

TURISMO E HOSPITALIDADE: Complexo Hidrotermal Caldas de Prata

Juliane Gotardo¹

RESUMO

O presente relatório consolida a experiência do estágio acadêmico do curso de turismo (UCS), realizado no Complexo Hidrotermal Caldas de Prata/RS. Tendo como questão de pesquisa buscar e, analisando local, indicar pontos que o identifiquem como produto turístico. Utilizou para tal a teoria de hospitalidade, que conforme Grinover, envolve acessibilidade, legibilidade e identidade. A pesquisa de caráter qualitativo utilizou como técnicas a pesquisa bibliográfica e a de observação. Os resultados indicam que com algumas melhorias o Complexo se tornaria mais hospitaleiro.

Palavras-chave: Turismo; Turismo Rural; Turismo termal (termalismos); Hospitalidade, Nova Prata/RS.

¹ Graduanda em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul, UCS. Email: juli_gotardo@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

No momento contemporâneo, o turismo necessita da hospitalidade de forma crescente, pois através de seu esclarecimento tornam mais fáceis as atividades, durante toda passagem do visitante. A hospitalidade serve como uma âncora para o sucesso do empreendimento, ou mesmo um facilitador para o fenômeno turístico.

O presente artigo analisa o Complexo Hidrotermal Caldas de Prata, localizado em Nova Prata/RS, sob o ponto de vista da hospitalidade. Para registrar a experiência e avaliá-la criticamente, colocou-se como questão avaliar se hospitalidade, aplicada no qual, poderia qualificá-lo melhor para o turismo. Para avaliar a presença e qualidade da hospitalidade, foram realizadas visita técnica e observações no local. Busca-se, ainda, entender o significado de hospitalidade como elemento fundamental dentro da atividade turística, conceituando-a a partir do pensamento de Grinover, e as três categorias por ele propostas: acessibilidade, legibilidade e identidade.

O estudo pretendeu avaliar se a infraestrutura do local era hospitaleira, ou quais seriam as possíveis metas a serem aprimoradas para a busca da hospitalidade. Nestes termos, o primeiro capítulo refere-se a legibilidade do Complexo, ou seja, estuda-se a visibilidade que o atrativo oferece a seus visitantes, o segundo capítulo destina-se a identidade, onde é feita uma análise da ligação do atrativo com a história do local e no terceiro capítulo analisa-

se a acessibilidade, destinada as ligações de infraestrutura.

1. TURISMO E HOSPITALIDADE

A palavra turismo vem do francês *tourisme*, derivado de *tour*, em que está implícita a idéia de retorno. É uma das principais fontes de divisas de muitos países que, apoiados numa infraestrutura de comunicação e meios de transporte e na organização para o bem receber o viajante em seus atrativos e tesouros artísticos, entre outros (BARSÁ 1998 p. 213). O surgimento do turismo como atividade organizada só ocorreu, porém, no século XIX, após a iniciativa de Thomas Cook, que organizou sua primeira excursão de trem em 1841. No mesmo período foram criadas sociedades de turistas e excursionistas em vários países (BARSÁ 1998).

Para Netz (2003) o turismo envolve as atividades de pessoas que viajam para lugares afastados de seu ambiente usual, ou que neles permanecem por menos de um ano consecutivo, a lazer, a negócios ou por outros motivos. Outro conceito diz que: "Turismo pode ser definido como a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos" (MCINTOSH 1997 apud BENI 1998).

Quanto ao turismo rural, na "passagem do nomadismo para o sedentarismo e com o crescente inchaço das grandes cidades, o ser humano sente necessidade de um contato maior com a natureza e os animais" (MOLETTA 2004, p. 83). A

autora complementa afirmando que a experiência da troca das edificações de concreto para um cenário verde, serve em muitos casos como um remédio antiestresse, neste contexto aparece o turismo rural satisfazendo a experiência do turista que é a de repouso para regenerar suas energias.

O turismo rural está crescendo, pois, cada vez mais, as pessoas buscam o ar puro, lugares tranquilos para descansar, ao mesmo tempo em que interagem com a natureza e com as origens do povo brasileiro. O cliente é atraído para o turismo rural é, em sua maioria, urbano de classe média. (MOLLETA, 2004, p. 15).

Quanto ao turismo associado ao termalismo, a palavra *termas* significa em latim águas termais, ou estabelecimento apropriado para o uso terapêutico de águas medicinais quentes; significa também antigo edifício para banhos públicos (MÉRITO, 1958; FERREIRA 1995 apud REGO, FERREIRA, FORTES, BAHIA 2008, p. 19). A civilização grega foi a primeira a reconhecer a importância desses banhos, desenvolvendo centros próximos a nascentes naturais e rios observando a relação entre os benefícios para o corpo e a mente, através dos banhos e das recreações. Naquela época já se usava a água como forma de tratamento, assim como os gregos no Império Romano os banhos também eram usados por atletas com o objetivo de higiene e prevenção de doenças (REGO, FERREIRA, FORTES, BAHIA 2008, p. 19).

O termalismo compreende as diferentes maneiras de utilização da

água mineral e sua aplicação para o tratamento de saúde, enquanto que a crenoterapia consiste na indicação e uso de águas minerais com finalidade terapêutica atuando de maneira complementar aos demais tratamentos de saúde. A crenoterapia no Brasil surgiu com a colonização portuguesa que trouxe seus hábitos de usar água mineral para o tratamento de saúde (ARCHANJO, ARCHANJO E SILVA 2007, p. 135 e 136). A crenoterapia faz parte do chamado termalismo e estuda todas as maneiras de utilizar a água como recurso terapêutico, pode-se inalar o vapor, beber a água ou mergulhar. (www.etur.com.br/).

No Brasil, os periódicos editados pela Academia Real de Medicina Brasileira, no século XIX, foram as primeiras notícias sobre águas minerais referindo-se as fontes termais de Goiás e à utilização da sua água para o tratamento da morfêia², em 1839. Na metade do século iniciaram a pesquisa sobre as propriedades terapêuticas da água, como o auxílio da química e da medicina, passando a designar o termalismo como o conjunto de atividades terapêuticas desenvolvidas no espaço de um estabelecimento balneário que possuísse a água termal como agente terapêutico de propriedade físico-químicas distintas das águas comuns. Povoações surgiram nestes locais e lugares de culto destinados no início apenas a aristocracia e a burguesia, procuradas em busca de um milagre ou apenas para a

² Lepra, segundo http://www.dicio.com.br/morfeia_2/

mudança de ares. As termas eram recomendadas como um epítome da natureza salutar e foram assim difundidas, com maior ênfase na saúde ou na doença, de acordo com o discurso médico os interesses turísticos ou os grupos a quem se dirigiam (QUINTELA, 2004 apud REGO, FERREIRA, FORTES, BAHIA 2008, p. 22).

O prenúncio do turismo surge acerca das viagens que começam a criar hábitos na população, como exemplo temos a água mineral ou termal. Surgiram os hotéis para acolher a população e os médicos que desempenhavam um papel de destaque convencendo as pessoas sobre a necessidade de consumir esses novos produtos, a água e o ar, surgindo à comercialização da cura aliada à natureza (BARBOSA, 2002 p. 44). “A mais antiga atividade turística era a estação termal. A visitação às águas é a mais antiga, porém foi por um longo tempo local e popular. O fato novo é que a sociedade britânica do século XVIII transformou-a em prazer” (BOYER et VIALON, 1994:16 apud BARBOSA 2002 p.44).

1.1. Hospitalidade

Para Reinaldo Dias (2005, p. 128), o que vem sendo chamado de hospitalidade pode ser descrito como a história dos contatos e de formas de recepção dos grupos humanos para com os outros grupos deslocados temporariamente de seu habitat. Os autores modernos vêm mudando o conceito de hospitalidade adotada pela antiguidade, sendo um

compromisso de receber bem o outro, de acolhê-lo no lugar que vamos recebê-lo, quer seja ele um espaço público ou privado.

Para tornar um local hospitaleiro deve-se valorizar os detalhes, ter um novo olhar sobre as coisas comuns, ter consciência dos mesmos e apreciá-los, somente assim podemos descobrir estes recursos e cultivá-los. Viver em sociedade exige cumprir normas e valores de conduta caracterizando a hospitalidade de um local. Cumprindo ainda a cultura e identidade do outro, do diferente de quem vem a nosso encontro com opinião formada diferente da nossa.

Hospitalidade é ainda receber bem e doar-se ao estranho; o conceito vai além de hospedagem e alimentação, pois implica repensar cada um de uma forma ampla. O local é hospitaleiro pelas suas estruturas e infraestruturas, pela arquitetura, que se identifica com o objeto de estudos mais interessantes na estruturação e organização do acolhimento, dos meios de deslocamentos, dos lugares de repouso, dos parques e jardins, dos monumentos e de tudo aquilo que pode tornar agradável a permanência, e onde todos esses elementos de análise contribuem para tornar a cidade hospitaleira (GRINOVER 2007, p.32). Migrando o conceito utilizado por Grinover na denominação de hospitalidade enquanto cidade fica fácil o entendimento quando aplicado para um estabelecimento turístico, pois atendendo todas essas práticas o mesmo se torna acolhedor permitindo um ambiente mais humano.

Para Hsieh (2006) a hospitalidade não se define apenas na recepção, mas sim durante toda a estada, através de um atendimento personalizado. “É o limite tênue entre o tratamento personalizado e a intimidade”, o autor complementa afirmando que o funcionário precisa ter claro o limite com a intimidade do hospede, o mesmo devendo ser sincero e autêntico, não pode ser forjado nem forçado. A mesma deve ser passada pelos donos de forma constante. E conclui o conceito, dizendo que, para ser perfeita precisa de uma gestão impecável e de um tratamento hospitaleiro cativante, pois são esse dois ingredientes que tornam as férias inesquecíveis.

Grinover (2007) propõe olhar a hospitalidade sob três dimensões: a acessibilidade, a legibilidade e a identidade, intimamente relacionadas pela “escala”, pelas medidas geográficas e temporais, que proporcionam a compreensão da cidade, seja para o habitante, seja para quem dela se aproxima nela se introduza e dela se apropria.

A acessibilidade física tangível refere-se ao estado do sistema de transporte, do sistema de infraestrutura viária; e à localização do espaço das atividades ou serviços urbanos para as quais se deseja ter acesso. No âmbito da cidadania, é fundamental que seja garantido o acesso a cidade; pois, muito mais do que isso, engloba a possibilidade de o homem viver na cidade de acordo com as exigências da vida moderna, tendo a seu alcance um lugar seguro, com água, rede de esgotos, drenagem, acessos, serviços,

transportes adequados, educação, saúde, trabalho, lazer (GRINOVER, 2007, p. 136). O autor complementa o conceito de hospitalidade através das perguntas: acessibilidade para quem? (qual categoria de usuário?); vindo de onde? (de sua residência, do trabalho); indo para onde? (para aqueles serviços ou para um lugar de trabalho); em que momento? (na hora de necessidade, nas horas de pico); com que tipo de transporte? (automóvel, transporte coletivo, a pé); (informações completas ou parciais sobre a rede de transporte público, sobre a localização dos serviços ou das atividades procuradas) em resumo, o acesso a cidade para todos os habitantes é o conceito básico que orienta qualquer possibilidade de uma política urbana correta.

A segunda dimensão de hospitalidade refere-se à legibilidade, que envolve indicar a facilidade com que as partes de uma cidade podem ser reconhecidas e organizadas de forma coerente. A terceira e última dimensão estabelecida pelo autor refere-se à identidade,

Entendendo-a como algo formado ao longo do tempo- chegam à conclusão de que as velhas identidades, por muito tempo baluartes do mundo social, estão em franca dissipação, fragmentando o indevido moderno, até então considerado um sujeito unificado e criando novas identidades. (GRINOVER, 2007 p. 148).

2. O COMPLEXO TERMAL

A história das águas termais nos remete à década de 1980, quando a empresa Paulipetro perfurou um poço para procurar petróleo na Linha Garibaldi, em Nova Prata. Conhecedores do estudo geológico da região, os empreendedores Nelson Luiz Salvador e Fabio Boff e também proprietários de máquinas de perfurações de poços, chegaram à conclusão de que, respeitando a geografia e a capacidade técnica de seu equipamento, seria possível trazer à tona a água quente que compõe o aquífero guarani. E assim, com a permissão do prefeito da época (2000), Mario Minozzo, e o apoio da Secretária Municipal de Turismo, eles perfuraram o primeiro poço de água termal, próximo ao Rio da Prata (JORNAL POPULAR, 07-03-2003, p.9).

Em meados de 2002, foi iniciado o processo de perfuração em busca da água termal. Foram três tentativas: na primeira, o equipamento quebrou a uma profundidade de 300 metros; na segunda, novamente a broca de perfuração quebrou e o poço foi perdido; na terceira tentativa, com auxílio de uma máquina de maior capacidade de perfuração, de propriedade do Estado, a água termal jorrou de uma profundidade de 604 metros. No local, foi instalada uma piscina de fibra para testes de viabilidade para futura exploração comercial e instalação de um complexo de água termal, uma vez que na época, a energia elétrica para o bombeamento da água termal era obtida da rede distribuidora RGE, que geraria altos custos para o

funcionamento permanente do poço. Por este motivo, a bomba era acionada de tempos em tempos, para que as pessoas que visitavam o local pudessem desfrutar os benefícios da água termal (www.caldasdeprata.com).

Com essa experiência positiva e que atraiu muitas pessoas ao local, os administradores perceberam a viabilidade da construção do empreendimento e, então buscaram oficializar com a prefeitura e outros órgãos responsáveis por registros legais, as autorizações para exploração das águas (www.caldasdeprata.com). Instalado junto ao parque municipal Cascata da Usina, a 12 quilômetros do centro da cidade, o parque abriu na manhã de sábado, 1 de março de 2003, para visita pública. O Parque de Águas Termais de Nova Prata passou a ser denominado, dali em diante, de Caldas de Prata Segundo o proprietário Nelson Salvador e seu sócio Fabio Boff, na época a abertura do parque foi feita sem alarde, para evitar o acúmulo muito grande do público, levando em conta os trabalhos que estavam sendo iniciados e muito ainda precisava ser feito no local, não só em aspecto físico e de infraestrutura, mas também de pessoal treinado para as diversas tarefas. Mesmo assim, um grande número de pessoas esteve no local, já que muitos aproveitaram o feriadão de carnaval para a visita. Começaram a receber os visitantes com duas piscinas ao ar livre a adulta, com 312m² e capacidade para 468 mil litros e a infantil, com 135 m² e capacidade de 67.500 litros

(JORNAL POPULAR, 07-03-2003 p.9).

A inauguração oficial aconteceu no dia 16 de Maio de 2003. Os atos tiveram início às 12h30min, marcando uma data histórica no turismo do município de Nova Prata e de toda região, com a presença de autoridades, entre eles Germano Rigotto, governador, prefeito municipal Mario Minozzo, o secretário estadual do Meio Ambiente José Welzel, o presidente da Assembléia Legislativa, Vilson Covatti, além de deputados federais e estaduais, e prefeitos de várias cidades. Os empreendedores Nelson Luiz Salvador e Fabio Boff entregaram oficialmente à comunidade o Parque de Águas Termais Caldas de Prata, situado as margens do rio da Prata, na divisa com o município de Protásio Alves. A abertura oficial foi publicada por vários jornais, inclusive pelo jornal Popular, no dia 25 de junho de 2004 na página 49. Na inauguração do complexo, havia apenas duas piscinas abertas e o prédio principal. Infelizmente, no mesmo mês, o Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM) interditou o poço da aventura, pois não havia registro para a exploração da água termal, que é considerada um mineral. Em novembro, após muita mobilização por parte dos proprietários e de algumas lideranças políticas, entre elas 16 prefeituras da região, fizeram um abaixo-assinado, sendo então concedida a licença para a exploração da água; as piscinas foram reabertas e os visitantes puderam desfrutar de suas águas. Em 2004, foi perfurado o segundo

poço (Poço Santa Bárbara) para abastecer as futuras instalações do complexo coberto (www.caldasdeprata.com).

A área do Complexo Hidrotermal Caldas de Prata tem três hectares dentro da área particular, sendo que a mesma paga concessão de uso ao município de Nova Prata/RS de mais um hectare, uma faixa de 30 (trinta) metros acima do rio da Pratinha. O valor da concessão de uso paga ao município corresponde a 5% sobre o valor arrecadado na portaria. Este valor que o município arrecada, corresponde a uma porcentagem, como dito anteriormente, por estar construído em uma área que antes era pública, pois existia no local um camping de propriedade municipal, com um amplo espaço para acampamentos e churrasqueiras, para entretenimento do público, que na sua maioria eram jovens que se banhavam no rio que atravessa o Complexo Caldas de Prata, denominado de Rio da Prata. O balneário, que antes servia para entretenimento popular, deu espaço a duas piscinas abertas, sendo que a de forma triangular serve para banhos infantis e a circular destina-se para os banhos dos adultos. Dentro do Complexo os visitantes pagam o mesmo valor dos banhos, tanto para as piscinas cobertas como as abertas.

O primeiro parque de água termais da região nordeste do Estado dispõe de uma estrutura ampla com sete piscinas entre abertas e cobertas. As piscinas cobertas estão inseridas em um grande espaço, que conta com vestiários, recepção com avaliação

médica, cinco piscinas para adultos e crianças com queda d'água, uma passarela entre as piscinas, banheiros com chuveiros, duchas, guarda volumes, varanda, lancheria, além de um SPA³ com banheiras individuais e ampla área para descanso, uma varanda coberta e estar com mirante, com vista para o vale que se estende por uma grande área, além das vidraças que mesmo dentro das piscinas permitem ficar observando o verde da floresta.

Também oferece um restaurante e uma lancheria, ambas com vista para as piscinas abertas, e no andar inferior dispõem de vestiários e banheiros. As duas piscinas abertas, uma destinada aos banhos das crianças e outra destinada para adultos, está inserida uma paisagem natural com paredões rochosos, circundada de um lado por quiosques e de outro lado pelo rio da Prata, seguindo passamos por uma trilha que nos leva até a queda da cascata, além desta ainda encontremos outro conhecida pelo nome de Trilha das Bromélias, que dá acesso ao moinho colonial com roda d'água. Finalizando, passamos pelo gerador de energia, responsável pelo fornecimento da energia elétrica que abastece o parque.

A partir do pensamento de Grinover (2007) sobre a hospitalidade, que o mesmo afirma estar baseada nos itens de acessibilidade, legibilidade, identidade, propõe-se compreender melhor as possibilidades de tornar mais hospitaleiro o Complexo

Hidrotermal Caldas de Prata, atendendo aos seguintes requisitos:

➤ Legibilidade: Refere-se a todas as formas de tornar o local visível. Placas informativas, audoour do atrativo, folders. Legibilidade indica ainda a facilidade com que o atrativo de uma cidade pode ser reconhecido e organizado num modelo coerente.

➤ Acessibilidade: entendem-se todos os acessos que facilitem a comodidade dos visitantes, quer sejam entradas ou saídas. Pode-se dizer também que

acessibilidade é aquele facilitador aos componentes de infra-estrutura do local (restaurante, hotel, piscina, trilhas, estacionamento). Também deve-se destacar aqui a acessibilidade aos portadores de necessidades especiais (cadeirantes e cegos).

➤ Identidade: Esta intimamente associada à ligação com a história do local, a fim de se preservar a marca daquele lugar, como forma de preservação da identidade e diferenciando dos demais.

Através da proposta deste trabalho de analisar se o Complexo Hidrotermal Caldas de Prata é um local hospitaleiro ou não, segue o conceito de Grinover (2008) na busca pela resposta da pesquisa. A partir da categoria de legibilidade entende-

³ SPA – Local de repouso e recuperação (balneário, dieta, atendimento médico etc.) segundo <http://www.dicio.com.br/spa>.

se a qualidade visual de um território. Com ela pretende-se indicar a facilidade com que as partes do mesmo podem ser reconhecidas e organizadas em um modelo coerente. Nesse sentido, observa-se a sinalização que diz respeito ao encontro da visualização do Complexo Hidrotermal ao primeiro contato dos visitantes. Partindo deste primeiro contato foram analisados os dois principais trevos de acesso a cidade de Nova Prata/RS o trevo sul e o trevo norte, ambos com legibilidade do atrativo, permitem aos turistas orientações de como encontrá-lo.

A RS 324, que dá acesso a Nova Prata, tanto pelo trevo norte como pelo trevo sul não destacam o atrativo de maneira visível da forma que mereceria, isso se confirma observando as placas informativas. Além disso, o painel que se encontra logo adiante não dá ênfase ao potencial que são as águas termais, pois não recebe destaque enquanto as outras informações básicas. Sabe-se que a cidade também se beneficia deste atrativo, pois garante o sucesso de todo acervo turístico local. Uma sugestão proposta é que se aproveite o potencial turístico que a cidade possui através da existência de um Complexo, com toda uma estrutura apropriada para banhos termais inclusive com propriedade terapêutica, já que a mesma não evidencia este importante atrativo que, apesar de particular, pode ser usufruído por todos, levando a cidade à aumentar o fluxo de turistas e garantido o funcionamento não só dos hotéis, restaurantes, mas

também do comércio de uma forma geral.

Seguindo as placas é possível tomar o rumo correto, pois as mesmas conduzem os visitantes até o atrativo sem constrangimento. Porém, a qualidade de conservação está deixando a desejar. Acompanhando todas as placas ao longo do percurso percebe-se a má conservação de algumas, dificultando a leitura rápida aos olhos desconhecidos, por muitas vezes passando despercebidas. A sinalização deve ser o mais clara possível, evitando-se dessa maneira que o visitante erre seu percurso, perca tempo e se estresse. Em alguns lugares, como foi registrado, é possível visualizar que a placa não está em perfeita condição para informar a localização do atrativo, por possuir letras apagadas e até mesmo a falta delas em alguns casos, dificultando ao visitante visualizá-la. Além disso, outra imagem registrada, extraída no trecho de acesso ao Complexo, reproduz a realidade atual em que a vegetação está encobrindo parte da placa e também dificultando a legibilidade da mesma, além da péssima conservação.

Ainda na RS 324, para quem vem no sentido Nova Bassano a Nova Prata, observa-se que a legibilidade do Complexo Hidrotermal Caldas de Prata só é possível a partir do contato com a cidade, já que a sinalização informa a presença do atrativo somente para aqueles que entram na cidade, ou seja, não se tem pórtico mencionando a presença desta opção turística. Esta placa está situada no trevo Norte da cidade, visualizada somente para aqueles

que entram na mesma. Além da localização da placa, ainda devemos citar a sua conservação sem qualidade. Seguindo um pouco adiante temos um painel feito em basalto, característicos da capital de Nova Prata, pela marcante presença deste material, expressam um chafariz com inúmeras gotinhas de água idênticas as construídas nas piscinas abertas do Complexo Hidrotermal Caldas de Prata, mas para os olhos leigos de quem trafega pela RS 324 não significa a presença de um Parque de águas termais, simboliza apenas um painel em basalto.

Analisando a legibilidade interna do Complexo Hidrotermal Caldas de Prata, temos já na entrada uma placa contendo as informações básicas para os visitantes se situarem dentro do mesmo, como exemplo da localização da avaliação, piscinas cobertas e abertas, lancherias, restaurante, trilhas e a cascata. Esta bem situada, tornando mais fácil sua visualização, desde o primeiro contato com o Complexo.

O mesmo ocorre com a placa de sinalização encontrada um pouco mais adiante indicando o funcionamento de um SPA, com os serviços oferecidos, como massagens, hidromassagem, banhos especiais, Spa dos pés. Este é outro exemplo de legibilidade quanto aos serviços disponibilizados para uma grande fatia do mercado que busca estas opções. Mais informações acerca de valores são obtidas na recepção das piscinas, junto à avaliação de saúde. Esta categoria em análise expressa como o visitante

consegue se localizar melhor através da sinalização disposta para ele, isso ocorre também com os avisos de proibição, alertando todos os fatores que devam ser evitados.

Na parte inferior do Complexo Hidrotermal temos as piscinas abetas, a legibilidade também se faz presente através da sinalização disposta que contem as regras de utilização das piscinas, alertando para quem quiser tomar banho à obrigatoriedade de primeiro passar pelas duchas e somente depois da higienização entrar nas piscinas. O outro informativo alerta sobre os cuidados com os calçados que devem ser evitados, juntamente dos alimentos e cosméticos. Através desta comunicação visual é possível permitir aos visitantes mais confortos, esse modelo coerente também torna o local mais organizado.

Quanto à legibilidade interna, percebe-se que através de algumas melhorias, o Complexo poderia se tornar mais hospitaleiro através da inclusão de mais dois idiomas (inglês e espanhol), para melhor situar os visitantes de outros países e a disponibilidade de comunicação em braile e libras. Estas melhorias facilitam a visitação das pessoas com dificuldade e garantem mais um local possível de desfrute aliando a natureza com água termal a 41^o.

A recepção das piscinas permite visualizar através das vidraças toda área das piscinas que juntas somam cinco, sendo elas para adultos e crianças. Na recepção também é possível obter informações sobre o *Spa Day* e toda infraestrutura do Complexo, bem como pagar o banho

das piscinas. Um exemplo para tornar mais legível os valores seria colocar um aviso com as tarifas cobradas, dessa forma as pessoas não precisam perguntar agilizando o pagamento, evitando tumulto nos dias de maior visitação.

Outra categoria de legibilidade que torna o Complexo Hidrotermal mais hospitaleiro é o site disponibilizado para esclarecimento acerca de sua estrutura e funcionamento. O complexo Caldas de Prata também se torna legível a população através da mídia em rádio, folders, divulgação em jornais de grande circulação como Zero Hora e Pioneiro, além dos jornais locais como Correio Livre e jornal popular.

Conclui-se, portanto que a categoria de legibilidade divide-se em dois aspectos a que compete à organização pública e a que é de responsabilidade do empreendimento, ambos possuem aspectos no que se referem à sinalização que podem ser modificados para se tornarem mais hospitaleiros, como mencionado em cada figura. A categoria de legibilidade compreende a forma de tornar-se o mais legível possível, dessa forma evita-se que o visitante seja prejudicado.

Na possibilidade de construir a hospitalidade pressupõem-se a capacidade de conhecer o espaço como ele é e, mais, de reconhecê-lo como ele é, daí a categoria identidade. Através do pórtico de acesso ao Complexo Caldas de Prata, compreende-se a capacidade de reconhecer o empreendimento como ele é inserido no pensamento

de Grinover (2007) que pressupõe as características adotadas para reconhecê-lo na forma que se encontra.

A identidade procura valorizar as experiências, histórias e estórias, narrativas, memória e arte local, mitos, tradições e as artes culinárias, entre outras formas de expressões culturais. A identidade é móvel, esta aberta a novas intercularizações, porem sem o esquecimento de suas origens (Grinover, 2007).

Outro ponto característico que nos remete a categoria de identidade é a presença da interação entre as cinco cidades que se organizaram e criaram o roteiro chamado termas e longevidade com a finalidade de fazer com que os turistas se distribuam para todos os pontos turísticos e não apenas em um único lugar, o Complexo funciona aqui como uma ancora atraindo os visitantes e distribuindo as demais cidades organizadas turisticamente. Um dos objetivos da pesquisa é demonstrar o potencial do Complexo enquanto atrativo turístico para o entorno e com este exemplo consegue-se fazer isso através da demonstração desta interação entre as cinco cidade que se organizaram turisticamente e disponibilizaram estrutura para serem merecedoras de seus visitantes. Não só através do roteiro Termas e Longevidade a importância do Complexo é vista, pois além disso temos a valorização destas cidades que conseguiram aumentar o fluxo de pessoas consumidoras de toda a rede disponível quer sejam os hotéis ou as pousadas, como exemplo pode-se

citar o município de Protásio Alves que investiu em um hotel e lota seus apartamentos em épocas de alta temporada do Complexo, além disso os restaurantes e organização de modo geral.

Na loja de souvenir encontra-se uma variedade de artesanatos, entre eles muito material personalizado, como as camisetas identificadas com o nome e símbolo do Complexo, bonés, roupões, relógios, chaveiros, toalhas de banho e sacolas. Estes produtos caracterizam a imagem do local, ou seja, o recurso da identidade vista sob o prisma do olhar político administrativo, e corresponde à ligação com a história do desenvolvimento do território, sendo a identidade local, também, a imagem do território. (GRINOVER, 2007, p. 151)

Outro ponto de identidade identificado neste espaço privado são os elementos religiosos. Na trilha da cascata temos a imagem de Nossa Senhora do Caravágio, com 1,35 m de altura. A mesma foi adquirida em Santa Catarina, graças ao apoio do padre Tadeu Lunardi. Recebeu bênção dos padres Odair Risso, na época padre de Protásio Alves e do padre Waldemar Pagnoncelli de Nova Prata, no dia 16 de maio de 2003. Esta imagem serve como marco de fé e religiosidade para os devotos de Nossa Senhora de Caravágio. Além desta santa, o Complexo também possui a imagem de Nossa Senhora de Lourdes, doada por um morador de Nova Prata, em 1972, como pagamento de uma promessa atendida. A mesma está em um nicho de pedra

encravada no paredão, ao lado das piscinas abertas. Esta por sua vez está há muito tempo no local, desde quando este espaço era destinado a acampamentos e pescarias, bem antes de existir o Complexo Hidrotermal, o que comprova a categoria de identidade com o local, já que foi preservado pelos administradores.

Outro elemento de identidade presente são as apresentações nos finais de semana e feriados de um grupo musical da própria cidade, que se apresenta no restaurante no horário de almoço, entre 11:30 até 13:30 e na parte da tarde nos quiosques, ao lado das piscinas abertas, com música italiana. O grupo é composto por três integrantes que gravaram um cd disponível para aquisição dos interessados, com o nome em italiano "ACQUE CALDE", que significa água quente, uma homenagem às águas do Complexo Caldas de Prata. As vestes usadas durante a apresentação tipicamente italianas, inclusive os acessórios como chapéus e cestas.

A categoria acessibilidade evoca diversos conceitos ligados às possibilidades de acesso dos indivíduos, ou grupos sociais, a certas atividades ou serviços presentes (Grinover, 2007). Evoca as possibilidades de acesso tanto para chegar até o Complexo, bem como as vias internas de acesso às estruturas (estacionamento, piscinas cobertas, piscinas abertas, restaurante e trilhas).

Pode ser considerada como disponibilidade de instalações

(levando em conta os limites de capacidade dos equipamentos urbanos) ou de meios físicos, que permitem o acesso (considerados, ao mesmo tempo, os meios de transportes e o uso do solo), ou, ainda, de acessibilidade socioeconômica (levando em conta a distribuição de renda). (GRINOVER, 2007 p. 135).

A acessibilidade do Complexo Hidrotermal Caldas de Prata foi resolvida recentemente, deixando para trás muitas reclamações que até então eram ouvidas e em muitos casos as agências emissivas pararam de oferecer este atrativo pelo excesso de poeira no verão criando uma nuvem que dificultava o tráfego e o barro no inverno que sujava os veículos. Em agosto do ano passado, a principal rodovia que liga Nova Prata até o parque de águas termais foi concluída. A pavimentação da RS 441 foi a realização de um sonho, não só para o empreendimento, mas também aos moradores e cidades vizinhas. A realização só ocorreu depois de muito esforço por parte do proprietário Nelson Luiz Salvador junto aos órgãos competentes, liberando uma verba para pavimentação asfáltica. Esse processo demorou, pois inicialmente a idéia era a de pavimentar em paralelepípedos, incentivando a mão de obra local e homenageando a cidade que é capital nacional do basalto. A obra de acesso foi iniciada com paralelepípedos que ainda continuam no local, porém essa idéia não deu certo, porque neste local existe um significativo fluxo de caminhões de carga que transportam

basalto e outros produtos constantemente, fazendo com que os paralelepípedos cedessem, dando espaço a cavidades que dificultam o acesso. Também observa-se neste trecho, a beleza do acesso ao Complexo através do harmonioso fechamento das plantas, formando uma rua coberta natural.

Um exemplo vivenciado constantemente é a confusão que as pessoas fazem ao entrar no restaurante, pois para quem desce das piscinas cobertas para almoçar pensa que a entrada é pelo lado de cima, já que ali possui uma porta, como foi registrada durante a pesquisa. Neste momento um funcionário tem que se deslocar até a porta e comunicar que a entrada para o restaurante é no andar inferior, sendo necessário fazer a volta por baixo. Observa-se que no lado direito do restaurante há uma placa informando a entrada pela parte inferior, porém poucas pessoas se dão conta disso e quando avisadas acabam reclamando pelo transtorno.

Outro exemplo que deveria receber mais atenção para tornar o Complexo Hidrotermal Caldas de Prata com maior acessibilidade é a entrada para o restaurante, que apesar de possuir uma escada bem projetada, toda em madeira, com bonito design, representa um problema para as pessoas idosas ou com problemas na coluna, pessoas com deficiência física e ainda para as famílias que tem bebês no carinho, sendo obrigados a fecharem o mesmo levando-o na mão para subir a escada. Este exemplo deve receber bastante atenção já que o público

predominante é idosos que expressam descontentamento ao subir a escada. É importante ressaltar aqui que para casos especiais a porta do lado superior é aberta, o que confunde o visitante, fazendo com que ele desça até o andar inferior e chegue nesta escada. Mas somente em casos especiais. Uma alternativa viável para solucionar este problema seria a abertura da porta do restaurante aos visitantes, acompanhada por um funcionário que distribuirá comandas usada para pagamento e a saída pela escada já que o caixa está no andar inferior e aqueles que tenham dificuldade para descer a escada pagariam a um responsável, que desceria até o caixa.

Referindo-se a categoria de acessibilidade tanto para as piscinas cobertas como nas piscinas abertas, pode-se concluir que elas estão prontas para receber pessoas com deficiência física, através dos apoios que garantem melhor segurança inclusive para o público predominante que é o da melhor idade. Ao receber um cadeirante, por exemplo, não se tem maiores problemas segundo comentário do gerente do Complexo que normalmente está acompanhado por um familiar ou responsável, já que o acesso até a área interna das piscinas é seguro permitindo o cadeirante andar livremente. Na área externa do parque, ou seja, onde estão localizadas as piscinas abertas esta disponibilizada uma rampa especial para os cadeirantes.

Nota-se que a acessibilidade do Complexo Hidrotermal Caldas de Prata em certos casos é precária,

mas que nem por este motivo não se tenha encontrado soluções, para todos os acessos com dificuldade apresenta-se uma solução fazendo com que os serviços operem normalmente. É importante aqui salientar que para se ter hospitalidade é necessário a comodidade desta categoria, aperfeiçoando estes aspectos deficitário garantindo-se um bom funcionamento de toda infraestrutura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, a hospitalidade é uma ferramenta indispensável a qualquer empreendimento, que, para exercitá-la precisa estar em harmonia com toda sua infraestrutura, oferecendo bem estar a todos que queiram dela usufruir. Através do conceito de hospitalidade adotado por Grinover, questões pertinente a legibilidade, identidade e acessibilidade foram estudados a fim de avaliar se o Complexo Hidrotermal esta ou não qualificado para tal.

Estudou-se, portanto, como o Complexo poderia se tornar mais cômodo, visto que seu público predominante é o idoso, exigindo mais atenção por parte dos empreendedores, principalmente no que se refere a acessibilidade, mas também não deixando de lado a legibilidade e a identidade. As três categorias juntas tornam o local mais hospitaleiro. Para tanto o estudo iniciou-se a partir da legibilidade para analisar se o Complexo hidrotermal pode ser considerado visível aos seus visitantes, no sentido de

oferecer a eles conhecimento da sua existência bem como em se fazer ver ao estranho. A partir disso o trabalho continuou com a análise da categoria de identidade, aquela que precisa ter alguma ligação com a história identificando-a com o local, concluindo o estudo com a acessibilidade que como mencionado anteriormente, estabelece a ligação entre a infra estrutura tornando-a mais acessível. É importante salientar aqui que a hospitalidade é necessária a todos que usufruem do parque, independente de faixa etária ou condição física e ainda se a escolha do atrativo foi em busca de saúde ou simplesmente lazer, tendo em vista que o fluxo destas pessoas merece comodidade.

No que se refere à categoria de identidade, percebe-se a riqueza que o Complexo Hidrotermal possui, principalmente no Roteiro Termas e Longevidade que divulga as cidades que compõe o entorno do atrativo. O complexo possui a capacidade de atração do público, principalmente pelas termas, distribuindo aos outros aptos para receber seus turistas, por isso pode-se dizer que o mesmo funciona como ancora auxiliando no sucesso que é o roteiro, principalmente pela riqueza de atratividades.

Através do estudo foram identificadas algumas carências, as quais correspondem às categorias de legibilidade e acessibilidade, ambas conseguem operar normalmente, através das soluções apresentadas no decorrer do estudo, porém sabe-se aqui que para oferecer hospitalidade faz-se necessário

algumas melhorias tornando-o com mais visibilidade e compreensível a todos, enquanto na acessibilidade assegurar mais conforto nos acessos que ligam um local a outro. Sendo assim a hospitalidade do local se tornará mais prazerosa livre de descontentamentos.

REFERENCIAS

BARBOSA, Y. M. **História das viagens e do turismo**: SP: Aleph, 2002.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. – 2^o ed. – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1998.

Encyclopaedia Britannica do Brasil publicações Ltda. Nova Enciclopédia Barsa - v.14, São Paulo, 1998.

GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade e as transformações urbanas**. Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom/ UFRN/Uern/UnP/Fatern, 2 a 6 de setembro de 2008, organizado por Maria do Carmo Silva Barbosa e Moacir Barbosa de Souza – São Paulo: Intercom, 2008. Disponível em: <www.intercom.org.br>. Acesso em: maio de 2011.

GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

DIAS, Reinaldo e PIMENTA M. Alzira. **Gestão de hotelaria e turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

HSIEH, Ernesto. **Pousada:** entre o sonho e a realidade. Barueri, SP: Manole, 2006.

ARCHANJO, Daniela Resende; ARCHANJO, Léa Resende; SILVA, Luciano Lincoln (Org.). **Saúde da família na atenção primária.** Curitiba: ibpex, 2007. 39 pp.:il.

NETZ, Sandra (tradução). **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável** / Organização Mundial de Turismo. – Porto Alegre: Bookman, 2003.

REGO, Cássio de Salgado; Ferreira Romero Wanyr; Fortes Mauri, Bahia Eduardo Trindade. **O termalismo como segmento turístico.** Revista Reuna – Belo Horizonte, v. 13, nº 3, p.11-25- 2008.

MOLETTA, V. B. F. **Turismo Rural.** 4. Ed. – Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2004.

SITES:

Rodrigo, Luiz Flávia. **Termalismo** (história e conceitos). Disponível em: < <http://www.etur.com.br> >. Acesso em abril de 2011.

REGINATO, Sonia; NEDEFF, A. Marco; DAL MAGRO, Vanice; GOMES, Gilmar. **Lazer com saúde:** turismo para o corpo e a alma! Disponível em: < <http://www.caldasdeprata.com> > Acesso em Abril 2011.

JORNAIS:

ZANCAN, Caco. **Parque de águas termais já está a disposição dos visitantes.** Jornal Popular, 07 de março de 2003 p.9.