controlar as articulações e composições dessas relações de força, podem culminar com a conquista de condições que levam a garantir e permitir que se diminua a tirania e opressão de grupos ou de indivíduos sobre outros em um determinado local ou região.

Apesar destas constatações, com o passar dos anos o termo região, ficou muito relacionado ao espaço geográfico, limitado e separado por marcos naturais como rios, montanhas, mares e todo e qualquer ponto que a natureza apresentava para delimitar

um espaço físico de atuação e soberania. Nesse momento existiu uma mudança drástica no conceito que mudou de critérios puramente políticos e administrativos, para critérios naturais e geográficos.

A Geografia surge como ciência ligada ao gênero da vida cotidiana e influenciada por processos físicos, sociais históricos e naturais na relação humana e o meio ambiente. Durante anos, a combinação e conjunção dos processos climáticos e naturais, em relação ao tratamento e ação humana, explicou os motivos das diferenças econômicas e culturais entre regiões. A queda de barreiras comerciais entre estados e nações, a movimentação de mão-de-obra bem como movimentação de capitais para mercados economicamente mais rentáveis mudou a hierarquia de valores nas regiões rentáveis.

As regiões produtivas geradoras de renda passaram a determinar e atrair o capital empresarial e se caracterizar como uma tendência para as cidades-região. Governantes passaram a adotar políticas públicas de forma a atrair o interesse do capital especulativo que transforma e desenvolve regiões antes improdutivas.

Com a facilidade de transferências monetárias em segundos, de um lado ao outro do mundo, a produtividade urbana passou a depender do maior grau de conectividade e a capacidade de disseminar conhecimento local. Região atrativa e produtiva economicamente passou a ser determinada pelo espaço com maior capacidade de articulação, iniciativa e poder de participação na economia global.

Surgem autores que passaram a defender a nova ordem econômica como a da gestão administrativa global dos sem fronteiras. Em (1996) Keniche Ohmae se destacou e criou polemica ao apontar tendência do fim do Estado como nação, e defender as vantagens competitivas entre as Cidades-Região, não se limitando aos domínios institucionais políticos administrativos. Para o autor, muitas das mudanças devem ser realizadas por um estado-região, visando suprir as necessidades de uma sociedade que sofre rápidas mudanças. O estado deve ser um membro do time que busca a valorização da região que atua. Em um mundo global, o governo central forte e poderoso será coisa do passado. Quanto mais exercer pressão sobre os pedais do poder, mais impotente se mostrara. (OHMAE, 2006).

Regiões especialistas em um determinado seguimento econômico, passaram a ter um diferencial competitivo e atrair investimentos, por oferecer uma aglomeração de mão-de-obra qualificada promovendo o surgimento de distritos industriais, produzindo uma grande rede de produtores especialistas unidos com fornecedores também especialistas que se completam nas diversas etapas da cadeia produtiva do produto local. Regiões predominantes de produtos de varejo como a região da Rua 25 de Março, não estão imunes às intervenções dos gestores com visão escalar. Apresentar uma região com potencial competitivo é um diferencial que pode trazer vantagem competitiva ao local. Lugares bem sucedidos apresentam a característica de terem adotado um bom plano estratégico de marketing (KOTLER, 2006)

Kotler (2006) afirma que o marketing de lugares deve utilizar instrumentos para

direcionar os esforços e criar valor para o seu público-alvo. Cada local deve entregar algo inusitado que seja de fácil acesso e distribuição, além de ser percebido como importante para o comprador. O local ou região deve apresentar um agrupamento combinado de ofertas e benefícios coerentes com as expectativas dos investidores, moradores e visitantes do lugar.

Junto com toda essa transformação dos limites e delimitações que definem as regras para um determinado local, surge também a necessidade de delimitar as políticas e diretrizes do convívio social regional. Mas quando pensamos em desenvolvimento local e delimitação de um espaço físico para estudo dos fenômenos sociais, devemos respeitar a expectativa, os sonhos, os desejos e ideais sob a ótica local, a qual pode ser diferente da nossa visão pessoal, seja em uma região rural ou urbana como uma cidade ou parte dela como a Região da Rua 25 de Março.

Diante disso, analisar uma região como a Região da Rua 25 de Março, no seu aspecto temporal, permite constatar transformações ocorridas na região, que podem ser atribuídas a influências históricas. A Lei que atribuiu o atual nome Rua 25 de Março, para a mais famosa rua de comércio popular do mundo, foi promulgada em novembro de 1865. Nesse ano, Marx já estava com 47 anos e o mundo já tinha conhecido grandes revoluções em diversos países da Europa.

Mesmo antes de 1865, a região da Rua 25 de Março, já recebia produtos importados para abastecer e suprir as necessidades de consumo dos europeus que para aqui vieram em busca de oportunidades ou fugidos das transformações e crises sociais. Esses imigrantes e atores sociais trouxeram na bagagem experiências e valores éticos, ao mesmo tempo em que no mundo eclodiam mudanças, transformações e pressões políticas muitas até criticadas por Marx e escritas durante o exercício do cargo de redator-chefe da Gazeta Renana e bem como nos Anais Franco-Alemão.

Lojas abertas no princípio da formação da região na atual Rua General Carneiro pertencente ao objeto de estudo, consolidaram o domínio da indústria Alemã ao comercializar máquinas classificadas como maquinário moderno. Fruto da Revolução Industrial que criou produtos e mercadorias antes inimagináveis pelas pessoas que viviam nessa época, concretizando projetos antes definidos como utópicos.

Sob essa ótica de mudanças e transformações, que esse trabalho se propõe a apresentar as influências da modernidade e a relação de utopias protagonizadas pelos agentes sociais que influenciam e influenciaram a região de comércio mais popular a céu aberto do mundo, a Região da Rua 25 de Março.

3 | AS INFLUENCIAS DA MODERNIDADE E DA UTOPIA NA REGIÃO

A Podemos atribuir ao termo modernidade bem como sua consolidação com a Revolução Industrial, amplamente relacionada ao capitalismo analisado por Marx. Mas se

atribuir ao termo uma ideia de algo novo, algo com uma nova visão ou mesmo com a ruptura de modelos, ritos e tradições herdadas de pai para filho, nos reportamos a Descartes. Esse filósofo e seu pensamento revolucionário para sua época, através do racionalismo, defendeu a teoria de que a existência da dúvida é o passo inicial para desenvolver o conhecimento e na dúvida só se pode afirmar a existência de algo se esse algo puder ser provado, promovendo com isso a ruptura com diversos paradigmas que regulavam a época e abriram condições para o homem pensar o mundo de outra forma além da herdada. (DESCARTES, 1925)

Estudos mais recentes da década de noventa, consolidam autores que compreenderam e interpretaram a modernidade apresentando uma provocação ao defender que “vivemos em uma época em que os estilos e costumes, vindos com a modernidade – organização social que emergiu na Europa a partir do século XVII -, encontram-se totalmente radicalizados”. Giddens(1991 p11) defende que vivemos o auge da modernidade e a invenção do relógio possibilitou a separação entre o tempo e o espaço, ajudando a entender e construir historicamente a modernidade de uma forma organizada e racional bem como o entendimento da vida social moderna..

Portanto ao assumir a definição de Descartes e a visão de tempo-espaço de Giddens, podemos olhar a Modernidade na região da Rua 25 de Março, como sendo uma região que teve seu início justamente com a ruptura de uma ordem social mundial, promovida por guerras e conflitos na Europa, que empurraram os protagonistas, apelidados de “turcos”, para novos modos de vida no que ficou conhecido como “Fazer a América”.

Os “turcos” de origem Síria e Libanesa, tinham na Europa a sua força de trabalho voltada para agricultura em pequenas propriedades, com um cultivo familiar e não em larga escala. Com o crescimento populacional, pequenas agriculturas, perderam espaço e esses agricultores, inexperientes em produção escalar, ficaram desempregados. Assim as famílias, passaram a enviar seus filhos para a América, como alternativa de ajudar a resolver as dificuldades financeiras. Com isso grandes redes familiares se formaram e se organizaram no envio e recepção de imigrantes com o mesmo parentesco ou a mesma base religiosa. O fazer a América para os primeiros imigrantes, podia ter como destino tanto os Estados Unidos, quanto o Brasil. Portando o imigrante que chegou no Brasil entre os anos de 1890 e 1930, tinha as mesmas características daquele que alcançou os Estados Unidos, ou seja, a mascateação e o destino urbano (TRUZZI, 1997).

Muitos que partiram de Beirute não estavam certos sobre onde estava indo, ou onde desembarcariam em definitivo. O fato de se dirigirem à “América” com as oportunidades que ela oferecia era tudo que os movia. A forma que a migração ocorreu, em geral às escondidas das autoridades turcas, criou condições que os deixaram sujeitos à ação de intermediários, para aqueles que haviam tomado a decisão de partir por conta própria. Facilitadores que exerciam o tráfico de embarques clandestinos embarcavam alguns em navios com destinos diferentes do combinado. Interessados chegados de Alexandria,

Gênova ou Marselha aguardavam por semanas, os navios que os levariam à América. Eram explorados pelos donos das pensões onde dormiam e se alimentavam e pelos agentes das companhias de navegação que tentavam convencê-los do melhor destino. Um destinado aos Estados Unidos poderia ser persuadido a embarcar para o Brasil ou Argentina, seja por agentes das companhias de navegação, seja por imigrantes que estavam retornando. (KNOWLTON, 1965).

Os imigrantes árabes vieram para o Brasil em busca de uma vida melhor e como a imigração dos árabes sírios e libaneses ortodoxos em particular, aconteceu por motivo de perseguições do Império Otomano (turco) contra os cristãos em 1860, os imigrantes trouxeram com eles a herança espiritual dos seus antepassados, a ortodoxia.

Foi na religião que se iniciou o ponto de encontro dos habitantes e comerciantes locais e em 1904 foi construída a primeira igreja ortodoxa em São Paulo na rua Cavaleiro Basílio Jafet 115, na época rua Itobi, localizada na região em análise. A construção foi custeada por Michel Assas e a missa de inauguração celebrada pelo Cônego Nicola Sáfadi. O sino dessa primeira igreja ortodoxa, foi transferido para a Catedral Ortodoxa, construída em outra região mais prospera da cidade de São Paulo e inaugurada em janeiro de 1954 depois que os imigrantes prosperaram, valorizando a nova sociedade e onde a comunidade se integrava. (TRUZZI, 1997).

O destino urbano e a vontade em obter o melhor, idealizado pelos imigrantes sírios e libaneses mandados para o novo mundo, nesse momento histórico iniciado em 1890, definem bem a influência utópica que esses imigrantes tiveram. Ao relembra a origem da palavra que veio do termo grego *utopos* “em lugar nenhum” ou “não-lugar” ou “lugar que não existe” e protagonizado nas histórias contadas por Thomas More após as viagens dos navegantes Europeus e dentre eles Américo Vespúcio e a maravilhosa ilha de Fernando de Noronha, intitulada como a ilha da Utopia na obra desse escritor, demonstram bem a força que moveu esses atores. Muitos desses contos e histórias deram forças para que esses desbravadores urbanos, os quais se sujeitaram e foram submetidos a diversas surpresas ao sair da zona de conforto da sua terra natal, da proteção familiar e convívio com a língua pátria, para um novo mundo distante, sem saber o quão distante, além da grande dificuldade de comunicação e novos costumes estrangeiros e desconhecidos. Outros desses desbravadores, simplesmente viram nessas histórias, uma nova oportunidade de qualidade de vida e até de sobrevivência pessoal e familiar em busca do mundo idealizado e cultivado no seu imaginário.

O novo mundo, o “Fazer a América” era parecido com o mundo idealizado na história de Thomas More em 1516 onde esse escritor inglês resolveu criar e retratar a existência de uma verdadeira ilha da fantasia habitada e administrada por uma sociedade perfeita. Uma sociedade existente em um novo mundo, em um novo lugar onde qualquer mortal deseja viver, o lugar ideal e belo, o lugar sonhado e fantástico, o lugar possível de ser alcançado, o lugar da esperança onde se pode construir uma nova realidade, uma nova alternativa

de espaço perfeito bem diferente do real e portanto algo definido como utópico. (SZACHI, 1972)

O sonho utópico de encontrar um lugar perfeito mostrou outra realidade e ao chegarem no Brasil, esses imigrantes distribuíram-se por todo o território nacional e pela experiência com pequenas culturas agrícolas, a empregabilidade ficou prejudicada visto que os empregos eram para trabalhadores com experiência em grandes culturas. Esse motivo levou esses imigrantes a buscarem alternativas de subsistência, iniciando o comércio com mercadorias o que os deixou conhecidos como “mascates”. Solteiros e pobres, esses mascates residiam em pensões baratas e cortiços constituídos na maioria das vezes nos porões de velhos sobrados localizados nas imediações da Rua 25 de Março. (FAUSTO, 2000. p.323).

A atividade comercial de mascate era uma atividade que oferecia um retorno rápido e dependia exclusivamente do trabalho individual de cada mascate. Trabalhando duro e gastando o mínimo para sobreviver, era certa a possibilidade de acumular capital, sobretudo para os solteiros. Outro fator de atração, era o fato de trabalhar para os patrícios que eram comerciantes que já tinham passado pela mascateação e que graças ao trabalho de alguns anos, se estabeleceram em lojas e conheciam bem o ofício, o que facilitava o relacionamento entre o fornecedor das mercadorias e o iniciante como mascate

A habilidade comercial foi colocada em prática pela colônia inicialmente pelos mascates que andavam com uma caixa extremamente pesada assemelhada com uma arca de 40 x 50 x 80 cm e no seu interior existiam diversas gavetas com as mercadorias. Complementando esse quadro, esses mascates levavam também uma matraca feita de duas tábuas ligadas numa das extremidades por uma tira de couro. Com o movimento das mãos as tábuas produziam um barulho que chamava a atenção da clientela. Não conheciam a língua, a clientela, o trajeto ou a cidade, mas a localização da colônia perto do rio Tamanduateí que nos dias de chuva transbordava formando uma lagoa que se estendia do Brás ao Cambuci trouxe recompensas. Assad Abdalla, que começou comendo pão com bananas, acabou dono de terrenos com cerca de 1 milhão de metros quadrados, com quase 1 km de frente para a avenida Celso Garcia. É o local onde hoje se encontra o Parque São Jorge (MARCOVITCH, 2006).

Com a expulsão de outras etnias, em função da estratégia de clusterização adotada pela colônia, um novo momento surgiu na região da rua 25 de Março. Segundo Knowlton (1965), em 1901, 90% dos mascates de São Paulo eram sírios e libaneses. Esses mascates estavam preparados para inundar de pequenas lojas toda a região da rua 25 de Março. Nesse mesmo ano, 500 estabelecimentos existentes na região, estavam nas mãos da colônia. Em 1907, os registros já apontavam que das 315 firmas sírias ou libanesas registradas em São Paulo, cerca de 80 %, ou seja, 219 delas eram lojas de tecidos que vendiam no varejo ou lojas de tecidos e armarinhos.

O ramo de armarinho e fazendas foi escolhido pela colônia, devido à falta de

concorrência, pois os estabelecimentos existentes das outras etnias vendiam tanto no atacado como no varejo, produtos agrícolas, materiais de construção e ferragens e não tinham se dedicado à venda de tecidos. Os sírios e libaneses tinham enfrentado como mascates uma dura competição com os italianos e principalmente com os portugueses, mas se destacaram quando entraram no comércio de tecidos e armarinhos. (KNOWLTON, 1965).

No início da Primeira Guerra mundial, os sírios e libaneses já dominavam a região da Rua 25 de Março, porém no setor do comércio por atacado existia ainda certo domínio dos portugueses estabelecidos na rua Florêncio de Abreu, também pertencente à região. Durante a década de 1920 se promoveu a consolidação e ocupação do comércio atacadista de fazendas e armarinhos bem como da indústria de confecções, favorecidos pela interrupção das importações durante a guerra. No recenseamento de 1920 ficou confirmado o ramo preferencial da colônia. Dos 91 estabelecimentos industriais sírios e libaneses anotados, 65 operavam no setor de confecções e 12 no setor de têxteis, oito dos quais no subsetor de malharias e meias. Ao longo dos anos trinta e quarenta a consolidação e ampliação dos negócios monopolizaram o comércio varejista de tecidos e a pequena indústria de transformação ligada ao setor. Construiu-se assim um setor totalmente integrado verticalmente. Industriais e atacadistas podiam suprir as necessidades de uma rede ampla de varejistas e comerciantes ambulantes pertencentes à mesma etnia. (FAUSTO, 2000, p.327). Com a melhora das condições de vida da colônia, a geração seguinte, começou a trilhar outros caminhos profissionais. Para o mascate, ver o filho doutor se tornou uma compensação e uma realização e sentimento de que o esforço valeu a pena, mesmo após anos tendo suas vidas sacrificadas. A busca por novas carreiras consideradas promissoras dirigiu os olhares dos mais jovens, para outras profissões, bem diferentes da atividade comercial, como a medicina, a advocacia, cargos políticos, etc.

4 | CONCLUSÃO

As mudanças socioeconômicas verificadas de forma mais intensa desde o final do século XX vêm determinando profundas alterações no papel atribuído às cidades. Sobretudo naquelas conhecidas como cidades-região, que detêm população de um a mais de dez milhões de habitantes, e que se caracterizam pela adoção de políticas de competitividade e inclusão no processo de globalização. Essas cidades, como o caso de São Paulo, apresentam muitas vantagens competitivas de inserção na economia mundial, já que exercem funções estratégicas para o desenvolvimento econômico, investem na modernização de processos, em novas tecnologias e dispõem de oferta de infraestrutura de serviços básicos compatíveis com as demandas da globalização. Mas geralmente são constituídas por áreas já portadoras de graves problemas sociais, como falta de moradia, desemprego, violência, problemas ambientais e que por consequência apresentam forte

demanda por políticas públicas para melhorar a qualidade de vida de seus habitantes.

A Região em estudo pertence à região metropolitana central da cidade de São Paulo e tem hoje como principal frequentador um grupo de atores que utilizam a região para se abastecer de mercadorias. Os “Sacoleiros” que são os atuais mascates de outrora e que saem de seus bairros e cidades com o intuito de se abastecer e revender mercadorias obtendo um lucro sobre o valor comprado. Diferente dos mascates que não dispunham de uma rede de transporte como hoje, esses atores atuais, também como os anteriores, não medem esforços na busca de seus objetivos, ficando horas dentro de ônibus, nas estradas, nos locais sem boas acomodações e tudo para comprar novidades e mercadorias para serem comercializadas.

Constata-se que as alterações registradas na região foram determinantes para a atual dinâmica comercial sedimentada e consolidada inclusive nos arredores. Essa dinâmica foi o resultado de ações individuais de atores sociais que buscaram o novo combinado com um sonho e não por esforços comuns de atores privados e públicos. Os atores e frequentadores que se sentem pertencer à região, é que determinam o tipo de produto melhor aceito e procurado, produto esse que no início resultou em uma grande quantidade de lojas de tecidos e que hoje apresenta e comercializa diversos tipos de produtos importados, inclusive tecidos.

Os processos de competição na região bem como o esquecimento pelo poder público, criaram as condições para a venda de produtos com baixo valor unitário, possibilitando o aumento da quantidade de itens possíveis de serem comprados pelos frequentadores, com o mesmo valor monetário. Diante disso a região atraiu uma nova onda de etnias, sobretudo chineses e coreanos. Os orientais que são conhecidos de uma forma global pela fabricação de produtos em larga escala a um baixo valor unitário, pelo uso da economia de escala, começaram a se instalar na região em lojas alugadas ou compradas dos primeiros proprietários árabes e dessa forma repetem a saga da conquista de espaço e a busca da realização de um sonho tendo como base e caminho, o tino e o trato comercial de produtos no varejo.

Esses atores sociais da atualidade sejam eles de diversas etnias, mascates, sacoleiros, turistas ou visitantes, são movidos por uma grande força e esperança de melhora da qualidade de vida e independência financeira. Muitos deles se dirigem para a região com a vontade de obter e realizar uma transformação socioeconômica ou simplesmente pelo direito de viver com tranquilidade.

Através de observações, constatações, estudos e análise dos resultados obtidos, pode-se afirmar que a região continua despertando o mesmo fascínio utópico perseguido pelos protagonistas e desbravadores de quando da sua origem e que independente de qual etnia, frequentador ou ator que se define como pertencente e integrante da região, para que esse ator se mantenha e sobreviva às forças reinantes no local, todos devem se igualar e apresentar uma característica básica que é a de buscar o novo, o moderno e a realização

de um sonho, além de ter um grande talento e tino comercial como característica pessoal.

REFERÊNCIAS

DESCARTES, René, **Discours de La Méthode**, Texte ET commentaire GILSON, Étienne, Librairie Philosophique Académie Française, 1925.

FAUSTO, Boris, **Fazer a América - A imigração em massa para a América Latina**, Ed. Edusp, São Paulo, 2000

GIDDENS, Anthony, **As conseqüências da modernidade**, São Paulo Ed. Unesp, 1991

KNOWLTON, Clark, **A Study of Social Mobility among the Syrian and Lebanese Community of São Paulo**, Rocky Mountain Social Sciene Journal, v.2,nº2, Oct., 1965, p.182, in **História da cidade de São Paulo**, São Paulo, Paz e Terra, 2004

KOTLER, Philip; *et al.* **Marketing de lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe**. São Paulo: Pearson, 2006

MARCOVITCH, Jacques, **Pioneiros e empreendedores**, V. 1 – A saga do desenvolvimento no **Brasil**, EDUSP, São Paulo, 2006

OHMAE, Kenichi. **O novo palco da economia global: desafios e oportunidades em um mundo sem fronteiras**, Porto Alegre: Bookman, 2006.

SZACHI, Jerzi, **As Utopias ou a felicidade Imaginada** : Trad de Rubem César Fernandes. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

TRUZZI, Oswaldo Mario Serra, **Patrícios: Sírios e Libaneses em São Paulo**. Ed. Hucitec, 1997, in Koraicho, Rose, 25 de Março – memória da rua dos árabes. São Paulo: Koema, 2004.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análises 33, 58, 65, 81, 98

Aspectos Turísticos 114

B

Barra dos coqueiros 114, 116, 125, 126

C

Conservação Preventiva 98, 99, 100, 101, 102, 103, 107, 110, 111

D

Desenvolvimento Turístico 40, 42, 43, 47, 48, 51, 61, 66, 80, 88, 114, 115, 122, 123

Diversificação e inovação 40, 49

E

Educação 1, 2, 4, 5, 6, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 44, 89, 95, 98, 114, 120

Educação Patrimonial 1, 4, 5, 6, 39, 98

Exposição 3, 5, 98, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 110, 111, 112

F

Ferramenta Pedagógica 32

I

Identidade 1, 2, 4, 5, 6, 33, 37, 42, 43, 49, 92, 100

Impactos 26, 27, 28, 29, 30, 40, 41, 43, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 55, 64, 65, 87, 94, 95, 119, 122

Índices Financeiros 17

Indústria Cultural 54, 55, 56, 57, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 67, 68

Inovação 31, 40, 41, 47, 49, 98

Intervenção Curativa 98, 99, 100, 103, 106, 108, 110, 111

L

Lazer 6, 25, 26, 28, 29, 30, 36, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 80, 92, 125

Litoral Norte. Sergipe 88

M

Mercantilização do lazer 54, 58

Método Delphi 88

Modernidade 69, 73, 74, 79

Museologia 98

Museus 2, 9, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

O

Oferta Turística 11, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 85, 88, 92, 93

P

Patrimônio Cultural 1, 6, 98, 99, 100

Percepção de Stakeholders 88

Planejamento 3, 29, 31, 36, 39, 65, 67, 69, 90, 93, 110, 120, 122, 123

Portugal 1, 31, 40, 80, 81, 82, 84, 87

Procura 28, 40, 43, 46, 47, 48, 50, 51, 53, 80, 81, 84, 85, 86, 89

Promoção Turística 65

Q

Quito 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

R

Redes Sociais 8

S

Sacoleiro 69

Santiago de Compostela 8, 9, 10, 12, 13, 14

Sustentabilidade 5, 6, 26, 27, 29, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 88, 89, 91, 95, 96

T

Território 1, 2, 3, 4, 5, 6, 35, 71, 76, 96, 119, 124

Turismo 2, 9, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 118, 121, 122, 125, 126, 127

Turismo Pedagógico 32, 33, 34, 36, 37, 39

Turismo Rural 81


Turismo Sustentável 26, 27, 52, 88, 89, 90, 95, 96, 97, 126


U


UNESCO 8, 9, 11, 111


Unidades de Conservação 25

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br


2





 **Atena**
Editora


Ano 2021

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021