



**World Leisure
Centers of Excellence
Douglas Ribeiro da
Silva International
Field School
Perus, Brazil 2018
CASE STUDY VOLUME**



Editor:

Joanne A. Schroeder M.A. Leisure Service Admin.
Vancouver Island University
Faculty Dept. Recreation & Tourism
Graduate Chair, MA Sustainable Leisure Management
Director, World Leisure Centre of Excellence in Sustainability and Innovation at Vancouver
Island University

Design and layout:

Mirentxu Gabikagogeaskoa

How to cite this report:

Schroeder, Joanne A. (ed.) (2018). *World Leisure Centers of Excellence Douglas Ribeiro da Silva International Field School. Perus, Brazil 2018. Case Study Volume*. Bilbao: World Leisure Organization.

A publication of the World Leisure Organization:

World Leisure Organization is a non-profit organization registered in the State of New York
World Leisure Organization (WLO)
Scientific and Technical Office
Calle Arenal 1, Segunda Planta, 48005 Bilbao, Spain
Email: secretariat@worldleisure.org
Website: www.worldleisure.org
ISBN: 978-1-7336093-0-2

License:

Content is published under Creative Commons License CC BY-NC-SA 4.0, which allows to copy and redistribute the material in any medium or format, as well to remix, transform, and build upon the material, as long as appropriate credit is given to the authors of the case studies and to WLO and the material is not used for commercial purposes. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original.



CONTENTS

- 6 PREFÁCIO
PREFACE
- 8 QUILOMBAQUE, DISTRITO DE PERUS,
SÃO PAULO: A EMERGÊNCIA DO TURISMO DE
RESISTÊNCIA
QUILOMBAQUE, DISTRICT OF PERUS, SAO PAULO:
THE EMERGENCE OF RESISTANCE TOURISM
- 24 O ACESSO AO LAZER NO BAIRRO DE PERUS – SÃO
PAULO, BR
ACCESS TO LEISURE IN THE PERUS NEIGHBORHOOD –
SÃO PAULO, BRAZIL
- 40 LAZER CO-CRIATIVO ATRAVÉS DO VOLUNTURISMO
CO-CREATIVE LEISURE THROUGH VOLUNTOURISM
- 54 DINÂMICA DE REDES EM PERUS, SÃO PAULO
NETWORK DYNAMICS IN PERUS, SÃO PAULO
- 70 AGÊNCIA QUEIXADAS: CULTURA E RESISTÊNCIA EM UMA
INICIATIVA DE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA
QUEIXADAS AGENCY:
CULTURE AND RESISTANCE IN A COMMUNITY-BASED
TOURISM INITIATIVE
- 84 MARKETING SUSTENTÁVEL NO CONTEXTO DA
COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE EM PERUS,
BRASIL
SUSTAINABLE MARKETING IN THE CONTEXT OF THE
QUILOMBAQUE COMMUNITY LIVING WITH-IN PERUS,
BRAZIL



PREFÁCIO

Este volume de estudos de caso é uma iniciativa dos Centros de Excelência (WLCE) da Organização Mundial de Lazer (WLO): Universidade de Ciências Aplicadas de Breda (Holanda), Universidade de Otago (Nova Zelândia), Universidade de São Paulo (Brasil), Universidade da Ilha de Vancouver (Canadá) e Universidade de Zhejiang (China).

Os seis estudos de caso deste documento refletem o resultado da trabalho de campo Internacional Douglas Ribeiro da Silva, que foi organizada em agosto de 2018 em Perus, São Paulo, Brasil, vinculada ao 15º Congresso Mundial de Lazer e em colaboração com o Serviço Social do Comércio de São Paulo (SESC), a Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH/USP) e a Comunidade Cultural Quilombaque de Perus, São Paulo.

Vinte e quatro estudantes de oito países participaram (Ásia, Europa, América do Norte, América do Sul e Oceania) e onze universidades diferentes foram envolvidas nesta atividade. Isto torna este documento verdadeiramente único pois apresenta várias perspectivas diferentes.

A missão da Organização Mundial do Lazer é promover o lazer como meio de melhorar a condição humana. O lazer pode ser uma ferramenta poderosa em diferentes maneiras. O foco desta trabalho de campo, portanto, foi o desenvolvimento comunitário através do lazer.

Este documento foi inicialmente criado para o benefício de uma comunidade em São Paulo, Brasil, que busca superar a pobreza por meio do lazer. A comunidade é chamada de Perus, uma região menos privilegiada de São Paulo. A liderança de Perus é verdadeiramente impressionante e a comunidade tem uma visão clara sobre como enfrentar a opressão da pobreza através do lazer transformador. A comunidade está trabalhando para se desenvolver economicamente através da oferta de lazer como opção no campo do turismo. Ela está expandindo sua cultura, arte, dança, música e património industrial em produtos turísticos, tendo como alvo turistas nacionais e internacionais que queiram visitar a comunidade para uma experiência de lazer autêntica e de pequena escala.

Além disso, o objetivo deste documento é fornecer inspiração para pessoas envolvidas em projetos de desenvolvimento comunitário em qualquer parte do mundo. Somos extremamente gratos à comunidade de Perus que nos mostrou seus pontos fortes, poder e crença na superação da pobreza através do lazer, nos proporcionando a oportunidade de aprender e crescer junto com esses incríveis agentes de transformação.

Yvonne Klerks

Tesoureira da Organização
Mundial de Lazer

Joanne Schroeder

Vice-Presidente da Organização
Mundial de Lazer

Novembro de 2018

PREFACE

This case study volume is an initiative from the World Leisure Centers of Excellence (WLCE) of the World Leisure Organization: WLCE Breda University of Applied Sciences (The Netherlands), WLCE Otago University (New Zealand), WLCE University of Sao Paulo (Brazil), WLCE Vancouver Island University (Canada) and WLCE Zhejiang University (China).

The six case studies in this document reflect the result of the 2018 WLCE Douglas Ribeiro de Silva International Field School which was organized August 2018 in Perus, São Paulo, Brazil, connected to the 15th World Leisure Congress and in collaboration with the Serviço Social do Comércio São Paulo (SESC), the School of Arts, Sciences and Humanities of the University of São Paulo (EACH/USP), and the Quilombaque Cultural Community of Perus, Sao Paulo.

Twenty four students from eight different countries from all over the world participated (Asia, Europe, North America, South America and New Zealand) and eleven universities were involved in this activity. This makes it a truly unique document capturing many different perspectives.

The mission of the World Leisure Organization is to promote leisure as a means to enhance the human condition. Leisure can be a powerful tool in many different ways. The focus of this fieldschool therefore was community development through leisure.

This document was elaborated to share the experiences and perceptions of the leisure practices experienced by the students. Perus is located on the outskirts of São Paulo and, through community leaders such as the Quilombaque Cultural Community, develops an important artistic and cultural production that promotes development and local recognition.

Recently, Quilombaque launched the Eco-Cultural and Tourism Development Agency – Queixadas. From visits in trails, leisure spaces and participation in cultural interventions, it seeks to promote appreciation and reflection on the history, struggles, art, culture and cultural heritage of the territory.

In addition, the purpose of this document is to provide inspiration to people involved in community development projects anywhere in the world. We are extremely grateful to Perus' community who showed us their strengths, power and belief in human development through leisure, giving us the opportunity to learn and grow along with these incredible agents of transformation.

Yvonne Klerks

Treasurer World Leisure
Organization

Joanne Schroeder

Vice Chair World Leisure
Organization

November 2018

Uma iniciativa de:
An initiative of:



Em colaboração com:
In collaboration with:



QUILOMBAQUE, DISTRITO DE PERUS, SÃO PAULO: A EMERGÊNCIA DO TURISMO DE RESISTÊNCIA

Maurício Mendes Belmonte

Universidade Federal de São Carlos,
Brasil

Bruno Modesto Silvestre

Universidade Estadual de Campinas,
Brasil

QUILOMBAQUE, DISTRICT OF PERUS, SAO PAULO: THE EMERGENCE OF RESISTANCE TOURISM

Maurício Mendes Belmonte

Federal University of São Carlos,
Brazil

Bruno Modesto Silvestre

State University of Campinas,
Brazil

Quem tem consciência para ter coragem
Quem tem a força de saber que existe
E no centro da própria engrenagem
Inventa a contra-mola que resiste
(Primavera nos Dentes – Secos e Molhados)

CONTEXTO DA INVESTIGAÇÃO: DISTRITO DE PERUS E O MUSEU TEKOA JOPO'I

O distrito de Perus está situado junto a duas importantes rodovias: Anhanguera e Bandeirantes. Compôs, até 1934, o subdistrito da Nossa Senhora do Ó e, desde então, possui a identificação de distrito devida sua proporção territorial, pois, além de fazer fronteira com outras três cidades (Caieiras, Cajamar e Osasco), possui uma população de aproximadamente 164.046 habitantes e é composto por mais de 45 bairros (PMSP, 2018a)¹.

Ainda com olhar voltado para o território, é apresentado que:

¹ Para saber mais consulte: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/subprefeituras/dados_demograficos/index.php?p=12758.

RESEARCH CONTEXT: DISTRICT OF PERUS AND THE TEKOA JOPO'I MUSEUM.

The district of Perus is situated along two major highways: Anhanguera and Bandeirantes. It used to be part of the Nossa Senhora do Ó district until 1934, when it started being considered a district of its own due its territorial proportion, because, in addition to bordering three other cities (Caieiras, Cajamar and Osasco), it has approximately 164,046 inhabitants and is composed of more than 45 neighborhoods (PMSP, 2018a)¹.

Still from the territorial perspective, the following is presented:

¹ More information at: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/subprefeituras/dados_demograficos/index.php?p=12758.

A história mais conhecida sobre o nome de Perus é a de Dona Maria que servia refeição de qualidade para os tropeiros que passavam na região, tornando-se famosa entre eles. Por criar perus ela passou a ser chamada de Maria dos Perus. Servia de referência na região “Vou lá onde tem a D. Maria dos perus” ... “vou onde tem perus” ... “vou na fazenda dos perus” ... “vou lá em perus”. Outra história, segundo a língua tupi-guarani, o nome “Perus” foi uma justaposição e modificação do real nome “PI-RU”, que traduzido, significa pôr-se apertado, à força (...) (PMSP, 2018b, s/p).

Outra peculiaridade acerca de uma possível origem para o nome Perus encontra eco na relação histórica que este distrito possui com o processo de invasão dos primeiros povos europeus na América Latina. Pois:

(...) o ouro encontrado em 1590 no Pico do Jaraguá e no Córrego Santa Fé - cujas nascentes situam-se na encosta da montanha, atraiu exploradores para a região. O impacto do mito que se criaria acerca do ouro de Jaraguá foi tamanho que, em 1839 (...) o reverendo metodista Daniel Parish Kidder anotava que as velhas minas de ouro do Jaraguá foram as primeiras descobertas no Brasil. Produziram muito durante a primeira metade do século dezessete, e as grandes quantidades de ouro de lá canalizadas para a Europa granjearam para a região o cognome de segundo Peru, em alusão ao país sul americano que foi imensamente explorado pelos colonizadores espanhóis (PMSP, 2018a, s/p).

Do ponto de vista do desenvolvimento econômico nacional, se atribuí grande importância à inauguração da estação ferroviária de Perus, em 1867, gerida pela extinta São Paulo Railway (atual Companhia Paulista de Trens e Metrô – linha 7, cor Rubi). Uma vez que tal estação catalisou o processo de ocupação/urbanização do vale, geograficamente formado pelo Pico do Jaraguá e seu entorno, no qual foram edificadas a Companhia Melhoramentos de São Paulo (1890), o Hospital Psiquiátrico do Juquery, a Estrada de Ferro Perus-Pirapora (EFPP, 1910) e a Fábrica de Pólvora distante, apenas, duzentos metros da Estação de Perus (PMSP, 2018, s/p).

O Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico (Condephaat²) também possui uma intervenção no território através do processo de tombamento, como Patrimônio Histórico, da Estrada de Ferro Perus-Pirapora, atualmente desativada, cujo destino final está situado no município de Bom Jesus do Pirapora (região metropolitana de São Paulo – SP).

Encerrando essa sucinta caracterização territorial-histórica do distrito de Perus, destacamos ainda que se encontra localizada neste território as ruínas da primeira fábrica de cimento do país, a Companhia Portland Perus

The story Perus is most known for is Dona Maria's, who served quality meals to the *tropeiros* who passed by the region, becoming famous among them. She was called Maria dos Perus [Maria of the Turkeys] for raising turkeys. She served as a landmark in the region: “I'm going to the place where Maria dos Perus lives” ... “I'm going to the turkeys' place” ... “I'm going to the turkey farm” ... “I'm going to the turkeys'.” Another story is that according to the Tupi-Guarani language, the name “Perus” was a juxtaposition and modification of the real name “PI-RU”, which translated, means putting tight, by strength (...) (PMSP, 2018b, n/p).

Another peculiarity about a possible origin for the name is echoed in the historical relationship of this district with the invasion of the early European peoples in Latin America. That is because:

(...) the gold found in 1590 in Pico do Jaraguá and in the Santa Fé Stream, which originates in the mountainside, attracted explorers to the region. The impact of the myth that would be created about the gold of Jaraguá was so great that, in 1839 (...) Methodist Reverend Daniel Parish Kidder wrote that the old gold mines of Jaraguá were the first discovered in Brazil. They were highly productive during the first half of the seventeenth century, and the large quantities of gold sent from there to Europe earned the region the title of second Peru, in allusion to the South American country that was greatly exploited by Spanish settlers (PMSP, 2018a, n/p).

From the point of view of national economic development, great importance is assigned to the opening of the Perus railway in 1867, managed by the defunct São Paulo Railway (current Companhia Paulista de Trens e Metrô – line 7, Ruby). It catalyzed the process of settlement/urbanization of the valley, geographically formed by Pico do Jaraguá and its surroundings, on which Companhia Melhoramentos de São Paulo (1890), the Psychiatric Hospital of Juquery, the Perus-Pirapora Railway (EFPP, 1910) and the Gunpowder Factory were established, only 200 meters away from the Perus Station (PMSP, 2018, n/p).

The Council of Defense of Historical, Archeological, Artistic and Touristic Heritage (Condephaat²) has also intervened in the territory by listing, as cultural heritage, the Perus-Pirapora railroad, currently out of order, which has its final destination situated in the municipality of Bom Jesus do Pirapora (Metropolitan region of São Paulo – SP).

To conclude this brief territorial-historical characterization of the district of Perus, we also highlight that the ruins of the country's first cement plant, the Portland Perus Company (1926-1980), is located in this

² Para saber mais sobre o Condephaat acesse: [http://estadodacultura.sp.gov.br/ agente/55/](http://estadodacultura.sp.gov.br/agente/55/).

³ Vale frisar que foi em um dos processos de greve, com duração de 46 dias no ano de 1958, que o movimento dos trabalhadores da fábrica de cimento em Perus recebe o nome de “Queixada”, o único bicho que, quando se sente em perigo, se une em grupo e nessa condição batem o queixo (ANDRÉ; ASSIS, 2013).

² More information about Condephaat (Council for the Defense of Historical, Archaeological, Artistic and Tourist Heritage of the State of São Paulo) at: [http:// estadodacultura.sp.gov.br/agente/55/](http://estadodacultura.sp.gov.br/agente/55/).

³ It is important to emphasize that it was during a 46 days strike process undertaken in 1958 by the Perus cement workers movement that it was named *queixada*. *Queixada* is the only animal that, when they feel in danger, they get together as a group and bare their teeth (ANDRÉ; ASSIS, 2013).

(1926 – 1980). Tal fábrica, além de também cumprir um importante papel para a ocupação urbana do distrito de Perus, foi palco de diversos processos de resistências que colaboram para a formação da identidade local, entre esses, uma greve com duração de sete anos, a mais extensa registrada no Brasil³ (ANDRÉ; ASSIS, 2013).

Foi neste contexto, ora apresentado, que realizamos nossa inserção junto à Comunidade Cultural Quilombaue (doravante, “Quilombaue”) que, por sua vez, se configura como:

(...) uma organização sem fins lucrativos, [que] nasce em 2005, por iniciativa de um grupo de jovens em Perus, bairro periférico, Noroeste da Cidade de São Paulo (...). O envolvimento com a arte – forte característica presente no grupo – se revelou uma alternativa de enfrentamento a situação [de empobrecimento de sua população], proposta na qual rapidamente centenas de outros jovens aderiram agregando múltiplas formas de expressões artística e manifestações culturais caracterizando e legitimando a missão da organização, fomentando uma rede cultural e uma luta: Em prol do Centro de Cultura, Memória e Lazer do Trabalhador Fábrica de Cimento Perus. Promover a produção e a difusão, proporcionando aos moradores, principalmente os jovens, a experimentação, fruição e expressão das diversas e diferentes formas de manifestação artístico-culturais e empoderar o desenvolvimento social, educacional, ambiental e econômico local sustentável define nossa missão (PMSP, 2017, s/p.)⁴.

Conforme anunciado, a Quilombaue empreende ações para a transformação da realidade local ao estabelecer interfaces entre o Lazer e práticas artísticos-culturais, buscando valorizar a história, a arte e a cultura local.

Nesta esteira elencamos como nosso objeto de estudo a prática de visita-guiada ao Museu *Tekoa Jopo’i*. Tal visita é mediada pela equipe de educadores-guias da “Queixada Agência de Desenvolvimento Eco Cultural Turístico” (doravante, “Agência Queixada”). Nossa inserção em campo compreendeu o período situado entre os dias 24 e 28 de agosto de 2018, ocasião no qual participamos de visitação ao referido museu.

Cumpramos destacar que “*Tekoa Jopo’i*” trata-se de uma expressão em língua indígena *Guarani Mbya*, no qual temos *Tekoa* significando comunidade, enquanto *Jopo’i* “significa mão aberta, dar de comer, compartilhar com outro. Esta é a lei fundamental da economia, a lei do ‘dar e receber’, na casa e entre as casas entre si (EQUIPE MAPA GUARANI CONTINENTAL, 2016, p.15).

territory. This factory, in addition to also fulfilling an important role in the urban occupation of the district of Perus, was the scene of several resistance processes that collaborated to the formation of the local identity, among these, a strike that lasted seven years, the most extensive registered in Brazil³ (ANDRE; ASSIS, 2013).

It was in this context that we carried out our intervention in the Quilombaue Cultural Community (hereinafter referred to as “Quilombaue”), which is:

(...) a non-profit organization, born in 2005, through the initiative of a group of young people from Perus, a peripheral district in the Northwest of the city of São Paulo (...). The involvement with the arts – a strong feature of this group – has proved to be an alternative to cope with the situation [of impoverishment of its population], a proposal that was quickly adhered to by hundreds of other young people, who contributed with multiple forms of artistic expressions and cultural events that characterized and legitimized the organization’s mission, promoting a cultural network and a fight: For the Center of Culture, Memory and Leisure of the Perus Cement Factory’s Workers. Promoting the production and dissemination, allowing the residents, especially young people, to experiment, enjoy and express the various and different forms of artistic and cultural expression, and empowering the local social, educational, environmental and sustainable economical development, defines our mission (PMSP, 2017, n/p)⁴.

As stated above, Quilombaue undertakes actions for the transformation of the local reality when establishing interfaces between leisure activities and artistic and cultural practices, with the aim of promoting the local history, art and culture.

In this context, we base our object of study on the practice of guided visit to the *Tekoa Jopo’i* Museum. This visit is mediated by the guides-educators of Queixada Agência de Desenvolvimento Eco Cultural Turístico (hereinafter referred to as the “Queixada Agency”). Our study took place in the period between August 24 and 28 of 2018, occasion in which we participated in a visitation to the Museum.

It should be noted that “*Tekoa Jopo’i*” is an expression in the indigenous language *Guarani Mbya*, in which *Tekoa* means community, while *Jopo’i* means “freely giving, feeding, sharing with others”. This is the fundamental law of Economics, the law of “giving and taking” (EQUIPE MAPA GUARANI CONTINENTAL, 2016, p.15).

³ PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. Edital nº38/2017 do Programa de Ação Cultural da Prefeitura do município de São Paulo: concurso de apoio a projetos de território das artes (Espaços independentes) no Estado de São Paulo. COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE. Projeto: Comunidade Cultural Quilombaue: quebrando correntes, plantando sementes e brotando territórios. 2017. Disponível em: <http://www.editaisproac.sp.gov.br/InscricoesEditaisUFDP/Download/downloadArquivo.action?sessionId=F5B13461C67AE8F9A5C7C880BE699E74?arq.id=24907>. Acesso em: 02/09/2017.

⁴ Municipality of São Paulo. Public Notice number 38/2017. Cultural Action Program/Municipality of São Paulo: contest to support projects of arts territories (independent spaces) in the State of São Paulo. COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE. Project: Quilombaue Cultural Community: breaking chains, planting seeds and sprouting territories. 2017. Available at: <http://www.editaisproac.sp.gov.br/InscricoesEditaisUFDP/Download/downloadArquivo.action?sessionId=F5B13461C67AE8F9A5C7C880BE699E74?arq.id=24907>. Accessed 09.02.2017.

Em tempo, quando mencionamos o museu *Tekoa Jopo'i*, não fazemos alusão à um prédio ou um equipamento específico, seja este público ou privado. Com efeito, atentos à intencionalidade originária da Quilombaque, estamos fazendo referência à um conjunto de territórios, atividades e/ou o intervenções que são desenvolvidas e estão situadas em diferentes espaços do distrito de Perus, compondo um autêntico "museu à céu aberto" cujas "obras em exposição" foram organizadas em quatro "Trilhas" que apresentam os processos de formação e resistência dessa comunidade.

Dessa forma, o presente estudo de caso tem como objetivo trazer para o bojo das discussões científico-política a atividade de visitação ao Museu *Tekoa Jopo'i*, organizada pela Comunidade Cultural Quilombaque por meio da Queixada Agência de Desenvolvimento Eco Cultural Turístico, de modo a destacar os elementos presentes em tal prática que nos permitem comunicar a emergência de um novo campo de atividade de Lazer e desenvolvimento local: o "Turismo de Resistência".

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, constituída como um estudo de caso⁵ que, ao buscar comunicar a emergência de um novo campo de atividade de lazer - o Turismo de Resistência -, se baseou em processos de vivências e observações, na realização de entrevistas e na análise de documentos e produções pertinentes à temática. Além disso, para a formação do arcabouço teórico, estabeleceu diálogos com referenciais das chamadas Epistemologias do Sul.

Epistemologias do Sul

Comprometemo-nos pela realização de estudos e pesquisas com (e não sobre!) pessoas, grupos e comunidades "marginalizados", "desclassificados" e "excluídos" pela sociedade, não compartilhamos da ideia de turvar a realidade ao gosto do pesquisador, mas sim de originar os estudos e pesquisas do encontro de subjetividades, de pessoas, grupos e comunidades – pois só estes podem falar sobre as experiências encarnadas de "marginalização", "desqualificação", e "exclusão", bem como de suas resistências, lutas e reivindicações por uma sociedade mais justa (OLIVEIRA et al., 2009:14 – grifos nossos).

A opção metodológica que adotamos procura expressar a construção de relações de respeito e valorização dos saberes que emergem de pessoas, grupos e comunidades nas mais diversas práticas sociais que empreendem em seus territórios. Para tanto, partimos de um *ethos*, ou ainda, de um modo latino-americano de produção de conhecimento consonante com a proposta de "SULear" apresentada por Campos (s/d):

⁵ Para Gomes e Amaral (2005) um estudo de caso é uma pesquisa que apresenta um grau elevado de aprofundamento em relação ao objeto selecionado para análise.

Moreover, when referring to the *Tekoa Jopo'i* Museum, we do not allude to a specific building or equipment, whether public or private. In fact, in accordance with the original Quilombaque intent, we refer to a set of territories, activities and/or interventions that are developed and situated in different areas of the district of Perus, composing a real "open-air museum", there the "works on display" were organized into four trails that present the processes of formation and resistance of this community.

Thus, the present study aims to discuss, from a scientific-political perspective, the visitation to the *Tekoa Jopo'i* Museum, organized by the Quilombaque Cultural Community in partnership with Queixada Agência de Desenvolvimento Eco Cultural Turístico, to highlight the elements present in this practice that allow us to communicate the emergence of a new field of Leisure activity and local development: the field of "Resistance Tourism".

METHODOLOGY

This is a qualitative research, developed as a case study⁵ that relied on experience and observation, on interviews and on the analysis of documents and productions deemed as relevant to the subject to communicate the emergence of a new field of leisure activity – that of Resistance Tourism. In addition, the so-called Epistemologies of the South were addressed as part of the theoretical framework.

Epistemologies of the South

We commit ourselves to studies and research with (and not about!) people, groups and communities that have been "marginalized", "disqualified" and "excluded" by society; we do not share the idea of bending reality to better suit the researcher, but of developing studies and research based on the subjectivities of people, groups and communities – because only they can talk about their embodied experiences of "marginalization", "disqualification", and "exclusion", as well as of their resistance, struggles and claims for a fairer society (OLIVEIRA et al., 2009:14 – emphasis added).

The methodological option we adopted seeks to express the construction of relations of respect and appreciation of the knowledge that emerges from individuals, groups and communities in the most diverse social practices undertaken by them in their territories. To this end, we based ourselves on a Latin American *ethos*, or better yet, on a Latin American mode of production of knowledge, in line with the "SULear" proposal presented by Campos (n/d):

⁵ According to Gomes and Amaral (2005), case study is a type of research which presents a high deepening degree of analysis related to the selected object.

O hemisfério norte que vê a Polar, não vê o Cruzeiro do Sul. Isso acontece também em Portugal, situado bem mais ao norte (no entorno de 40°N) do Trópico do Câncer. No entanto, nota-se indistintamente nos dicionários portugueses e brasileiros a presença única do verbo *nortear* (NORTEar) como orientar-se para o Norte e também dirigir, orientar, guiar. Na noite do hemisfério sul, o encontro da direção Sul apoiado pelo Cruzeiro do Sul deveria enquadrar apenas na ideia de “SULear-se”, palavra que não consta dos dicionários brasileiros. As convenções norteadoras em nosso hemisfério, como vimos na discussão das antinomias do tipo Norte/Sul, sugerem a conotação ideológica de dominação já discutida (CAMPOS, s/d:53).

A comunicação da necessidade de “sulear” faz emergir a denúncia da existência de alicerces epistêmicos que, a partir do advento da modernidade, insistem em marginalizar, invisibilizar e/ou deslegitimar formas de produção do conhecimento que escapam a lógica totalitária eurocêntrica (BELMONTE; TAFURI, 2015), criando aquilo que Santos (2009, p.44) chamou de “linhas abissais”:

A emergência do ordenamento da apropriação/violência só poderá ser enfrentada se situarmos a nossa perspectiva epistemológica na experiência social do outro lado da linha, isto é, do Sul global não imperial, concebido como metáfora do sofrimento humano sistêmico e injusto provocado pelo capitalismo global e pelo colonialismo. O pensamento pós-abissal pode ser sumariado como um aprender com o Sul usando uma epistemologia do Sul. Confronta a monocultura da ciência moderna com uma **ecologia de saberes**. É uma ecologia, porque se baseia no reconhecimento da pluralidade de conhecimentos heterogêneos (sendo um deles a ciência moderna) e em interações sustentáveis e dinâmicas entre eles sem comprometer sua autonomia. A ecologia de saberes baseia-se na ideia de que o conhecimento é interconhecimento (SANTOS, 2009: 44-45 – grifos nossos).

Esta proposição sugere a existência de uma linha, um abismo, que divide e valora o mundo entre Norte (vanguarda, moderno, desenvolvido) e o Sul (atrasado, retrógrado, bárbaro), tanto de maneira metafórica quanto de uma concepção geográfica. Entretanto, para além da denúncia fazemos emergir, junto com Santos e Meneses (2009), o anúncio acerca das Epistemologias do Sul, indicada intencionalmente de forma plural expressando a diversidade e riqueza de cosmovisões e de maneiras de estar sendo ao mundo e com outrem, capaz de promover a produção de conhecimento a partir de uma relação de “ecologia de saberes”.

A apropriação das bases filosófica-epistêmicas do Sul para a investigação em Perus

Nossa apropriação das bases filosófica-epistêmicas sinalizadas até aqui nos exigiu uma postura participativa e dialógica no qual procuramos colocar nossos saberes enquanto pesquisadores à serviço de uma determinada

The Northern hemisphere that sees the Pole star cannot see the Southern Cross. This happens also in Portugal, located further north (around 40°N) of the Tropic of Cancer. However, both Portuguese and Brazilian Portuguese dictionaries include the verb *nortear* (NORTE (North) + *ar*) as referring to the act of going North, as well as directing, leading, guiding. In the Southern hemisphere, basing oneself on the Southern Cross to find the South should thus be expressed as “SUL (South) + *ear-se*”, a word that does not appear in dictionaries. The main conventions of orientation in our hemisphere, as we have seen in the discussion of the North/South antinomies, suggest the aforementioned ideological connotation of domination (CAMPOS, n/d:53).

The communication of the need to “sulear” exposes the existence of epistemic foundations that, since the advent of modernity, insist on marginalizing, hiding and/or delegitimizing modes of production of knowledge that escape the totalitarian Eurocentric logic (BELMONTE; TAFURI, 2015), creating what Santos (2009, p.44) called the “abyssal lines”:

The emergence of the ordering of appropriation/violence can only be tackled if we base our epistemological perspective on the social experience on the other end of the line, that is, on the non-imperial global South, designed as a metaphor of systemic and unfair human suffering caused by global capitalism and colonialism. Post-abyssal thought can be summed up as knowledge originated from the South using a Southern epistemology. It confronts the monoculture of modern science with an ecology of knowledge. It is an ecology because it is based on the recognition of the plurality of heterogeneous knowledge (one of them being modern science) and on sustainable and dynamic interactions between them without compromising their autonomy. The **ecology of knowledge** is based on the idea that knowledge is inter-knowledge (SANTOS, 2009: 44-45 – emphasis added).

This proposition suggests the existence of a line, a chasm that divides and appraises the world between North (vanguard, modern, developed) and South (behind the times, retrograde, barbarian), both metaphorically and geographically. However, in addition to this claim, we also address, along with Santos and Meneses (2009), the declaration about the Epistemologies of the South, intentionally indicated in the plural to express the diversity and richness of worldviews and ways of being in the world and with others, which are able to promote the production of knowledge from an “ecology of knowledge”.

Appropriation of the philosophical-epistemic bases of the South for the research in Perus

Our appropriation of the philosophical-epistemic bases indicated so far required a participatory and dialogical attitude, from which we sought to use our knowledge while researchers to the benefit of a given community, with

comunidade procurando proceder à sistematização e produção de novos saberes, conforme nos ensina Brandão (1983) citado por Belmonte e Tafuri (2015):

Quero insistir aqui que a questão fundamental não é a da participação de setores populares em atividades de produção científica de conhecimento social. **É a da determinação de como aqueles que podem produzir cientificamente tal conhecimento colocam o seu trabalho participando de projetos de efetivo interesse político das classes populares, para que a participação não seja um ardil, mas um serviço.** Desde que o horizonte do pesquisador/educador seja o do poder das classes populares e, conseqüentemente, o da realização de transformações estruturais a partir do trabalho político de tais classes, é necessário reconhecer que conjunturas e momentos diferentes definem estratégias diversas de prática de produção social do conhecimento junto às classes populares (p. 73 – grifos nossos).

Nesta esteira, em meados das décadas de 1960 e 1970 houve aumento da insatisfação popular com as “assimetrias sociais” ocasionadas pelo capitalismo (ADAMS, 2009, p.3), afetando de maneira mais acentuada os países da América Latina, África e parte da Ásia, fazendo emergir um descontentamento com a exploração e injustiças sociais. A identificação das assimetrias, a compreensão da existência de uma estrutura que empobreceu pessoas, comunidades, povos e/ou nações inteiras foram o mote propulsor na luta pela melhoria das condições de vida. Neste contexto, aponta Jara Holliday (1998), as organizações e movimentos sociais tiveram importância angular:

Experiências significativas como a dos Sem Terra no Brasil, das Comunidades em Resistência na Guatemala, o Movimento Indígena Zapatista em Chiapas, são uma clara mostra das potencialidades que se encontram nas práticas social do nosso continente, cujos ensinamentos urge processar e compartilhar (p.3 – tradução livre nossa) [1].

Compreendemos que nossa inserção também corrobora com o processo de inserção junto à movimentos, comunidades e associações que buscam desenvolver ações para o desenvolvimento territorial, pois a Agência Queixada, cuja práxis figurou como objeto de estudo deste artigo, é apenas uma prática dentre outras que são desenvolvidas pela “Comunidade Cultural Quilombaque”.

Jara Holliday (2006) ainda pondera que “(...) só podem sistematizar uma experiência aqueles que tenham tomado parte dela e que não é possível que uma pessoa totalmente alheia à experiência pretenda sistematizá-la” (p.74). Compreendemos, com isso, que a busca por uma autêntica apropriação deste método implica a negação de qualquer pretensão de neutralidade científica, ao considerar como ponto de partida a realização de pesquisa junto/com o outro, de modo orgânico e sistêmico ao enredamento ao qual estamos todos/as sendo com-outrem-e-com-o-mundo conforme sugere Streck (2010: 193):

the systematization and production of new knowledge as goal, in accordance with the teachings of Brandão (1983), mentioned by Belmonte and Tafuri (2015):

I want to stress here that the key issue is not the participation of popular sectors in activities of scientific production of social knowledge. **It is the determination that those who can produce this knowledge scientifically may do so by participating in projects with effective political interest of the popular classes, so that participation is not a ruse, but a service.** As long as the horizon of the researcher/educator is that of the power of the popular classes and, consequently, of the fulfillment of structural transformations from the political work of such classes, it is necessary to recognize that different situations and moments define different strategies for the social production of knowledge alongside the popular classes (p. 73 – emphasis added).

In this context, between the 1960s and 1970s there was an increase in the popular dissatisfaction with the “social inequalities” caused by capitalism (ADAMS, 2009, p. 3), which mostly affected the countries of Latin America, Africa and part of Asia, giving rise to a discontentment with social exploitation and injustices. The identification of asymmetries, the understanding of the existence of a structure that impoverished individuals, communities, peoples and/or entire nations, propelled the struggle for the improvement of living conditions. In this context, as pointed out by Jara Holliday (1998), organizations and social movements were of utmost importance:

Significant experiences such as those of the Sem Terra in Brazil, of the Communities in Resistance in Guatemala, the Indigenous Zapatista Movement in Chiapas, clearly show the potential of the social practices of our continent, which stimulate the urge to process and share through their teachings (p.3 – our translation) [1].

We understand that our insertion also corroborates the process of insertion alongside movements, communities and associations which seek to develop actions for territorial development, because the Queixada Agency, object of study of this article, is just a practice among others that are developed by the Quilombaque Cultural Community.

Jara Holliday (2006) also states that “(...) only those who have been part of an experience may systematize it, and it is not possible for a person who is totally unconnected to the experience to systematize it” (p.74). We understand, with this, that the search for an authentic appropriation of this method implies the denial of any so-called scientific neutrality, when considering the realization of research alongside others as a starting point, organically and systemically to the entanglement with-others-and-with-the-world which we are all in, as suggested by Streck (2010: 193):

O que importa destacar é que, tanto na pesquisa participante quanto na educação popular, houve um momento em que pesquisadores e educadores julgaram importante encharcar-se de realidade, a partir do reconhecimento de que, sem a participação dos maiores interessados na transformação da sociedade em direção à democracia e à humanização, o conhecimento produzido teria pouco efeito na vida das pessoas e das sociedades.

Desde o ponto de vista de Streck (2010), compartilhamos com este autor que o/a pesquisador/a não deverá negar, silenciar ou apagar seu próprio mergulho existencial. O que significa compreender que nos encontramos encharcados pelas experiências advindas da realidade concreta, envoltos/as em realidades históricas, ambivalentes e ambíguas, num constante movimento de fazer-se e refazer-se.

No movimento de sistematizar experiências Jara-Holliday (2006) identifica “5 momentos” que são constitutivos deste método. Todavia, salienta que não se trata de “etapas”, pois, o labor científico não reflete um determinismo ou linearidade consolidada. Deste modo, apenas por um exercício didático é que os momentos aparecem destacados uns dos outros aqui, mas que no que fazer da investigação estão inter-relacionados e são interdependentes. São eles: Ponto de partida; As Perguntas Iniciais; Recuperação do Processo Vivido; Reflexão de Fundo; Pontos de Chegada.

Apresentamos, logo adiante, o “Quadro 1 – Os 5 momentos constitutivos da Sistematização de Experiências e suas demandas procedimentais”. Trata-se de um quadro que foi produzido por Belmonte (2014) e que ilustra de maneira sintética os 5 momentos constitutivos da sistematização de experiências e as suas respectivas demandas procedimentais.

Quadro 1 - Os 5 momentos constitutivos da Sistematização de Experiência e suas demandas procedimentais.

| Momentos | Elementos Constitutivos |
|--|---|
| A) O ponto de partida | a.1) Ter participado da experiência; a.2) Ter o registro da experiência. |
| B) As perguntas iniciais | b.1) Para que queremos? (definir objetivo); b.2) Que experiência(s) queremos sistematizar? (delimitar o objeto a ser sistematizado); b.3) Que aspectos centrais dessa experiência nos interessam sistematizar? (Definir um eixo de sistematização). |
| C) Recuperação do processo vivido | c.1) Reconstruir a história; c.2) Ordenar e classificar a informação. |

What matters is that, both in participatory research and in popular education, there was a time when researchers and educators considered it to be important to soak themselves in reality, from the recognition that without the participation of those who were most interested in the transformation of society towards democracy and humanization, the knowledge produced would have little effect on the lives of people and societies.

From Streck’s point of view (2010), researchers should not deny, silence or erase their own existential immersion. This means understanding that we are soaked by the experiences derived from concrete reality, wrapped in historical realities, which are ambivalent and ambiguous, in a constant movement of doing and re-doing.

In the movement of systematizing experiences, Jara-Holliday (2006) identifies “5 moments” that make up this method. However, she points out that these are not “steps”, because scientific labor does not reflect a certain type of determinism or consolidated linearity. Thus, only through a didactic exercise is that the moments appear differentiated from one other, despite being interrelated and interdependent during the investigation. They are: Starting point; Initial Questions; Revival of the Experienced Process; Background Reflection; Points of Arrival.

We thus present “Table 1 – The 5 moments constituting the Systematization of Experience and its procedural demands.” This is a table that was produced by Belmonte (2014) and that synthetically illustrates the 5 moments constituting the systematization of experiences and their respective procedural demands.

Table 1 – The 5 moments constituting the Systematization of Experience and its procedural demands.

| Moments | Constituent Elements |
|--|--|
| A) Starting point | a. 1) Having participated in the experiment; a. 2) Having registered the experiment. |
| B) Initial questions | b. 1) Why do we want it? (setting a goal); b. 2) What experience(s) do we want to systematize? (choosing the object to be systematized); b. 3) Which central aspects of that experience are we interested in systematizing? (Defining a systematization axis). |
| C) Revival of the experienced process | c. 1) Reconstructing the story; c. 2) Sorting and classifying the information. |

| | |
|---|--|
| D) Reflexão de fundo: porque aconteceu o que aconteceu? | d.1) Analisar, sintetizar e interpretar criticamente o processo. |
| E) Os pontos de chegada | e.1) Formular conclusões; e.2) Comunicar a experiência. |

Fonte: Belmonte (2014, p.19).

PROCESSOS DE RESISTÊNCIAS ACOMPANHAM A LUTA POR DIREITOS SOCIAIS

Os direitos sociais, diferentemente dos demais conjuntos de direitos que compõem a noção moderna de cidadania – direitos civis e políticos –, são efetivados através da ação do Estado. “Os **direitos sociais** permitem às sociedades politicamente organizadas reduzir os excessos de desigualdades produzidos pelo capitalismo e garantir um mínimo de bem-estar para todos. A ideia central em que se baseiam é a da justiça social” (CARVALHO, 2012, p.10).

A conceito de cidadania também é fundamental para o entendimento da noção de direitos sociais. Para Marshall (1976), a premissa básica de cidadania é a admissão dela como corolário de direitos civis, políticos e sociais. Todavia, é importante frisar que não se pode restringir a noção de cidadania apenas a aquisição de direitos. Assim como a aquisição e implementação de direitos sociais, a cidadania é fruto de disputas políticas e da síntese de múltiplas determinações. No caso brasileiro, Carvalho (2012) aponta que a cidadania é fruto de um longo caminho, no qual, diferentemente do caso Inglês, alguns dos direitos sociais foram implementados anteriormente à consolidação dos direitos civis e políticos.

A promulgação da constituição de 1988 é um marco em relação aos direitos sociais no Brasil. Nesse sentido, é importante frisar que a chamada “constituição cidadã” é fruto de uma série de lutas sociais e do exercício da cidadania (DAGNINO, 2001). Tal processo dá origem, no que tange os direitos sociais, ao seguinte ordenamento jurídico:

Título I – Dos direitos e garantias fundamentais.
Art. 6º: São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o **lazer**, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição (BRASIL, 1988 – grifo nosso).

Ademais, o lazer também é citado diretamente nos artigos 7º, 217 e 227 da referida Constituição. O artigo 7º, que versa sobre os direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, em seu inciso IV, prevê que os cidadãos tenham o direito de receber um salário mínimo que supra suas necessidades vitais básicas e às de sua família, incluindo o lazer. No parágrafo 3º do artigo 217, que versa sobre

| | |
|--|--|
| D) Background reflection: what is the reason for the things that happened? | d. 1) Critically analyzing, synthesizing and interpreting the process. |
| E) Points of arrival | e. 1) Formulating conclusions; e. 2) Communicating the experience. |

Source: Belmonte (2014, p.19).

PROCESSES OF RESISTANCE ARE DEVELOPED ALONGSIDE THE STRUGGLE FOR SOCIAL RIGHTS

Social rights, unlike other sets of rights that make up the modern notion of citizenship – civil and political rights – are enforced by the State. “Social rights allow politically organized societies to reduce the excesses of inequality produced by capitalism and ensure a minimum welfare for all. The central idea on which they are based is social justice” (CARVALHO, 2012, p.10).

The concept of citizenship is also fundamental for the understanding of the concept of social rights. For Marshall (1976), the basic premise of citizenship is its admission as a corollary of civil, political and social rights. However, it is important to note that the notion of citizenship cannot be restricted to the acquisition of rights only. Much like the acquisition and implementation of social rights, citizenship is the result of political disputes and the synthesis of multiple determinations. In the case of Brazil, Carvalho (2012) points out that citizenship is the result of a long trajectory in which, unlike the English case, some social rights were implemented prior to the consolidation of civil and political rights.

The promulgation of the constitution of 1988 is a milestone in relation to **social rights** in Brazil. In this sense, it is important to note that the so-called “civic constitution” is the result of a series of social struggles and of the exercise of citizenship (DAGNINO, 2001). This process gives rise, in what concerns social rights, to the following legislation:

Title I – Fundamental rights and warranties.
Art 6: Education, health, food, work, housing, transport, leisure, security, social security, the protection of maternity and childhood, the assistance to the destitute, are all considered social rights by this Constitution (BRAZIL, 1988 – emphasis added).

In addition, leisure is also quoted directly in articles 7, 217 and 227 of this Constitution. Article 7, which deals with the rights of urban and rural workers, in its fourth item, establishes that citizens have the right to receive a minimum wage that ensures their vital needs and those of their family, including leisure. In paragraph 3 of article 217, focused on sports, leisure figures as a responsibility

o desporto, o lazer figura como responsabilidade do poder público, que deverá incentivá-lo como forma de promoção social. Essa característica é reforçada no artigo 227, que além de configurar o direito ao lazer como dever do Estado, o coloca como dever da família e da sociedade, que, por sua vez, devem assegurá-lo com prioridade à criança, ao adolescente e ao jovem (BRASIL, 1988).

Entretanto, em contraste a outros direitos sociais, como o Trabalho, a Saúde e a Educação, a Constituição de 1988 não define princípios, diretrizes, objetivos e regras institucionais que orientem a concretização do lazer na vida da população brasileira (GOMES; ISAYAMA, 2015).

Ademais, Santos (2011) aponta que, apesar de o lazer ter sido compreendido como fundamental para a vida dos cidadãos brasileiros por todos os atores políticos participantes da constituinte, não houve mobilização popular e organização que justificasse sua definição como direito social no processo de constitucionalização.

A despeito desses processos, Carvalho (2012) também destaca que a conquista dos direitos sociais no Brasil foi fruto da luta política e de processos de resistência da população e dos movimentos sociais organizados. Ao mesmo tempo, vale frisar que os processos de resistência e reivindicações de direitos não cessaram com a promulgação da Constituição Federal em 1988, mas são fatos recorrentes na realidade brasileira até os dias atuais.

Com o entendimento de que o turismo se configura como uma das possibilidades de fruição do lazer, buscamos discutir, na sequência, as atividades desenvolvidas pela "Agência Queixada" de modo a destacar os elementos presentes em tais práticas que nos permitem comunicar a emergência de um "Turismo de Resistência".

Elementos que compõem a emergência do turismo de resistência em Perus-SP

As atividades desenvolvidas pela "Agência Queixada", que compõem o museu *Tekoa Jopo'i*, estão organizadas em 4 trilhas, cada qual composta por espaços e ações que, além de apresentarem aspectos históricos e a atual organização do distrito de Perus, demonstram os diversos processos de lutas sociais que ocorreram e ainda ocorrem na realidade de tal comunidade. A saber:

Trilha 1:

- Trilha de Aprendizagem Perus FERIA Graffiti;
- Trilha de Reapropriação e Ressignificação de Espaços Públicos;
- Trilha Ditadura Nunca Mais.

Trilha 2:

- Trilha Memória Queixada;
- Trilha Ferrovia Perus/Pirapora.

Trilha 3:

- Trilha o Jaraguá é Guarani.

Trilha 4:

- Trilha Agroecológica Campo e Cidade MST.

Dentre as experiências vivenciadas nas trilhas promovidas pela "Agência Queixada", foi possível observar diversos processos de envolvimento comunitário,

of the government, which should encourage it as a means of social advancement. This characteristic is reinforced in article 227, which in addition to configuring the right to leisure as a duty of the State, establishes it also as a duty of the family and of society, who must ensure it while prioritizing children, adolescents and young people (BRAZIL, 1988).

However, in contrast to other social rights, such as Work, Health and Education, the Constitution of 1988 does not define principles, guidelines, objectives and institutional rules that guide the implementation of leisure in the life of the Brazilian population (GOMES; ISAYAMA, 2015).

In addition, Santos (2011) points out that, although leisure is understood as central to the life of Brazilian citizens by all political actors participating in the constituent assembly, there was no popular mobilization and organization that justified its definition as social right in the constitutionalization process.

Despite this, Carvalho (2012) also emphasizes that the achievement of social rights in Brazil was the result of the political struggle and resistance processes undertaken by the population and by organized social movements. At the same time, it is worth noting that these resistance processes did not cease with the promulgation of the Constitution in 1988, but are recurrent facts in the Brazilian reality to the present day.

With the understanding that tourism is one of the possibilities for the fruition of leisure, we aim to discuss next the activities carried out by the "Queixada Agency", to highlight the elements present in such practices that allow us to communicate the emergence of a "Resistance Tourism".

Constituent elements of the emergence of resistance tourism in Perus-SP

The activities developed by the "Queixada Agency" that make up the *Tekoa Jopo'i* Museum are organized into 4 trails, each consisting of spaces and actions that, in addition to presenting historical aspects and the current organization of the district of Perus, demonstrate the several processes of social struggles that occurred and still occur in the reality of this community. Namely:

Trail 1:

- Perus FERIA Graffiti Learning Trail;
- Trail of Reappropriation and Resignification of Public Spaces;
- Ditadura Nunca Mais Trail.

Trail 2:

- Memória Queixada Trail;
- Perus/Pirapora Railroad Trail.

Trail 3:

- O Jaraguá é Guarani Trail.

Trail 4:

- Campo e Cidade MST Ecological Trail.

Among the experiences offered by the "Queixada Agency", it was possible to observe several processes of community involvement, which in addition to being

que além de se ancorarem no resgate histórico das lutas sociais locais, se constroem como práticas de resistência ao atual modelo de organização societal. Entre as diversas práticas vivenciadas, destacamos as seguintes:

- **Casa do Hip Hop:** Trata-se da ocupação e revitalização de um espaço público abandonado. A partir do trabalho de mutirão para adequação da infraestrutura, as seguintes atividades passaram a ser desenvolvidas: práticas de dança do ventre, tranças-afro, artesanato, capoeira, rodas de conversas e ensaio/encontro de MC's.

- **Teatro Pandora:** Também se trata de uma ocupação que gerou a revitalização de um prédio inutilizado. Foi realizada por um coletivo de artistas locais que buscou a resignificação do espaço abandonado pelo poder público com o oferecimento de cursos e atividades culturais;

- **Perus Feria:** Coletivo de artistas ligados/as à prática do Grafitti que intervieram com suas produções em diferentes muros (ruas, becos, vielas, avenidas, prédios e cemitérios, para citar alguns) de modo a resignificar através da arte da pintura, diferentes contextos de Perus;

- **Biblioteca:** Além do uso esperado para tal espaço, também é um local de acolhimento da população em situação de vulnerabilidade e risco social, bem como diferentes formas de expressão artístico-cultural (Saraus, Apresentações Musicais, Grafitti e MCs). Além disso, se trata de um equipamento público que se preocupa com a valorização da história do bairro a partir da montagem de uma exposição permanente de acervo documental da formação do distrito de Perus, bem como da própria Fábrica de Cimento Perus.

- **Cemitério Dom Bosco:** Local de luta e de resistência contra o esquecimento, ou mesmo o silenciar da história das barbáries e atrocidades cometidas durante o período de Regime Ditatorial Militar no Brasil. Local onde foram encontradas aproximadamente 1.200 ossadas de pessoas enterradas clandestinamente, suspeitas de serem torturadas e assassinadas pelo citado regime.

- **Fábrica de Cimento Perus:** Local de Resistência e luta da classe trabalhadora contra a exploração de empresários e detentores dos meios de produção, que os submetiam a longas jornadas de trabalho, não fornecimento de equipamento de proteção individuais, baixos salários, atrasos no pagamento. A citada Fábrica foi palco de um movimento grevista que durou 7 anos e, através de um movimento de não-violência, sintetizado no lema "Firmeza Permanente", caracterizou a luta de um coletivo de trabalhadores que se uniram e resistiram na conquista de direitos trabalhistas.

- **Estrada de Ferro Perus-Pirapora:** Tombada como patrimônio cultural de São Paulo pelo Condephaat. A visitação aos trilhos e à locomotiva ("Maria-Fumaça") apresenta-se como um modo de comunicar a existência de uma linha criada para o transporte de rocha calcária (insumo para a produção de cimento) desde a Cidade de Cajamar até Perus, onde está instalada a Fábrica de

anchored by the historical revival of local social struggles, are built as practices of resistance to the current model of societal organization. Among the various practices experienced, we highlight the following:

- **Casa do Hip Hop** [House of Hip Hop]: An abandoned public space that has been occupied and revitalized. From the joint effort for the improvement of its infrastructure, the following activities started being developed: belly dance practices, afro braiding, crafts, capoeira, round-table discussions and rehearsal/meetings of Brazilian *funk* musicians.

- **Pandora Theater:** Also an unused building that has been occupied and revitalized by a group of local artists, who sought the resignification of this space, abandoned by the government, through the offering of courses and cultural activities;

- **Perus Feria:** A group of artists associated with the practice of Graffiti who intervened with their productions on different walls (in streets, alleys, avenues, buildings and cemeteries, to name a few) to resignify, through the art of painting, different contexts of Perus;

- **Library:** In addition to the expected use of this space, is also serves as shelter for the population in situation of vulnerability and social risk, as well as for exposition of different forms of artistic and cultural expression (cultural gatherings, musical performances, Graffiti and presentations by Brazilian *funk* artists). In addition, it is a public equipment that is concerned with the promotion of the neighborhood's history through the permanent exhibition of the documentary collection related the formation of the district of Perus, as well of the Perus Cement Factory itself.

- **Dom Bosco Cemetery:** A place of struggle and resistance against the suppression, or even the omission of the history of barbarities and atrocities committed during the Brazilian Military Dictatorship. It is where the bones of approximately 1,200 people, suspected of having been tortured and murdered by the regime, had been buried clandestinely before being found.

- **Perus Cement Factory:** Place of Resistance and struggle of the working class against the exploitation by entrepreneurs and the owners of the means of production, who subjected them to long work days, not providing individual protection equipment and offering low salaries with delays in payment. The Factory was the scene of a strike that lasted 7 years and, through a nonviolent movement, synthesized in the slogan "Firmeza Permanente" [Standing Firm], characterized the struggle of a group of workers who banded together and resisted in the pursuit of labor rights.

- **Perus-Pirapora Railway:** Listed as cultural heritage of São Paulo by Condephaat. The visitation to the railway and to the locomotive ("Maria-Fumaça") is a way to communicate the existence of a line created for the transport of limestone (raw material for the production of cement) from the city of Cajamar to Perus, where the Perus Cement Factory is located. The visitation is intended

Cimento Perus. A visitação busca resistir ao esquecimento da condição colonial ao qual o dinheiro público, assim como em diversas outras situações, foi posto à serviço do capital internacional.

- **Aldeia:** Resistência dos povos originários no coração de São Paulo, contra o avanço da especulação imobiliária e da urbanização desmedida que avança contra seu território. Neste local, também foi apresentada uma prática corporal de dança, se configurando como uma maneira de resistir à negação de práticas culturais de povos originários, cuja prática contribui para manutenção e transmissão de valores, saberes, práticas e a própria língua ancestrais, sintetizadas na dança/luta.

- **Pico do Jaraguá:** Sendo o ponto mais alto da Cidade de São Paulo, a visitação possibilitou o contato com uma área de preservação ambiental, que resiste ao avanço da especulação imobiliária, composta por vegetação típica de Mata Atlântica. A proposta de conhecer este espaço coaduna com a preocupação pela preservação ambiental ao possibilitar a visualização do chamado "Cinturão Verde" - área que circunda o distrito de Perus formado pela vegetação/mata dos Parque Anhanguera, Pico do Jaraguá e Parque Estadual da Mantiqueira.

- **MST** (ocupar, resistir e produzir): mesmo no coração financeiro do país as formas de resistência por um outro modo de sociabilidade humana, fundamentada na luta pela reforma e na agroecologia, resiste como modo alternativo à especulação imobiliária e a toxicidade de uma cultura de produção e comércio alimentar que desrespeita, depreda e degrada, para além da vida humana, as diferentes fontes naturais de vida.

Ao entendermos a cidadania, conforme destaca Carvalho (2012), como o corolário de direitos civis, políticos e sociais, é possível observar que os processos de lutas sociais e resistências descritos acima se constituem como parte do exercício da própria cidadania.

Consideramos importante destacar tal questão, pois os processos de resistência observados na comunidade de Perus-SP não dizem respeito apenas à luta por direitos sociais. Sendo o direito à vida, a liberdade e a igualdade perante a lei partes constitutivas dos direitos civis e o direito de participação política o elemento fundamental dos direitos políticos (CARVALHO, 2012), é possível observar que as atividades do Museu *Tekoa Jopó'i* também são expressões de lutas sociais pela efetivação desses direitos.

Da mesma forma, no que tange o direito social ao lazer e a sua não efetivação plena pelo Estado brasileiro, a ocupação de espaços e a proposição de vivências e práticas vinculadas a esse fenômeno pela Comunidade Cultural Quilombaque constituem-se como forma de reivindicação e de afirmação de aspectos culturais de resistência.

Desse modo, as práticas e vivências aqui apresentadas, organizadas pela "Queixada Agência de Desenvolvimento Eco Cultural Turístico", podem ser comunicadas como "Turismo de Resistência", pois além

to resist the omission of the colonial condition to which public money, as well as in various other situations, was put into at the service of international capital.

- **Village:** Resistance of native peoples in the heart of São Paulo to the advance of real estate speculation and uncontrolled urbanization against their territory. A dance body practice was also presented at this location, as a form of resistance against the denial of cultural practices of native peoples, which contribute to the maintenance and transmission of ancestral values, knowledge, practices and of language itself, synthesized in dance/fight.

- **Pico do Jaraguá:** The highest point in the city of São Paulo, it is also an environmental preservation area composed of typical vegetation from the Atlantic Forest that resists the advances of real estate speculation. The proposal of visiting this space is in line with the concern for environmental preservation, as it allows the visualization of the so-called "Cinturão Verde" – area surrounding the district of Perus, formed by the vegetation/forest of Park Anhanguera, Pico do Jaraguá and the Mantiqueira State Park.

- **MST** (occupy, resist and produce): even in the financial heart of the country, the forms of resistance through another mode of human sociability, grounded on the fight for reform and on Agroecology, resist as an alternative to real estate speculation and to the toxicity of a culture of food production and trade that disrespects, preys on and degrades, beyond human life, the different natural sources of life.

By understanding citizenship, as pointed out by Carvalho (2012), as the corollary of civil, political and social rights, it is possible to note that the aforementioned processes of social struggles and resistance may be regarded as part of the exercise of citizenship itself.

We consider it important to highlight this question, because the processes of resistance observed in the community of Perus-SP do not relate to the struggle for social rights only. The right to life, liberty, and equality before the law being constituent parts of civil rights, and the right to political participation the fundamental element of political rights (CARVALHO, 2012), it is possible to see that the activities of the *Tekoa Jopó'i* Museum Tekoa are also expressions of social struggles for the implementation of these rights.

Similarly, regarding the social right to leisure and its partial and not full implementation by the Brazilian State, the occupation of spaces and the proposition of experiences and practices associated with this phenomenon by the Quilombaque Cultural Community are ways of claiming for and affirming the cultural aspects of resistance.

Thus, the practices and experiences presented here, organized by Queixada Agência de Desenvolvimento Eco Cultural Turístico, may be communicated as "Resistance Tourism", because in addition to encompassing the systematization of social struggles, they may be understood

de serem a sistematização de processos de lutas sociais, se configuram com um elemento de desenvolvimento local e de afirmação da história dessa comunidade. Enfim, por meio dessa determinada forma de turismo, as atividades vivenciadas por diferentes sujeitos colaboram para que essas histórias, práticas e vivências extrapolem ainda mais os círculos locais, levando exemplos de lutas e resistências para outras localidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo de caso objetivou trazer para o bojo das discussões científico-política a atividade de visitação ao Museu *Tekoa Jopo'i*, organizada pela Comunidade Cultural Quilombaque por meio da "Queixada Agência de Desenvolvimento Eco Cultural Turístico", de modo a destacar os elementos presentes em tal prática que nos permitissem comunicar a emergência de um novo campo de atividade de Lazer: o "Turismo de Resistência".

Para tal, em diálogo com os referenciais das chamadas Epistemologias do Sul, baseamos esse estudo de caso nos processos de vivências e observações realizadas durante o *Field School* 2018, além da realização de entrevistas e da análise de documentos e produções pertinentes à temática,

Frente a tais elementos, consideramos ser possível comunicar que as experiências e observações realizadas emergem como um "Turismo de Resistência", pois, como destacado, todas as atividades têm como ponto comum as lutas sociais da comunidade localizada no distrito de Perus-SP. Ademais, por meio da "Agência Queixada", tais práticas carregam a possibilidade de extrapolar as barreiras regionais e se conformarem como exemplos de lutas e resistências em outros espaços.

REFERÊNCIAS

Adam, T. (2009). A pesquisa Participativa como mediação pedagógica da Educação Popular. In *32a Reunião da Agência Nacional de Pós-Graduação em Educação - ANPEd* (p. 1–13). Caxambu: ANPED. Recuperado de <http://www.anped.org.br/sites/default/files/gt06-5171-int.pdf>

André, J. A. M. & Assis, L. G. (2013). *Queixadas – Por trás dos 7 anos de greve*. FapCom, São Paulo.

Belmonte, M. M. (2014), "Vivências em atividades diversificadas de lazer: processos educativos decorrentes de uma práxis dialógica em construção". Dissertação de Mestrado em Educação, apresentada à Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, São Paulo, Brasil.

Belmonte, M. M., & Tafuri, D. M. (2015). Epistemologias do Sul: Pesquisa Participante e Sistematização de Experiências enquanto metodologias científicas de investigação no campo da Educação. In *VI Colloquium Of Qualitative Research in Human Motricity* (p. 70–80). Valdivia - Chile: SPQMH. Recuperado de <http://>

as part of the local development and affirmation of the history of this community. Furthermore, through this particular form of tourism, the activities experienced by different subjects collaborate so that these stories, experiences and practices go beyond the local circles, becoming examples of struggles and resistance in other spaces.

FINAL CONSIDERATIONS

The present study aimed to discuss, from a scientific-political perspective, the visitation to the *Tekoa Jopo'i* Museum, organized by the Quilombaque Cultural Community in partnership with Queixada Agência de Desenvolvimento Eco Cultural Turístico, to highlight the elements present in this practice that allow us to communicate the emergence of a new field of Leisure activity and local development: "Resistance Tourism".

To this end, in accordance with the so-called Epistemologies of the South, we based this case study on experiences and observations made during Field School 2018, in addition to conducting interviews as well as analyzing documents and productions relevant to the subject.

Given these elements, we believe that it is possible to communicate that the experiences and observations carried out emerge as "Resistance Tourism", because, as noted, all activities have the social struggles of the community of the district of Perus-SP in common. Furthermore, through the Queixada Agency, these practices have the possibility of going beyond the regional barriers and become examples of struggles and resistance in other spaces.

REFERENCES

Adam, T. (2009). A pesquisa Participativa como mediação pedagógica da Educação Popular. In *32a Reunião da Agência Nacional de Pós-Graduação em Educação - ANPEd* (p. 1–13). Caxambu: ANPED. Recuperado de <http://www.anped.org.br/sites/default/files/gt06-5171-int.pdf>

André, J. A. M. & Assis, L. G. (2013). *Queixadas – Por trás dos 7 anos de greve*. FapCom, São Paulo.

Belmonte, M. M. (2014), "Vivências em atividades diversificadas de lazer: processos educativos decorrentes de uma práxis dialógica em construção". Dissertação de Mestrado em Educação, apresentada à Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, São Paulo, Brasil.

Belmonte, M. M., & Tafuri, D. M. (2015). Epistemologias do Sul: Pesquisa Participante e Sistematização de Experiências enquanto metodologias científicas de investigação no campo da Educação. In *VI Colloquium Of Qualitative Research in Human Motricity* (p. 70–80). Valdivia - Chile: SPQMH. Recuperado de <http://>

www.motricidades.org/conference/index.php/cpqmh/6cpqmh/paper/viewFile/279/189

Brasil (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Recuperado de: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm> Acesso em: 01 out. 2018.

Campos, M. D. (1999). *SULear vs NORTEar: Representações e apropriações do espaço entre emoção, empiria e ideologia*. Rio de Janeiro - RJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro - UNESCO. Recuperado de <http://www.sulear.com.br/texto03.pdf>

Carvalho, J. M. (2012). *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. 15º ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Comunidade Cultural Quilombaquer: História. (2016). Recuperado 28 de agosto de 2018, de <http://comunidadequilombaquer.blogspot.com/p/historia.html>

Dagnino, E. (2000). Cultura cidadania e democracia: a transformação dos discursos e práticas na esquerda latino-americana. In: Alvares, S.; Dagnino, E.; Escobar, A. (Orgs.). *Cultura e política nos movimentos sociais latino-americanos*. Belo Horizonte: Editora UFMG, p. 61-102.

Equipe Mapa Guarani Continental. (2016). *Guarani Continental: Povos guarani na Argentina, Bolívia, Brasil e Paraguai*. Campo Grande - MS: Cimi.

Gomes, C. L., & Amaral, M. T. M. (2005). *Metodologia da pesquisa aplicada ao lazer*. Brasília: SESI/DN.

Gomes, C. L.; Isayama. H. F. (2015). Multiplicidade de olhares sobre o lazer como direito social. In: Gomes, C L.; Isayama. H F. *O Direito social ao lazer no Brasil*. Autores Associados, Campinas – SP.

Jara Holliday, O. (1998). El aporte de la sistematización a la renovación teórico-práctica de los movimientos sociales. In *Seminário Latinoamericano de Sistematización de Práticas de Animación Sociocultural y Participación Ciudadana en América Latina* (p. 1–12). Medellín - Colômbia: ALFORJA.

Jara Holliday, O. (2006). *Para Sistematizar Experiencias*. Revista *INNOVANDO*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Marshall, T. H. (1967) *Classe, cidadania e status*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.

Prefeitura de São Paulo. ([2018a]). *Perus | Prefeitura Regional Perus | Prefeitura da Cidade de São Paulo*. Recuperado 28 de outubro de 2018, de <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/perus/>

www.motricidades.org/conference/index.php/cpqmh/6cpqmh/paper/viewFile/279/189

Brasil (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Recuperado de: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm> Acesso em: 01 out. 2018.

Campos, M. D. (1999). *SULear vs NORTEar: Representações e apropriações do espaço entre emoção, empiria e ideologia*. Rio de Janeiro - RJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro - UNESCO. Recuperado de <http://www.sulear.com.br/texto03.pdf>

Carvalho, J. M. (2012). *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. 15º ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Comunidade Cultural Quilombaquer: História. (2016). Recuperado 28 de agosto de 2018, de <http://comunidadequilombaquer.blogspot.com/p/historia.html>

Dagnino, E. (2000). Cultura cidadania e democracia: a transformação dos discursos e práticas na esquerda latino-americana. In: Alvares, S.; Dagnino, E.; Escobar, A. (Orgs.). *Cultura e política nos movimentos sociais latino-americanos*. Belo Horizonte: Editora UFMG, p. 61-102.

Equipe Mapa Guarani Continental. (2016). *Guarani Continental: Povos guarani na Argentina, Bolívia, Brasil e Paraguai*. Campo Grande - MS: Cimi.

Gomes, C. L., & Amaral, M. T. M. (2005). *Metodologia da pesquisa aplicada ao lazer*. Brasília: SESI/DN.

Gomes, C. L.; Isayama. H. F. (2015). Multiplicidade de olhares sobre o lazer como direito social. In: Gomes, C L.; Isayama. H F. *O Direito social ao lazer no Brasil*. Autores Associados, Campinas – SP.

Jara Holliday, O. (1998). El aporte de la sistematización a la renovación teórico-práctica de los movimientos sociales. In *Seminário Latinoamericano de Sistematización de Práticas de Animación Sociocultural y Participación Ciudadana en América Latina* (p. 1–12). Medellín - Colômbia: ALFORJA.

Jara Holliday, O. (2006). *Para Sistematizar Experiencias*. Revista *INNOVANDO*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Marshall, T. H. (1967) *Classe, cidadania e status*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.

Prefeitura de São Paulo. ([2018a]). *Perus | Prefeitura Regional Perus | Prefeitura da Cidade de São Paulo*. Recuperado 28 de outubro de 2018, de <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/perus/>

Prefeitura de São Paulo B. ([2018b]). Dados demográficos dos distritos pertencentes às Prefeituras Regionais | Secretaria Municipal de Prefeituras Subprefeituras | Prefeitura da Cidade de São Paulo. Recuperado 28 de outubro de 2018, de https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/subprefeituras/dados_demograficos/index.php?p=12758.

Santos, B.S. (2009), "Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes", in Boaventura de Sousa Santos; Maria Paula Meneses (orgs.), *Epistemologias do Sul*. Coimbra: CES/Almedina, 23-71.

Santos, B.S.; Meneses, M. P. (2009), "Introdução", in Boaventura de Sousa Santos; Maria Paula Meneses (orgs.), *Epistemologias do Sul*. Coimbra: CES/Almedina, 9-19.

Santos, F C. (2011). Procurando o lazer na constituinte: sua inclusão como direito social na constituição de 1988. 2011. 178 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física, Unicamp, Campinas – SP.

Streck, D. R., & Adams, T. (2012). Pesquisa em educação: os movimentos sociais e a reconstrução epistemológica num contexto de colonialidade. *Educação e Pesquisa*, 38(1), 243–258. <https://doi.org/10.1590/S1517-97022012005000003>

Waldenez O. -UFSCar Petronilha Beatriz Gonçalves Silva -UFSCar Luiz Gonçalves Junior -UFSCar Aida Victoria Garcia-Montrone -UFSCar Ilza Zenker Joly -UFSCar, M. (2009). PROCESSOS EDUCATIVOS EM PRÁTICAS SOCIAIS: REFLEXÕES TEÓRICAS E METODOLÓGICAS SOBRE PESQUISA EDUCACIONAL EM ESPAÇOS SOCIAIS. In *32a Reunião da Agência Nacional de Pós-Graduação em Educação (ANPEd)* (p. 1–17). Caxambu. Recuperado de <http://32reuniao.anped.org.br/arquivos/trabalhos/GT06-5383--Int.pdf>

Prefeitura de São Paulo B. ([2018b]). Dados demográficos dos distritos pertencentes às Prefeituras Regionais | Secretaria Municipal de Prefeituras Subprefeituras | Prefeitura da Cidade de São Paulo. Recuperado 28 de outubro de 2018, de https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/subprefeituras/dados_demograficos/index.php?p=12758.

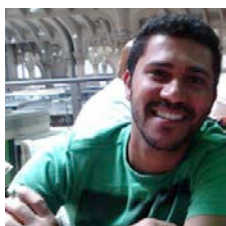
Santos, B.S. (2009), "Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes", in Boaventura de Sousa Santos; Maria Paula Meneses (orgs.), *Epistemologias do Sul*. Coimbra: CES/Almedina, 23-71.

Santos, B.S.; Meneses, M. P. (2009), "Introdução", in Boaventura de Sousa Santos; Maria Paula Meneses (orgs.), *Epistemologias do Sul*. Coimbra: CES/Almedina, 9-19.

Santos, F C. (2011). Procurando o lazer na constituinte: sua inclusão como direito social na constituição de 1988. 2011. 178 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física, Unicamp, Campinas – SP.

Streck, D. R., & Adams, T. (2012). Pesquisa em educação: os movimentos sociais e a reconstrução epistemológica num contexto de colonialidade. *Educação e Pesquisa*, 38(1), 243–258. <https://doi.org/10.1590/S1517-97022012005000003>

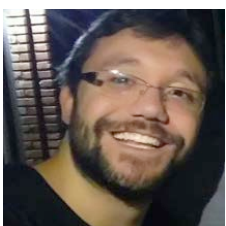
Waldenez O. -UFSCar Petronilha Beatriz Gonçalves Silva -UFSCar Luiz Gonçalves Junior -UFSCar Aida Victoria Garcia-Montrone -UFSCar Ilza Zenker Joly -UFSCar, M. (2009). PROCESSOS EDUCATIVOS EM PRÁTICAS SOCIAIS: REFLEXÕES TEÓRICAS E METODOLÓGICAS SOBRE PESQUISA EDUCACIONAL EM ESPAÇOS SOCIAIS. In *32a Reunião da Agência Nacional de Pós-Graduação em Educação (ANPEd)* (p. 1–17). Caxambu. Recuperado de <http://32reuniao.anped.org.br/arquivos/trabalhos/GT06-5383--Int.pdf>



Maurício Mendes Belmonte

Secretário Geral da Sociedade de Pesquisa Qualitativa em Motricidade Humana (gestão 2017-2019). Iniciou investigação junto ao curso de Doutorado em Educação no ano de 2015, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) recebendo fomento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ). É mestre em Educação (PPGE/UFSCar - 2014) e Licenciado em Educação Física (UFSCar 2011). É educador e coordenador-adjunto voluntário no projeto de extensão universitária Vivências em Atividades Diversificadas de Lazer, da UFSCar. Tem realizado seu engajamento científico-político ancorado nos horizontes das Epistemologias do Sul, observando, em especial, os preceitos da Pedagogia Dialógica, da Ciência da Motricidade Humana, da Filosofia da Libertação e da Fenomenologia Existencial na busca por ampliar seus saberes e experiências no campo do Ócio/Lazer em suas interfaces com a Educação Popular

Secretary General of the Society of Qualitative Research in Human Kinetics (2017-2019 management). Started the investigation in 2015, in the Doctoral course in Education of the Graduate Program in Education (PPGE) at the Federal University of São Carlos (UFSCar), having received financial support from Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ). Has a Master's degree in Education (PPGE/UFSCar – 2014) and a teaching license in Physical Education (UFSCar 2011). Is an educator and volunteering assistant coordinator in the university extension project Vivências em Atividades Diversificadas de Lazer, of UFSCar. Has anchored his scientific-political engagement in the horizons of the Epistemologies of South, in particular the precepts of Dialogical Pedagogy, of the Science of Human Kinetics, of the Philosophy of Liberation and of Existential Phenomenology to expand his knowledge and experiences in the field of Leisure/Entertainment in its relationship with Popular Education.



Bruno Modesto Silvestre

É mestre em Educação Física (2016) pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), instituição pela qual é formado em Educação Física e Ciências Sociais. Atualmente é bolsista de doutorado CNPq em Educação Física (área de concentração Educação Física e Sociedade) na mesma instituição. Possui experiência nas áreas de Sociologia do Lazer, Políticas Públicas em Educação Física, Esporte e Lazer, Educação Física Escolar e Metodologia de Pesquisa em Ciências Humanas. Participa do Grupo de Estudo e Pesquisa em Políticas Públicas e Lazer (GEP³L-Unicamp), do Grupo de Pesquisas Margem e do Comitê Científico do Grupo de Trabalho Temático de Políticas Públicas do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE).

Has a Master's degree in Physical Education (2016) from the State University of Campinas (Unicamp), and an undergraduate degree in Physical Education and in Social Sciences also from this university. Has been granted a doctorate fellowship by CNPq in Physical Education (specialization in Physical Education and Society) at the same institution. Has experience in the fields of Sociology of Leisure, Public Policies in Physical Education, Sports and Leisure, Physical Education in Schools and Research Methodology in the Humanities. Participates in the Study and Research Group on Public Policies and Leisure (GEP³L – Unicamp), of the Margem Research Group and is part of the Scientific Committee of the Thematic Working Group on Public Policies of the Brazilian School of Sports Science (CBCE).







O ACESSO AO LAZER NO BAIRRO DE PERUS - SÃO PAULO, BR

Vieira Júnior, J. A. H.,

Universidade de São Paulo, Brasil

Facini, K. R.,

Universidade de São Paulo, Brasil

Ferreira Júnior, J. R. C.,

Universidade de São Paulo, Brasil

Anton, M.,

Universidade de Ciências Aplicadas de Breda, Holanda

RESUMO

Sabe-se que o lazer é um direito previsto no artigo 6º da Constituição Federativa do Brasil. Porém, há algumas barreiras de acesso ao lazer que dificultam ou impedem que, especialmente grupos menos abastados da sociedade, exerçam seu direito ao lazer. Tendo como exemplo o território do bairro de Perus, situado na cidade de São Paulo, destaca-se a dinâmica de organização comunitária estabelecida pelos moradores locais a fim de apropriar e reapropriar espaços tanto públicos quanto privados para o usufruto do lazer, visto que o poder público não auxilia na promoção do lazer. Neste sentido, é possível citar a Comunidade Cultural Quilombaque como organização representativa da comunidade de Perus, bem como alguns espaços reapropriados (pista de BMX, casa do hip-hop, Cine Teatro Pandora) e apropriados (Fábrica de Cimento de Perus) de forma a oferecer lazer à população do entorno. Assim, conclui-se que a organização comunitária de Perus é relevante para legitimar os interesses da comunidade, inclusive com relação à espaços e atividades de lazer, e para fortalecer laços no âmbito político, educacional, econômico e social na localidade. Porém, no que diz respeito ao lazer nas comunidades, o poder público não deve se ausentar, mas antes promover o bem-estar e garantir desenvolvimento social, urbano, econômico e político da sociedade.

ACCESS TO LEISURE IN THE PERUS NEIGHBORHOOD – SÃO PAULO, BRAZIL

Vieira Júnior, J. A. H.,

University of São Paulo, Brazil

Facini, K. R.,

University of São Paulo, Brazil

Ferreira Júnior, J. R. C.,

University of São Paulo, Brazil

Anton, M.,

Breda University of Applied Sciences,
the Netherlands

CHAPTER SUMMARY

It is known that leisure is a right provided for in Article 6 of the Federal Constitution of Brazil. However, there are some barriers to access to leisure that hinder or prevent, especially disadvantaged groups of society, from exercising their right to leisure. For instance, considering the territory of Perus neighborhood, located in the city of São Paulo, we highlight the dynamics of community organization established by locals in order to take ownership and repossess both public and private spaces for the enjoyment of leisure, since the Government does not assist in the promotion of leisure. In this sense, we can mention the Quilombaque Cultural Community as a representative organization of Perus, as well as some repossessed (BMX track, Casa do Hip-Hop, Cine Teatro Pandora) and possessed (Cement Factory of Perus) spaces, providing leisure to the surrounding population. Thus, we concluded that the community organization of Perus is relevant to legitimate interests of the community, including spaces and leisure activities, and to strengthen bonds in the political, educational, economic, and social spheres of the location. However, regarding leisure in the communities, the Government should not be absent, but promote the well-being and ensure social, urban, economic, and political development of the society in advance.



OBJETIVOS

1. Identificar os espaços apropriados e reapropriados no território do bairro de Perus para o usufruto do lazer.
2. Conhecer a dinâmica de organização comunitária no desenvolvimento dos espaços de lazer no bairro de Perus.
3. Relacionar a produção cultural com as ações da gestão local e do poder público, que evidenciem a importância do direito ao lazer.

PROBLEMA

Sabe-se que o lazer é um direito do cidadão e um dever do Estado, porém ele ainda não é acessado, igualmente por todos, conforme previsto no art. 6º da Constituição da República Federativa do Brasil (Brasil, 1988). Inclusive, a garantia de acesso ao lazer é concebida por meio da implementação de políticas públicas realizadas pelos âmbitos governamentais (municipal, estadual e federal).

Existem alguns fatores que diferenciam o acesso ao lazer, especialmente de grupos sociais menos abastados. No que diz respeito aos espaços de lazer em São Paulo, a distribuição geográfica de bens culturais da cidade se concentra em regiões mais nobres, negligenciando o acesso à uma grande camada empobrecida da sociedade.

O favorecimento de alguns espaços em detrimento de outros para a promoção da cultura é apenas um dos obstáculos existentes para se alcançar o direito ao lazer. Outro problema que afeta as pessoas está relacionado ao fato de a maioria das atrações de lazer ser privatizada, o que apresenta um paradoxo com populações de baixa renda: o lazer é um direito constitucional, mas uma variedade de fatores limita seu acesso e torna desigual sua distribuição (Milke et al, 2015).

Em outras palavras, pode-se entender essas desigualdades como barreiras de acesso ao lazer. De acordo com Marcellino (2006), existem diferentes barreiras, interclasses e intraclasses sociais, que dificultam ou, até mesmo, impedem que os indivíduos exerçam o lazer. Dentre elas, é possível citar algumas, como o sexo, a idade, a formação educacional, a condição financeira, dentre outras.

De fato, o fator econômico é um dos mais expressivos quando se trata de acesso ao lazer. Nas regiões periféricas da cidade, por exemplo, acessar atividades de lazer se torna uma tarefa dificultosa para os moradores locais, pois além de não haver opções dentro da própria comunidade, os espaços culturais disponíveis estão localizados na região central, sendo em sua maioria, privados. Dessa forma, cria-se uma barreira socioeconômica que separa os residentes da periferia – afastados do centro da cidade, sem poder aquisitivo para se locomover e participar de uma atividade de lazer – do seu direito ao lazer.

De maneira geral, nota-se uma carência de espaços e equipamentos de lazer dentro das comunidades. Porém,

OBJECTIVES

1. Identify the possessed and repossessed spaces in the Perus territory for the enjoyment of leisure.
2. Know the dynamics of the community organization in the development of leisure spaces in Perus neighborhood.
3. Relate cultural production to the actions of the local administration and those of the Government, showing the importance of the right to leisure.

ISSUE

It is known that leisure is a citizen's right and a duty of the State, although such is not enjoyed equally by all, as provided for in Art. 6 of the Constitution of the Federative Republic of Brazil (Brasil, 1988). Furthermore, leisure is ensured by implementing public policies undertaken by governmental spheres (municipal, state, and federal).

There are some factors that differ the access to leisure, particularly of disadvantaged social groups. Concerning leisure spaces in São Paulo, the geographical distribution of cultural goods of the city focuses on more noble regions, neglecting the access to a deep impoverished layer of society.

The advantage of some places at the expense of other spaces for promoting culture is just one of the existing obstacles to achieve the right to leisure. Another issue that affects people is related to the fact most leisure attractions are privatized, which constitutes a paradox with low-income populations: leisure is a constitutional right, but a variety of factors limits its access and makes its distribution uneven (Milke et al., 2015).

In other words, we can understand these inequities as barriers to enjoy leisure. According to Marcellino (2006), there are different barriers, social interclasses and intraclasses, that hinder or even prevent individuals from exercising leisure. Among them, we can mention a few, such as sex, age, education, financial condition, among others.

In fact, the economic factor is one of the most expressive when it comes to access to leisure. In the outskirts of the city, for example, enjoying leisure activities becomes a difficult task for local residents, because, besides having no options within the community itself, the available cultural spaces are located in the central region, and most of them are private. Hence, there is a socioeconomic barrier that separates the residents of the outskirts – away from the city downtown, without purchase power for moving about and participating in a leisure activity – from their right to leisure.

Overall, we perceive a lack of leisure spaces and equipment within the communities. However, it is worth

cabe destacar que, mesmo com tal dificuldade de acesso ao lazer, os moradores desses ambientes travam lutas em prol de seus direitos, inclusive quando se trata de garantir-lhes espaços e atividades de lazer – como é o caso do território do bairro de Perus, em São Paulo.

Tendo como base o bairro de Perus e sua representatividade no uso dos espaços para o lazer da própria comunidade, este estudo de caso assume como principais objetivos: identificar os espaços apropriados e reapropriados no território do bairro de Perus para o usufruto do lazer; conhecer a dinâmica de organização comunitária no desenvolvimento dos espaços de lazer no bairro de Perus; e relacionar a produção cultural com as ações da gestão local e do poder público, que evidenciem a importância do direito ao lazer.

CONTEXTO DO ESTUDO DE CASO

O bairro de Perus está localizado ao noroeste da cidade de São Paulo, com uma área de 23,90 km² e um total aproximado de 80.187 habitantes (Prefeitura de São Paulo, 2017).

Anteriormente conhecido como Fazenda Arujá (por volta do século XIX), o bairro passou a se chamar Perus em 1867, mesmo ano de inauguração da estação de Perus, pela São Paulo Railway. De acordo com algumas histórias, o nome do bairro se deve à expressão tupi-guarani *pi-ru*, referenciando a topologia montanhosa da região, ou à influência de uma moradora chamada Nhá-Maria (ou Dona Maria dos perus), que criava perus na região (Ponciano, 2004).

De acordo com Ponciano (2004), o grande fator de crescimento desta região, dá-se com a instalação da Companhia de Cimento Portland, em 1926, experimentando um espantoso crescimento e aumento da migração, tendo por mais de quarenta anos, esta fábrica como esteio financeiro do bairro.

Porém, com o passar dos anos, o bairro de Perus foi se transformando economicamente e vive hoje num contexto de periferia. Conforme Magnani (1984), os habitantes desses locais periféricos são denominados como “classes populares” e possuidores de reivindicações e modalidades de lutas específicas. Tais lutas ocorrem em “movimentos sociais urbanos” que encontram sua expressão política e encaminham suas reivindicações por meio de organizações.

Em Perus, há um exemplo de organização social muito expressiva e digna de nota: a Comunidade Cultural Quilombaque, caracterizada como uma organização não governamental (ONG), sem fins lucrativos, que surgiu em 2005 pela iniciativa de um grupo de jovens residentes no bairro. Com forte envolvimento com a arte, a Quilombaque revelou-se como uma alternativa para o enfrentamento às desigualdades e conquistou rapidamente a participação de jovens inseridos em múltiplas formas de expressões artísticas e culturais. Assim sendo, ela promove o “desenvolvimento humano através da arte, cultura e conhecimento” e alguns de seus conceitos mais

mentioning that, even with such difficulty in accessing leisure, residents of these environments fight for their rights, also when it comes to guaranteeing leisure spaces and activities for themselves – as is the case of the Perus territory, in São Paulo.

Based on Perus neighborhood and its representation in the use of spaces for leisure of the community itself, the main objectives of our case study are the following: identify the possessed and repossessed spaces on the Perus territory for leisure enjoyment; know the dynamics of community organization in the development of the leisure spaces in Perus; and relate the cultural production to the actions of the local administration and the Government that demonstrate the importance of the right to leisure.

CASE STUDY CONTEXT

Perus neighborhood is located Northwest of the city of São Paulo, with an area of 23.90 km² and a total of approximately 80,187 inhabitants (Prefeitura de São Paulo, 2017).

Formerly known as Arujá Farm (around the XIX century), the neighborhood was renamed Perus in 1867, the same year of the inauguration of the Perus train station by São Paulo Railway. According to some stories, the name of the neighborhood is attributed to the Tupi-Guarani phrase “pi-ru,” referring to the mountainous topology of the region, or to the influence of a resident called Nhá-Maria (or Ms. Turkey Maria), who raised turkeys in the area (Ponciano, 2004).

According to Ponciano (2004), the great growth factor of this region was the installation of the *Companhia de Cimento Portland* [Portland Cement Company] in 1926, experiencing an astonishing growth and increase in migration, and for more than 40 years this factory was the financial source of the neighborhood.

However, over the years, Perus neighborhood was economically changing and lies within a suburban context up to date. According to Magnani (1984), inhabitants of these suburbs are deemed “popular classes” and owners of claims and procedures for specific fights. Such struggles occur in “urban social movements” that find their political expression and forward their claims through organizations.

In Perus, there is an example of a very expressive and noteworthy social organization: the Quilombaque Cultural Community (*Comunidade Cultural Quilombaque*), characterized as a non-governmental (NGO) and non-profit organization that was founded in 2005 by the initiative of a group of young residents in the neighborhood. With strong involvement with art, Quilombaque became an alternative for facing inequalities, and quickly encouraged the participation of young people inserted in multiple forms of artistic and cultural expressions. Thus, it promotes “human development through art, culture, and knowledge,” and some of its most important concepts are access to basic

importantes são o acesso a direitos humanos básicos, inclusão social e desenvolvimento territorial (Comunidade Cultural Quilombaquer, 2018).

Ainda que a Quilombaquer represente a comunidade e lute por seus direitos, os moradores do território do bairro de Perus enfrentam barreiras de acesso ao lazer, pois tanto a classe social quanto a renda são identificadas como fatores dificultadores em atividades de lazer. Como aponta uma pesquisa realizada com populações brasileiras, há uma grande discrepância entre o lazer que as pessoas querem realizar e o lazer que elas podem realizar (Uvinha et al, 2017). Além disso, outras dificuldades no acesso ao lazer podem surgir pelas limitações dos espaços de lazer disponíveis para a população e do fato de que há uma demonstração de pouco investimento governamental em relação a esses lugares.

Visto que o poder público não auxilia na promoção do lazer à essas áreas da cidade e que os moradores da periferia não possuem poder aquisitivo para usufruir de atividades de lazer fora de seu bairro, a comunidade de Perus tomou iniciativa e (re)apropriou diferentes espaços (públicos e privados) dentro de seu território, para fins de lazer.

STAKEHOLDERS

Os agentes interessados no processo de apropriação e reapropriação do espaço para o lazer no território do bairro de Perus são a própria comunidade local, a Quilombaquer, as iniciativas privadas e as entidades públicas. Visto que têm interesses em comum, tais agentes podem estabelecer parcerias.

As parcerias com instituições e entidades, sejam públicas ou privadas, são fundamentais para consolidar informações e formações histórico-culturais da comunidade. Assim, os moradores podem aprender e ensinar sobre cultura e território, fortalecendo as relações que são estabelecidas para o desenvolvimento territorial, com ideias e elaboração de projetos na compreensão de reconhecimento e reapropriação do espaço, tornando-os cada vez mais pertencentes, reforçando a importância da participação e voz ativa à frente dos desafios e possibilidades enfrentadas no cotidiano.

A comunidade de Perus mediada pela Quilombaquer, já estabeleceu algumas parcerias públicas e privadas que resultaram em ações positivas para a localidade. Como exemplos de ações construídas com entidades públicas, pode-se citar a criação do estatuto, o oferecimento de cursos de extensão pela Universidade de São Paulo (USP) e a elaboração lei da periferia pelos coletivos da mesma.

No que diz respeito às parcerias privadas, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) merece destaque, visto que ofereceu cursos profissionalizantes e capacitação a partir das atividades que a comunidade já executa, ou seja, melhorando a qualidade do serviço local.

Esse diálogo e parceria vêm através do forte processo de organização comunitária que se estabelece em Perus,

human rights, social inclusion, and territorial development (Comunidade Cultural Quilombaquer, 2018).

Although Quilombaquer represents the community and fights for its rights, residents of Perus face barriers of access to leisure, since both social class and income are identified as factors hindering leisure activities. As authors of a survey on Brazilian populations point out, there is a great discrepancy between leisure people want to enjoy and that which they can enjoy (Uvinha et al., 2017). In addition, other difficulties in access to leisure can emerge by the limitations of leisure spaces available for the population and the fact that there is a demonstration of little investment on the part of the Government in such places.

Since the Government does not assist in the promotion of leisure to these areas of the city, and the residents of the suburbs have no purchase power to enjoy leisure activities outside their neighborhood, the Perus community took the lead and (re)possessed different spaces (public and private) within their territory for leisure purposes .

STAKEHOLDERS

Agents interested in the process of possessing and repossessing spaces for leisure in the territory of Perus neighborhood are the local community itself, the Quilombaquer, private initiatives, and public authorities. Since such share common interests, these agents can establish partnerships.

Partnerships with institutions and entities, whether public or private, are paramount to consolidate information and historical and cultural backgrounds of the community. Hence, residents can learn and teach about culture and territory, strengthening relationships that are established for territorial development, with ideas and writing projects on the recognition and understanding of repossessing the space, making them increasingly belonging, reinforcing the importance of participation and active voice before the challenges and opportunities faced in the everyday life.

The Perus community, mediated by Quilombaquer, has already established some public and private partnerships that resulted in positive actions for the site. As examples of actions taken with public entities, we can mention the creation of the status, provision of extension programs by the University of São Paulo (USP), and the development of the outskirts law by collectives of such institution.

Regarding private partnerships, the *Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial* (SENAC) is noteworthy, since it provided vocational and training programs based on the activities that the community already performs, that is, improving the quality of the local service.

Such dialogue and partnership emerge through the strong community organization process established in

possibilitando um fácil acesso a essas instituições que contribuem com ações e apoio ao lazer e qualidade de vida. O conjunto de elementos e possibilidades culturais e históricas, proporciona uma visibilidade para que outras instituições possam construir esse laço de parceria, para futuras ações mais específicas na comunidade.

ABORDAGEM E O IMPACTO

Conforme constata-se, os sujeitos devem criar e recriar suas manifestações cotidianas durante o lazer, produzindo cultura e não apenas reproduzindo, o que tem demonstrado avanços em movimentos sociais organizados, em minorias sociais e práticas urbanas onde a fruição do lazer e a apropriação ocorrem por meio de disputas de significados que defrontam a massificação homogeneizadora (Amaral, 2009).

Em Perus, a Quilombaque vem se destacando na mobilização e conscientização popular por diversos meios, além de dar suporte e intermediação quando necessário, em apropriações e reapropriações do espaço para o usufruto do lazer da comunidade. Logo, pode-se afirmar que a Comunidade Cultural Quilombaque tem como prioridade, o desenvolvimento de espaços de lazer “para” e “pela” comunidade.

Segundo Silva et al. (2011, p. 19), deve-se considerar e compreender o espaço público como “[...] um espaço de deliberação conjunta por meio da qual os indivíduos, na medida que são capazes de ação e opinião, tornam-se responsáveis pelas questões que se referem ao destino comum”.

De acordo com a vivência dos pesquisadores no bairro de Perus, entende-se que há uma distinção entre apropriação e reapropriação dos espaços, sejam públicos e/ou privados, na percepção dos moradores locais. Assim, a *apropriação* do espaço se refere em apoderar-se do que é alheio, portanto de um espaço privado. Já a *reapropriação* se caracteriza em tomar posse daquilo que já “lhes pertence”, ou seja, retomar a utilização de um espaço público, dando a mesma ou outra finalidade nesta utilização.

Neste sentido, existem alguns espaços dentro do território de Perus que foram apropriados e reapropriados pela comunidade para o exercício de atividades no tempo livre, bem como aqueles que já foram construídos, especificamente, com essa mesma função, como é o caso da Biblioteca Padre José de Anchieta (figura 1). Sendo reconhecida como espaço educativo e de lazer, e como narrativa legítima do passado dos atores sociais de Perus, a biblioteca integra os moradores ao acesso, à informação e às ações culturais. Logo, a memória coletiva atua como elemento constituinte de uma identidade social. Assim, nesse espaço a memória vai para além de lembrança de um passado e aponta para as potencialidades de um futuro que se deseja construir. Através do conjunto de objetos culturais, materiais e imateriais herdados pelos contemporâneos, passa a constituir o patrimônio histórico das comunidades.

Perus, enabling easy access to these institutions that contribute with actions and support to leisure and quality of life. The set of elements and cultural and historical opportunities provides visibility in such a way other institutions can create this bond of partnership for future and more specific actions in the community.

APPROACH AND IMPACT

As noted, individuals must create and recreate their daily demonstrations during leisure, producing culture and not only reproducing it, which have demonstrated advances in organized social movements, social minorities, and urban practices in which the leisure enjoyment and ownership occur through meaning disputes against the homogeneous standardization (Amaral, 2009).

In Perus, Quilombaque has been excelling in the popular mobilization and awareness by several means, in addition to supporting and intermediating, when necessary, possessing and repossessing of spaces for leisure enjoyment of the community. Therefore, we can say that the Quilombaque Cultural Community has the development of leisure spaces “to” and “by” the community as priority.

According to Silva et al. (2011, p. 19), we must consider and understand the public space as “[...] a joint deliberation space by which individuals, to the extent they are capable of action and opinion, become responsible for questions relating to a common purpose.”

According to the experience of researchers in the Perus neighborhood, it is understood that there is a distinction between *ownership* and *repossessing* of spaces, whether public and/or private, in the perception of local residents. Thus, *ownership* (or *possessing*) of the space means to possess what is oblivious to, therefore, a private space. On the other hand, *repossessing* is characterized as possessing what already “belongs to you,” there is, resuming the use of a public space, attributing the same or another purpose in doing it so.

In this sense, there are some spaces within the Perus territory that were possessed and repossessed by the community for exercising leisure, as well as those that have already been built specifically for this purpose, as is the case of Padre José de Anchieta library (Figure 1). Being recognized as an educational and recreational space, and as a legitimate narrative of the past of social actors of Perus, the library integrates the residents to the access to information and cultural actions. Hence, collective memory works as a constituting element of a social identity. Moreover, in this space memory goes beyond a remembrance of the past, and indicates the potential of a promising future to be planned. Through the set of cultural objects, material and immaterial inherited by contemporaries, it constitutes the historical heritage of the communities.

Figura 1 – Biblioteca Padre José de Anchieta / Figure 1 – Padre José de Anchieta Library

Fonte: Imagem registrada pelos autores em agosto de 2018. / Source: Image captured by the authors in August 2018.



Com relação aos espaços reapropriados, destacam-se: a Pista de BMX, a Casa do Hip-Hop e o Cine Teatro Pandora - Ocupação Artística Canhoba. Já como espaço apropriado, a Companhia de Cimento Portland Perus - Fábrica de Cimento de Perus. Em cada um desses espaços são executadas diferentes atividades de lazer, nos quais pode-se identificar alguns interesses culturais do lazer (Dumazedier, 1980).

Em Perus, a reapropriação dos espaços em total abandono e descaso é uma realidade que acontece pela resistência dos atores sociais através das artes, como forma de dar vida e oportunidades para crianças, jovens e adultos da localidade. Com isso, o espaço se mostra como um desafio e também uma necessidade.

Como consta na figura 2, a Pista de BMX é considerada um espaço de reapropriação do espaço público, pois o terreno faz parte do Centro Educacional Unificado (CEU) e durante a primeira diretoria da unidade, os praticantes da modalidade construíram esta pista. Segundo informações dos próprios moradores, o primeiro diretor era do bairro e tinha uma conceituação de que o espaço era para a comunidade e deixou com que utilizassem do espaço. Já as demais diretorias não se importaram com a utilização do local.

Ainda que não exista qualquer ajuda ou custeio governamental para a manutenção da pista de BMX, ela continua a ser realizada pelos próprios praticantes e utilizadores do espaço, a fim de manter a prática deste conteúdo cultural (do lazer) físico-esportivo (Dumazedier, 1980).

O segundo espaço é a Casa do Hip-Hop (figura 3), a qual se constitui um importante espaço de acesso ao lazer em Perus. Seu surgimento se deu através da reapropriação de um espaço público que se encontrava inutilizado e hoje é um local de plena expressão cultural da comunidade.

Regarding repossessed spaces, we highlight: BMX track, Casa do Hip-Hop, and Cine Teatro Pandora – Ocupação Artística Canhoba. On the other hand, as a possessed space, we mention the Companhia de Cimento Portland Perus – Fábrica de Cimento de Perus [Cement Factory of Perus]. In each of these spaces different leisure activities are undertaken, in which we can identify some cultural leisure interests (Dumazedier, 1980).

In Perus, the repossessing of completely abandoned and neglected spaces is a reality achievable by the resistance of social actors through the arts as a way to give life and opportunities for children, young people, and adults living in the neighborhood. Thus, the space consists in a challenge and also a necessity.

As we show in Figure 2, the BMX Track is considered a space repossessed from the public space, because the land is part of the Unified Educational Center (*Centro Educacional Unificado* – CEU), and during the first coordination of the unit, practitioners of the sport built this track. According to the locals, the first headmaster was from the neighborhood and believed that the space was for the community, and he allowed the space to be used. As for the other departments, they did not mind that the space was used.

Even with no governmental aid or funding for the maintenance of the BMX track, such continues to be carried out by practitioners and users of the space, in order to maintain the practice of this physical and sportive cultural content (leisure) (Dumazedier, 1980).

The second space is Casa do Hip-Hop (Figure 3), which is an important place for access to leisure in Perus. It emerged through the repossessing of a public space that was unusable, and today is a place of effective cultural expression of the community.

Figura 2 – Centro Educacional Unificado - CEU (Pista de BMX) / Figure 2 – Unified Educational Center – CEU (BMX Track)

Fonte: Imagem registrada pelos autores em agosto de 2018. / Source: Image captured by the authors in August 2018.



Segundo Stoppa (2005), o hip-hop também é conhecido como a cultura das ruas, sendo configurado pela presença de diversos elementos da indústria cultural. É um movimento que se apropria de formas artísticas, como o estilo, que constitui uma identidade que também pode ser colocada junto à resistência, um espaço de expansão da cidadania que inclui direitos, como o lazer, por exemplo, questionando as injustiças sociais e renegociando a busca de “[...] apropriações que permitam a inserção de participantes discriminados ou não na sociedade” (p. 52).

Para o autor:

[...] o local é de fundamental importância para o desenvolvimento da identidade coletiva, pois é através dele que a vida assume significados cotidianos específicos. Assim, a influência do local, no movimento hip-hop, dá-se a partir dos elementos e dos estilos de vida a ele associados, reelaborados a partir da cena global (p. 58).

Como terceiro espaço analisado na comunidade de Perus, encontra-se o Cine Teatro Pandora – Ocupação Artística Canhoba (figura 4). Além de ser um equipamento cultural, é também um espaço democrático de resistência. Por meio dele se propaga a fruição do lazer e incentivo à educação e à cultura, reforçando a luta das mais diversas formas, através de peças, espetáculos, curtas, etc. desde a ocupação do espaço público até os movimentos culturais, contribuindo para o confronto dos processos socioculturais que constituem o lazer e a cidade.

Anteriormente abandonado, este espaço público era utilizado por usuários para o consumo de drogas e fora palco de casos de violência. Embora houvesse uma má utilização deste local, os moradores de Perus não permitiram que a Prefeitura de São Paulo o demolisse, como “resolução” do problema ali existente, mas antes, reapropriaram-no, ressignificando-o e tornando-o espaço para inúmeras manifestações culturais e artísticas. Foi

According to Stoppa (2005), hip-hop is also known as the culture of the streets, and is characterized by the presence of several elements of the cultural industry. It is a move that considers artistic forms, such as style, which consists in an identity that can also be placed together with resistance, a space for broadening citizenship that includes rights, such as leisure, for example. In addition, it questions social injustices and rethink the search for “[...] appropriations that allow the insertion of participants discriminated or not in society” (p. 52).

For the author:

[...] the location is of paramount importance for the development of a collective identity, because it is through it that life takes on specific everyday meanings. Thus, the influence of the place, in the hip-hop movement, emerges from the elements and lifestyles related to it, redesigned from the global sphere (p. 58).

The third space we analyzed in Perus was the Cine Teatro Pandora – Ocupação Artística Canhoba (Figure 4). In addition to being a cultural facility, it is also a democratic space of resistance. Through it, the enjoyment of leisure and incentive to education and culture are propagated, reinforcing the struggle in different ways, through plays, performances, short films, etc., from the occupation of a public space to cultural movements, contributing to the confrontation of sociocultural processes that constitute the leisure and the city.

Previously abandoned, this public space was used for drug use and acts of violence. Although there was a misuse of such place, residents of Perus did not allow the City Hall of São Paulo to demolish it, deemed as the “solution” for the problem, but repossessed the site, resignifying it, and turning it into a space for several cultural and artistic manifestations. That was how Cine Teatro Pandora emerged, from the partnership between residents and

Figura 3 – Casa do Hip-Hop / Figure 3 – Casa do Hip-Hop

Fonte: Imagem registrada pelos autores em agosto de 2018. / Source: Image captured by the authors in August 2018.



assim que o Cine Teatro Pandora veio à existência, a partir da parceria entre os moradores e os membros do Grupo Pandora de Teatro, no ano de 2016, permanecendo até hoje com o apoio e investimento do governo (Grupo Pandora de Teatro, 2018).

É interessante destacar que o Cine Teatro Pandora, além de oferecer peças teatrais diversas, muitas delas relacionadas a história e aos problemas presentes no bairro de Perus, também faz transmissão de filmes e vídeos através de recursos audiovisuais disponibilizados no próprio local, e promove oficinas de teatro, totalmente abertas ao público (Grupo Pandora de Teatro, 2018).

Partindo para a exemplificação de espaço apropriado em Perus, pode-se mencionar a Companhia de Cimento Portland Perus, mais conhecida como Fábrica de Cimento de Perus. Inaugurada em 1924, a Companhia, durante um longo tempo, foi importante para o fornecimento de cimento, principal matéria-prima para a construção de imóveis, casas, prédios etc. (Movimento pela Fábrica de Perus, 2018). Desativada desde 1986, a fábrica permanece abandonada, porém seu entorno foi ressignificado para a prática de algumas atividades de lazer, como o Mountain Bike e o Le Parkour (figura 5).

Por se tratar de um amplo espaço há muito tempo sem utilização, a Fábrica de Cimento de Perus se transformou, deixando de ser uma área anteriormente destinada ao trabalho, para se tornar um espaço para o usufruto do lazer. Além disso, esta constante utilização do terreno da antiga fábrica de cimento, tanto para o Mountain Bike quanto para o Le Parkour, mantém viva a história de Perus e evita que este espaço se torne um “não-lugar”, portanto, um local “[...] do qual ninguém faz verdadeiramente parte” (Sá, 2014, p. 211).

Por fim, entende-se que esses espaços apropriados e reapropriados para o exercício do lazer são relevantes na vida cotidiana dos moradores de Perus, pois atendem à demanda por diferentes atividades ou interesses culturais do lazer, contribuindo para o desenvolvimento pessoal e social dos indivíduos (Dumazedier, 1980; Marcellino, 2006).

members of the Pandora Drama Club, in 2016, remaining until today with government support and funding (Grupo Pandora de Teatro, 2018).

It is noteworthy that Cine Teatro Pandora, in addition to providing several plays, many of them related to the history and the problems of Perus, also shows films and videos by the audiovisual resources available on the site itself, and promotes theater workshops, fully open to the public (Grupo Pandora de Teatro, 2018).

To illustrate a repossessed space in Perus, we can mention the Companhia de Cimento Portland Perus, better known as the Cement Factory of Perus. Founded in 1924, the company, for a long time, was important for the supply of cement, main raw material for the construction of buildings, houses, etc. (Movimento pela Fábrica de Perus, 2018). Closed since 1986, the factory remains abandoned; however, its surroundings has been ressignified for some leisure activities such as Mountain biking and Le Parkour (Figure 5).

Since it is a large space with no use for a long time, the Cement Factory of Perus has changed into a space for the enjoyment of leisure, no longer being an area previously destined to work. Furthermore, this constant use of the territory of the former cement factory, both for Mountain biking and Le Parkour, keeps the history of Perus alive and prevents this space from becoming a “non-place,” therefore a place “[...] where no one is truly part of” (Sá, 2014, p. 211).

Finally, we understand that these spaces, possessed and repossessed for leisure, are relevant to the everyday life of the residents of Perus, because such meet the demand for different activities or cultural leisure interests, contributing to the personal and social development of individuals (Dumazedier, 1980; Marcellino, 2006).

Figura 4 - Ocupação Artística Canhoba (Cine Teatro Pandora)
Figure 4 – Ocupação Artística Canhoba (Cine Teatro Pandora)

Fonte: Imagem registrada pelos autores em agosto de 2018. / Source: Image captured by the authors in August 2018.



Figura 5 – Fábrica de Cimento de Perus (Mountain Bike e Le Parkour)
Figure 5 – Cement Factory of Perus (Mountain biking and Le Parkour)

Fonte: Imagem registrada pelos autores em agosto de 2018. / Source: Image captured by the authors in August 2018.



LIÇÕES APRENDIDAS

Tendo em vista que o poder público se isenta da responsabilidade de prover lazer à sociedade, principalmente, às comunidades nas periferias, é que o bairro de Perus cria novos projetos e equipamentos de lazer, ocupando espaços e realizando parcerias. Sem dúvidas, a organização comunitária entre os moradores de Perus é um modelo a ser seguido por outros grupos sociais.

A crescente luta e resistência dos grupos sociais de Perus pelo reconhecimento de sua identidade tem relativizado os discursos sobre as dinâmicas de organização comunitária diante do contexto sociocultural. Como aponta Stuart (1986), a inclusão de novos discursos identitários, contribui para a constituição da organização interna política, econômica e cultural.

A organização comunitária tem um processo primordial para criação de diálogos e participação dos moradores da localidade, tornando-se indispensável para que a comunidade alcance autonomia para tomada de decisões. Essa dinâmica de relação comunitária organizacional

LEARNED LESSONS

Considering that the Government disclaims the responsibility of providing leisure to society, especially to suburban communities, the Perus neighborhood creates new projects and leisure facilities, occupying spaces and establishing partnerships. Undoubtedly, the community organization between residents of Perus is a model to be followed by other social groups.

The increasing struggle and resistance of social groups of the neighborhood for the recognition of their identity has been making the discourses about the dynamics of the community organization relative, considering the sociocultural context. As Stuart (1986) mentions, the inclusion of new identity discourses contributes to the establishment of the internal, political, economic, and cultural organization.

Community organization consists in a primordial process for creating dialogues and participation of the residents of the place, making it essential for the community to achieve autonomy for decision-making. This dynamic organizational community relationship favors internal

conduz a facilitação dos processos internos, tais como a realização das manifestações culturais, através de assembleias, reuniões e grupos para planejamentos específicos na produção cultural no desenvolvimento local.

Nessa perspectiva, o lazer é um campo fundamental para agregar valores e uma maior visibilidade para o incentivo das práticas culturais na comunidade de Perus, pois permite analisar as relações socioculturais que envolvem os moradores da localidade, contribuindo para identificar pontos importantes a serem investigados e planejados.

Esses aspectos levam à identificar a importância das relações entre os moradores para constituírem uma dinâmica interna organizacional, onde os mesmos se mobilizam para desenvolver ações acerca das produções culturais e, conseqüentemente, fortalecem laços no âmbito político, educacional, econômico e social na localidade.

A ação comunitária é uma alternativa operacional nas políticas de lazer, entendida como esforço de mobilização, organização e capacitação da população em busca da co-gestão entre grupos comunitários e o poder público, na prática de lazer e, conseqüentemente, da autonomia. Para que essa ação gere as transformações desejadas, é preciso valorizar a participação consciente, crítica e criativa do sujeito no lazer. Esse processo geralmente passa por três etapas: a primeira é despertar a consciência para a necessidade de mudança; a segunda, transformar a necessidade em disposição e ação propriamente dita e, como terceiro passo, provocar mudanças cognitivas, de ação, de comportamento e, enfim, de valores (Bonalume, 2004, p. 167).

Nessa conjuntura, compreende-se a importância da forma de organização comunitária, pois conforme nota-se, o território do bairro de Perus constituiu uma forma de organização própria para suprir a demanda dos moradores perante as dificuldades que os mesmos enfrentam no cotidiano, e também a ausência do poder público com incentivos para o desenvolvimento sociocultural da comunidade. Possibilita uma relação direta com os moradores de Perus (organização interna) e também um diálogo externo com outras instituições que podem contribuir para o desenvolvimento cultural e territorial de Perus.

Destaca-se essa forma de organização no sentido de reconhecer e até legitimar os interesses da comunidade, vendo-a como sujeito político e corresponsável pelos processos decisórios para tornar possível o desenvolvimento de ações dentro da localidade (Coutinho, 1992).

Apesar de a comunidade construir sua própria forma de organização, não substitui o papel do poder público. Cabe aqui destacar que, o incentivo e apoio é obrigação do Estado, pois este é responsável pelo bem-estar social e deve, por meio das políticas públicas, garantir além do desenvolvimento social, urbano, econômico e político

processes, such as organizing cultural events, through assemblies, meetings, and groups for specific planning concerning cultural production in the local development.

In this perspective, leisure is a paramount field for adding value and greater visibility for the encouragement of cultural practices in the Perus community, since it allows analyzing the sociocultural relations involving the residents of the neighborhood, contributing to identify important points to be investigated and planned.

These aspects enable us to identify the importance of relationships between the residents to constitute an internal organizational dynamic, in which they mobilize themselves to develop actions concerning cultural productions and, consequently, to strengthen bonds in the political, educational, economic, and social context in the location.

Community action is an alternative for leisure policies, understood as a mobilization effort, organization, and training of the population in search of co-management between community groups and public authorities for leisure and, consequently, autonomy. For this action to generate the aimed transformations, we need to value the conscious, critical, and creative participation of individuals at leisure. This process usually goes through three stages: the first is developing the consciousness of the need for change; the second, turning the need into disposition and action itself; and the third, causing cognitive changes of action, behavior, and, finally, values (Bonalume, 2004, p. 167).

Hence, we understand the importance of the way the community is organized, since, as we can perceive, the Perus territory constituted a form of own organization to meet the demand of the residents in the face of difficulties faced by them in their everyday life, and also the lack of the Government with incentives for the cultural development of the community. It allows a direct relationship with the residents of Perus (internal organization) and also an external dialogue with other institutions that may contribute to the cultural and territorial development of Perus.

We highlight this form of organization in the sense of recognizing and even legitimizing the community's interests, considering it as a political subject and co-responsible for decision-making to enable the development of actions within the locality (Coutinho, 1992).

Although the community creates their own form of organization, it does not replace the role of the Government. It is worth mentioning that incentives and support are an obligation of the State, because such is responsible for social welfare and must, by public policies, ensure, in addition to social, urban, economic, and political

da sociedade, o cumprimento dos direitos sociais da população.

Para Marcellino (2002), requer no âmbito municipal, incentivar e participar das discussões e ações que envolvam a questão de modo amplo, junto aos órgãos de classe e outros setores constituídos da sociedade civil. Cabendo a estes grupos serem agentes catalizadores que aumentem o contato e a interface das comunidades com os poderes públicos em cumprimento das funções as quais foram eleitos: garantir o bem público coletivo.

O mais importante para a efetivação de facilidades de acesso ao lazer é não se perder de vista a responsabilidade e envolvimento do Estado no processo de garantia dos direitos sociais, que segundo Melo (2009), pode contar com o apoio e colaboração de diversas organizações, porém não pode ser substituído. Cabe a estes grupos serem agentes catalizadores que aumentem o contato e a interface das comunidades com os poderes públicos em cumprimento das funções as quais foram eleitos: garantir o bem público coletivo.

Lorentzen (2013) explana que a mudança de conteúdo das políticas europeias, visando uma compreensão mais ampla da cultura que envolve atividades de lazer e entretenimento para os seguimentos mais amplos da população, melhoraram a qualidade das experiências de lazer urbanas, dando qualidade à oferta de atividades de lazer, identidade e atmosfera das cidades. Isto através de uma alta mobilidade e conectividade com os lugares mais periféricos mergulhando no mercado de demanda de especialidades de lazer.

Amaral (2009) aponta um modelo de gestão que tenha uma maior participação da população, em um relacionamento entre Estado e sociedade civil que dê abertura à um constante aperfeiçoamento a partir de bases que desenvolvam processos de autonomia, de enfrentamento da realidade e que conseqüentemente acrescentem indicadores que construam a cidadania. Um projeto de governabilidade que se “[...] contraponha ao discurso neoliberal de ineficiência do Estado e da proposta de redução do funcionalismo” (p. 45), realizando uma mudança na estrutura estatal e adote procedimentos construtivos, em transformações embasadas na cultura democrática, cidadã e que amplie os direitos sociais.

Para a autora:

Seus principais eixos são: a articulação, a ampliação de abrangência, a diversificação e a descentralização (não aquela que promove à perda da identidade política e que designa responsabilidades a sociedade sem lhes promover condições estruturais e orçamentárias, aqui estou me referindo à descentralização de poder), sendo que a participação da população é central para a sua definição. A articulação vem sendo construída pela intersectorialidade ou, em alguns casos, pela adoção da matricialidade na gestão (Amaral, 2009, p. 45).

Conforme Lorentzen (2013), na Dinamarca houve um incentivo governamental para as economias regionais

development of the society, the fulfilment of the social rights of the population.

According to Marcellino (2002), in the municipal scope, it must broadly encourage and participate in the discussions and actions involving the issue, together with official boards and other sectors of the civil society. And these groups should be catalyst agents that increase the contact and interface of communities with public authorities in compliance with the functions to which they were elected: to ensure the collective public welfare.

The most important thing for implementing and enabling the access to leisure is not to lose sight of the responsibility and involvement of the State in the process of ensuring social rights, which, according to Melo (2009), can count on the support and collaboration of several organizations, but cannot be replaced. These groups should be catalyst agents that increase the contact and interface of communities with public authorities in compliance with the functions to which they were elected: to ensure the collective public welfare.

Lorentzen (2013) analyzes that the change of content in European policies, aiming at a wider understanding of culture involving leisure and entertainment activities to broader segments of the population, have improved the quality of urban leisure experiences, enhancing the quality of the provision of leisure activities, identity, and atmosphere of the cities. This occurs through a great mobility and connectivity with suburban places entering in the market of specificities of leisure demand.

Amaral (2009) points to a management model with greater participation of the population, in a relationship between State and civil society that enables the constant improvement from bases that develop processes of autonomy, confront the reality, and that consequently add indicators to create citizenship. A project of governability that “[...] is opposed to the neoliberal discourse of inefficiency of the State and the proposal for reduction of functionalism” (p. 45), making a change in the State structure and adopting constructive procedures in transformations based on democratic, citizen culture and that expand social rights.

For the author:

Its main segments are: articulation, expansion of coverage, diversification, and decentralization (not that which promotes the loss of political identity and delegates responsibilities to society without promoting structural and financial conditions, here I am referring to the decentralization of power), considering the participation of the population essential to its definition. The articulation has been created by the intersectoriality or, in some cases, by the adoption of centrality in the management (Amaral, 2009, p. 45).

According to Lorentzen (2013), in Denmark there was a Government incentive for regional and local economies,

e municipais, principalmente nas periferias, sendo o lazer uma das estratégias importantes para trabalhar o patrimônio cultural através do ideal de “economia de ideias” que foram traduzidas pelo autor como “cultura, lazer e economia” das experiências nas estratégias utilizadas. Na cidade de Vesthimmerland houve um foco em lazer e recreação, dando melhor conexão e acesso às áreas de lazer, além da melhoria de oferta de cultura.

Além dessas mudanças de experiências, ocorreram mudanças institucionais e de governança, com alterações não somente em estratégias de planos, mas estabelecendo novos departamentos e posicionamentos dentro das organizações municipais, onde:

O campo de lazer, cultura e economia de experiência é institucionalmente dividido entre os departamentos de crianças e jovens (lazer e cultura) como serviço social, incluindo bibliotecas públicas, escolas de continuação ou museus locais, enquanto a economia de experiência está ligada principalmente ao turismo e negócios. seções de desenvolvimento. Novas formas de governança se desenvolvem no campo do lazer, cultura e experiência. Projetos, subsídios e parcerias caracterizam o campo e envolvem parceiros de negócios e representantes da sociedade civil. O trabalho voluntário deve gerar ideias inovadoras para projetos e fornecer mão de obra para a sua concretização. O setor privado é convidado a contribuir para o desenvolvimento de projetos emblemáticos caros. Grupos de projetos são formados para buscar financiamento do nível municipal, regional, nacional ou europeu (Lorentzen, 2013, p. 7).

Portando, pode-se perceber a relevância histórica que Perus possui junto à cidade de São Paulo, destacando a mobilização dos moradores engajados em movimentos sociais apoiados pela Quilombaque, que além de realizar um resgate histórico deste bairro, fortalece as culturas negra, africana, LGBTQ+, da periferia em geral. A Quilombaque construiu o significado de sua identidade social pela memória que carrega e compõe seus atributos socioculturais. A população deste bairro mostra sua diferenciação pela demonstração pela luta de seus direitos numa atuação conjunta por melhorias necessárias e abrangências de seus desejos para maiores e melhores espaços de lazer. Isso é evidenciado pelos exemplos aqui colocados, que fortalecem a reocupação de espaços abandonados ou sem utilização, de forma que ofereçam cultura e lazer à toda população, com ativas participações em eventos que envolvam o seu entorno.

QUESTÕES DE DISCUSSÃO

1. As comunidades residentes nas periferias têm acesso ao lazer?
2. Como as comunidades podem se organizar para garantir o acesso ao lazer?
3. Qual é o papel do poder público para o desenvolvimento do lazer nas regiões periféricas da cidade?

mainly in the outskirts, and leisure was deemed as one of the strategies important to deal with the cultural heritage, through the ideal of “economy of ideas” that were translated by the author into “culture, leisure, and economy” of the experiences in the used strategies. In the city of Vesthimmerland there was a focus on leisure and recreation, enabling a greater connection and access to leisure areas in addition to improving the provision of culture.

In addition to these changes, many institutional and governance changes occurred, not only concerning planning strategies, but establishing new departments and positions within the municipal organizations, in which:

The field of leisure, culture, and experience economy is institutionally divided between the departments of children and young people (recreation and culture) as social services, including public libraries, training schools, or local museums, whereas the experience economy is linked mainly to tourism and business, development sections. New forms of governance are developed in the field of leisure, culture, and experience. Projects, grants, and partnerships compose the field and involve business partners and representatives of civil society. Volunteer work must generate innovative ideas for projects and provide workforce for their implementation. The private sector is invited to contribute to the development of expensive and emblematic projects. Project groups are formed to seek funding for the municipal, regional, national, or European scope (Lorentzen, 2013, p. 7).

Therefore, we can perceive the historical significance Perus has together with the city of São Paulo, emphasizing the mobilization of residents engaged in social movements supported by Quilombaque, which, in addition to resuming this historic neighborhood, strengthens the black, African, and LGBTQ+ cultures of the suburb as a whole. Quilombaque grasped the meaning of its social identity with the memory it carries and its sociocultural attributes. The population of this neighborhood outstands for the fight for their rights in a joint effort toward necessary improvements and which comprehends its needs for more and better leisure spaces. This is evidenced by the examples given in this article, which strengthen the repossessing of abandoned or unused spaces, in order to provide culture and leisure to the entire population, with active participation in events that involve its surroundings.

DISCUSSION QUESTIONS

1. Do communities in the outskirts have access to leisure?
2. How communities can be organized to ensure access to leisure?
3. What is the role of the Government for developing leisure in the outskirts of the city?

REFERÊNCIAS

- Amaral, S. C. F. (2009). Lazer e Políticas Públicas – um olhar sobre a periferia. In M. B. Monteiro & C. Dias (Eds.), *Lazer e Periferia: Um olhar a partir das margens* (pp. 37–48). Rio de Janeiro, RJ: Instituto Usina Social.
- Brasil. Constituição da República Federativa do Brasil, Presidência da República. Casa Civil § (1988). Retrieved from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm.
- Comunidade Cultural Quilombaque. (2018). Comunidade Cultural Quilombaque: História. Retrieved September 3, 2018, from <http://comunidadequilombaque.blogspot.com/p/historia.html>.
- Dumazedier, J. (1980). *Valores e conteúdos culturais do lazer: planejamento de lazer no Brasil*. São Paulo, SP: SESC.
- Lorentzen, A. B. (2013). The experience turn of the Danish periphery: The downscaling of new spatial strategies. *European Urban and Regional Studies*, 20 (4), 460–472. <https://doi.org/10.1177/0969776412441192>.
- Magnani, J. G. C. (1984). *Festa no Pedaco: Cultura popular e lazer na cidade*. São Paulo, SP: Brasiliense.
- Marcellino, N. C. *Estudos do lazer: uma introdução*. 4.ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.
- Melo, V. A. de. (2009). Lazer como ferramenta de ação social. In M. B. Monteiro & C. Dias (Eds.), *Lazer e Periferia: Um olhar a partir das margens* (pp. 18–36). Rio de Janeiro, RJ: Instituto Usina Social.
- Milke, G. I., Malta, D. C., Sá, G. B. A. R. de, Reis, R. S., & Hallal, P. C. (2015). Diferenças regionais e fatores associados à prática de atividade física no lazer no Brasil: resultados da Pesquisa Nacional de Saúde-2013. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 18 (suppl 2), 158–169. doi:10.1590/1980-5497201500060014.
- Ponciano, L. (2004). *São Paulo: 450 bairros, 450 anos* (2nd ed.). São Paulo, SP: SENAC.
- Prefeitura de São Paulo. (2017). Dados demográficos dos distritos pertencentes às Prefeituras Regionais. Retrieved September 9, 2018, from https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/subprefeituras/dados_demograficos/index.php?p=12758.
- Sá, T. Lugares e não lugares em Marc Augé. *Tempo Social – Revista de Sociologia da USP*. São Paulo: v.26, n.2, p. 209-229, 2014.
- Silva, D. A. M. da, Stoppa, E. A., Isayama, H. F., Marcellino, N. C., & Melo, V. A. de. (2011). *Gestão de Políticas Públicas de Esporte e Lazer: Princípios e pressupostos teóricos*. Brasília, DF: Ideal.

REFERENCES

- Amaral, S. C. F. (2009). Lazer e Políticas Públicas – um olhar sobre a periferia. In M. B. Monteiro & C. Dias (Eds.), *Lazer e Periferia: Um olhar a partir das margens* (pp. 37–48). Rio de Janeiro, RJ: Instituto Usina Social.
- Brasil. Constituição da República Federativa do Brasil, Presidência da República. Casa Civil § (1988). Retrieved from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm.
- Comunidade Cultural Quilombaque. (2018). Comunidade Cultural Quilombaque: História. Retrieved September 3, 2018, from <http://comunidadequilombaque.blogspot.com/p/historia.html>.
- Dumazedier, J. (1980). *Valores e conteúdos culturais do lazer: planejamento de lazer no Brasil*. São Paulo, SP: SESC.
- Lorentzen, A. B. (2013). The experience turn of the Danish periphery: The downscaling of new spatial strategies. *European Urban and Regional Studies*, 20 (4), 460–472. <https://doi.org/10.1177/0969776412441192>.
- Magnani, J. G. C. (1984). *Festa no Pedaco: Cultura popular e lazer na cidade*. São Paulo, SP: Brasiliense.
- Marcellino, N. C. *Estudos do lazer: uma introdução*. 4.ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.
- Melo, V. A. de. (2009). Lazer como ferramenta de ação social. In M. B. Monteiro & C. Dias (Eds.), *Lazer e Periferia: Um olhar a partir das margens* (pp. 18–36). Rio de Janeiro, RJ: Instituto Usina Social.
- Milke, G. I., Malta, D. C., Sá, G. B. A. R. de, Reis, R. S., & Hallal, P. C. (2015). Diferenças regionais e fatores associados à prática de atividade física no lazer no Brasil: resultados da Pesquisa Nacional de Saúde-2013. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 18 (suppl 2), 158–169. doi:10.1590/1980-5497201500060014.
- Ponciano, L. (2004). *São Paulo: 450 bairros, 450 anos* (2nd ed.). São Paulo, SP: SENAC.
- Prefeitura de São Paulo. (2017). Dados demográficos dos distritos pertencentes às Prefeituras Regionais. Retrieved September 9, 2018, from https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/subprefeituras/dados_demograficos/index.php?p=12758.
- Sá, T. Lugares e não lugares em Marc Augé. *Tempo Social – Revista de Sociologia da USP*. São Paulo: v.26, n.2, p. 209-229, 2014.
- Silva, D. A. M. da, Stoppa, E. A., Isayama, H. F., Marcellino, N. C., & Melo, V. A. de. (2011). *Gestão de Políticas Públicas de Esporte e Lazer: Princípios e pressupostos teóricos*. Brasília, DF: Ideal.

Stoppa, E. A. (2005). *"Ta ligado mano": o hip hop como lazer e busca da cidadania*. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP.

Uvinha, R. R., Pedrão, C. C., Stoppa, E. A., Isayama, H. F., Oliveira, N. R. C.(2017) Leisure practices in Brazil: a national survey on education, income, and social class, *World Leisure Journal*, 59:4, 294-305, DOI:10.1080/16078055.2017.1343747.

Stoppa, E. A. (2005). *"Ta ligado mano": o hip hop como lazer e busca da cidadania*. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP.

Uvinha, R. R., Pedrão, C. C., Stoppa, E. A., Isayama, H. F., Oliveira, N. R. C.(2017) Leisure practices in Brazil: a national survey on education, income, and social class, *World Leisure Journal*, 59:4, 294-305, DOI:10.1080/16078055.2017.1343747.





José Augusto Honorato Vieira Júnior

Aluno regular no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Atividade Física da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). Membro do Grupo Interdisciplinar de Estudos do Lazer (GIEL-USP). Especialista em Planejamento, Implementação e Gestão de Educação a Distância (PIGEAD) pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Graduado em Licenciatura Plena em Educação Física pelo Centro Universitário de Votuporanga (UNIFEV).

E-mail: guttovieira@usp.br

Student in the Graduate Program in Physical Activity Sciences of the School of Arts, Sciences and Humanities of the University of São Paulo (EACH-USP). Member of the Interdisciplinary Group of Leisure Studies (GIEL-USP). Specialization in Planning, Implementation, and Management of Distance Education (PIGEAD) from the Universidade Federal Fluminense (UFF). Teaching Degree in Physical Education from Centro Universitário de Votuporanga (UNIFEV).

E-mail: guttovieira@usp.br



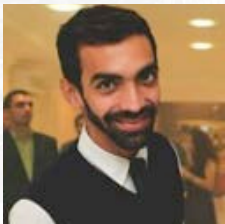
Karine Regina Facini

Aluna regular no Programa de Pós-Graduação em Turismo e no curso de Graduação em Lazer e Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). Membro do Grupo Interdisciplinar de Estudos do Lazer (GIEL-USP). Bacharela em Tradutor e Intérprete pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE).

E-mail: karine.facini@usp.br

Student in the Graduate Program in Tourism and in the Undergraduate Program in Leisure and Tourism of the School of Arts, Sciences and Humanities of the University of São Paulo (EACH-USP). Member of the Interdisciplinary Group of Leisure Studies (GIEL-USP). Bachelor's degree in Translation and Interpreting from Universidade Nove de Julho (UNINOVE).

E-mail: karine.facini@usp.br



José Ribamar Júnior

Aluno regular no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). Membro do Grupo Interdisciplinar de Estudos do Lazer (GIEL-USP). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

E-mail: joseribamar.junior@usp.br

Student in the Graduate Program in Tourism of the School of Arts, Sciences and Humanities of the University of São Paulo (EACH-USP). Member of the Interdisciplinary Group of Leisure Studies (GIEL-USP). Bachelor's degree in Tourism from Universidade Federal do Pará (UFPA).

E-mail: joseribamar.junior@usp.br



Medeea Anton

Aluna regular no curso de Graduação em Estudos de Lazer da Universidade de Ciências Aplicadas de Breda, Holanda.

E-mail: 171207@buas.nl

Student in the Undergraduate Program in Leisure Studies of the Breda University of Applied Sciences, Netherlands.

E-mail: 171207@buas.nl



LAZER CO-CRIATIVO ATRAVÉS DO VOLUNTURISMO

Bruno Neca,

Universidade Federal do Paraná,
Brasil

Eleonor Fascilla,

Universidade Iberoamericana de
Puebla, México

Kenzie Schroeder,

Universidade da Ilha de Vancouver,
Canadá

Nina Maaswinkel,

Universidade de Breda, Holanda

RESUMO

A Comunidade Cultural Quilombaque é uma organização não governamental (ONG) localizada na região de Perus, em São Paulo, Brasil. Fundada em 2005, sua visão é a preservação territorial e o desenvolvimento sustentável da comunidade através da arte, cultura e lazer. Nosso trabalho de campo como estudantes pesquisadores envolveu observação direta e participação nas experiências de lazer oferecidas pela Quilombaque. A partir disso, este estudo teve como objetivo construir uma reflexão sobre como Perus poderia desenvolver o Turismo de forma a promover o desenvolvimento cultural e econômico, a auto sustentabilidade e a proteção dos seus recursos. A inovação proposta neste estudo de caso é usar o lazer co-criativo através do Volunturismo para potencializar as interações positivas entre moradores e visitantes, ao mesmo tempo em que contribui para o desenvolvimento do turismo. Para gerenciar o Volunturismo de maneira mais efetiva e significativa é necessária uma abordagem conduzida pela comunidade e a criação de metas de longo prazo.

CO-CREATIVE LEISURE THROUGH VOLUNTOURISM

Bruno Neca,

Federal University of Paraná,
Brazil

Eleonor Fascilla,

Iberoamericana University of Puebla,
Mexico

Kenzie Schroeder,

Vancouver Island University,
Canada

Nina Maaswinkel,

Breda University, The Netherlands

CHAPTER SUMMARY

Comunidade Cultural Quilombaque is a non-governmental organization (NGO) located in the regional prefecture of Perus in São Paulo, Brazil. Established in 2005, their vision is territorial preservation and healthy community development through the avenues of art, culture, and leisure. Our field work as student researchers involved first-hand observation and participation in the leisure experiences offered by Quilombaque. From this, the goal of our study was to think about how Perus could potentially grow tourism for the purpose of cultural and economic development, self-sustainability and the protection of their resources. The innovation proposed through this case study is using co-creative leisure through voluntourism to improve the interactions between locals and visitors, while also contributing to positive tourism development. A community-driven approach and the creation of long term goals would be necessary to manage voluntourism in an effective and meaningful way.



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Depois de ler este estudo de caso, o leitor será capaz de:

1. Ter uma melhor compreensão da história de Perus, bem como a visão e missão da organização não-governamental (ONG) Comunidade Cultural Quilombaque.
2. Discutir o potencial de execução de projetos de Volunturismo em Perus com os objetivos de melhorar os espaços públicos, atrair turistas, bem como agregar conhecimentos e práticas externos aos programas da Quilombaque.
3. Identificar os principais atores em Perus que tenham potencial envolvimento em projetos de Volunturismo.
4. Apresentar e avaliar as abordagens, impactos, oportunidades e desafios de um modelo de Volunturismo.
5. Expandir a literatura com nossas descobertas sobre a comunidade Quilombaque e, a partir disto, apresentar sugestões para o desenvolvimento sustentável da comunidade.

O TEMA, OPORTUNIDADES E TENDÊNCIAS

A cidade de São Paulo foi fundada em 1554 por Jesuítas portugueses no Morro do Inhapuambucu, localizado no Vale do Anhangabaú. São Paulo é atualmente a maior cidade da América Latina e isso, longe de ser um aspecto positivo, suscita preocupações. O rápido crescimento populacional em cidades como São Paulo causará problemas substanciais para o futuro, especialmente aqueles relacionados à extrema pobreza (Pérez et al., 2003, p. 187).

O município de São Paulo é dividido em 32 prefeituras regionais (sendo Perus uma delas), que são subdivididas em 96 distritos (Pérez et al., 2003, p. 188). Perus faz parte da periferia urbana, porém, dentro do mesmo bairro existem áreas com maiores problemas de infraestrutura, criando periferias menores dentro da periferia (Pinheiro, 2011, p. 19).

O crescimento de Perus está associado principalmente ao estabelecimento da primeira fábrica de cimento no Brasil, a Companhia de Cimento Portland Perus, causando a chegada de milhares de migrantes no início do século XX. Os primeiros migrantes vieram do estado de São Paulo e Minas Gerais. Mesmo após o fechamento da fábrica, Perus continuou recebendo novos moradores da região Nordeste e de outros bairros da cidade de São Paulo (Pinheiro, 2011, p. 19).

As diferentes áreas da periferia de uma grande cidade não são homogêneas (Torres, 2005). Isso significa que é possível encontrar diferentes níveis de segregação socioeconômica. Esse ambiente de segregação está relacionado à população local ter menos acesso a "estruturas de oportunidade" que garantam o acesso a bens e serviços (Pinheiro, 2011, p. 19). Em Perus existem

LEARNING OBJECTIVES

After reading this case study, learners will be able to:

1. Have a better understanding of the history of Perus, as well as the vision and mission of the nongovernmental organization, *Comunidade Cultural Quilombaque*.
2. Discuss the potential of using voluntourism projects in Perus for the combined purpose of improving public spaces, attracting tourists, and bringing external expertise into the programs of Quilombaque.
3. Identify the key stakeholders throughout Perus that have potential to be involved in voluntourism projects.
4. Present and evaluate the approaches, impacts, opportunities and challenges of a voluntourism model.
5. Expand the literature with our findings about the Quilombaque community and therefore, provide suggestions for sustainable community development.

THE ISSUE, OPPORTUNITY AND TREND

The city of São Paulo was founded in 1554 by Portuguese Jesuits on the Inhapuambucu Hill located in the Anhangabaú Valley. São Paulo is currently the largest populated city in Latin America and this, far from being a positive aspect, raises concerns. The rapid population growth in cities such as São Paulo will cause substantial problems towards the future, especially those related to extreme urban poverty (Pérez et al., 2003, p. 187).

The municipality of São Paulo is divided into 32 regional prefectures (Perus being one of them) which are further divided into 96 districts (Pérez et al., 2003, p. 188). Perus is part of the urban periphery, however, within the same neighbourhood there are areas that suffer from major infrastructure problems, creating smaller peripheries within the periphery (Pinheiro, 2011, p. 19).

Growth in Perus is mainly associated with the establishment of the first cement factory in Brazil, the *Cia de Cimento Portland Perus*, which led to the arrival of thousands of migrants since the beginning of the 20th century. The first migrants came from the state of São Paulo and Minas Gerais. Even when the factory closed, Perus continued to receive new inhabitants from the Northeast region and from other neighbourhoods in the city of São Paulo (Pinheiro, 2011, p. 19).

The different areas of a large city's periphery are not homogeneous (Torres, 2005). This means it is possible to find different levels of socioeconomic segregation. This segregation environment is related to the local population having less access to "opportunity structures" that guarantee access to goods and services (Pinheiro, 2011, p. 19). In Perus there are certain villages that suffer from

certas vilas sujeitas a um nível mais evidente de segregação (periferias dentro da periferia). Algumas dessas vilas são Recanto dos Humildes, Recanto do Paraíso, Jardim da Conquista e Jardim da Paz (Pinheiro, 2011, p. 19).

Segundo Kaztman e Filgueira (2006), as três fontes necessárias para promoção do bem-estar dos habitantes da periferia são: o Estado, o Mercado e a Comunidade. No entanto, existe a tendência de uma ausência maior do Estado nas periferias, assim como a tendência de a comunidade não ser capaz de alcançar os benefícios financeiros do mercado. Isso leva a comunidade local a criar suas próprias “estruturas de oportunidade”, caracterizadas por redes de solidariedade comunitária baseadas na reciprocidade de indivíduos pertencentes ao mesmo grupo social (Pinheiro, 2011, p. 19).

A Comunidade Cultural Quilombaque pode ser considerada como uma “estrutura de oportunidades” que foi criada por membros da comunidade de Perus para enfrentar os problemas oriundos da vida na periferia de uma metrópole. Alguns dos principais problemas enfrentados por ela incluem a pobreza, a violência e o abuso de álcool e outras drogas. Através do projeto Quilombaque, os moradores de Perus buscam alcançar o desenvolvimento humano local através da articulação entre a arte, a cultura e o conhecimento (Comunidade Cultural Quilombaque, 2018). Para atingir este objetivo, é importante identificar e desenvolver as potencialidades e singularidades de Perus.

O Turismo foi identificado como uma atividade com potencial para promover o desenvolvimento local em Perus. Por este motivo, o objetivo deste estudo foi avaliar como Perus poderia desenvolver o turismo de forma a proporcionar o desenvolvimento econômico, a auto sustentabilidade e proteção de seus recursos. A Comunidade Quilombaque realizou um extenso trabalho para desenvolver trilhas de turismo que destacam os aspectos culturais, históricos e recreativos da comunidade. A educação sobre o passado, presente e futuro da Perus é um dos objetivos das excursões promovidas pela Quilombaque, uma vez que a intenção é utilizar essas trilhas para compartilhar sua história e proteger sua identidade cultural. Cada uma das quatro trilhas leva a espaços ressignificados que têm valores substanciais para os membros da comunidade local. A primeira trilha passa pela biblioteca local, pela Casa do Hip Hop, Teatro Pandora e pelo Cemitério Dom Bosco. A segunda trilha conduz uma visita à locomotiva histórica e à fábrica de cimento. A fábrica de cimento é muito significativa para os membros da comunidade, pois este foi um dos principais locais onde a revolução começou. A terceira trilha leva até a montanha mais alta de São Paulo, o Pico do Jaraguá, e visita a comunidade indígena Guarani. Por fim, a quarta trilha leva até a fazenda agroecológica do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST).

Durante essas experiências, procuramos identificar oportunidades e tendências que aprimorassem os serviços prestados pela Quilombaque. Segundo Fayad e Besciak (2003, p. 53), “o urbanismo atua sobre as condições de vida e cidadania, e isso deve seguir fundamentos éticos, humanistas e sociais. Deve privilegiar a comunidade, a

a more evident level of segregation (peripheries within the periphery). Some of these villages are *Recanto dos Humildes*, *Recanto do Paraíso*, *Jardim da Conquista* and *Jardim da Paz* (Pinheiro, 2011, p. 19).

According to Kaztman & Filgueira (2006), the three sources needed to generate well-being for periphery inhabitants are: the State, the market, and the community. However, there tends to be an absence of the State in the peripheries, as well as the community not being able to reach the financial benefits of the market. This leads to the local community creating their own “opportunity structures” which are characterized by communitarian solidarity networks based upon the reciprocity within individuals from the same social group (Pinheiro, 2011, p. 19).

The *Comunidade Cultural Quilombaque* can be considered as an opportunity structure that was created by members of the Perus community in order to face those problems that arise from living in the periphery of a very large city. Some of the main problems they focus on include poverty, violence, and substance abuse. Through the Quilombaque project, Perus’ inhabitants seek to achieve human development through art, culture and knowledge. By articulating these three elements, local development can be promoted (Comunidade Cultural Quilombaque, 2018). In order to achieve this, it is important to identify and develop Perus’ potentialities and uniqueness.

Tourism was identified as a potential activity that could foster local development in Perus. Therefore, the goal of this study was to think about how Perus could grow tourism for the purpose of economic development, self-sustainability, and the protection of their resources. Quilombaque has done extensive work to develop tourism trails that highlight the cultural, historical, and recreational aspects of their community. Education about the past, present, and future of Perus is one of the aims of the tours, as Quilombaque hopes to use these trails to share their story and protect their cultural identity. Each of the four trails leads to ressignified spaces which have substantial meanings to the local community members. The first trail passes the local library, the House of Hip Hop, the Pandora Theatre and the cemetery (Cemitério Dom Bosco). In the second trail there is a visit to the historical locomotive and the cement factory. The cement factory is very meaningful for the community members as this was one of the main places where the revolution started. The third trail goes to the highest mountain in Sao Paulo, Pico do Jaraguá, and visits the Guarani Indigenous community. Lastly, the fourth path visits the MST agroecological farm.

During these experiences, we sought to identify opportunities and trends that would enhance the services provided by Quilombaque. According to Fayad & Besciak (2003, p. 53), “urbanism acts on the conditions of life and citizenship, and this must follow ethical, humanist and social foundations. It should privilege community,

solidariedade, a complementaridade e a diversidade”; isso é melhorado através da educação cidadã. A educação urbana é um conceito importante para o fenômeno do lazer, já que dá aos cidadãos a oportunidade de conhecer o ambiente em que vivem. Isso permite uma apropriação cultural e territorial que transforma o espaço em um lugar, dando significado para aqueles que se apropriam (Tuan, 1983, p. 151).

Desta forma, identificamos que uma oportunidade para Quilombaques seria explorar mais profundamente as trilhas, de modo que elas não sejam apenas trilhas de passagem por espaços, mas também de permanência em lugares. Ou seja, além de simplesmente observar e contemplar as trilhas, isto aumentaria a interação entre os membros da comunidade local e os visitantes (Soares & Alvim, 2015).

O Volunturismo possui potencial para transformar as trilhas da Quilombaques. Este é um nicho turístico ligado ao campo do lazer com o objetivo de atuar no espaço visitado. O seu objetivo é o desenvolvimento sustentável por meio de ações de turistas junto à comunidade (Mendes & Sonaglio, 2013, p. 203). Segundo esses autores, essa prática difere do turismo principalmente por causa das motivações que o trabalho voluntário traz para a experiência. A comunidade também se beneficia da possibilidade de compartilhar experiências e socializar com pessoas de outras culturas, gerando assim intercâmbio cultural e desenvolvimento comunitário.

Aproveitar o espaço urbano deve ser mais do que simplesmente diversão e consumismo. É sobre deixar uma marca no espaço, fazendo mudanças que irão transformar o espaço em um lugar. Essas ações permitem que os indivíduos envolvidos criem vínculos com os lugares e se identifiquem com eles. Dessa forma, assim como a Comunidade Quilombaques já planejou intervenções no espaço de Perus, tais como a Casa do Hip Hop e o Teatro Pandora, ainda há potencial para traçar novas intervenções. Por exemplo, praças públicas podem precisar de manutenção ou de transformação para potencializar a apropriação. O Volunturismo pode ser uma ferramenta para aprofundar a interação entre a comunidade local e os turistas nesses espaços públicos. Essas mudanças vão além de simples mudanças físicas. Quando os turistas deixam sua marca no espaço isso nutre um sentido de identidade e gera uma mudança simbólica; esse processo de apropriação contribui para um sentimento de pertencimento. Portanto, essas iniciativas conjuntas permitem que os turistas participem das atividades, bem como no desenvolvimento do próprio espaço público.

A INOVAÇÃO

Nogueira (2017, p. 137) considera a Comunidade Cultural Quilombaques como um exemplo de prática de mediação cultural e inovação social. Os moradores envolvidos neste projeto adquiriram um senso de “identidade de periferia”, caracterizado pelo orgulho de sua comunidade e de sua história. Eles conseguiram isso de forma criativa, transformando sua comunidade em um museu ao ar livre. Este museu é composto por uma série

solidarity, complementarity, diversity”; this is further improved through citizen education. Urban education is an important concept for the phenomenon of leisure as it gives citizens the opportunity to know the environment where they live. This allows for a cultural and territorial appropriation that transforms space into a place, endowing meaning for those who appropriate (Tuan, 1983, p. 151).

In this way, we identified that an opportunity for Quilombaques would be to explore the trails more in depth, so that they were not just trails of passage in spaces, but also of permanence in being places. That is, besides simply observing and contemplating the trails, the interaction between the local community members and the visitors would be increased (Soares & Alvim, 2015).

One potentiality to transform Quilombaques' trails would be through voluntourism. This is a tourism niche linked to the field of leisure with the objective of acting on the space visited. The aim is sustainable development by means of actions from tourists together with the community (Mendes & Sonaglio, 2013, p. 203). According to those authors, this practice differs from tourism mainly because of the motivations that volunteer work adds to the experience. The community also benefits from being able to share experiences and socialize with people from other cultures, thus generating cultural exchange and community development.

Taking advantage of urban space should be more than simply enjoyment and consumerism. It is about leaving a mark in space, making changes that will turn the space into a place. These actions allow the individuals involved to create bonds with the places and identify themselves with it. In this way, just as the Quilombaques community has already planned interventions in the space of the Perus neighborhood, such as the House of Hip Hop and the Pandora Theatre, there is potential to chart further interventions. For example, public squares may need maintenance or have opportunities for transformation in order to potentialize the appropriation. Voluntourism could be a bridge to help create more interaction between the local community and the tourists in these public spaces. These changes go beyond simple physical changes. When tourists leave their mark in space it nurtures identity and symbolic change; this process of appropriation contributes to a sense of belonging. Therefore, these joint initiatives enable the tourists to participate in the activities, as well as in the development of the public space itself.

THE INNOVATION

Nogueira (2017, p. 137) considers *Comunidade Cultural Quilombaques* as an example of a cultural mediation and social innovation practice. The residents involved in this project have been able to achieve a sense of “periphery identity,” characterized by a sense of pride for their community and its history. They have achieved this in a creative way by turning their community into an outdoor museum. This museum consists of a series of trails that

de trilhas que levam os visitantes aos diferentes pontos de interesse. Cada ponto de interesse tem importante significado para os membros da comunidade, bem como para sua história. Este estudo de caso tem como objetivo focar as potencialidades que a prática inovadora do Volunturismo poderia trazer para atrair mais turistas à comunidade de Perus. Como resultado, isso poderia contribuir para alcançar o objetivo da Quilombaque de promover o desenvolvimento comunitário sustentável.

Após analisar a literatura disponível sobre o assunto e vivenciar presencialmente a experiência em Perus, interagindo com a população local, a prática de inovação proposta através deste estudo de caso é a criação de um pacote de Volunturismo em Perus. Este pacote consistiria em oferecer atividades de lazer co-criativas para os voluntários que buscam se envolver na missão da Quilombaque de promover o desenvolvimento comunitário através da arte, cultura e lazer.

O voluntariado tem experimentado um rápido crescimento desde a década de 1990, graças ao surgimento de novas organizações sem fins lucrativos e à expansão de organizações sem fins lucrativos já existentes que tiveram o Volunturismo como uma parte importante de suas atividades organizacionais (Kumaran & Pappas, 2012, p. 4). Segundo Wearing (2001), Volunturistas são *"turistas que, por várias razões, se voluntariam de maneira organizada para promover férias que podem envolver ajudar ou amenizar a pobreza material de alguns grupos da sociedade, a restauração de certos ambientes ou pesquisas sobre aspectos da sociedade ou do meio ambiente."* Além disso, os Volunturistas não trabalham em um ambiente familiar, mas em *"ambientes que incluem novas pessoas, comunidades, culturas, tradições, ambientes físicos, clima e condições de vida"* (Kumaran & Pappas, 2012, p. 2).

Atividades de Volunturismo podem ser realizadas em vários pontos de interesse que visitamos em Perus; aqui iremos considerar alguns exemplos. Primeiramente, no Teatro Pandora os voluntários poderiam participar na produção de espetáculos, atuando, escrevendo roteiros ou ajudando com aspectos técnicos relativos aos sistemas de luz e som durante as peças. Na fazenda agroecológica do MST, os voluntários poderiam participar das diferentes atividades produtivas na fazenda. Isso inclui plantar, cuidar de animais, colher e cozinhar. Na biblioteca comunitária, os voluntários podem se dedicar ao ensino de idiomas, contação de histórias, organização de eventos comunitários e manutenção das instalações (por exemplo, na limpeza ou arquivamento de livros). Artistas também poderiam oferecer suas habilidades através da criação de obras de arte nas ruas de Perus. Esta é uma atividade muito importante, uma vez que foi observado que a presença de obras de arte nas ruas contribuiu significativamente para a criação de um senso de comunidade. As galerias de graffiti ajudam a contar a história de Perus e expressam sentimentos com os quais a maioria da comunidade se identifica.

A Casa do Hip Hop também pode fornecer oportunidades para os voluntários ensinarem e aprenderem. Este programa foi implementado em

take visitors to the different points of interest. Each point of interest carries significant meaning for the community members, as well as for their history. This case study aims to focus on the potentialities that the innovative practice of voluntourism could bring in attracting tourists to the Perus community. As a result, this could contribute to achieving Quilombaque's goal of sustainable community development.

After analyzing the available literature on the subject, having a first-hand experience in Perus, and interacting with the locals, the innovation practice proposed through this case study is setting up a *voluntourism* package in Perus. This package would consist of co-creative leisure activities for volunteers seeking to be involved in Quilombaque's mission of community development through the creative outlets of arts, culture and leisure.

Volunteering has experienced a rapid growth since the 1990s because of the increase of new nonprofit's and the expansion of existing non-profit's that had voluntourism as a major part of their organization activities (Kumaran & Pappas, 2012, p. 4). According to Wearing (2001), *voluntourists are "tourists who, for various reasons, volunteer in an organized way to undertake holidays that might involve aiding or alleviating the material poverty of some groups in society, the restoration of certain environments or research into aspects of society or environment."* Furthermore, voluntourists do not work in a familiar surrounding, but in *"surroundings that include new people, communities, cultures, traditions, physical environments, climates, and living arrangements,"* (Kumaran & Pappas, 2012, p. 2).

Voluntourism activities can be performed at several points of interest that were visited within Perus; here we will look at a few examples. Firstly, in the Pandora Theatre volunteers could take part in the production of shows through acting, playwriting, or helping with technical aspects regarding the light and sound systems during the plays. At the MST agroecological farm volunteers could participate in many of the different activities that a farm requires in order to function properly. This includes planting, taking care of animals, harvesting, and cooking. At the community library, volunteers' positions may include teaching languages, storytelling, organizing community events, and installations maintenance (i.e. cleaning, shelving books). Artists could also volunteer their skills through the creation of artwork in the streets of Perus. This is a very important activity, as it was observed that the artwork in the streets contributed significantly to the creation of a sense of community among its members. The graffiti images helped tell Perus' history and express feelings that most members of the community identified with.

The House of Hip Hop may provide further opportunities for volunteers to teach and learn. This program was implemented in an abandoned building after community

um prédio abandonado depois que os membros da comunidade reivindicaram seu uso com o propósito de aumentar o acesso ao lazer. O objetivo desse centro cultural é fornecer um espaço para a expressão artística através da dança, oferecendo à juventude local um meio para que se envolvam em atividades de lazer positivas. Os moradores envolvidos nesta iniciativa são voluntários pois sabem que este é um espaço vital para o desenvolvimento saudável de sua comunidade. Voluntários com habilidades em dança poderiam ensinar diferentes estilos de dança de suas cidades ou países, bem como participar das aulas de dança oferecidas pelos moradores.

Nas trilhas, os participantes também poderiam participar do aprimoramento da comunidade por meio de atividades de restauração ecológica. Os voluntários podem ajudar a criar campanhas de educação ambiental para promover o descarte correto de resíduos. A longo prazo, voluntários com o conhecimento técnico-científico apropriado poderiam participar de um projeto com o objetivo de recuperar o rio poluído que atravessa a comunidade. Outro projeto valioso pode ser a restauração da fábrica de cimento abandonada. Em conjunto com a comunidade local, os voluntários poderiam participar da limpeza da área, da criação de sinalização educativa e trabalhar no desenvolvimento de programas turísticos e educacionais. Esses esforços poderiam ser parte de um planejamento de longo prazo para tornar a fábrica de cimento um espaço seguro e educativo, utilizado para promover o turismo patrimonial de Perus e também para o desfrute pela comunidade local.

Além disso, volunturistas com especialização e conhecimento específicos poderiam contribuir para a geração de desenvolvimento comunitário em um nível mais elevado. Por exemplo, especialistas em turismo poderiam ajudar a criar um plano de turismo bem estruturado para a comunidade e auxiliar em solicitações de patrocínios ou financiamentos; especialistas em gestão empresarial e finanças poderiam treinar os moradores interessados em abrir seu próprio negócio; voluntários com experiência em construção civil poderiam usar seus conhecimentos para ajudar nos aspectos técnicos da restauração da fábrica de cimento abandonada ou de outros espaços públicos; voluntários com experiência no tratamento de pessoas viciadas poderiam ajudar na reabilitação de moradores locais que tenham problemas com o abuso de drogas; e professores de idiomas poderiam fornecer aulas de inglês. Estas são apenas algumas das muitas atividades em Perus que voluntários domésticos e internacionais poderiam participar trazendo benefícios tanto para os moradores quanto para os voluntários.

ATORES ENVOLVIDOS

Os atores envolvidos nas atividades da Quilombaque incluem os moradores locais e as famílias anfitriãs, viajantes domésticos e internacionais, governo local, empresas locais e operadores de turismo, instituições de turismo e organizações comunitárias sem fins lucrativos. As famílias anfitriãs têm um contato direto com os turistas e obtêm retorno financeiro oferecendo hospedagem e alimentação. As organizações comunitárias envolvidas

members claimed it for the purpose of increasing leisure access. The objective of this cultural centre is to provide a space for artistic expression through dance, giving local youth an avenue to be involved in positive leisure activities. The residents who work here volunteer their time because they know it is a vital space for the healthy development of their community. Volunteers who are skilled in dancing could teach different dance styles from their hometowns or countries, and could take part in the dance lessons provided by the locals as well.

Along the walking trails, participants could also take part in community enhancement through ecological restoration activities. Volunteers may help create environmental education campaigns to promote the correct disposal of litter. In the long term, volunteers with the appropriate scientific knowledge and expertise could participate in a project aiming to restore the polluted river that runs across the community. Another valuable project may be the restoration of the abandoned cement factory. Alongside the local community, volunteers could be involved to clean up this area, create educational signage, and work on program development. These efforts could be a part of a long-term vision to see the cement factory become a safe and educational space, used for promoting Perus' heritage tourism and for the enjoyment of the local community.

Furthermore, voluntourists with specific expertise and knowledge could contribute to the generation of community development at a higher level. For example, tourism experts could help create a wellstructured tourism plan for the community and assist in applications for grant funding; experts in business management and finances could train the locals who are interested in starting their own business; volunteers with expertise in construction may use their knowledge and skills to help in the technical aspects of restoring the abandoned cement factory or other public spaces; volunteers who have experience in the treatment of addictions could help in the rehabilitation of locals who are experiencing substance abuse; and language teachers could provide classes on English training. These are just some of the many activities in Perus that domestic and international volunteers could take part in to bring benefits for both the locals and the volunteers.

STAKEHOLDERS INVOLVED

The stakeholders involved in Quilombaque's activities include local residents as a whole and homestay families, domestic and international travellers, local government, local businesses and tourism operators, tourism institutions, and non-profit community organizations. The homestay families have a direct encounter with tourists and benefit economically by providing accommodation and food. Community organizations involved will include

incluem o Teatro Pandora, a Casa Hip Hop, a fazenda agroecológica do MST e a biblioteca, para citar algumas. Eles desempenham um papel significativo na oferta de programas de Volunturismo. Além disso, os pequenos comerciantes de Perus são impactados pelo aumento dos gastos dos visitantes em souvenirs, alimentos e bebidas durante sua estadia na comunidade. Atores importantes para a educação e treinamento em turismo incluem a Universidade de São Paulo, a Organização Mundial do Lazer e o Sesc. A Quilombaque já vem trabalhando em colaboração com essas instituições, levando à realização da escola de campo.

ABORDAGEM UTILIZADA

Ao avaliar a melhor abordagem para essa inovação, primeiro discutiremos um exemplo bem-sucedido de modelo de Volunturismo em um ambiente de pequena escala: A *Fundacion Arte Del Mundo* localizada no Equador. Os objetivos dessa organização sem fins lucrativos são incentivar a paixão por artes criativas e a alfabetização para crianças e adultos na comunidade *Banos de Agua Santa* (Everingham, 2015, p. 179). Eles desenvolveram um modelo de voluntariado, onde um máximo de 12 voluntários podem viver na comunidade e ajudar no desenvolvimento do programa. As atividades da *Fundacion Arte Del Mundo* incluem uma biblioteca interativa, programa de reforço escolar, contadores de histórias, teatro, música, cinema, aulas de idiomas e várias outras atividades criativas, como projetos de arte e experimentos científicos. Um programa de intercâmbio de idiomas semanal também é realizado para oferecer oportunidades para a comunidade e os voluntários praticarem conversação em inglês e espanhol (Fundacion Arte del Mundo, nd).

O voluntário tem que falar espanhol básico, morar no local por um período mínimo de um mês, pagar pelo aluguel e alimentação e organizar e custear sua viagem para o Equador. A *Fundacion Arte Del Mundo* não utiliza uma empresa de direcionamento de voluntários, o que permite que os recursos dos voluntários sejam direcionados para a própria fundação. Este caso também exemplifica que o Volunturismo não está sujeito apenas a motivações de assistência ao desenvolvimento (Everingham, 2015, p. 177). Em vez disso, pode ser usado para incentivar o intercâmbio cultural, o engajamento e o desenvolvimento da comunidade por meio do uso de artes criativas, chamado de “desenvolvimento liderado pela criatividade” (Everingham, 2015, p. 178). A Quilombaque poderia se interessar em usar uma abordagem voluntária semelhante à da *Fundacion Arte Del Mundo* no Equador.

Para atrair participantes com esse modelo autodirigido, a comunidade de Perus precisaria incrementar a publicidade do seu destino turístico através das mídias sociais e *website*. Mídia social é uma ferramenta valiosa para alcançar um público global, usando recursos mínimos (Hays, Page & Buhalis, 2013, p. 211). Uma forte presença nas mídias sociais e um *website* atrativo é muito importante, uma vez que turistas geralmente se concentram nessas mídias durante a fase de pesquisa no processo de planejamento de suas viagens (Leung, Law,

the Pandora Theatre, the Hip Hop House, the MST agroecological farm and the library, to name a few. They play a significant role in the delivery of the voluntourism program. Furthermore, small local business owners in Perus are impacted by increased visitor spending on souvenirs, food, and drink during their stay in the community. Important stakeholders for tourism education and training include the Universidade de Sao Paulo, the World Leisure Organization, and Sesc. Quilombaque has already been working in collaboration with these institutions leading up to the field school.

APPROACH USED

In evaluating the best approach for this innovation, we will first look at an example of a successful voluntourism model in a small-scale setting: *The Fundacion Arte Del Mundo* located in Ecuador. The goals of this non-profit organization are to encourage the passions of creative arts and literacy for children and adults in the Banos de Agua Santa community (Everingham, 2015, p. 179). They have developed a volunteering model, where a maximum of 12 volunteers can live on site and support the non-profit in the program development. The activities run by Fundacion Arte Del Mundo include an interactive library, afterschool program, storytelling, live theatre, music, cinema, language classes, and many more creative activities such as art projects and science experiments. A weekly language exchange program is also run to provide opportunities for the community and volunteers to practice conversation in English and Spanish (Fundacion Arte del Mundo, n.d.).

The volunteers are required to speak basic Spanish, live on site for a minimum of one month, pay for their rent and food, and arrange their own travel arrangements to Ecuador. The Fundacion Arte Del Mundo does not use a conduit volunteer organization, allowing them to redirect the profits from volunteers directly back into their organization. This case also exemplifies that volunteer tourism is not subjected only to motivations of developmental aid (Everingham, 2015, p. 177). Rather, it can be used to support cultural exchange, engagement, and community development through the use of creative arts; termed “creativity led development” (Everingham, 2015, p. 178). Quilombaque may be interested in using a similar voluntourism approach to that of the Fundacion Arte Del Mundo in Ecuador.

In order to attract participants with this self-directed model, the Perus community would need to enhance their destination marketing through social media and website design. Social media is a valuable tool to reach a global audience while using minimal resources (Hays, Page & Buhalis, 2013, p. 211). Having a strong social media presence and website is important as tourists typically focus on these medias during the research phase of their travel planning process (Leung, Law, Van Hoof, & Buhalis, 2013, p. 3). This is one of the first impressions a potential tourist

Van Hoof, & Buhalis, 2013, p. 3). Essa é uma das primeiras impressões que um turista em potencial pode receber de um destino. Portanto, é necessária uma plataforma de mídia social acolhedora e informativa para atrair consumidores para pacotes de Volunturismo.

Um método alternativo para conectar voluntários à Perus, que pode ser benéfico para a Quilombaquer, é utilizar uma agência de direcionamento de voluntários. Essas organizações podem ser operadores turísticos ou organizações de voluntariado, capacitadas para interligar turistas a comunidades menos desenvolvidas. Uma das principais responsabilidades dos direcionadores seria a gestão da comunicação, durante a etapa de planejamento da viagem, entre os Volunturistas e os membros da Quilombaquer. Um exemplo específico de uma organização de voluntariado é a WWOOF Brasil, que significa "Oportunidades Mundiais em Fazendas Orgânicas" (*World Wide Opportunities on Organic Farms*). Esse é um programa de intercâmbio educacional e cultural que conecta voluntários interessados em aprender sobre agricultura sustentável em fazendas orgânicas distribuídas por todo o Brasil. Como o objetivo é atrair principalmente turistas domésticos, utilizar um operador turístico local, regional ou nacional como a WWOOF é ideal. Com o aumento da capacidade de turismo de Perus, eventualmente os turistas internacionais também podem ser atraídos.

Ao procurar uma organização de voluntariado, é importante avaliar a ética e se as práticas da empresa são responsáveis. Questões a serem consideradas são (1) há quanto tempo a organização existe, (2) transparência no destino dos recursos financeiros (3) evidências de impactos ou resultados anteriores para as comunidades, (4) como a empresa está trabalhando colaborativamente com a comunidade local e (5) se a organização ou operador turístico é certificado. Um exemplo de certificação reconhecida é a do *Global Sustainable Tourism Council*. Este certificado mostra que a operadora possui um "produto ou serviço de viagem ou turismo que atende aos mais altos padrões sociais e ambientais do mercado" (GSTC, nd). No geral, a escolha entre o modelo autodirigido, como a abordagem da *Fundacion Arte Del Mundo*, ou o uso de uma organização de voluntariado dependerá da disponibilidade de recursos e conhecimentos da Quilombaquer.

IMPACTO

Os membros da comunidade de Perus e Quilombaquer podem se beneficiar das experiências compartilhadas de Volunturismo de diferentes maneiras. Primeiro, isso proporciona à comunidade a oportunidade de compartilhar sua história e seu rico patrimônio, desenvolvendo um forte sentido de orgulho cívico. O Volunturismo permite a troca de conhecimento mútuo e o aumento da conscientização global, beneficiando o aprendizado de ambas as partes. Outro benefício para os moradores locais é a melhoria dos espaços públicos e o acesso ao lazer por meio da mobilização de recursos (Hernandez-Maskivker, Lapointe & Aquino, 2018, p. 651). Isso também aumentará a facilidade da comunidade em

may receive of a destination. Therefore, a welcoming and informative social media platform is necessary to attract consumers for the voluntourism package.

An alternative method for connecting volunteers to Perus, which may be beneficial for Quilombaquer, is to utilize a conduit organization. These conduits may be tour operators or external voluntourism organizations who are skilled at linking tourists with less-developed communities. One of the conduits main responsibilities would be managing communication, during the travel planning stage, between the voluntourists and the community members of Quilombaquer. One specific example of an external voluntourism organization is WWOOF Brazil, which stands for World Wide Opportunities on Organic Farms. This is an educational and cultural exchange programs that connects volunteers interested in learning about sustainable agriculture with organic farms around Brazil. Since the goal is to attract mostly domestic tourists, a local, regional or national tour operator such as WWOOF is ideal. As Perus' capacity for tourism increases, eventually international tourists can be targeted as well.

When searching for a conduit organization, it is important to evaluate whether the ethics and practices of the enterprise are responsible. Questions to consider are (1) how long the organization has existed, (2) a breakdown of where the money goes, (3) evidence of previous impacts or results for communities, (4) how the company is working collaboratively with the local community, and (5) whether the organization or tour operator is certified. One example of a recognizable certification is that of the Global Sustainable Tourism Council. This certificate shows the operator has a "travel or tourism product or service that complies with the highest social and environmental standards on the market" (GSTC, n.d.). Overall, choosing between the self-directed model, such as the approach of the *Fundacion Arte Del Mundo*, or the use of a conduit organization will depend on the Quilombaquer's available resources and knowledge.

IMPACT

The community members of Perus and Quilombaquer can benefit from the shared experiences of voluntourism in several ways. First, it gives the community an opportunity to share their story and rich heritage, which develops a strong sense of civic pride. Voluntourism allows for mutual knowledge exchange and an increase of global awareness, benefiting the learning of both parties. Another benefit for locals is the improvement of public spaces and leisure access through resource mobilization (Hernandez- Maskivker, Lapointe & Aquino, 2018, p. 651). This will also increase the community's readiness to receive more tourists in the future, which increases the potential for economic growth. Volunteerism can be used as a

receber mais turistas no futuro, o que aumenta o potencial para crescimento econômico. O Volunturismo pode ser usado como uma “estratégia para desenvolver o destino envolvido como uma ferramenta para o desenvolvimento internacional pois promove o engajamento dos turistas com a comunidade anfitriã” (Hernandez-Maskivker et al., 2018, p. 651). Atrair voluntários qualificados e experientes pode contribuir para o desenvolvimento sustentável da comunidade e ajudar Perus a construir uma economia autossuficiente para o futuro.

Para os viajantes, também há muitos resultados positivos. Visitantes se beneficiam ao ter uma experiência de viagem autêntica e educacional, que é uma tendência cada vez mais buscada por turistas. Wearing e McGehee enfatizam que, desde 1990, o setor de turismo voluntário cresceu substancialmente como um nicho de mercado, “estimando que 1,6 milhões de pessoas em todo o mundo participam de projetos de voluntariado anualmente” (2013, p. 120). Além disso, o Volunturismo pode criar responsabilidade cívica e alterar comportamentos, os quais os visitantes podem aplicar ao voltar para casa (Wearing & McGehee, 2013, p. 126). Benefícios adicionais para voluntários e moradores locais incluem o desenvolvimento de liderança e o aprendizado de novas habilidades. Para a Quilombaque, o voluntariado tem potencial para cultivar interconexões entre diferentes comunidades e intensificar a mudança social positiva que já vem ocorrendo.

Um dos principais desafios para que o relacionamento seja mutuamente benéfico para a comunidade anfitriã e para o voluntário é a eventual falta de conhecimento, habilidades e treinamento dos voluntários. Esse problema pode resultar em um trabalho de má qualidade e está normalmente relacionado à curta duração da estadia dos viajantes, que geralmente é inferior a um mês (Guttentag, 2009, p. 539). Muitas vezes os problemas enfrentados pelas comunidades são complexos, tornando difícil para um voluntário trazer uma contribuição útil (Hernandez-Maskivker et al., 2018, p. 654). Para que o Volunturismo seja eficaz, seria necessário criar uma oferta de trabalho voluntário, listando as habilidades e qualificações necessárias para cada projeto específico. Além disso, os voluntários de curto prazo devem estar envolvidos em soluções estratégicas de longo prazo para o desenvolvimento de Perus (Hernandez-Maskivker et al., 2018, p. 656). Um exemplo disso em Perus poderia ser a restauração da fábrica de cimento. Se a comunidade está criando trabalho voluntário apenas para satisfazer o turista voluntário, isso levará ao desperdício de recursos e tempo. Isso leva a um segundo risco, em que as demandas do visitante são sobrepostas às reais necessidades da comunidade local (Wearing & McGehee, 2013, p. 124). Isso destaca a necessidade de uma abordagem voltada para a comunidade e o estabelecimento de metas de longo prazo para os projetos voluntários.

IMPLICAÇÕES E LIÇÕES APRENDIDAS

Segundo Deal & Kennedy, existem seis elementos culturais que formam a base da cultura corporativa: história, valores e crenças, rituais e cerimônias, histórias, figuras heroicas e rede cultural (Manktelow, sd). Ao experimentar

“strategy to develop the destination involved as a tool for international development because it fosters the tourists’ engagement with the host community” (Hernandez-Maskivker et al., 2018, p. 651). By attracting skilled, knowledgeable volunteers, these activities can contribute to sustainable community development and help Perus build a self-reliant economy for the future.

For the travellers, there are also many positive outcomes. Visitors benefit from having an authentic, educational travel experience, which is a trend that more and more tourists are seeking. Wearing and McGehee emphasize that since 1990 the volunteer tourism sector has grown substantially as a niche market, “estimating that 1.6 million people worldwide participate in volunteer projects annually” (2013, p. 120). Furthermore, volunteerism can create civic responsibility and altered behaviors, which visitors can then apply to their own environments upon returning home (Wearing & McGehee, 2013, p. 126). Additional benefits for both volunteers and locals include developing leadership and learning new skills. For Quilombaque, volunteerism has potential to cultivate interconnectedness among diverse communities and intensify the positive social change that is already taking place.

One of the main challenges for having a mutually beneficial relationship between the host community and volunteer is the volunteers’ lack of skills, training and knowledge. This issue could result in poor quality of work and is closely connected to the short duration of the travellers stay, which is generally less than a month (Guttentag, 2009, p. 539). Often the problems faced by communities are complex, making it difficult for a volunteer to have a useful contribution (Hernandez-Maskivker et al., 2018, p. 654). In order for voluntourism to be effective, it would be necessary to create a volunteer job description, listing the necessary skills and qualifications required for each specific project. Additionally, short-term volunteers must be engaged in strategic long-term solutions for Perus community development (Hernandez-Maskivker et al., 2018, p. 656). One example of this for Perus could be the restoration of the cement factory. If the community is creating jobs just for the sake of satisfying a volunteer tourist, it will lead to wasted resources and time. This leads to a second risk, wherein the demands of the visitor take precedence over the actual needs of the host community (Wearing & McGehee, 2013, p. 124). This highlights the need for a community-driven approach and long-term goals for the volunteer projects.

IMPLICATIONS & LESSONS LEARNED

According to Deal & Kennedy, there are six cultural elements that make up the basis of corporate culture: history, values and beliefs, rituals and ceremonies, stories, heroic figures, and the cultural network (Manktelow, n.d.).

uma imersão de uma semana em Perus, localizada na periferia da grande cidade de São Paulo, pudemos observar e aprender esses seis elementos culturais. Ao obter uma melhor compreensão do patrimônio histórico e dos espaços públicos da Quilombaquer, além de trabalhar junto com os membros da comunidade, nós, enquanto alunos, pudemos colaborar com a comunidade de Perus no desenvolvimento de sua visão para o futuro. Nós também observamos como a Quilombaquer reconhece a importância da arte, do patrimônio histórico e do lazer para a proteção da cultura e identidade de Perus.

CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo de caso foi sugerir uma maneira de aumentar crescimento potencial do turismo em Perus para promover o desenvolvimento cultural e econômico, auto sustentabilidade e a proteção dos seus recursos. A inovação que poderia tornar isso possível foi o conceito de um pacote de Volunturismo. Este pacote consistiria de atividades de lazer co-criativas criadas para voluntários que buscam contribuir para o desenvolvimento da comunidade, ao mesmo tempo em que participam de uma autêntica experiência cultural fora de sua cidade natal. Este conceito também se alinharia com a visão da Quilombaquer, ou seja, a criação de um desenvolvimento sustentável da comunidade através da promoção da cultura, arte e lazer. Além disso, isso irá melhorar as interações entre os moradores locais e os visitantes, aumentando a experiência de se transformar espaço em lugar. Esperamos que esta pesquisa possa contribuir para o desenvolvimento do turismo de Perus e sugerir uma inovação para a comunidade discutir e criar estratégias para o futuro.

QUESTÕES DE DISCUSSÃO

1. Quais são os objetivos e projetos de longo prazo em que a Quilombaquer poderia envolver os Volunturistas?
2. Como o Volunturismo pode ser gerenciado de maneira efetiva para que ele seja uma contribuição positiva?
3. Como e quais estratégias de marketing podem alcançar voluntários qualificados e experientes?
4. Quais especialidades ou conhecimentos específicos podem beneficiar Perus de forma mais significativa?
5. Quais são as oportunidades e desafios de um modelo de Volunturismo?

REFERÊNCIAS

Comunidade Cultural Quilombaquer. (2018). Comunidade Cultural Quilombaquer. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/quilombaquer/about/?ref=page_internal

By experiencing a one-week immersion in Perus, located in the outskirts of the large city of São Paulo, we were able to observe and learn these six cultural elements. By gaining a better understanding of Quilombaquer's heritage and public spaces, as well as working alongside the community members, we as students were able to collaborate with Perus in developing their vision for the future. We also observed how Quilombaquer exemplified the importance of art, heritage and leisure for the protection of Perus' culture and identity.

CONCLUSION

The goal of this case study is to suggest a way to increase the potential growth of tourism in Perus for the purpose of cultural and economic development, self-sustainability and the protection of the resources. The innovation that could make this possible was the concept of a *voluntourism* package. This package would consist of co-creative leisure activities set up for volunteers seeking to contribute to community development as they take part in an authentic cultural experience outside of their hometowns. This concept would also align with the vision of Quilombaquer, namely creating healthy community development through the avenues of culture, art and leisure. Furthermore, this will improve the interactions between locals and visitors, enhancing the experience of turning place to space. We hope this research can contribute to Perus' tourism development and offer an innovation for the community to discuss and strategize for the future.

DISCUSSION QUESTIONS

1. What are long term goals and projects that Quilombaquer could involve voluntourists in?
2. How can voluntourism be managed in an effective way so that it has a positive contribution?
3. How can skilled, knowledgeable volunteers be targeted through marketing?
4. What specific external expertise or knowledge could Perus benefit from receiving?
5. What are the opportunities and challenges of a voluntourism model?

REFERENCES

Comunidade Cultural Quilombaquer. (2018). *Comunidade Cultural Quilombaquer*. Retrieved from https://www.facebook.com/pg/quilombaquer/about/?ref=page_internal

- Everingham, P. (2015). Intercultural exchange and mutuality in volunteer tourism: The case of intercambio in Ecuador. *Tourist Studies*, 15(2), 175-190. doi:10.1177/1468797614563435
- Everingham, P. (2015). Intercultural exchange and mutuality in volunteer tourism: The case of intercambio in Ecuador. *Tourist Studies*, 15(2), 175-190. doi:10.1177/1468797614563435
- Fayad, K., Besciak, N. Diversidade. In: Pereira, G., Wutrich, F. (Orgs.) Sete princípios para um próximo urbanismo [recurso eletrônico] / Organização de Gislene Pereira e Fabiana Wutrich. — Curitiba: Setor de Tecnologia da UFPR, 2018.
- Fayad, K., Besciak, N. Diversidade. In: Pereira, G., Wutrich, F. (Orgs.) Sete princípios para um próximo urbanismo [recurso eletrônico] / Organização de Gislene Pereira e Fabiana Wütrich. — Curitiba: Setor de Tecnologia da UFPR, 2018.
- Freire-Medeiros, B. (2009, July). The favela and its touristic transits. *Geoforum*, 40(4), 580-588. https://doi.org/10.1016/_j.geoforum.2008.10.007
- Freire-Medeiros, B. (2009, July). The favela and its touristic transits. *Geoforum*, 40(4), 580–588. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2008.10.007>
- Frenzel, F., & Koens, K. (2012). Slum tourism: Developments in a young field of interdisciplinary tourism research. *Tourism Geographies*, 14(2), 195-212. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.633222>
- Frenzel, F., & Koens, K. (2012). Slum tourism: Developments in a young field of interdisciplinary tourism research. *Tourism Geographies*, 14(2), 195–212. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.633222>
- Fundacion Arte Del Mundo. (n.d.). Volunteering at Fundacion Arte Del Mundo. Disponível em: <https://www.artedelmundoecuador.org/about-volunteering.html>
- Fundacion Arte Del Mundo. (n.d.). *Volunteering at Fundacion Arte Del Mundo*. Retrieved from <https://www.artedelmundoecuador.org/about-volunteering.html>
- GSTC. (n.d.). For Tour Operators: Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Disponível em: <https://www.gstccouncil.org/for-tour-operators/>
- GSTC. (n.d.). For Tour Operators: *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC). Retrieved from <https://www.gstccouncil.org/for-tour-operators/>
- Guttentag, D. (2009, March 26). The possible negative impacts of volunteer tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 537-551. doi: 10.1002/jtr.727
- Guttentag, D. (2009, March 26). The possible negative impacts of volunteer tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 537-551. doi: 10.1002/jtr.727
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211-239. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211-239. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>
- Hernandez-Maskivker, G., Lapointe, D., & Aquino R. (2018, May 3). The impact of volunteer tourism on local communities: A managerial perspective. *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 650-659. doi: 10.1002/jtr.2213
- Hernandez-Maskivker, G., Lapointe, D., & Aquino R. (2018, May 3). The impact of volunteer tourism on local communities: A managerial perspective. *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 650-659. doi: 10.1002/jtr.2213
- Kaztman, R., & Filgueira, F. (2006). As normas como bem público e privado: reflexões nas fronteiras do enfoque “ativos, vulnerabilidade e estrutura de oportunidades.” In J. M. Cunha, *Novas Metrôpoles Paulistas: População, Vulnerabilidade e Segregação*. Campinas: Núcleo de Estudos de População. Nepo/Unicamp.
- Kaztman, R., & Filgueira, F. (2006). As normas como bem público e privado: reflexões nas fronteiras do enfoque “ativos, vulnerabilidade e estrutura de oportunidades.” In J. M. Cunha, *Novas Metrôpoles Paulistas: População, Vulnerabilidade e Segregação*. Campinas: Núcleo de Estudos de População. Nepo/Unicamp.
- Kumaran, M., & Pappas, J. (2012, March). Digital E: Managing Voluntourism. In *The Volunteer Management Handbook: Leadership Strategies for Success*, T.D. Connors (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781118386194.oth8>
- Kumaran, M., & Pappas, J. (2012, March). Digital E: Managing Voluntourism. In *The Volunteer Management Handbook: Leadership Strategies for Success*, T.D. Connors (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781118386194.oth8>
- Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22. doi: 10.1080/10548408.2013.750919
- Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22. doi: 10.1080/10548408.2013.750919

- Manktelow, J. (n.d.). *Deal and Kennedy's Cultural Model: Understanding Rites and Rituals in Corporate Culture*. Disponível em: https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_86.htm
- Mendes, T.C., & Sonaglio, K.E. (2013). Volunturismo: uma abordagem conceitual. *Turismo Visão e Ação*, 15(2), 185-206. <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v15n2.p185-206>
- Nogueira, A.D. (2017). Centro de Pesquisa e Formação do Sesc: o papel das parcerias na composição dos saberes. Centro de Pesquisa e Formação do Sesc. Historiadora e doutora em Ciências da Comunicação (Escola de Comunicações e Artes/USP), Brasil, 137. In: Centro de Pesquisa e Formação do Sesc. Historiadora e doutora em Ciências da Comunicação (Escola de Comunicações e Artes/USP), Brasil.
- Pérez, R., Saldanha, V., & Vizeu, L. (2003). Sao Paulo (Brasil): El mapa social a través de puntajes de clasificación espacial. In M. Marcos, & G. Buzai, *Mapas Sociales Urbanos*. CD Aplicaciones, Lugar Editorial, 187-199.
- Pinheiro, M. (2011). *Pentecostais, migração e redes religiosas na periferia de São Paulo: Um estudo do bairro de Perus*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo.
- Soares, I., & Alvim, A. (2015). Passagem e permanência: um estudo sobre o movimento do pedestre no cruzamento da Avenida Paulista com a Rua da Consolação. In: VII Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Montevideo, Junio 2015. Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori. Universitat Politècnica de Catalunya, 2015.
- Torres, H. (2005). Medindo a segregação. In E. Marques, & H. Torres, *São Paulo: segregação pobreza e desigualdades sociais*. São Paulo: SENAC.
- Tuan, Yi Fu. *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. Trad. Livia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1983.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer tourism: Experiences that make a difference*. New York, NY: CABI Publishing.
- Wearing, S., & McGehee, N.G. (2013, March 1). Volunteer tourism: A review. *Tourism Management*, 38, 120-130. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.03.002>
- WWOOF Brazil. (n.d.). About WWOOF. Disponível em: <http://www.woofbrazil.com/about>
- Manktelow, J. (n.d.). *Deal and Kennedy's Cultural Model: Understanding Rites and Rituals in Corporate Culture*. Retrieved from https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_86.htm
- Mendes, T.C., & Sonaglio, K.E. (2013). Volunturismo: uma abordagem conceitual. *Turismo Visão e Ação*, 15(2), 185-206. <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v15n2.p185-206>
- Nogueira, A.D. (2017). Centro de Pesquisa e Formação do Sesc: o papel das parcerias na composição dos saberes. *Centro de Pesquisa e Formação do Sesc. Historiadora e doutora em Ciências da Comunicação (Escola de Comunicações e Artes/USP)*, Brasil, 137. Retrieved from Centro de Pesquisa e Formação do Sesc. Historiadora e doutora em Ciências da Comunicação (Escola de Comunicações e Artes/USP), Brasil.
- Pérez, R., Saldanha, V., & Vizeu, L. (2003). Sao Paulo (Brasil): El mapa social a través de puntajes de clasificación espacial. In M. Marcos, & G. Buzai, *Mapas Sociales Urbanos*. CD Aplicaciones, Lugar Editorial, 187-199.
- Pinheiro, M. (2011). *Pentecostais, migração e redes religiosas na periferia de São Paulo: Um estudo do bairro de Perus*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo.
- Soares, I., & Alvim, A. (2015). Passagem e permanência: um estudo sobre o movimento do pedestre no cruzamento da Avenida Paulista com a Rua da Consolação. In: VII Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Montevideo, junio 2015. Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori. Universitat Politècnica de Catalunya, 2015.
- Torres, H. (2005). Medindo a segregação. In E. Marques, & H. Torres, *São Paulo: segregação pobreza e desigualdades sociais*. São Paulo: SENAC.
- Tuan, Yi Fu. *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. Trad. Livia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1983.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer tourism: Experiences that make a difference*. New York, NY: CABI Publishing.
- Wearing, S., & McGehee, N.G. (2013, March 1). Volunteer tourism: A review. *Tourism Management*, 38, 120-130. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.03.002>
- WWOOF Brazil. (n.d.). About WWOOF. Retrieved from <http://www.woofbrazil.com/about>





Kenzie Schroeder

Kenzie Schroeder é aluna do terceiro ano do Programa de Bacharelado em Gestão de Turismo na Universidade da Ilha de Vancouver em Nanaimo, Columbia Britânica, Canadá. Ela está aprofundando seus estudos depois de concluir um curso em Recreação e Serviços de Lazer no Georgian College em Barrie, Ontário. A escola de campo Douglas Ribeiro da Silva para São Paulo, Brasil, foi a primeira vez que Kenzie viajou para a América do Sul e achou uma experiência muito significativa aprender sobre o acesso ao lazer. No Brasil, ela teve a oportunidade de participar e se apresentar no Congresso Mundial de Lazer de 2018: Lazer sem restrições. Kenzie está atualmente trabalhando com a Turismo Nanaimo e com a Rede de Autismo Canucks como Recreadora. O foco de sua educação e carreira é ecoturismo, desenvolvimento comunitário e gestão de lazer sustentável.

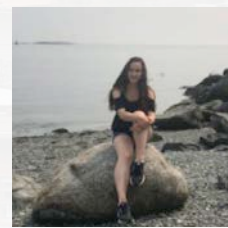
Kenzie Schroeder is a third-year student in the Bachelor of Tourism Management Program at Vancouver Island University in Nanaimo, British Columbia, Canada. She is continuing her studies after completing a diploma in Recreation and Leisure Services at Georgian College in Barrie, Ontario. The Douglas Ribeiro da Silva field school to Sao Paulo, Brazil was Kenzie's first time travelling to South America and she found it was a very meaningful experience to learn about leisure access. While in Brazil she had the opportunity to attend and present at the 2018 World Leisure Congress: Leisure Without Constraints. Kenzie is currently working with Tourism Nanaimo and with the Canucks Autism Network as a Recreation Support Worker. The focus of her education and career moving forward will be centered around ecotourism, community development, and sustainable leisure management.



Nina Maaswinkel

Nina Maaswinkel é aluna do segundo ano do Bacharel em Ciências do Turismo. Este bacharelado é um diploma conjunto entre a Universidade de Breda e a Universidade de Wageningen, na Holanda. O foco deste estudo é a evolução do turismo e as inter-relações entre turismo, economia, sociedade e meio ambiente. Estes aspectos, junto com lazer, foram os pontos focais da escola de campo em São Paulo, Brasil. Esta foi uma oportunidade única para aplicar a teoria na prática e aprender com os membros da comunidade da comunidade Quilombaque em Perus. No futuro, Nina espera fazer mais desses projetos. Além disso, ela espera adquirir mais conhecimento sobre a gestão do turismo e como tornar o turismo sustentável mais viável.

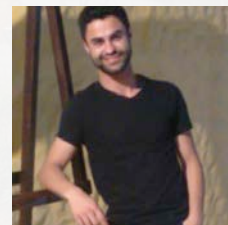
Nina Maaswinkel is a second-year student in the Bachelor of science of Tourism. This bachelor is a joint degree between Breda University and Wageningen University in the Netherlands. The focus of this study is on the developments in tourism and the interrelationships between tourism, the economy, society and the environment. Which were, next to leisure, the focal points of the field school trip to Sao Paulo, Brazil. This was a unique chance to apply the theory in practice and learn from community members of the Quilombaque community in Perus. In the future Nina hopes to do more of these projects. Furthermore, she hopes to acquire more knowledge about the management of tourism and how to make sustainable tourism more feasible.



Eleonor Fascilla

Eleonor Fascilla é estudante do Programa de Bacharelado em Ciências Ambientais e Desenvolvimento Sustentável da Universidade Ibero-americana de Puebla, México. Ela adquiriu experiência internacional em 2016 ao passar um semestre como estudante de intercâmbio na Nova Escócia, Canadá. Durante seu intercâmbio ela recebeu uma bolsa de estudos de Líderes Emergentes do Programa Américas. No verão de 2018, ela recebeu uma bolsa de pesquisa para fazer um estágio de pesquisa na Universidade da Ilha de Vancouver em Nanaimo, Canadá. Lá ela trabalhou em um projeto relacionado à economia artesanal no Canadá. Ela teve a oportunidade de participar da escola de campo em São Paulo, Brasil, organizada pela Organização Mundial do Lazer e espera poder participar de projetos similares que visam o aprimoramento do ambiente natural, bem-estar humano e sustentabilidade.

Eleonor Fascilla is a student in the Bachelor of Environmental Sciences and Sustainable Development Program at Iberoamericana University in Puebla, Mexico. She acquired international experience in 2016 when spending one semester abroad as an exchange student in Nova Scotia, Canada. During her exchange semester, she was granted a scholarship from the Emerging Leaders in the Americas Program. In the summer of 2018 she was awarded a research grant to do a research internship at Vancouver Island University in Nanaimo, British Columbia, Canada where she worked on a project related to the artisan economy in Canada. She was given the opportunity to participate in the field school to Sao Paulo, Brazil organized by the World Leisure Organization and hopes to be able to participate in similar projects that pursue the enhancement of the natural environment, human well-being and sustainability.



Bruno Neca

Bruno Neca está no segundo ano do Curso de Mestrado em Lazer e Sociedade para o Programa de Pós-Graduação em Educação Física pela Universidade Federal do Paraná (2017-2019), pesquisando políticas públicas para o lazer, sob a orientação do Professor Simone Rechia, vinculado ao Grupo de Estudos e Pesquisas em Lazer, Espaço e Cidade (GEPLEC). Formado em Marketing pela Universidade Positivo (2013), Bruno possui experiência profissional em Marketing e Educação Física e seu foco de estudos e pesquisas é a apropriação da cidade através de experiências de lazer. Assim, a escola de campo Douglas Ribeiro da Silva, organizada pela Organização Mundial do Lazer em 2018, ofereceu uma possibilidade prática de conhecer e viver a história local através do lazer nas comunidades. No futuro, Bruno pretende continuar pesquisando novas formas de como o acesso a espaços de lazer e experiências contribui para a formação de um cidadão para viver em comunidade.

Bruno Neca is in the second year of the Master's Degree in Leisure and Society for the Graduate Program in Physical Education by the Federal University of Paraná (2017-2019), researching Public Policies for Leisure, under the guidance of Professor Simone Rechia, linked to the Group of Studies and Research in Leisure, Space and City (GEPLEC). Graduated in Marketing from Positivo University (2013), Bruno has professional experience in Marketing and Physical Education and his focus of studies and research is the appropriation of the city through experiences in the field of leisure. Thus, the Douglas Ribeiro da Silva field school organized by the World Leisure Organization in 2018 provided a practical possibility to know and live the local history through leisure in the communities. In the future, Bruno intends to continue researching new ways on how access to leisure spaces and experiences contributes to a citizen's formation to live in community.



DINÂMICA DE REDES EM PERUS, SÃO PAULO

Maria Carolina Silva Mariotto,

Universidade Federal de Pernambuco,
Brasil

Martin Rodriguez Alberdi,

Universidade de Maastricht, Holanda

Mattia Jongerius,

Universidade de Ciências Aplicadas
de Breda e Universidade de
Wageningen, Holanda

Yuyan Zhou,

Universidade de Zhejiang, Hangzhou,
China

RESUMO

Perus é uma comunidade em desenvolvimento na cidade de São Paulo, Brasil. A comunidade de Perus oferece diversas oportunidades de lazer e turismo. No entanto, atualmente essas oportunidades não estão sendo totalmente utilizadas. Examinamos como diferentes grupos de atores da comunidade de Perus têm trabalhado juntos neste momento. Entre esses atores está a Comunidade Cultural Quilombaque, uma comunidade cultural fundada por agentes e ativistas culturais com o objetivo de enfrentar os problemas e dilemas enfrentados pela juventude da periferia de São Paulo, focando principalmente na miséria e violência. A Quilombaque tem o potencial para liderar o desenvolvimento de lazer e turismo na comunidade de Perus. Durante a pesquisa de campo realizada em Perus, a Quilombaque foi definida como o principal ator envolvido, atuando como um elo para conectar todos os atores envolvidos, incluindo o grupo de pesquisa. Considerando que a Quilombaque já desempenha um papel central na rede de atores em Perus, eles ainda precisam criar parcerias com outros atores que atuam na comunidade e que tenham interesse em melhorar as oportunidades de lazer e aumentar o

NETWORK DYNAMICS IN PERUS, SÃO PAULO

Maria Carolina Silva Mariotto,
Universidade Federal de Pernambuco,
Brazil

Martin Rodriguez Alberdi,
Maastricht University, The Netherlands

Mattia Jongerius,
Breda University of Applied Sciences
and Wageningen University &
Research, The Netherlands

Yuyan Zhou,
Zhejiang University, Hangzhou,
China

CHAPTER SUMMARY

Perus is a developing community in the city of São Paulo, Brazil. The community of Perus has a lot to offer when it comes to leisure and tourism opportunities. However, at this moment, these opportunities are not fully utilized. We have examined how different groups of stakeholders in the Perus community work together at this moment. Among these stakeholders is the “Comunidade Cultural de Quilombaque”, which is a cultural community founded by cultural activists and agents with the objective of confronting the problems and dilemmas faced by the youth in the periphery of São Paulo, focusing mainly on misery and violence. Quilombaque has the potential to be a general leader in the development of leisure and tourism in the Perus community. Throughout the field research conducted in Perus, Quilombaque was set as the central stakeholder serving as a nexus to connect all stakeholders involved, including the research group. Whereas Quilombaque already has a central role within the network of stakeholders in Perus, they still need to create partnerships with other actors within the community that have a stake in improving leisure opportunities in order to increase the number of tourists (e.g. the local library,



número de turistas (por exemplo, a biblioteca local, Casa Hip Hop e o Teatro Pandora) e também com atores que atuam fora da comunidade (por exemplo, a Universidade de São Paulo, empresas do setor de alimentação, organizações comerciais, etc.). A partir desta perspectiva foram propostas três possíveis parcerias entre os atores envolvidos na comunidade de Perus. Acreditamos que a criação dessas parcerias poderia ajudar Perus a atingir seus objetivos de garantir melhores oportunidades de lazer, desenvolvimento comunitário, geração econômica, sustentabilidade e crescimento do turismo na comunidade.

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Durante o trabalho de campo para esse estudo de caso, foi muito importante poder experimentar e aprender presencialmente com a Comunidade Cultural Quilombaque. Os seguintes objetivos foram definidos para este estudo de caso:

1. Identificar os principais atores e suas colaborações existentes em Perus e comunidades próximas;
2. Analisar como diferentes atores podem otimizar o trabalho conjunto para melhorar o produto turístico em Perus e arredores;
3. Destacar a importância do lazer e turismo para a comunidade de Perus e arredores.

O TEMA, OPORTUNIDADES E TENDÊNCIAS

De acordo com Art. 6º da Constituição Brasileira (1988), o lazer é um direito social. Isso significa que deve ser uma área de desenvolvimento para benefício de toda a população, sem discriminações. No entanto, estudos tem mostrado que as políticas públicas são insuficientes ou inexistentes, e que o consumo de lazer no Brasil tende a aumentar com a riqueza, uma vez que pessoas que possuem nível de escolaridade e renda mais elevados têm mais acesso à melhores atividades de lazer. Consequentemente, pessoas com menor escolaridade e renda têm opções limitadas de lazer (Pinto et al, 2012 e Uvinha et al, 2017).

Pinto et al (2012), escrevem sobre a escassez de políticas públicas de lazer, explicando que os espaços públicos de lazer nas cidades são insuficientes para que toda a população tenha acesso a diferentes tipos de atividades culturais, o que acaba levando à desigualdade social. Eles também mencionam como as políticas públicas deveriam ser: respeitando a dinâmica do espaço e equipamentos, pensando nas oportunidades que esses lugares oferecem, sejam eles edifícios ou áreas verdes, e sempre trabalhando para garantir maior acessibilidade, para incluir pessoas de todas as origens socioeconômicas e culturais, incluindo, entre outras: idade, gênero e classe econômica.

As atividades de lazer podem ser criadas a partir do envolvimento de universidades, iniciativa privada, instituições e das próprias comunidades. Grupos e centros culturais são um exemplo de como os membros de uma

the HipHop House and the Pandora Theatre), and with stakeholders that act outside of the community (e.g. the University of São Paulo, catering organizations, commercial organizations etc.). With this in mind, we proposed three possible partnerships between stakeholders in the Perus community. We believe that creating those partnerships could help Perus achieve their goals of improved leisure opportunities, community development, economic generation, sustainability and tourism growth within their community.

LEARNING OBJECTIVES

During the fieldwork for this case study, it was very important to experience and learn from the Quilombaque community first-hand. The following objectives were set for this case study:

1. Identify key stakeholders and their existing collaborations in Perus and the surrounding community.
2. Analyze how different actors can optimally work together in order to improve the tourism product in Perus and the surrounding region.
3. Pointing out the importance of leisure and tourism to the Perus community and the surrounding region.

THE ISSUE, OPPORTUNITY AND TREND

According to Art. 6º of the Brazilian constitution (1988), leisure is a social right. This means that it should be a developmental area for the benefit of the entire population, without discrimination. However, studies have shown that public policies are insufficient or do not exist, and that leisure consumption in Brazil tends to increase with wealth, as people who have a higher education and income level have more access to greater leisure activities. Consequently, people with lower education and income levels live with limited leisure activities (Pinto et al, 2012 and Uvinha et al, 2017).

Pinto et al (2012) write about the scarcity of public policies for leisure, explaining that public spaces for leisure in cities are insufficient for all people to have access to different types of cultural activities, which ultimately leads to social inequality within the population. They also mention how public policies are supposed to be; respecting the space and equipments dynamic, thinking about the opportunities that these places offer whether they are buildings or green areas, and always working on accessibility, to include people of all socioeconomic and cultural backgrounds, including amongst others; age, gender and economic class.

Leisure activities can be created with the involvement of universities, private initiatives, institutions and communities themselves. Cultural groups and centers are an example of how the community members can develop

comunidade podem desenvolver atividades de lazer para si próprios. Essas iniciativas tendem a ser inclusivas, ou seja, sem discriminação das diferentes classes sociais, o que aumenta a qualidade de vida e fortalece a construção de uma sociedade igualitária (Pinto et al, 2012).

Com essas atividades de lazer inclusivas, os grupos e centros culturais podem aumentar a oportunidade de desenvolvimento sustentável da comunidade, enquanto trabalham na esfera do turismo. O turismo está relacionado à cultura, o que dá visibilidade às manifestações culturais, utilizando a memória e a identidade destes grupos (Pinto et al, 2012).

É importante entender que a população brasileira deseja ver o turismo como uma alternativa para atividades de lazer, segundo os dados encontrados por Uvinha et al (2017). Este estudo também exemplifica a desigualdade da distribuição do lazer no país, uma vez que pessoas com renda mais elevada tem mais facilidade de acesso a esse tipo de atividade do que aqueles com menores níveis de renda. Mesmo assim, ambos os grupos desejam o mesmo nível de atividades turísticas. Entretanto, apenas as pessoas com renda mais alta são capazes de ter uma influência na atividade turística no país.

O Brasil possui áreas com imenso potencial para desenvolvimento da atividade turística, pois diferentes elementos culturais do cotidiano dos brasileiros ocorrem em diferentes contextos e formas. Esses elementos podem ser desenvolvidos para construir uma economia em torno do turismo. No entanto, para que essa atividade seja bem-sucedida de forma sustentável, é necessário compreender a lógica das comunidades locais.

Em relação à estrutura da comunidade, Munshi (2014) conclui que os membros de comunidades bem estabelecidas tendem a trabalhar juntos para alcançar objetivos comuns. Ainda segundo o autor, essas comunidades trabalham em uma lógica de rede, discutindo que "redes também desempenham um papel dinâmico, apoiando o movimento permanente de grupos de indivíduos da comunidade através do espaço e ocupações" (Munshi, 2014 p. 72).

Além disso, Martinho (2003) também discute como funciona a dinâmica das redes. Um dos conceitos importantes que o autor traz para essa discussão é o de lógica não-linear, que significa que a informação pode viajar em todas as direções e também de forma cíclica. Isso cria uma oportunidade de aprender com essa informação e reorganizar a própria rede, enquanto os agentes envolvidos se comunicam a partir de diferentes locais.

Outra característica importante que alguns autores concordam é que as redes funcionam de maneira horizontal. Isso significa que não há uma lógica hierárquica, ou seja, cada agente é um indivíduo com um papel igualmente importante. Em outras palavras, as diferentes organizações, grupos ou instituições não têm um papel decisivo em determinar aqueles aspectos que afetam a comunidade. Todas as ações norteadoras devem ser discutidas e acordadas por todos os membros da rede (Capra, 2001; Martinho, 2003 e Xavier et al, 2012).

leisure activities for themselves. These initiatives tend to be inclusive, meaning that there is no discrimination towards different social classes, which increases life quality and the fulfillment of an equal society (Pinto et al, 2012).

With these inclusive leisure activities, cultural groups and centers can increase the opportunity of sustainable development of the community while working in the tourism sphere. Tourism is related to culture, which brings visibility to cultural manifestations, utilizing the memory and identity of groups (Pinto et al, 2012).

It is important to understand that the Brazilian population wishes to see tourism as an alternative for leisure activities, according to data found by Uvinha et al (2017). This study also exemplifies the inequality of leisure distribution over the country, as people with higher income levels are more able to practice this type of activity than the people with lower income levels. Nevertheless, both groups equally wish the same degree of tourist activities. However, only the people with higher income are more able to have an influence on tourist activity in the country.

Brazil has immense potential spheres to develop regarding touristic activity, as different cultural elements present the daily life of Brazilians from all around the country, coming in different contexts and forms. These elements can be developed to construct an economy around tourism. However, for this activity to succeed in a sustainable way, it is necessary to understand the logic of local communities.

Regarding community structure, Munshi (2014) concludes that the members of well-established communities tend to work together to achieve common objectives. But the author included that these communities work in a network logic, discussing that "networks also play a dynamic role, supporting the permanent movement of groups of individuals from the community across space and occupations." (Munshi, 2014 p. 72).

On top of that, Martinho (2003) also commented on how the dynamic of networks works. Some important concepts that the author brings to this discussion are of no-linear logic, which means that the information can travel in all directions and also in a cyclical way. This creates an opportunity to learn from that information and reorganizing the network itself, while the agents involved communicate with each other from different locations.

Another important characteristic that some authors agree on, is that networks work in a horizontal way. This means that there is no hierarchical logic, that each agent is individual and has an important and equal role. In other words, the different organizations, groups or institutions do not have a decisive role in determining those aspects that affect the community. All general actions must be discussed and agreed upon by all members of the network (Capra, 2001; Martinho, 2003 and Xavier et al, 2012).

Essa lógica de rede também pode ser usada para aumentar o fluxo de trabalho de destinos turísticos, quando os atores envolvidos atuam em parcerias, compartilhando informações e produtos e discutindo estratégias para melhorar o desenvolvimento sustentável em conjunto. Isso resulta em uma melhor distribuição dos benefícios para os diferentes agentes comunitários.

Xavier et al (2012) afirmam que a falta de planejamento compartilhado tem sido uma fraqueza no poder competitivo de destinos turísticos. Para reverter essa tendência, os clusters podem ser uma alternativa para melhorar o desenvolvimento regional. Além disso, o autor concorda que a relação entre diferentes atores de um destino turístico pode ser uma forma de qualificar um produto turístico.

Neste contexto, o turismo em rede é definido como uma interdependência informal nas relações e conexões entre os atores, de uma forma espontânea, horizontal e sem regulação. Isto significa que inexistem regras formais ou hierarquia que definam a atuação da rede ou dos membros da rede. A interdependência é tida como uma forma dos grupos ajudarem uns aos outros em suas necessidades, sejam produtos ou serviços. O autor conclui que a cooperação e a criação de redes podem contribuir para um destino se tornar um local sustentável e rentável para empresas, gestores e comunidades locais (Xavier et al, 2012).

Os estudos existentes não contemplam apenas a análise de uma rede interna. A relação em redes entre diferentes locais é considerada uma estratégia para aumentar a competitividade dos destinos e incrementar o fluxo turístico. De acordo com Tao Hong et al (2015), é mais produtivo para os destinos oferecer produtos conjugados e cooperativos, como itinerários turísticos, do que competir uns com os outros pelos turistas. Especialmente se os destinos são próximos, há uma oportunidade maior de trabalho conjunto para produzir eventos, por exemplo, ou compartilhar produtos e serviços. O autor conclui que a lógica de redes promove vantagens competitivas aos destinos, melhorando a qualidade dos produtos turísticos, como acontece nos destinos turísticos na China.

Essas discussões apontam a relevância da produção cultural para o lazer, bem como da oportunidade de trabalhar nesse tópico a partir da estrutura de redes como forma de desenvolvimento não apenas para o turismo, mas também para a própria comunidade.

A INOVAÇÃO

Contexto de caso

A partir dos estudos de campo, da bibliografia relacionada e a fim de alcançar os objetivos de aprendizagem, este estudo analisou a comunidade de Perus, localizada na periferia de São Paulo. Perus observou uma grande migração no início da década de 1990. Hoje, com quase 164.000 habitantes, esta comunidade é conhecida como local de passagem e resistência política devido à sua localização geográfica

This network logic can also be used to increase the workflow of tourist destinations, when the stakeholders act as partnerships, sharing informations and products, and discussing strategies to improve the sustainable development together. This results in a better distribution of the benefits to the different community agents.

Xavier et al (2012) affirm that the lack of shared planning has been a weakness in the competitive power of tourist destinations. In order to reverse this trend, clusters can be an alternative to improve regional development. Moreover, the author agrees that the relationship between a destination's agents can act as a qualifying method for tourism supplies.

In this context, network tourism is defined as an informal interdependence on relationships and connections between agents, with a spontaneous and horizontal form without regulation. Which means that there are no formal rules or hierarchy that define the acting of the network or network members. The interdependence is shown as a way for the group to help each other in their needs, whether they are products or services. The author concludes that cooperation and network creation can improve the chances of a destination to become a sustainable and rentable location for businesses, management and local communities (Xavier et al, 2012).

Not only an internal network is supplied by studies. The network relation between different locations is shown as a strategy to increase the competitive advantage of destinations and improve the chances of greater tourism flows. According to Tao Hong et al (2015), it is more productive for destinations to provide composite cooperative products with each other, like tourist itineraries, than competing with each other for tourists. Especially if the destinations are close to each other, there is an increased opportunity to work together to produce offers, for example events, or share products and services. The author completes that this network logic promotes competitive advantages for destinations, improving the quality of tourism products, as it happens in tourism destinations in China.

This discussions points to the relevance of cultural production for leisure and the opportunity to work on this topic with the network structure as a form of development not only for tourism but also for the community itself.

THE INNOVATION

Case context

Based on field studies and related documents, in order to achieve the learning objectives, this study took Perus as the case. Perus is a community which is located on the outskirts of São Paulo. Perus knew a great migration in the early 1990s. Nowadays, with nearly 164,000 inhabitants, this community is known as a place of passage and political resistance because of its geographical location and special history. In recent years, it has been strengthened by arts

e sua história única. Nos últimos anos, a comunidade de Perus tem sido fortalecida através da arte e da cultura, as quais foram herdadas e desenvolvidas pela nova geração da comunidade. Durante o estudo de campo, os grupos e centros culturais da comunidade, tais como a Comunidade Cultural Quilombaque, o teatro Pandora, a Casa do Hip Hop, entre outras, foram observados e analisados. Este capítulo irá focar em parcerias. Mais especificamente, este capítulo ilustrará como o interno (dentro da comunidade) e o externo (com outros atores de fora da comunidade) podem trabalhar dentro de uma estrutura de rede para promover o desenvolvimento do lazer na comunidade, especialmente na área do turismo. A estrutura de redes foi utilizada para avaliar como cada agência ou organização pode contribuir para o desenvolvimento comunitário. Inúmeros casos podem ser citados para evidenciar que o lazer pode ser um elemento central para promover o desenvolvimento comunitário. Um destes exemplos é relatado por Anon (2017) em *Kampung Pelangi* uma comunidade na Indonésia, onde, com a ajuda do governo local e de artistas, a comunidade transformou-se de uma favela em um popular destino turístico. Artistas tem usado graffiti para transformar a comunidade em uma aldeia colorida e onírica. O governo encorajou a comunidade local a abrir lojas de souvenir para atrair turistas, e também ajudou os restaurantes locais a melhorar a qualidade da comida e das condições sanitárias de forma a atender às necessidades dos turistas, para que a comunidade local pudesse compartilhar diretamente os benefícios do turismo. Como consequência destas ações, a criminalidade reduziu e o desenvolvimento econômico está aumentando.

Rica em paisagens naturais e recursos culturais, Perus é certamente um bom lugar para desenvolver o turismo com um estilo único. No entanto, os atores envolvidos não devem se limitar ao governo e artistas (Dredge, 2006). É a geração jovem que deve estar imersa na atmosfera da cultura do lazer e assumir a responsabilidade de ajudar a criar oportunidades de lazer para a comunidade.

Afonso (2017) realizou uma pesquisa que mapeou 17 iniciativas associadas aos setores da economia criativa na favela da Mangueira, no Rio de Janeiro, Brasil. Estas iniciativas consistiram no desenvolvimento de atividades culturais e artísticas que sensibilizam os jovens da comunidade para a história de suas famílias, promovendo o fortalecimento dos laços sociais e o empoderamento individual. Portanto, pensamos que somente através da cooperação de atores internos e externos é possível desenvolver a comunidade de forma rápida e sustentável.

ATORES ENVOLVIDOS

Os efeitos negativos que o desenvolvimento urbano tem sobre as comunidades com forte potencial cultural e turístico (por exemplo, aumento dos preços imobiliários) têm um impacto real nos habitantes de Perus. Esse fenômeno ocorre porque a comunidade de Perus possui amplo e diverso grupo de elementos socioculturais que resultam em uma organização comunitária dinâmica por si própria. Atualmente, as políticas públicas são escassas e há preocupações com ações negativas e não planejadas,

and Culture, which were both inherited and developed by the young generation of this community. During the field study, the cultural groups and centers of the community were observed and investigated, such as; Quilombaque, the Pandora theatre, the Hiphop house and so on. This chapter will focus on partnerships. More specifically, this chapter will illustrate how the internal (within the community) and external (with other actors from outside the community) can work within a network structure to promote leisure development in the community, especially in the field of tourism. The network structure is used to elaborate how each agency or organization can play a part in contributing to community development. Many cases can be cited to prove that leisure can be a central element for community development. For example, as is reported by Anon (2017), with the help of the local government and artists, Kampung Pelangi, a community in Indonesia, has turned from a slum into a popular tourist destination. Artists have turned the community into a colorful and dreamlike village by using graffiti. The government has encouraged the local community to open tourist souvenir shops to attract tourists and also helped local restaurants to improve the quality of their food and improve the sanitation environment to meet the needs of tourists, so that the local community could directly share the benefits of tourism. Therefore, crime was reduced and economic development is boosting.

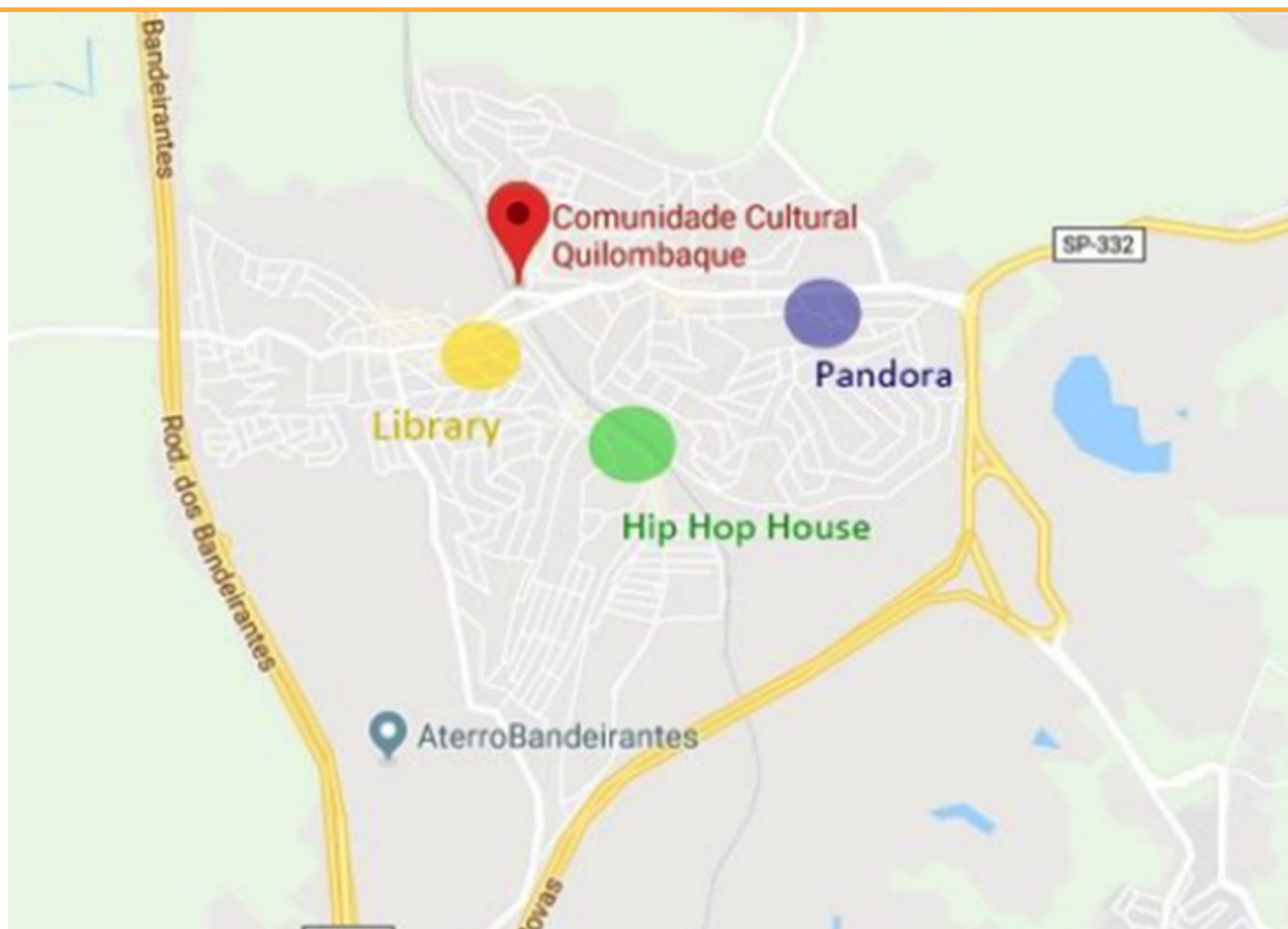
Rich in natural landscape and cultural resources, Perus is certainly a good place to develop tourism with its own unique style. However, the actors should not be limited to the government and the artists (Dredge, 2006). It is the whole young generation who should be immersed in the atmosphere of leisure culture and undertaking the responsibility of helping to create leisure for their community.

Afonso (2017) conducted a research which mapped 17 initiatives associated with creative economy sectors in the Mangueira favelas in Rio de Janeiro, Brazil. The initiatives developed cultural and artistic activities that make the young people of the community aware of the history of their families, which promotes the strengthening of social ties and individual empowerment. We, therefore, think only by the cooperation of people from the internal and external stakeholders can the community be developed quickly and sustainably.

STAKEHOLDERS INVOLVED

The negative effects that urban development has on communities with strong cultural and tourism potential (e.g increasing housing prices), has a real impact on the inhabitants of Perus. This phenomenon occurs because Perus has a wide group of socio-cultural elements that provide a dynamic community organization on itself. Nowadays, public policies are meager, and there are concerns about negative and non-planned actions, that lead to serious problems affect

Figura 1 – Atores internos de Perus / Image 1 – Perus' Internal Stakeholders



que levam a sérios problemas que afetam o lazer e, com isso, a qualidade de vida dos moradores locais.

Normalmente, a maioria dessas comunidades não tem oportunidades de lazer tais como teatro, centros culturais, cinemas, etc. Por isso, as pessoas de Perus estão lutando para manter os lugares que foram reapropriados, transformando-os em espaços culturais e espaços que representam resistência. Essas ações criaram dinâmicas próprias de organização entre os grupos dentro de Perus, para apoiar o desenvolvimento local. Mas mesmo com essa estrutura interna, o governo não pode se abster da responsabilidade de criar e apoiar práticas de lazer e cultura no local.

Segundo Marcelino (2002), é fundamental compreender as políticas públicas para o lazer como forma de subsidiar o diálogo sobre a implementação, continuidade e preservação dos bens pertencentes à comunidade. Rodrigues (2002) argumenta que é necessário criar políticas públicas relacionadas ao lazer que enfatizem espaços e estruturas.

De outro modo, pesquisadores descobriram que a maioria dos espaços públicos não tem apoio governamental para incentivar a produção cultural. Isso deve ser organizado por agentes públicos, trabalhando através de parcerias que incluam a população e instituições privadas (Bonalume, 2002).

the leisure, and with it, the life quality of the inhabitants.

Usually, most of these communities do not have leisure opportunities like a theater, cultural centers, cinemas, etc. Because of this, the people of Perus are fighting to keep the places that they reappropriated, transforming them into cultural spaces, and spaces that represent resistance. These actions created their own organization dynamics between the groups inside Perus community, to support the local development. Even with this internal structure, the government can not be free of the responsibility to create and support leisure and cultural practices at the location.

According to Marcelino (2002), it is fundamental to understand the public policies for leisure so it could be possible to start a dialogue about the implementation, continuity and preservation of the assets belonging to the community. Rodrigues (2002) arguments that it is necessary to create leisure related public policies that could put more emphasis on spaces and structures.

Otherwise, researchers found that most public spaces do not have government support to cultural production development. This should be organized by public agents, working with partnership logic, including the population and private institutions (Bonalume, 2002)

Neste estudo de caso, discutimos a importância e visibilidade que alguns grupos de lazer obtêm na comunidade Perus enquanto lutam contra problemas sociais e trabalham para alcançar direitos sociais e melhorar a qualidade de vida em centros urbanos (Marcelino, 2002).

ATORES INTERNOS DA COMUNIDADE DE PERUS

Quilombaquer

Quilombaquer é um complexo cultural que atua como líder em ações e projetos na comunidade. Suas atividades incluem todos os membros da comunidade em diferentes contextos culturais e ideológicos, trabalhando com um propósito pedagógico, visando integrar os moradores locais no sentido de pertencimento e história da comunidade, e promovendo o desenvolvimento de Perus através da criação de projetos.

A agência de viagens da comunidade, que irá vender os itinerários de viagem, oferecendo atividades culturais e de lazer, é um exemplo de um projeto que foi criado para apoiar o desenvolvimento local. Além disso, as parcerias com o SESC, o SENAC e a WLO (Organização Mundial do Lazer) foram muito importantes para executar essa ideia, pois permitiram oferecer cursos de hospitalidade aos membros da comunidade, bem como a avaliação proveniente do programa da Escola de Campo.

Mas o desenvolvimento de ideias não é o único objetivo desse grupo, uma vez que a comunicação entre os atores internos e externos também é mediada pela Quilombaquer, evidenciando sua grande importância em atuar como um facilitador no contexto do desenvolvimento local.

Os projetos desenvolvidos conjuntamente pelos parceiros internos de Perus são, de acordo com os moradores locais, centrados principalmente em eventos culturais, onde esses grupos se comunicam entre si, e onde a Quilombaquer é parte dessa interação. Uma estratégia para aumentar o fluxo de trabalho desses grupos seria se a Quilombaquer organizasse discussões em grupo periódicas, nas quais líderes de diferentes parceiros de Perus pudessem compartilhar informações e ideias, trabalhando juntos e ajudando uns aos outros para alcançar o objetivo comum de promover o desenvolvimento da comunidade.

A Quilombaquer é um importante agente na comunicação entre outras parcerias internas e externas, tais como o SESC e a universidade. Em relação a essa rede, a Quilombaquer pode atuar como um representante das necessidades do grupo e da comunidade ao colaborar com atores externos.

Casa Hip Hop

A Casa Hip Hop em Perus é considerada um espaço de interesse social para os jovens da comunidade. A prática da dança é um incentivo para superar a violência e os estereótipos em torno das populações marginalizadas. Com o tempo, pode contribuir para incentivos culturais e artísticos em Perus. A valorização da cultura local e das

In this case study, we discuss the importance and visibility that some leisure groups obtain in the Perus community while they work to fight against social problems, attaining social rights and improved life quality in urban cities (Marcellino, 2002).

STAKEHOLDERS WITHIN THE PERUS COMMUNITY

Quilombaquer

Quilombaquer is a cultural complex that acts as a leader in actions and projects in the community. Their activities include all community members in different cultural and ideological contexts, working with a pedagogic purpose, aiming to integrate locals in the community's sense of purpose and history, while promoting Perus' development through the creation of projects.

The community's travel agency, that will sell travel itineraries, working through leisure and cultural activities, is an example of a project that was created to support local development. Moreover, the partnerships with SESC, SENAC and WLO were very important to execute this idea, as they included hospitality courses offered to the community members and the feedback arising out of the Field School program.

But developing ideas is not the only purpose of this group, as the communication between internal and external stakeholders is also mediated by Quilombaquer, showing a huge importance in being a facilitator in the local development context.

The projects that Perus' internal partners develop together, according to locals, are mostly centered around cultural events, where these groups communicate with each other, where Quilombaquer is part of this interaction. A strategy to increase the workflow of these groups would be if Quilombaquer organized periodical group discussions, where leaders of different partners from Perus could share information and ideas, working together and helping each other to reach one common objective: development of the community.

Quilombaquer is an important agent in bridging communication with other internal and external partnerships, like the SESC institution and the University. Regarding this network, the Quilombaquer can work as a representer of the groupal and community needs when collaborating with external stakeholders.

Hip Hop House

The Hip Hop House in Perus is considered a space of social interest for young members of the community. Practicing dances is an incentive to overcome violence and stereotypes around marginalized populations. Over time it can contribute to cultural-artistic incentives in Perus. The local cultural appreciation and artistic manifestations are

manifestações artísticas são fundamentais para mobilizar não apenas os moradores locais, mas também políticas públicas de promoção dos direitos sociais. As ações da Casa Hip Hop podem contribuir para a formulação e execução de políticas culturais na comunidade de Perus e podem estimular o desenvolvimento local. Parcerias com instituições relacionadas à produção musical podem ajudar a desenvolver e dar maior visibilidade a esse grupo cultural. Publicidade, como roupas e acessórios, pode promover sua marca institucional, além de ser fonte de recursos financeiros.

Biblioteca Padre José Anchieta

A Biblioteca Padre José Anchieta não é apenas um espaço de leitura tradicional, sua missão e objetivo também é proporcionar a interação social na comunidade de Perus. E além disso, também considerar a importância de trabalhar na conservação e divulgação da cultura, memória e história locais. A biblioteca é um centro cultural aberto a todos os moradores sem discriminação. As atividades e exposições culturais e artísticas normalmente têm como temas a produção e história locais.

Conforme já discutido, a biblioteca é um espaço de interação e integração social, e é visível que a comunidade considera esse espaço um dos principais locais que guardam a memória da comunidade através de exposições e documentos, instigando a curiosidade dos visitantes a aprender sobre a comunidade.

Pode ser uma oportunidade desenvolver parcerias com lanchonetes ou cafeterias, que podem proporcionar um espaço relaxante para os visitantes e, ao mesmo tempo, ajudar nos custos de manutenção do espaço e das exposições de arte. Em outras palavras, os recursos oriundos da utilização do espaço da biblioteca por estes parceiros podem ser investidos nas suas atividades e em melhorias no prédio. Ao mesmo tempo, essa parceria traz visibilidade a uma marca que trabalha com a comunidade, representando uma oportunidade de *marketing*.

Teatro Pandora

O Teatro Pandora surgiu com o objetivo de reapropriar um espaço degradado e abandonado contra a violência e o declínio dos espaços públicos em Perus. A resistência cultural se estabeleceu neste lugar através das artes cênicas e filmes como uma forma de reforçar a cultura local e história de Perus. O teatro tem como objetivo informar as pessoas sobre a importância cultural que o teatro tem. Este espaço é único, sem o uso de novas tecnologias. Toda apresentação, mesmo quando repetida, nunca será idêntica. É uma forma de comunicar, informar e contar histórias.

Uma oportunidade para este espaço cultural é desenvolver parcerias com produtores audiovisuais, grupos universitários de teatro e cinema para desenvolver e produzir vídeos na comunidade. Os membros do grupo Pandora podem ganhar visibilidade por suas performances e agregar valor à experiência de turismo da comunidade, ao mesmo tempo em que divulgam as ofertas turísticas.

fundamental to mobilize, not only the locals, but public policies to promote social rights. Hip Hop House actions may contribute to the formulation and execution of cultural policies in the Perus community, and can stimulate local development. Partnerships with institutions related to the production of music can help to develop and give more visibility to this cultural group. Merchandising like clothes and accessories can help financially as they could promote their institutional brand.

José Padre Anchieta Library

The José Padre Anchieta Library is not just a space for traditional reading, their mission and objective is also to provide social interaction in the Perus community. Yet, also keeping in mind the importance to work on conservation and dispersion of local culture, memory and history. The library is a cultural center that is open for all the inhabitants without discrimination. The activities and cultural-artistic exhibitions show topics such as local production and history.

As was discussed, the Library is a space of interaction and social integration, and it is visible that the community has this space as one of the main places that carry the memory of the community through exhibits and documented materials, driving the curiosity of visitors coming from outside to learn about the community.

It could be an opportunity to develop a partnership relation with Brazilian food and coffee shop institutions, who can provide a relaxing space for the visitors while helping with financial costs related to the maintenance of the space and art exhibitions. In other words, the financial costs of an institution that uses the library space for business can be invested to improve the building and their activities. At the same time, this partnership brings visibility to a brand that works with the community, representing a marketing opportunity.

Pandora Theatre

The Pandora Theatre has emerged with the aim to appropriate a degraded and abandoned space against violence and the decline of public spaces in Perus. Cultural resistance established itself in this place through the art of performing, acting and filming as a way to reinforce the sense of local culture and history of Perus. The theatre aims to inform people about the cultural importance that the theatre has. This space is unique, without using new technologies. Every performance, even when repeated, will never be identical. It is a way of communicating, informing and telling stories.

A partnership with audiovisual producers, theater and film university groups to develop and promote videos of the Perus community is an opportunity for this open cultural space for different groups to practice. The members of this Pandora group can receive visibility for their abilities and add value to the tourism experience of the community, while publicizing the tourist offers.

Assentamento Comuna da Terra Irmã Alberta

Esta comunidade representa aproximadamente 100 famílias que interagem entre si para lutar por um espaço compartilhado e contribuir para a solução de problemas sociais. Em primeiro lugar, eles querem mostrar a importância da organização lógica, que pode melhorar as condições de vida e a saúde dos trabalhadores rurais. Eles ocupam pedaços de terra para criar plantações, recuperar áreas degradadas e estimular modelos de produção agroecológica.

Uma parceria poderia ser estabelecida com base na venda de produtos oriundos do assentamento, cultivados pelos agricultores, para restaurantes e estabelecimentos que querem ter sua imagem relacionada a atividades orgânicas e agroecológicas. Essa iniciativa poderia aumentar a demanda por esses produtos e contribuir para a estrutura da produção e a qualidade de vida da comunidade.

Além disso, os benefícios financeiros dessas parcerias podem ser usados para desenvolver oficinas para visitantes e membros da comunidade, o que pode ajudar a promover atividades de lazer e conscientização sobre a preservação do meio ambiente.

ATORES EXTERNOS DA COMUNIDADE DE PERU

SESC e SENAC

O SESC e o SENAC fazem parte de um conjunto de instituições (Sistema S), todas ligadas ao setor produtivo, como indústrias, comércio, agricultura, transporte e cooperativas, cujo objetivo é melhorar, fomentar e promover uma melhor qualidade de vida. Nesse contexto, projetos de lazer com essas instituições são uma possibilidade de interação e integração dos indivíduos.

O SESC e o SENAC já contribuem para a execução de projetos e ações de lazer em parcerias com comunidades, sendo que Perus já é um desses parceiros. Um exemplo é o projeto da Escola de Campo, que criou uma oportunidade para promover a cultura da comunidade e integrar pessoas de todo o mundo com atividades de lazer.

Hoje o diálogo e a parceria com o SENAC e o SESC já estão sendo consolidados através do forte processo de organização comunitária estabelecido em Perus, facilitando o acesso às instituições que contribuem para ações de apoio ao lazer e qualidade de vida. Essa situação aponta para a possibilidade de a comunidade desenvolver parcerias com outros integrantes do Sistema S, como o SEBRAE, com cursos profissionalizantes das atividades que a comunidade já realiza, tais como hospedagem, e outros temas para auxiliar o desenvolvimento do empreendedorismo local, contabilidade e gestão.

Universidade de São Paulo

O papel da universidade como colaboradora para o desenvolvimento social da comunidade é parte da

Assentamento Comuna da Terra Irmã Alberta

This community represents approximately 100 families that interact with one another in order to fight for a shared space and make it possible to contribute to a solution of social problems. They foremost want to show the importance of logical organization, which can improve the living conditions and health of rural workers. They occupy pieces of land to use it for cultivation, recovery of degraded areas and for stimulation of agro-ecological production models.

A partnership could be established based on the sale of products originating from the settlement, grown by the farmers, to restaurants and establishments that want to have their image related to organic and agro-ecological activities. This initiative could increase the demand for these products, contributing to the structure of the production and the style and quality of life in the community.

Also, the financial benefits of these partnerships can be used to develop workshops for visitors and community members, which may help to promote leisure activities and awareness about preserving the environment.

STAKEHOLDERS FROM OUTSIDE THE PERUS COMMUNITY

SESC and SENAC

SESC and SENAC are part of a group of institutions (S System) all related to the productive sector, such as industries, trade, agriculture, transport and cooperatives, whose purpose is to improve, foster and promote a better quality of life. In this context, leisure projects with these institutions are a possibility for interaction and integration of individuals.

SESC and SENAC already contribute to the execution of leisure projects and actions in partnerships with communities and Perus became one of these partners. An example is the Field School project, that created an opportunity to promote the community culture and integrate people from all around the world with leisure activities.

Today the dialogue and partnership with Senac and Sesc is already being consolidated, through the strong process of community organization established in Perus, facilitating easy access to those institutions that contribute to actions and support to leisure and quality of life. This situation points to a possibility of the community to develop partnerships with other members of the S System, as Sebrae with vocational courses and training based on the activities that the community already performs as lodging, and other topics to help the local development of entrepreneurship, accounting and management.

University of São Paulo

The role of the university as a contributor to the social development of the community is part of the

responsabilidade de compartilhar conhecimentos, projetos e ideias para uma melhor execução das atividades culturais, lazer e desenvolvimento local, gerando resultados positivos.

Uma parceria entre a comunidade e a universidade criou a Lei nº 13.549 (2003), que faz parte do Plano Diretor da cidade de São Paulo, um documento público oficial que estabeleceu regras para a construção de edificações para que não houvesse descaracterização do espaço.

Essas parcerias com universidades e seus projetos de pesquisa e extensão são fundamentais para contribuir com a comunidade, compartilhando conhecimento, criando consciência com a comunidade e promovendo ações nas quais os estudantes podem aprender sobre a cultura, a história e o território. Essas ações podem promover ideias e elaborar projetos de lazer para os membros da comunidade, aumentando a qualidade de vida e também criando ofertas turísticas, levando ao desenvolvimento local.

Outras comunidades

Algumas comunidades do estado de São Paulo possuem parcerias entre si, por meio das quais se comunicam e compartilham informações para desenvolver projetos. Um exemplo muito importante dessa cooperação foi a criação do Programa de Fomento à Cultura da Periferia de São Paulo (Lei N° 16.496/2016), que forneceu recursos financeiros para ajudar no desenvolvimento de projetos, incluindo projetos culturais e de lazer.

Uma possibilidade de melhorar a relação entre as comunidades é trabalhar em conjunto como uma rede, aumentando a comunicação, compartilhando ideias, conhecimentos, produtos e projetos para ajudar uns aos outros no desenvolvimento dessas comunidades. Com essa estrutura de rede, podem ser criados outros projetos semelhantes à lei do Programa de Fomento à Cultura da Periferia.

ABORDAGEM E IMPACTO

A abordagem utilizada para o estabelecimento de novas práticas na comunidade Perus é melhor caracterizada como redes dinâmicas de lazer. A Quilombaque sendo a principal rede conectada a outros parceiros, pode continuar a ser um mediador no reforço de parcerias entre atores internos e externos. Nesta seção do artigo, são propostas três novas parcerias impulsionadas pela Quilombaque que poderiam aumentar o potencial econômico do turismo em Perus.

Ao visitar a Biblioteca Padre José Anchieta ficou imediatamente evidente que se trata de um ator chave nas redes de lazer, por ser um local de congregação entre diferentes gerações e de compartilhar e adquirir novos conhecimentos. A fim de expandir os recursos disponíveis na biblioteca e incentivar os visitantes a usufruir por mais tempo de suas instalações, propusemos a instalação de uma cafeteria na biblioteca, onde os visitantes possam estudar e discutir com os colegas suas descobertas de

importance of sharing knowledge, projects and ideas for a better execution of cultural activities, leisure and local development, reflecting in positive results.

A partnership between the community and the university once created the law nº 13.549 (2003), which is part of a Director Plan of São Paulo city, an official public document that has set rules for building constructions so that there would be no cultural de-characterization of the space.

These partnerships with universities and their research and extension projects are fundamental to contributing to the community, sharing knowledge and creating awareness with the community and providing actions where students can learn about the culture, history and the territory. These actions can promote ideas and elaborate leisure projects for community members, increasing the quality of life and also creating touristic offers, leading to local development.

Other communities

Some communities that belong to São Paulo state have partnerships with each other, where they share information and communicate to develop projects. One very important example of this cooperation was the implementation of the law of peripheral development (N° 16.496/2016), that provided financial resources to help developing projects, including cultural and leisure projects.

One possibility to improve this relationship between communities is to work together as a network, increasing the communication, sharing ideas, knowledge, products and projects to help each other in the development of these communities. With this network structure, some other helpful projects similar to the law of peripheral development, can be created.

APPROACH USED AND THE IMPACT

Regarding the approach used in relation to establishing new practices within the Perus community, it is best illustrated by dynamic leisure networks. The Quilombaque community being the core network connected to other internal and external partners, it can continue to be a mediator in further reinforcing partnerships between internal and external stakeholders. In this section of the paper we propose three new partnerships driven by Quilombaque that could enhance the economic potential of tourism in Perus.

When visiting the Library Pd José Anchieta it was immediately visible that it was a key player within the leisure networks, as it is a place of intergenerational congregation and of sharing and acquiring new knowledge. In order to expand the available resources at the library and incentivize spending more time at its facilities, we proposed creating a library cafeteria where visitors can study and discuss with peers their research findings. This

pesquisa. Esse serviço pode ser terceirizado ou financiado internamente e, em ambos os casos, permitiria o aumento do catálogo acadêmico e do tráfego de pessoas na biblioteca.

Outra proposta diz respeito à Casa Hip Hop, onde crianças e adolescentes se reúnem para praticar break e cantar Hip Hop. Esse lugar permite que os jovens cooperem e alcancem seu potencial criativo. A fim de obter financiamento para aumentar as atividades organizadas pela Casa Hip Hop e comprar os equipamentos de som necessários (alto-falantes, microfones, amplificador, etc.), poderia se estabelecer uma parceria com uma marca de roupas para comercializar suas produções criativas e tornar o local mais conhecido. Ao vender camisetas e/ou pulôveres, tanto a marca quanto a Casa Hip Hop poderiam lucrar, já que poderiam compartilhar lucros e atrair novas crianças.

Uma possível terceira rede de lazer dinâmica poderia ser estabelecida entre o teatro Pandora e a Universidade de São Paulo (USP). O potencial turístico de Perus poderia ser ampliado através da produção de vídeos promocionais sobre as atrações oferecidas no bairro. O teatro Pandora pode ser um ponto de encontro para estudantes de comunicação audiovisual da USP e moradores de Perus discutirem e aprenderem o que deve ser incluído neste material promocional. Dessa forma, os moradores interessados poderiam aprender a usar equipamentos de gravação enquanto os estudantes da USP se envolveriam em um projeto social. Além disso, a ampla gama de recursos disponíveis na USP em toda a região de São Paulo poderia ajudá-los a estabelecer outras escolas de campo em comunidades da periferia, além de estabelecer um laboratório de inovação para conectar essas comunidades e dimensionar as melhores práticas na região. Isso permitiria à USP aprofundar os canais de comunicação existentes entre essas comunidades e fortalecer o enfrentamento de desafios comuns.

Essas três novas parcerias entre os atores internos e externos poderiam ser mediadas pela Comunidade Cultural Quilombaque, que poderia fornecer apoio logístico e facilitar canais de comunicação entre elas. Além disso, a natureza dinâmica dessas redes poderia viabilizar outras parcerias entre os atores, como por exemplo, a USP também poderia colaborar com a biblioteca para fornecer mais material de pesquisa ou organizar palestras e colóquios na biblioteca. Essas propostas poderiam ajudar no incremento do potencial econômico turístico em Perus e, acima de tudo, aumentar a qualidade da experiência turística. Essas parcerias ajudariam a conectar o conhecimento de parceiros externos como a USP, com os serviços locais já oferecidos pela biblioteca, a Casa Hip Hop e o teatro Pandora.

IMPLICAÇÕES E LIÇÕES APRENDIDAS

Estes tópicos sugerem que o conceito de rede aplicável de forma interna e externa melhora não apenas a atividade turística, como também aumenta o desenvolvimento sustentável de bairros, locais, destinos e comunidades.

service can be either externalized or financed in-house and in both cases it could allow the library to augment its academic catalogue and increase the traffic of people.

Another proposal relates to the Hip Hop House, where children and adolescents get together to practice breakdance and sing Hip Hop. This place allows young people to cooperate and fulfil their creative potential. In order to obtain financing to increase the activities organized by the Hip Hop house and be able to buy the necessary equipment to play music (loudspeakers, microphones, amplifier, etc.) they could establish a partnership with a clothing brand to merchandise their creative outputs and expand the recognition of the place. By selling t-shirts and/or pullovers both the brand and the Hip House house could profit, as they could share revenues and attract new children.

A third possible dynamic leisure network could be established between the Pandora theatre and the University of São Paulo (USP). The touristic potential of Perus could be realized by filming promotional material regarding the attractions offered in the neighbourhood. The Pandora theatre could be a base where audio-visual communication students from USP and locals from Perus meet to discuss and learn what to include in the promotional material. In this way, interested locals could learn how to use recording materials and USP students would execute a social project. Moreover, the wide array of resources available to USP within the whole region of São Paulo could help them to establish further field schools in peripheral communities and establish an innovation lab to connect those communities and scale best practices across the entire region. This would allow USP to deepen the existing communication channels between these communities and tackle together common challenges.

These three possible new partnerships between internal and external stakeholders could be mediated by the Quilombaque community, which could provide logistical support and facilitate communication channels between them. Moreover, the dynamic nature of these networks could entail further collaborations between any of these partners, as for example USP could also collaborate with the library to provide more research material or organize lectures and colloquiums within the library space. These proposals could help to address the issue of realizing Perus' touristic economic potential and most of all increase the quality of the tourist experience. These partnerships would help to connect the tacit know-how of external partners such as USP with the on-site services already provided by the library, the Hip Hop House and Pandora theatre.

IMPLICATIONS & LESSONS LEARNED

These topics imply that the concept of network applicable on an internal and external form improve not only the touristic activity, it also increases the sustainable development of neighborhoods, locations, destinations and communities.

Grupos culturais são responsáveis por incluir todos os membros da comunidade em atividades de lazer, sem restrições, assumindo um papel que deveria ser ocupado por políticas públicas, de acordo com o direito de lazer garantido pela constituição do Brasil (1988). Os membros da comunidade que criam essas iniciativas trabalham para manter a memória comunitária e o legado cultural. Estes aspectos podem se tornar mais visíveis com o desenvolvimento do turismo e consequente aumento dos recursos financeiros para o destino turístico a longo prazo.

Como o turismo é a atividade de lazer mais desejada para a população brasileira, e grupos culturais são, ao mesmo tempo, um potencial fornecedor de turismo e de atividades lazer, podemos concluir que há uma oportunidade para o desenvolvimento da comunidade. Assumindo a teoria da rede como um método para a comunidade se autogerir, conclui-se que esta estrutura pode ser utilizada para desenvolver o turismo de forma a manter os benefícios no destino turístico, e abranger os três pilares do desenvolvimento sustentável: social, ambiental e econômico.

QUESTÕES DE DISCUSSÃO

Depois de fazer esta pesquisa, há algumas perguntas que permanecem sem resposta, mas que podem ser interessantes para iniciar uma discussão sobre o tópico que avaliamos neste estudo de caso.

1. Como incentivar a participação de turistas em projetos na Casa Hip Hop, no Teatro Pandora e na Biblioteca Padre José Anchieta?
2. Este estudo de caso é baseado em redes dinâmicas de lazer. O que poderia aumentar a dinâmica entre os atores internos e externos?
3. Quais são os potenciais aspectos negativos da formação de parcerias entre os atores envolvidos em uma comunidade como Perus?
4. Quais são os potenciais aspectos positivos da formação de parcerias com outras comunidades?
5. Como os moradores locais podem se engajar nas parcerias formadas na comunidade de Perus?

REFERÊNCIAS

- Afonso, R. (2017). Creative economy as a social technology approach: a case study in favela Da Mangueira, Rio de Janeiro, Brazil. *Academia Revista Latinoamericana De Administración*, 30(4).
- Anon. (2017). Slum Turns into Tourist Attraction. *Chongqing and World* (22),88.
- Capra, F. (2001) A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos São Paulo, SP. Newton Roberval Eicheberg, Editora Cultrix

Cultural groups are responsible for including all the community members in leisure activities, with no restrictions, assuming a role that was meant for public policies, according to the right of leisure written in the Brazil constitution (1988). The community members that create these initiatives work on maintaining the commonwealth memory and cultural legacy. These aspects can become more visible with tourism development, on the long-term it could increase profitable resources for the destination.

As tourism is the most desired leisure activity to the Brazilian population, and cultural groups are at the same time a potential supplier for tourism and leisure activities, we can conclude that there is an opportunity for community development. Assuming the network theory as a method for the community to manage itself, it is showed that this structure can be used to develop the tourism system in a way that keeps the benefits inside the destination, aiming towards three principal spheres of sustainable development: social, environmental and economic.

DISCUSSION QUESTIONS

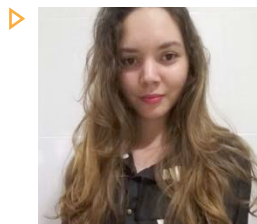
After doing this research, there are some questions that remain unanswered, but that could be interesting for starting a discussion about the topic we assessed in this case study.

1. How could tourist participation be encouraged in projects at the Hip Hop House, Pandora Theatre and the Library Pd José Anchieta?
2. This case study is based on dynamic leisure networks, What could increase the dynamic between the internal and external stakeholders at hand?
3. What are potential negative aspects of forming such partnerships between stakeholders in a community like Perus?
4. What are potential positive aspects of forming such partnerships with other communities?
5. How can local people engage in the partnerships formed in the Perus community?

REFERENCES

- Afonso, R. (2017). Creative economy as a social technology approach: a case study in favela Da Mangueira, Rio de Janeiro, Brazil. *Academia Revista Latinoamericana De Administración* , 30(4).
- Anon. (2017). Slum Turns into Tourist Attraction. *Chongqing and World* (22),88.
- Capra, F. (2001) A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos São Paulo, SP [The web of life: a new scientific understanding of living systems São Paulo, SP] Newton Roberval Eicheberg, Editora Cultrix

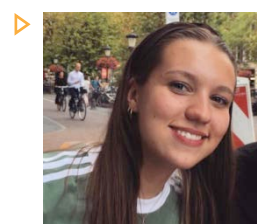
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. (2016). Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm
- Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management*, 27(2), 269-280.
- Hong, Tao., Ma, Tao., Huan, T.C. (2015): Network behavior as driving forces for tourism flows. *Journal of Business Research*, 68, 146-156.
- Marcellino, N.C. (2002): Estudos do lazer: uma introdução. *Campinas: Autores Associados*, 3.
- Martinho, C. (2003). Redes: uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização. *Brasilia, DF: WWF- Brasil*.
- Munshi, K. (2014): Community Networks and the Process of Development. ***The Journal of Economic Perspectives***, 28(4), 49-76.
- Pinto, G. B., Paulo, Elizabeth de., Silva, T. C., (2012). Os centros culturais como espaço de lazer comunitário: o caso de Belo Horizonte. *Cultur*, 6(2), 86-108.
- Rodrigues, A.B. (2002): Lazer e espaço na cidade pós-industrial. *Licere*, 5(1), 149-164.
- Uvinha, R. R., Pedrão, C. C., Stoppa, E. A., Isayama, H. F. & Oliveira, N. R. Cruz de. (2017): Leisure practices in Brazil: a national survey on education, income, and social class. *World Leisure Journal*, 1-12. DOI: 10.1080/16078055.2017.1343747.
- Xavier, T. R., Inácio, R. de O., Wittmann, M. L. & Flecha, A. C. (2012). A relação entre redes e turismo: uma análise bibliométrica sobre a emergência de um novo paradigma no planejamento turístico. *Turismo & Sociedade*, 5(2), 443-465.
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 [Constitution of the Federal Republic of Brazil 1988]. (2016). Retrieved from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm
- Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management* , 27(2), 269-280.
- Hong, Tao., Ma, Tao., Huan, T.C. (2015): Network behavior as driving forces for tourism flows. *Journal of Business Research* , 68, 146-156.
- Marcellino, N.C. (2002): Estudos do Lazer: uma introdução [Leisure Studies: an introduction]. *Campinas: Autores Associados*, 3.
- Martinho, C. (2003). Redes: uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização [Networks: an introduction to the dynamics of connectivity and self-organization]. *Brasilia, DF: WWF-Brasil*.
- Munshi, K. (2014): Community Networks and the Process of Development. ***The Journal of Economic Perspectives***, 28(4), 49-76.
- Pinto, G. B., Paulo, Elizabeth de., Silva, T. C., (2012). Os centros culturais como espaço de lazer comunitário: o caso de Belo Horizonte [Cultural centers as community leisure areas: the case of Belo Horizonte]. *Cultur* , 6(2), 86-108.
- Rodrigues, A.B. (2002): Lazer e espaço na cidade pós-industrial [Leisure and space in the post-industrial city]. *Licere* , 5(1), 149-164.
- Uvinha, R. R., Pedrão, C. C., Stoppa, E. A., Isayama, H. F. & Oliveira, N. R. Cruz de. (2017): Leisure practices in Brazil: a national survey on education, income, and social class. *World Leisure Journal* , 1-12. DOI: 10.1080/16078055.2017.1343747.
- Xavier, T. R., Inácio, R. de O., Wittmann, M. L. & Flecha, A. C. (2012). A relação entre redes e turismo: uma análise bibliométrica sobre a emergência de um novo paradigma no planejamento turístico [The relationship between networks and tourism: a bibliometric analysis on the emergence of a new paradigm in tourism planning]. *Turismo & Sociedade* , 5(2), 443-465.



Maria Carolina Silva Mariotto

Estudante do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pernambuco, Brasil, desde março de 2015. Seu foco de pesquisa é tecnologia no turismo. Atualmente tem 21 anos de idade e mora em Recife, Brasil.

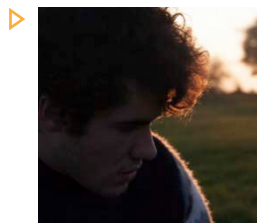
Student of the Bachelor in Tourism at the Universidade Federal de Pernambuco, Brazil, since March 2015. Major research direction is technology in tourism. Currently 21 years of age and living in Recife, Brazil.



Mattia Jongerius

Estudante do segundo ano do curso de Bacharelado em Ciências do Turismo na Universidade de Ciências Aplicadas de Breda e na Universidade de Wageningen, desde setembro de 2017, após se formar na faculdade *Gerrit Rietveld college* em Utrecht, Holanda. Atualmente tem 20 anos de idade e morando em Utrecht, Holanda.

Second year's student of the Bachelor of science in Tourism (Joint Degree) at Breda University of Applied Sciences and Wageningen University and Research, started in September 2017 after graduating from *Gerrit Rietveld college* in Utrecht, The Netherlands. Currently 20 years of age and living in Utrecht, The Netherlands.



Martin Rodriguez Alberdi

Graduado em Negócios Internacionais e Artes e Cultura na Universidade de Maastricht desde junho de 2018. Atualmente trabalha na fundação *Deutschlandstiftung Integration* em Berlim. Tem 23 anos e vive em Berlim.

Graduated in International Business and Arts & Culture at Maastricht University since June 2018. Now working in a foundation called *Deutschlandstiftung Integration* in Berlin. Currently 23 years old and based in Berlin.



Yuyan Zhou

Aluna de doutorado na Universidade de Zhejiang, desde setembro de 2018 depois de conduir seu mestrado na Universidade de Zhejiang e bacharelado na Universidade do Esporte de Beijing. O principal tema da sua pesquisa é o lazer esportivo e o turismo esportivo. Atualmente tem 26 anos de idade e mora no distrito de Xihu, China.

Doctorate student at Zhejiang University, started in September 2018 after graduating masters at Zhejiang University and bachelor at Beijing Sport University. Major research direction are sport leisure and sport tourism. Currently 26 years of age and living in Xihu District, China.







AGÊNCIA QUEIXADAS: CULTURA E RESISTÊNCIA EM UMA INICIATIVA DE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA

[Vanessa Lugin Moraes,](#)

Universidade da Ilha de Vancouver,
Canadá

[Rozemarijn Pool,](#)

Universidade Breda de Ciências
Aplicadas, Holanda

[Aidan Ryce,](#)

Universidade de Otago, Nova
Zelândia

[Luiz Gomes do Prado Filho,](#)

Universidade Federal de Pernambuco,
Brasil

RESUMO

Este estudo de caso discute maneiras pelas quais a comunidade de Perus poderia melhorar as iniciativas locais para garantir o desenvolvimento do turismo sustentável no seu território, aproveitando seus bens culturais e patrimônio histórico. Localizada na periferia da maior cidade do Brasil, São Paulo, Perus é uma comunidade vibrante, com muito potencial para desenvolver o turismo cultural fora do circuito turístico tradicional. Com uma história de resistência e envolvimento comunitário, os membros da comunidade estão envolvidos no resgate e recriação de espaços que buscam conservar seu patrimônio e oferecer alternativas de lazer para a

QUEIXADAS AGENCY: CULTURE AND RESISTANCE IN A COMMUNITY-BASED TOURISM INITIATIVE

[Vanessa Lugin Moraes](#)

Vancouver Island University,
Canada

[Rozemarijn Pool](#)

Breda University of Applied Science,
the Netherlands

[Aidan Ryce](#)

University of Otago,
New Zealand

[Luiz Gomes do Prado Filho](#)

University of Pernambuco,
Brazil

CHAPTER SUMMARY

This case study discusses ways Perus community could improve local initiatives to ensure the development of sustainable tourism within their territory, taking advantage of cultural assets and historical heritage. Located in the outskirts of Brazilian's largest city, Sao Paulo, Perus is a vibrant community with much potential for developing cultural tourism outside the traditional circuit. With a history of resistance and community engagement, community members are involved in rescuing and recreating spaces seeking to conserve their heritage and to offer leisure alternatives for the community. Aiming to boost local economy by promoting the cultural and natural assets



comunidade. Com o objetivo de impulsionar a economia local através da promoção das riquezas culturais e naturais de Perus, membros da comunidade criaram a Agência Queixadas, uma estrutura que inclui apoio à educação e desenvolvimento de economias criativas, capacitação, workshops, desenvolvimento de uma rede de hospedagem baseada na comunidade, juntamente com um sistema de trilhas de aprendizagem. A Escola de Campo Douglas Ribeiro da Silva (WLO, 2018) foi o lançamento oficial da Agência Queixadas, funcionando como um teste para o seu produto turístico. Para auxiliar o estabelecimento da Agência Queixadas, foi realizada uma análise SWOT, identificando os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, com base nas experiências dos participantes da escola de campo e entrevistas com os membros da Agência Queixadas. Os resultados mostraram o grande potencial da comunidade para desenvolver uma estratégia de turismo bem-sucedida a longo prazo. Para isso, a agência deve se concentrar no estabelecimento de parcerias para capacitação e melhoria de seu sistema, considerando sempre que o turismo de base comunitária está relacionado com as necessidades e expectativas dos moradores. Esse tipo de turismo surge a partir da comunidade e seu objetivo principal é criar alternativas econômicas para a comunidade, ajudando a fortalecer o engajamento local, bem como ações para resgatar e revitalizar espaços públicos e patrimônio cultural, para o bem da comunidade, criando assim experiências muito autênticas para visitantes.

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Depois de ler este estudo de caso, o leitor será capaz de:

1. Compreender como o turismo comunitário é organizado;
2. Reconhecer o papel essencial da resistência comunitária no resgate e conservação de práticas culturais e patrimônio histórico;
3. Descobrir como uma análise SWOT pode ajudar a melhorar uma iniciativa turística existente;
4. Identificar novas oportunidades que uma iniciativa de turismo de base comunitária poderia atrair para a comunidade.

O TEMA

Iniciativas de turismo de base comunitária estão surgindo como alternativas ao turismo de massa e seus impactos nas culturas e meios de subsistência das pessoas, através do estabelecimento de um sistema mais interativo entre anfitrião e visitante, no qual o bem-estar da comunidade é o objetivo central (Bartholo, Delamaro, Bursztyn, & Hallewell, 2008). Além disso, esta abordagem permite a criação de novos modelos e arranjos, contrapondo as práticas padronizadas impulsionadas pelas tendências do mercado (Mano, Mayer, e Fratucci, 2017).

of Perus, community members created the Queixadas Agency, a framework that includes support for education and development of creative economies, capacity-building, workshops, development of a community-based hosting network, along with a system of Learning Trails. The Douglas Ribeiro da Silva Field School (WLO, 2018) was the official launch of Queixadas Agency, functioning as a test to their tourism product. In order to assist the establishment of Queixadas Agency, a SWOT analysis was conducted, identifying the strengths, weaknesses, opportunities and threats, based on the field school participants experiences and interviews with Queixadas Agency members. The results showed the great potential of the community to develop a successful long-term tourism strategy. To do this, the agency should focus on establishing partnerships for capacity building and improvement of its system, being conscious of community-based tourism has to do with the locals' needs and expectations. It arises from the community and its primary goal is to create economic alternatives for the community, helping strengthen local engagement, as well as actions to rescue and revitalize public spaces and cultural heritage, for the sake of the community, thus, creating very authentic experiences for visitors.

LEARNING OBJECTIVES

After reading this case, learners will be able to:

1. Understand how community-based tourism is organized;
2. Recognize the essential role of community resistance in rescuing and conserving cultural practices and historical heritage;
3. Find out how a SWOT analysis could help improving an existing tourism initiative;
4. Identify new opportunities a community-based tourism initiative could attract to the community.

THE ISSUE

Community-based tourism initiatives are emerging as alternatives to mass tourism and its impacts in peoples' cultures and livelihoods, through the establishment of a more interactive system between host and visitor, in which the community welfare is the central purpose (Bartholo, Delamaro, Bursztyn, & Hallewell, 2008). Furthermore, this approach allows the establishment of new models and arrangements, going against the standardized practices driven by the market trends (Mano, Mayer, & Fratucci, 2017).

Turismo de base comunitária estabelece um modelo em que as pessoas locais são os protagonistas no processo de planejamento (Burgos & Mertens, 2017). Portanto, este tipo de iniciativa empodera comunidades, considerando o valor intrínseco das práticas culturais e a importância de preservar meios de subsistência das comunidades, buscando uma melhor qualidade de vida para os habitantes locais e experiências genuínas para os visitantes.

Uma pesquisa realizada por Goodwin e Santilli (2009) mostrou que as iniciativas de turismo de base comunitária têm impactos positivos nas comunidades através da geração de renda adicional, reduzindo níveis de pobreza e melhorando o padrão de vida em cada comunidade. Diversos estudos indicaram que turismo comunitário pode criar inúmeras oportunidades de desenvolvimento de comunidades de forma mais sustentável (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares & Pavón, 2011; Zapata, Hall, Lindo & Vanderschaeghe, 2011).

O sucesso de iniciativas de turismo de base comunitária está relacionado com o nível de envolvimento no processo de planejamento, treinamento, parcerias, e de empoderamento dos membros da comunidade (autonomia), bem como da capacidade de adquirir apoio financeiro (Dodds, Ali & Galaski, 2018). Por outro lado, muitos fatores como falta de qualificação, baixa capacidade de organização, carência de capital financeiro, ausência de propriedade, marginalização do setor formal, entre outros, podem restringir o engajamento dos moradores locais (Ndivo & Cantoni, 2016). Assim, iniciativas emergentes de turismo comunitário devem estar cientes da importância do planejamento e operação, considerando a necessidade de fortalecer esses elementos.

Um produto turístico é composto por elementos tangíveis ou físicos, como alimentos, bebidas e souvenirs, além de elementos imateriais ou intangíveis, como serviços que, combinados, possibilitam a experiência. Esses elementos são atrações e serviços ou instalações que o destino tem a oferecer, bem como a acessibilidade e o preço (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod, 2009). Para oferecer um produto turístico atraente, as agências precisam entender as tendências do turismo, seus mercados-alvo e estratégias para alcançar o turista, através de marketing e promoção. Em iniciativas de turismo de base comunitária há a necessidade de desenvolver conhecimentos sobre a indústria do turismo, mas esse aprendizado deve considerar que a identidade local e as práticas culturais não são apenas para ser mantidas, mas também valorizadas.

O turismo cultural é um setor bem estabelecido na indústria do turismo, em que os turistas são movidos por curiosidade e interesse em experimentar práticas culturais e realidades distantes de sua própria cultura. Iniciativas de base comunitária proporcionam experiências muito reais e o senso de autenticidade é mais facilmente percebido quando os visitantes têm a chance de se engajar em atividades mais práticas, ao invés de apenas observar atividades passivamente (Tiberghien, Bremmer & Milne, 2017).

Community-based tourism establishes a model in which local people are the protagonists in the planning process (Burgos & Mertens, 2017). Therefore, this type of initiative empowers communities, considering the intrinsic value of cultural practices and the importance of preserving communities' livelihoods, pursuing both a better quality of life for locals and genuine experiences for visitors.

A research conducted by Goodwin and Santilli (2009) showed that community-based tourism initiatives have positive impacts within communities through the generation of additional income, reducing levels of poverty and increasing the standard of living in each community. Many other studies about community-based tourism indicated that it could create numerous opportunities for community development in a more sustainable way (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares & Pavón, 2011; Zapata, Hall, Lindo, & Vanderschaeghe, 2011).

The success of community-based tourism initiatives is related to the level of involvement in the planning process, training, partnerships, empowerment of community members (autonomy), and ability to acquire funding support (Dodds, Ali & Galaski, 2018). On the other hand, many factors such as lack of skills, low capacity of organization, deficiency of financial capital, lack of ownership, marginalization from formal sector, among others can restrict locals' engagement (Ndivo & Cantoni, 2016). Thus, emerging initiatives of community-based tourism should be aware of the importance of planning and operating considering the need of strengthening those elements.

A tourism product comprises tangible, or physical elements such as food, beverages and souvenirs, as well as intangible, or immaterial elements, such as services that, combined, will make the experience possible. These elements are the attractions and services or facilities the destination has to offer, the accessibility, and the price (Middleton, Fyall, Morgan, & Ranchhod, 2009). In order to offer an appealing tourism product, agencies have to understand tourism trends, their target markets, and strategies to reach the tourist, through marketing and promotion. In community-based initiatives, there is the need of developing tourism literacy, however, the practices should consider that local identity and cultural practices are not only to be maintained but also highly appreciated.

Cultural tourism is a well established sector within the tourism industry, in which the tourists are driven by curiosity and interest in experiencing cultural practices and realities distant from their own culture. Community-based initiatives provide very real experiences and the sense of authenticity is more easily perceived when visitors have the chance to be engaged in more hands-on sort of activities, instead of only passive observing attractions (Tiberghien, Bremmer & Milne, 2017).

A INOVAÇÃO

Contexto de caso

A comunidade de Perus tem uma longa história de resistência contra um sistema excludente que começou nos anos 60 com o movimento dos trabalhadores da fábrica de cimento de Perus. Os trabalhadores se reuniram para protestar contra as injustiças impostas pelo dono da fábrica e criaram o movimento conhecido como Queixadas, baseado nos princípios da unificação e resistência não violenta. O legado de resistência não violenta dos Queixadas contra a desigualdade, a injustiça e um sistema violento está presente em Perus, e a comunidade orgulha-se de honrá-lo. A comunidade de Perus está localizada em um território muito rico e diverso, com muitos sítios naturais, culturais e históricos. Ao mesmo tempo, a região está longe do centro de São Paulo e não recebe a mesma atenção e investimentos do governo, como as áreas mais centrais costumam receber. Por essa razão, o patrimônio histórico da região estava desaparecendo, muitas áreas naturais estavam sendo degradadas e os espaços públicos estavam sendo abandonados.

A comunidade se uniu novamente por iniciativa da Comunidade Cultural Quilombaque reivindicando a conservação de seu patrimônio histórico e a manutenção de práticas culturais e características naturais. Ao longo de seus 13 anos de existência, a Quilombaque tem articulado diversas iniciativas dentro da comunidade de Perus, através da apropriação de espaços públicos abandonados e do resgate do patrimônio cultural e histórico. Por exemplo, a Ocupação Canhoba, um prédio abandonado que estava sendo usado para atividades criminosas, causando problemas no bairro, e que os moradores queriam que fosse demolido. O local foi ocupado e transformado no Cine Teatro Pandora, um espaço cultural que oferece diferentes atividades para a comunidade e para os visitantes, como sessões de cinema, oficinas, além das peças do Grupo Pandora que resgatam as memórias e a história do bairro de Perus. Além disso, a Quilombaque reivindica a restauração da fábrica de cimento para que seja utilizada como espaço cultural e artístico, resgatando a memória do movimento dos Queixadas, fortalecendo a identidade do povo local e preservando uma parte importante da história brasileira. Conservar o patrimônio cultural e histórico é muito importante, porque quando se vai, desaparece para sempre (Timothy & Nyaupane, 2009). A Agência Queixadas surgiu nesse contexto de resgate e valorização, e vislumbrando as possibilidades de estruturação de um modelo de turismo sustentável em Perus.

Como mencionado anteriormente, este estudo de caso centra-se no aprimoramento do produto turístico oferecido pela Agência Queixadas. Criada pela Quilombaque como uma maneira de impulsionar a economia local e promover os atrativos culturais e naturais que Perus tem para oferecer, a Agência Queixadas visa estabelecer uma estrutura e opções de itinerários para o desenvolvimento do turismo sustentável. Como há uma carência de serviços públicos nas áreas periféricas, na maioria dos casos, a comunidade precisa encontrar maneiras de lidar com seus problemas sem contar com o apoio do governo, o que

THE INNOVATION

Case context

Perus community has a long history of resistance against an excluding system that began in the 60's with the workers' movement of the Perus cement factory. The workers came together to protest against the injustices imposed by the factory's owner and created the movement known as Queixadas, based on the principles of unification and non-violence resistance. The Queixadas legacy of resistance in a non-violent way against inequality, injustice and a violent system is present within Perus, and the community is proud to honour that. The community of Perus is located in a very rich and diverse territory, with many natural, cultural and historical sites. At the same time, the region is far from the central areas of São Paulo and do not receive the same attention and investments from the government as more central areas usually do. Therefore, the historical heritage of the region was disappearing, many natural areas were being degraded, and public spaces were being abandoned.

The community came together once again through the initiative of the Quilombaque Cultural Community claiming their heritage conservation and the maintenance of cultural practices and natural features. Throughout its 13 years of existence, Quilombaque has articulated many different initiatives within Perus community by the appropriation of abandoned public spaces and the rescue of cultural and historical heritage. For instance, the Canhoba Occupation, an abandoned building that was being used for criminal activities, causing problems in the neighborhood, and that the residents wanted it demolished. The site was occupied and transformed into the Pandora Cine Theatre, a cultural space that offers different activities for the community and visitors, such as movie sessions, workshops, as well as the Pandora Group plays that reclaim the memories and the history of Perus. In addition, Quilombaque claims the restoration of the cement factory to be used as a cultural and artistic space, rescuing the memory of the Queixadas movement, strengthening the identity of the local people and preserving an important part of the Brazilian history. Conserving the cultural and historical heritage is very important, because when it is gone it is gone forever (Timothy & Nyaupane, 2009). In this sense of rescue and valorization, and visioning the possibilities of structuring a sustainable tourism model in Perus is that Queixadas Agency arose.

As previous mentioned, this case study focuses on the enhancement of the tourism product offered by the Queixadas Agency. Created by Quilombaque as a way to boost the local economy and promote the cultural and natural attractions Perus has to offer, the Queixadas Agency aims to establish a framework and itinerary options for sustainable tourism development. Because there is a lack of public services in outskirts areas, in most cases, the community has to find ways to deal with their issues without government support, which contributes to the emergence of very creative and

contribui para o surgimento de iniciativas muito criativas e transformadoras. A própria Quilombaque surgiu como uma alternativa de lazer e educação para Perus.

A Agência Queixadas criou uma estrutura que inclui apoio à educação e desenvolvimento de economias criativas, capacitação, workshops, desenvolvimento de uma rede de hospedagem comunitária, juntamente com o sistema de Trilhas de Aprendizagem, também conhecido como o Museu Territorial de Cultura e Interesse Paisagístico Tekoa Jopo'í, que abrange diferentes feições do território de Perus. Através da valorização de locais históricos como a Fábrica de Cimento, a recuperação de espaços públicos e espaços abandonados como o Teatro Pandora, a inclusão de outros movimentos sociais como o MST [Movimento dos Trabalhadores Sem-terra] e a aldeia indígena da etnia Guarani, a agência oferece uma experiência muito autêntica e educacional para os visitantes. Mais do que isso, a agência está resgatando e promovendo a memória da comunidade de Perus.

A Escola de Campo Douglas Ribeiro da Silva (WLO, 2018) foi o lançamento oficial da Agência Queixadas, e a experiência gerou informações valiosas tanto para a comunidade quanto para os alunos / visitantes sobre os aspectos positivos, bem como sobre aspectos que precisam ser melhorados para garantir o sucesso desta iniciativa de forma sustentável. Os participantes da escola de campo permaneceram imersos na comunidade de Perus durante quatro dias hospedados em casas de família, participando de diversas atividades culturais na Quilombaque, como rodas de Jongo, capoeira e samba. O grupo também experimentou o circuito de Trilhas de Aprendizagem, no qual guias da Agência Queixadas fornecem passeios interpretativos em diferentes áreas de Perus, a saber: Reaproximação e resignificação de Espaços Públicos, incluindo as Galerias de Arte de Rua, a Casa Hip-Hop, o Teatro Pandora, Biblioteca Pública; a Trilha Ditadura Nunca Mais; a trilha Memória Queixada; a Trilha da Locomotiva a Vapor Perus-Pirapora; a trilha O Jaraguá é Guarani; e a trilha Agroecologia Campo e Cidade - MST .

ATORES ENVOLVIDOS

Os integrantes da Quilombaque são os principais atores da Agência Queixadas, junto com outros movimentos sociais, como o Movimento Cultural das Periferias e o MST. Os membros da comunidade são atores essenciais nesse tipo de iniciativa, pois são os envolvidos na oferta dos serviços de turismo e, ao mesmo tempo, recebem os benefícios dessa atividade através do desenvolvimento econômico, bem como do engajamento social. O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC / SP) também é um importante ator envolvido no fornecimento de formação em hospitalidade para as famílias que demonstraram interesse em fazer parte da rede de hospedagem, bem como melhorar a formação de turismo da comunidade. A Universidade de São Paulo (USP), O Serviço Social do Comércio, e a Organização Mundial Lazer (WLO) também são atores envolvidos com a Agência Queixadas, através da organização, apoio e promoção do programa da escola de campo.

transformative initiatives. Quilombaque itself emerged as a leisure and educational alternative for Perus.

Queixadas Agency created a structure that includes support for education and development of creative economies, capacity-building, workshops, development of a community-based hosting network, along with the system of Learning Trails, also known as the Territorial Museum of Culture and Landscape Interest Tekoa Jopo'í, which embraces different features of Perus' territory. Through the valorization of historical sites such as the Cement factory, the reclamation of public/abandoned spaces such as the Pandora Theatre, the inclusion of other social movements such as the MST [the movement of the landless workers] and the indigenous village of the Guarani ethnicity, the agency offers a very authentic and educational experience to the visitors. More than that, the agency is rescuing and promoting the memory of Perus community.

The Douglas Ribeiro da Silva Field School (WLO, 2018) was the official launch of Queixadas Agency, and the experience generated valuable information for both community and students/visitors about positive aspects as well as things that need to be improved to ensure the success of this initiative in a sustainable way. The field school participants stayed immersed in Perus community for four days hosted in homestays, engaging in many cultural activities at Quilombaque, such as Jongo dance, capoeira, and samba. The group also experienced the circuit of Learning Trails, in which Queixadas guides provide interpretative tours in different areas of Perus, namely: Reappropriation and resignification of Public Spaces, which includes the Street Art Galleries, the Hip-Hop House, the Pandora Theatre, the Public Library; the Dictatorship Never Again Trail; the Queixada Memorial Trail; the Steam Locomotive Perus-Pirapora Trail; the Jaraguá is Guarani Trail; and the Agroecology Trail.

STAKEHOLDERS INVOLVED

The members of Quilombaque are the main stakeholders of Queixadas Agency, along with other social movements, such as the *Movimento Cultural das Periferias* [Outskirts Cultural Movement], and MST. Community members are essential stakeholders in this kind of initiative, as they are the ones involved in offering the tourism services and, at the same time, receiving the benefits from it, through economic development, as well as social engagement. The *Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial* (SENAC/ SP) [National Service of Commercial Learning] is also an important stakeholder involved in providing hospitality training for the families that demonstrated interest of being part of the hosting network, as well as improving community's tourism literacy. The University of São Paulo (USP), The *Serviço Social do Comércio* [Commerce Social Service], and the World Leisure Organization (WLO) are also stakeholders of Queixadas Agency, through the organization, support and promotion of the field school

Por fim, os participantes da escola de campo e outros grupos de visitantes que a Agência Queixadas atrairá são atores e consumidores deste produto turístico, e eles definitivamente desempenham um importante papel na promoção dos serviços oferecidos pela agência.

ABORDAGEM UTILIZADA E O IMPACTO

Com o objetivo de dar assistência sobre como a Agência Queixadas poderia melhorar seu produto turístico, foi realizada uma análise SWOT, indicando os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças identificados. A análise foi baseada nas experiências dos participantes da escola de campo e entrevistas com membros da Quilombaque durante a realização da escola de campo.

O principal ponto forte desta iniciativa é a capacidade que os membros têm de buscar, mesmo com recursos limitados, o resgate e valorização do patrimônio histórico da comunidade e suas práticas culturais. Eles se organizaram de forma construtiva e colaborativa para garantir a sobrevivência de sua cultura e história, ocupando espaços públicos abandonados e dando-lhes novos usos, incluindo expressões artísticas e culturais da periferia como forma de resistência ao sistema excludente das cidades contemporâneas.

Outra grande força da Agência Queixadas é a autenticidade do seu produto turístico. A autenticidade é um conceito complexo, e Wang (1999) explicou o tipo de autenticidade perseguido pelos turistas como sendo a "experiência autêntica real" em que o produto turístico é uma experiência em oposição a objetos reais. Nesse sentido, a experiência oferecida não é encenada, pois a comunidade utiliza os locais, como a casa do Hip Hop, durante o ano todo, o que é um tipo de experiência muito mais impressionante para os turistas, pois reconhecem que é genuína. Pine (2004) apontou que a indústria do turismo mudou para uma "economia de experiência" que amadureceu para valorizar a autenticidade como um fator determinante para os turistas quando eles escolhem o tipo de atividades para participar. Isso enfatiza quão valiosas são as atividades que a Agência Queixadas oferece, já que os turistas estão escolhendo cada vez mais experiências ao invés de produtos e, na comunidade de Perus, teriam a chance de se envolver em experiências significativas de expressão cultural comunitária que poderiam promover mudanças positivas e contribuir para seu crescimento pessoal.

Outro ponto forte é a capacidade da Agência Queixadas em envolver a comunidade, em particular os jovens. Diferentes atores da comunidade apoiam a Agência Queixadas na entrega de seu produto turístico, desde as famílias anfitriãs até os voluntários que mantêm a antiga linha férrea. O produto turístico não seria possível sem essas pessoas se unindo e a agência é a responsável por organizar essa união. Além de envolver a comunidade e aumentar o espírito comunitário, também aumenta a autenticidade do produto, o que ajuda a atrair mais turistas. O envolvimento da comunidade também tem ajudado os jovens conforme observamos na Casa Hip Hop, onde um menino mencionou que a Casa do Hip Hop "salvou

program. Finally, the field school participants and other groups of visitors that Queixadas Agency attracts are stakeholders and the consumers of this tourism product, and they definitely play an important role in promoting the agency services.

APPROACH USED AND THE IMPACT

Aiming to give assistance on how Queixadas Agency could improve their tourism product, a SWOT analysis was conducted, indicating the identified strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The analysis was based on the field school participants' experiences and interviews with Quilombaque members throughout the field school.

The greatest strength of this initiative is the ability the members have to pursue, even with limited resources, the rescuing and valorization of community's historical heritage and their cultural practices. They organized themselves in a constructive and collaborative way to guarantee the survival of their culture and history, occupying abandoned public spaces and giving them new uses, including artistic and cultural expressions of the periphery, as a form of resistance to the exclusionary system of contemporary cities.

Another great strength of Queixadas is the authenticity of its tourism product. Authenticity is a complex concept, and Wang (1999) explained the type of authenticity pursued by tourists as the 'real authentic experience' in which the tourism product is an experience as opposed to actual objects. In this sense, the experience is not staged since the community uses some of the sites such as the Hip Hop House year-round, which is the type of experience that is much more impressive for tourists as they know that it is genuine. Pine (2004) pointed out that the tourism industry has shifted towards an 'experience economy' that has matured into valuing authenticity as a driving factor for tourists when they choose the kind of activities to engage with. This emphasises how valuable are the activities that the Queixadas Agency offers, since tourists are increasingly choosing experiences over products and, within Perus community, they would have the chance to engage in meaningful experiences regarding community cultural expression that could foster positive change and contribute to their personal growth.

Another key strength is the Queixadas Agency's ability to engage the community, in particular the youths. Many different stakeholders in the community support Queixadas Agency in delivering its tourism product, ranging from the homestay hosts to the volunteers who maintain the old railway track. The tourism product would not be possible without these people coming together and it is a credit to the agency for being able to organise this. As well as engaging the community and increasing community spirit, it also enhances the authenticity of the product, which helps attract more tourists. Engaging with the community has also helped the youths as experienced first hand at the Hip Hop House, where one child

sua vida". Isso mostra quão poderoso o desenvolvimento do turismo poderia ser para a comunidade, uma vez que poderia mudar completamente suas vidas e dar-lhes algo de positivo para se concentrar, o que é particularmente importante em áreas afetadas por questões sociais complexas.

Os pontos fracos identificados estão relacionados principalmente à falta de um sistema melhor estruturado, em que os visitantes pudessem confiar durante sua experiência de turismo em Perus. Os participantes perceberam a falta de pontualidade em algumas das atividades oferecidas no programa, bem como a falta de comunicação clara sobre eventuais atrasos. Outra preocupação apontada pelos participantes foi a barreira da língua, uma vez que os estudantes internacionais eram a maioria no grupo. Embora a Queixadas ofereça um guia intérprete, em algumas situações, devido à complexidade dos assuntos abordados e à quantidade de informação a ser compartilhada, as traduções foram ineficientes ou difíceis de entender.

Fraquezas em um empreendimento tão novo são inevitáveis; no entanto, a Agência Queixadas está preparada para fazer grandes progressos no futuro, se eles aproveitarem as oportunidades que lhes são apresentadas. A Agência já oferece excelentes trilhas e atividades e, considerando que a comunidade de Perus e arredores têm outros bens culturais e naturais a serem resgatados e integrados ao Museu Tekoa Jopo'í, o potencial para atrair visitantes é ainda maior. Durante o programa da escola de campo, a comunidade mostrou uma variedade de práticas culturais, mas, certamente, ainda há muito mais para ser mostrado. Por exemplo, os turistas apreciam fortemente expressões de arte como grafite, que são entranhadas de história e cultura, e Perus possui dezenas de galerias de arte de rua que foram criadas em espaços públicos anteriormente degradados. Essas galerias exibem expressões de resistência dos negros na periferia, sua resiliência e capacidade de transformar suas lutas cotidianas na arte.

Outro potencial da Queixadas é a sua visão de mundo singular, que ajuda a fornecer uma experiência de turismo muito profunda, que reflete as crenças da comunidade. Experiências cruas e não filtradas, tais como a visita ao acampamento do MST fornecem aos turistas algo que dificilmente irão encontrar em qualquer outro lugar e essa atração única deve ser plenamente aproveitada como parte de sua estratégia de longo prazo. Engajar os visitantes nas práticas agroecológicas realizadas pelo MST no acampamento, mais do que proporcionar uma experiência autêntica, é principalmente conscientizar sobre a importância política e social desse movimento que luta contra os modelos de produção de monoculturas, buscando uma melhor distribuição de terra para os trabalhadores rurais e promovendo a produção de alimentos orgânicos, juntamente com a conservação dos recursos hídricos e da biodiversidade.

Durante o programa da escola de campo, os estudantes observaram o senso de colaboração entre os membros da comunidade, os quais compartilharam um discurso apaixonado sobre a união dos moradores de Perus e como

remarked that the Hip Hop House "saved his life". That shows how powerful tourism development could be for the community as it could completely change their lives and give them something positive to focus on, which is particularly important in areas affected by complex social issues.

The weaknesses identified are mostly related to a lack of a better-structured system, in which visitors could rely on their tourism experience in Perus. The participants noticed a lack of punctuality in some of the activities offered in the program, as well as a lack of clear communication regarding eventual delays. Another concern pointed out by the participants was the language barrier, since international students were the majority in the group. Although Queixadas offers an interpreter guide, in some situations, due to the complexity of the subjects covered and the amount of information to be shared, translations were inefficient or hard to understand.

Weaknesses in such a new enterprise are inevitable; however, Queixadas Agency is poised to make great progress in the future if they take advantage of the opportunities presented to them. The Agency already facilitate excellent trails and activities and, considering that the community of Perus and surroundings have other cultural and natural assets to be rescued and integrated to the Museum TEKOA JOPO'Í, the potential to attract visitors is even greater. During the field school program, the community showed a variety of their cultural practices, but for sure, there is still much more to see. For instance, tourists strongly appreciate art expressions such as graffiti, which are entrenched in history and culture, and the Perus has dozens of street art galleries that were created in previously depredated public spaces. These galleries display expressions of resistance of black people in the outskirts, their resilience and ability to transform their daily struggles in art.

Another potential of the Queixadas is their unique worldview, which helps provide a very insightful tourism experience that reflects the beliefs of the community. Raw and unfiltered experiences, such as the visit to MST encampment, provide something to tourists that they will struggle to find anywhere else and this unique attraction should be fully harnessed as part of their long-term strategy. Engaging visitors in the agro ecological practices carried by MST at the encampment, more than providing an authentic experience is mainly about raising awareness of the political and social importance of this movement that fights against monoculture models of production, seeking better land distribution for rural workers and promoting organic food production along with water resources and biodiversity conservation.

During the field school program, the students observed the sense of collaboration among community members, which delivered a passionate speech about the togetherness of Perus' people and how everyone has

eles apoiam uns aos outros, agindo praticamente como uma cidade independente. O bairro tem um histórico de realização de agrupamentos que é muito inspirador, seja protestando contra o governo ou assumindo prédios abandonados. É uma característica importante, porque a luta por mais espaço poderia levá-los a recuperar mais patrimônios, que poderiam se desenvolver em mais atrações turísticas, como por exemplo a Galeria Henrique Manzo, localizada próximo ao Parque Estadual do Jaraguá.

As ameaças ou fatores externos que podem afetar o funcionamento da Agência Queixadas estão relacionados à instabilidade política e econômica, o que afeta, entre outras coisas, a capacidade da organização em obter apoio financeiro, uma vez que afeta negativamente potenciais investidores. Períodos de incerteza política também contribuem para a escalada da violência e do crime organizado, o que pode restringir o desenvolvimento da agência, bem como inibir potenciais visitantes.

Considerando os pontos fortes e as oportunidades identificadas durante o programa da escola de campo, fica claro que a Agência Queixadas tem grande potencial para superar seus pontos fracos, assim como para mitigar fatores externos através da melhoria de seu sistema. Como apoio financeiro é sempre um aspecto crítico para iniciativas comunitárias, o fortalecimento das parcerias é uma ação importante para garantir o sucesso da agência. Ao mesmo tempo, é essencial considerar que quaisquer parcerias devem sempre ser estabelecidas em termos iguais, garantindo assim a autonomia da comunidade no planejamento e gestão de seu produto turístico.

O componente educacional é o valor fundamental da Agência Queixadas, sendo também uma ferramenta poderosa para lidar com a desigualdade. Nesse sentido, considerando o excelente trabalho que os membros da Quilombaque têm feito envolvendo-se com a população local e demais atores, identificando e mapeando os ativos culturais e naturais no território de Perus, o empreendimento parece estar pronto para florescer. Portanto, uma grande oportunidade para a Agência Queixadas trabalhar na melhoria do seu sistema poderia ser através do estabelecimento de mais programas de escolas de campo e iniciativas semelhantes, estabelecendo parcerias com organizações como a Organização Mundial do Lazer e seus Centros de Excelência, bem como com outras instituições educacionais. As organizações poderiam fornecer apoio no marketing da iniciativa Queixadas, auxiliando na divulgação. A Queixadas poderia criar programas com foco na capacitação de membros da agência, estabelecendo uma espécie de sistema ganha-ganha, no qual os visitantes têm a chance de fazer uma imersão em uma comunidade muito autêntica, participando de uma variedade de atividades culturais, ao mesmo tempo em que ajudam a agência conforme suas demandas atuais.

Há oportunidades para que a Agência Queixadas ofereça oficinas de arte de rua para engajar visitantes na revitalização de outros lugares abandonados do bairro, compartilhando, além de noções de grafite, as histórias de resistência que são os alicerces desse movimento. Da mesma forma, existem muitas outras possibilidades

each others backs, almost acting like a city of their own. The neighbourhood has a record of accomplishment of coming together that is very inspiring, whether protesting against the government or taking over abandoned buildings. It is an important feature, because the fight for more space could lead them to reclaiming more heritage, which could be developed into more tourism attractions, such as the Henrique Manzo Gallery, near Jaraguá Park.

The threats or external factors that may affect the functioning of Queixadas Agency are related to political and economic instability, which affects, among other things, the ability of the organization in reaching financial support, as it negatively impacts potential investors. Periods of political uncertainty also contribute to escalating violence and organized crime, which can constrain the development of the agency, as well as inhibit potential visitors.

Considering the strengths and opportunities identified during the field school program, it is clear that Queixadas Agency has a great potential to overcome its weaknesses as well as mitigate external factors through the improvement of its system. As financial support is always a critical aspect of community-based initiatives, the strengthening of partnerships is an important action to ensure the success of the agency. At the same time, it is essential to consider that any partnerships should always be established on equal terms, thus ensuring the autonomy of the community in the planning and management of its tourism product.

The educational component is the Queixadas core value, as well as a powerful tool to deal with inequality. In this sense, considering the outstanding work Quilombaque members have done engaging with local people and other stakeholders, identifying and mapping the cultural and natural assets within Perus territory, the enterprise seems to be ready to flourish. Therefore, a great opportunity for Queixadas Agency work on improving their system could be through the establishment of more field school programs and similar initiatives, through a partnership with organizations such as the World Leisure Organization and its Centres of Excellence, as well as other educational institutions. The organizations could provide support in marketing the Queixadas initiative, assisting with the outreach. Queixadas could create programs focusing on building the agency's capacity, establishing a sort of win-win system, in which the visitors have the chance to immerse in a very authentic community, engaging in a variety of cultural activities, at the same time that they help the agency according to its current demands.

There are opportunities for Queixadas Agency in offering workshops of street art to engage visitors in the revitalization of other abandoned places within the neighborhood, sharing besides graffiti notions, the stories of resistance that are the foundations of this movement. Likewise, there are many other possibilities of engaging

de engajamento turístico em atividades práticas, como Jongo e samba, aulas de capoeira, hip-hop, oficinas de culinárias focadas em comidas tradicionais, que reforçam a percepção dos turistas de fazer parte de uma experiência autêntica. Nesse sentido, um projeto português chamado CREATOUR (www.creatour.pt) é um exemplo de melhores práticas que visa desenvolver destinos turísticos rurais através da criação de oficinas criativas relacionadas com práticas culturais de cada povoado. É um modelo colaborativo entre universidades e comunidades que incentiva iniciativas em turismo criativo sustentável, baseado nas práticas culturais e heranças históricas das comunidades. A Quilombaque desenvolveu um extenso mapeamento do patrimônio histórico de Perus e mantém suas práticas culturais vivas através de atividades diárias e eventos frequentes, como os saraus de poesia, as rodas de capoeira, a festa Jambaque, entre outros. Portanto, há muito potencial para a Agência buscar apoio para desenvolver estratégias semelhantes de turismo criativo, aproveitando a riqueza de seu patrimônio e cultura, bem como considerando suas próprias capacidades.

Em iniciativas de turismo de base comunitária, é importante que as partes interessadas tenham uma ideia clara dos perfis de turistas que desejam atrair para sua comunidade. Não é uma questão de limitar as possibilidades, como pode parecer, mas uma maneira de orientar as ações da agência, permitindo a visualização do cenário desejado no médio e longo prazo. Considerando as características e atrações que a comunidade de Perus tem para oferecer, é possível afirmar que viajantes culturais e autênticos formariam seu principal público-alvo. Tanto viajantes culturais quanto autênticos são pessoas curiosas e de mente aberta que buscam experiências de aprendizado e oportunidades para se conectar com os moradores dos lugares que visitam, por meio da imersão na cultura local. No entanto, a fim de atrair esses perfis de visitantes, a agência precisa trabalhar em estratégias de marketing, construindo uma presença on-line consistente com informações sobre a comunidade e os passeios oferecidos.

A agência poderia incluir atividades em programas de futuras escolas de campo focando em desenvolver estratégias de marketing para promover os serviços de agência em diferentes canais, produção e tradução de conteúdo para alcançar mercados externos, desenvolvimento de workshops de expressões culturais, culinária, artesanato e arte. Além disso, mais programas de escolas de campo dentro da comunidade podem auxiliar na produção local de conhecimento sobre turismo, e ajudar a espalhar a ideia de que Perus pode ser considerado um destino eco cultural fora do lugar comum; um lugar onde as pessoas tem orgulho de estar e de compartilhar, apesar de quaisquer dificuldades que enfrentam diariamente.

IMPLICAÇÕES E LIÇÕES APRENDIDAS

Para garantir o sucesso de iniciativas de turismo de base comunitária é essencial apoiar um modelo que surge dentro da comunidade, considerando as ideias e inquietações dos atores locais. Agentes externos que

tourist in hands-on activities, such as Jongo and samba, lessons of capoeira, hip-hop, culinary workshops focusing on traditional food, , which enhances the tourists' perception of being part of an authentic experience. In this sense, a Portuguese project called CREATOUR is an example of best practices that aims to develop rural tourism destinations through the establishment of creative workshops related to cultural practices of each village (creator.pt). It is a collaborative model between universities and communities that encourages initiatives in sustainable creative tourism, based on the cultural practices and historical heritages of the communities. Quilombaque has developed extensive mapping of Perus historical heritage and they keep their cultural practices alive through daily activities and events, such as soiree, capoeira circles, and the Jambaque party. Hence, there is much potential for the Agency to seek support for developing similar strategies of creative tourism, taking advantage of their heritage and rich culture as well as considering their own capabilities.

In community-based tourism initiatives, it is important that stakeholders have a clear idea of the types of tourists they want to reach and bring to their community. It is not a matter of limiting the possibilities, as it seems, but a way of guiding the agency's actions, allowing the picturing of the desired scenario in the medium and long-term. Considering the features and attractions Perus community has to offer, it is possible to affirm that cultural and authentic travelers would form their main target market. Both cultural and authentic travelers are curious and open-minded people who seek learning experiences and opportunities to connect with local residents of the places they visit, through immersion in the local culture. However, in order to attract these types of visitors, the agency has to work on marketing strategies, building a consistent online presence with information about the community and the tours.

The agency could include field school program activities that focus on marketing strategies to promote the agency services in different channels, production and translation of content to reach outside markets, development of workshops of cultural expressions, culinary, crafts and arts. In addition, more field school programs within the community would assist the development of more tourism literacy and help spread the feeling that Perus can be considered an eco-cultural destination out of the beaten path, a place where people are proud to be and proud to share, despite any difficulties they face daily.

IMPLICATIONS AND LESSONS LEARNED

To ensure the success of community-based tourism initiatives, it is essential to support a model that emerges within the community, considering the stakeholders ideas and concerns. External agents that want to contribute

queiram contribuir com este tipo de iniciativa devem considerar a realidade, a capacidade, as necessidades e os desejos da comunidade, caso contrário, a iniciativa tende a fracassar e os impactos negativos aumentam. Além disso, a pressão de tendências externas na indústria do turismo pode influenciar a capacidade de gerir a agência.

Por outro lado, há uma necessidade de investimentos financeiros em Perus para ajudar a preservar locais históricos, como a fábrica de cimento, manter os projetos voluntários vivos como locomotiva a vapor, e profissionalizar ainda mais seu produto turístico. A realidade é que essas ações demandam dinheiro que não tem como ser obtido exclusivamente dentro da comunidade, razão pela qual é preciso atrair investidores para Perus. Investimento em produtos turísticos baseados na comunidade são extremamente valiosos porque eles também melhoram os padrões de vida da comunidade, mas como poucas pessoas estão cientes disso, pode ser uma barreira ao investimento (Gullion, Hji-Avgoustis, Fu & Lee, 2015). No entanto, se investidores em potencial forem informados sobre os benefícios mais amplos de investir na comunidade, isso aumentará as chances de sucesso.

Os turistas são muito importantes no futuro, já que a comunidade tem o potencial de se tornar um destino eco cultural e está caminhando para o estabelecimento de seu produto turístico. No Brasil, 93,5% dos gastos turísticos são de turistas domésticos (World Travel & Tourism Council, 2017), o que poderia ser um indicador para prever que tipo de turistas visitariam Perus. No entanto, há uma quantidade significativa de turistas internacionais que podem estar mais inclinados a visitar Perus do que turistas domésticos, porque eles têm mais a ganhar com a exposição a um produto turístico cultural em um país estrangeiro. Segundo a Organização Mundial de Turismo, turistas são definidos como pessoas que "viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual por mais de vinte e quatro horas e não mais do que um ano consecutivo para lazer, negócios e outros fins" (OMC, 2008). Portanto, a rede de hospedagem familiar é um aspecto essencial da experiência do turismo e foi considerado um destaque pessoal por muitos participantes da escola de campo. Mesmo com algumas barreiras linguísticas, todos ficaram tocados pela hospitalidade das famílias anfitriãs, bem como pelas conexões feitas com os membros da Quilombaque.

A comunidade já está aberta para receber visitantes de todo o mundo, conforme experimentado pelos participantes da escola de campo. Ao mesmo tempo, por estar localizado dentro da metrópole de São Paulo, que abriga 20 milhões de pessoas, Perus também tem um grande potencial para atrair excursionistas que queiram passar o dia na região.

À medida que a Agência Queixadas avança para melhorar seu produto turístico, eles enfrentarão muitos desafios que precisam ser abordados adequadamente para garantir o sucesso da iniciativa. Estabelecer parcerias em níveis iguais de poder é essencial para que a comunidade de Perus possa criar uma alternativa econômica de longo prazo através do turismo de base comunitária, atendendo às expectativas locais e ajudando

to this type of initiative should consider the community reality, capacity, needs and wishes, otherwise the initiative tends to fail and the negative impacts rise. Moreover, pressure from external trends in the tourism industry may influence the ability to manage the enterprise.

On the other hand, there is currently a need for investors in Perus to help preserve heritage sites such as the Cement Factory, keep voluntary projects alive such as the Steam Locomotive, and to further professionalize their tourism product. The reality is that these actions require money and this money cannot be solely sourced from inside the community, which is why investors need to be attracted to Perus. Investment in community-based tourism products is extremely valuable because they also improve the living standards of the community, but because few people are aware of this, it could be a barrier to investment (Gullion, Hji-Avgoustis, Fu & Lee, 2015). However, if potential investors are informed of the wider benefits of investing in the community then it could yield greater success.

Tourists are very important in the future as the community has the potential to be an eco-cultural destination and is moving towards the establishment of a tourism product. In Brazil, 93.5% of tourism expenditure is from domestic tourists (World Travel & Tourism Council, 2017), which could be an indicator to predict what type of tourists would visit Perus. However, there is a significant amount of international tourist who may be more inclined to visit Perus than domestic tourists, because they have more to gain from exposing themselves to a cultural tourism product in a foreign country. According to the World Tourism Organization, tourists are defined as people who "travel to and stay in places outside their usual environment for more than twenty-four hours and not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes" (WTO, 2008). Thus, the homestay networking is an essential aspect of the tourism experience and was considered a personal highlight by many field school participants. Even with some language barriers, everyone was touched by the hospitality of their homestays as well as the connections made with members of Quilombaque.

The community is already open to receive visitors from all over the world, as experienced by the field school participants. At the same time, with Perus being located within the metropolis of Sao Paulo, which is home to 20 million people, there is also great potential to attract excursionists who can make a day trip to Perus.

As Queixadas Agency move forward to improve their tourism product, they will face many challenges that need to be addressed properly in order to assure the success of the initiative. Establishing partnerships at equal levels of power is essential so that the community of Perus can create a long-term economic alternative through community-based tourism, meeting local expectations, and helping strengthen local engagement, as well as

a fortalecer o engajamento local e as ações de revitalização de espaços públicos e resgate do patrimônio cultural.

actions to revitalize public spaces and rescue their cultural heritage.

QUESTÕES DE DISCUSSÃO

1. Quais são os arranjos necessários para promover destinos de turismo cultural fora do circuito esperado, com foco em iniciativas comunitárias?

2. Como assegurar a autenticidade em uma indústria que tende a avançar para práticas padronizadas, evitando práticas de "autenticidade encenada"?

3. Como a resistência influenciou o movimento de apropriação de espaços de lazer?

4. Perus é considerado um bairro dormitório em que as pessoas vivem, mas precisam ir para outro lugar para trabalhar. Você acredita que o turismo poderia contribuir para mudar essa realidade?

DISCUSSION QUESTIONS

1. What are the needed arrangements to promote cultural tourism destinations out of the expected circuit, focusing on community-based initiatives?

2. How to assure authenticity in an industry that tends to move towards standardized practices, avoiding practices of "staged-authenticity"?

3. How has resistance influenced the movement of leisure spaces appropriation?

4. Perus is considered a dormitory neighbourhood, in which people live, but have to go elsewhere to work. Do you believe that tourism could contribute to changing that reality?

REFERÊNCIAS

Bartholo, R., Delamaro, M., Bursztyn, I., & Hallewell, L. (2008). Tourism for whom? Different paths to development and alternative experiments in Brazil. *Latin American Perspectives*, 35(3), 103-119. DOI: 10.1177/0094582X08315786

Burgos, A. & Mertens, F. (2017) Participatory management of community-based tourism: A network perspective. *Community Development*, 48(4), 546-565, DOI: 10.1080/15575330.2017.1344996

Dodds, R., Ali, A. & Galaski, K. (2018) Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568, DOI: 10.1080/13683500.2016.1150257

Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success. *ICRT Occasional paper*, 11(1), 37. Retrieved from <http://www.andamandiscoveries.com/press/press-harold-goodwin.pdf>

Gullion, C., Hji-Avgoustis, S., Fu, Y., & Lee, S. (2015). Cultural tourism investment and resident quality of life: A case study of Indianapolis, Indiana. *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 1(3), 184-199.

López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: a case study. *Tourismos*, 6(1).

Mano, A. D., Mayer, V. F., & Fratucci, A. C. (2017). Community-based tourism in Santa Marta Favela/RJ: Social, economic and cultural opportunities. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo* 11(3).

REFERENCES

Bartholo, R., Delamaro, M., Bursztyn, I., & Hallewell, L. (2008). Tourism for whom? Different paths to development and alternative experiments in Brazil. *Latin American Perspectives*, 35(3), 103-119. DOI: 10.1177/0094582X08315786

Burgos, A. & Mertens, F. (2017) Participatory management of community-based tourism: A network perspective. *Community Development*, 48(4), 546-565, DOI: 10.1080/15575330.2017.1344996

Dodds, R., Ali, A. & Galaski, K. (2018) Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568, DOI: 10.1080/13683500.2016.1150257

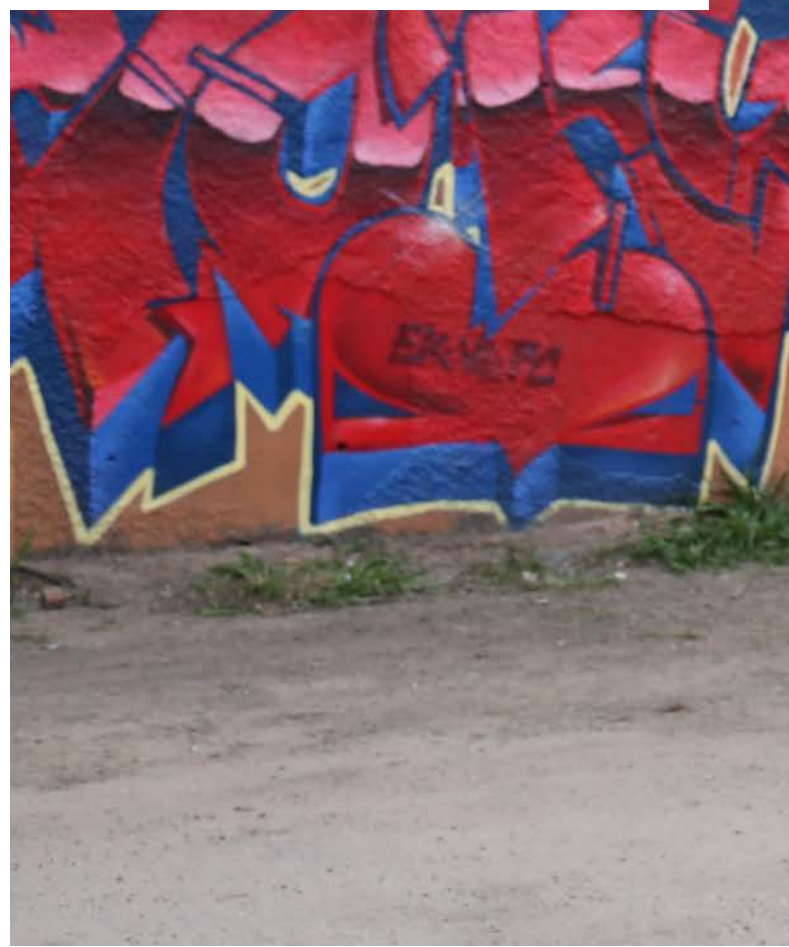
Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success. *ICRT Occasional paper*, 11(1), 37. Retrieved from <http://www.andamandiscoveries.com/press/press-harold-goodwin.pdf>

Gullion, C., Hji-Avgoustis, S., Fu, Y., & Lee, S. (2015). Cultural tourism investment and resident quality of life: A case study of Indianapolis, Indiana. *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 1(3), 184-199.

López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: a case study. *Tourismos*, 6(1).

Mano, A. D., Mayer, V. F., & Fratucci, A. C. (2017). Community-based tourism in Santa Marta Favela/RJ: Social, economic and cultural opportunities. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo* 11(3).

- Middleton, V.T.C., Fyall, A., Morgan, M., Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel & Tourism* (4th ed.) Oxford UK: Routledge.
- Montero, C. M. G. (2017) To Preserve is to resist: threading black cultural heritage from within in Quilombo tourism. *Souls*, 19(1), 75-90, DOI: 10.1080/10999949.2017.1268805.
- Pine, J. (2004). The authentic experience, travel and tourism research association conference. Montreal, Canada 19 June.
- Tiberghien, G., Bremmer, H. & Milne, S. (2017) Performance and visitors' perception of authenticity in eco-cultural tourism. *Tourism Geographies*, 19(2), 287-300, DOI: 10.1080/14616688.2017.1285958.
- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). Protecting the past: Challenges and opportunities. In D. J. Timothy, & G. P. Nyaupane (Eds.), *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective* (pp. 20–42).
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26 (2), 349-370.
- WTO (World Tourism Organization, 2008). Understanding Tourism: Basic Glossary. Retrieved from <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>
- World Travel & Tourism Council. (2017). Travel & Tourism Economic Impact 2017: Brazil.
- Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P., & Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 14(8), 725–749.
- Middleton, V.T.C., Fyall, A., Morgan, M., Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel & Tourism* (4th ed.) Oxford UK: Routledge.
- Montero, C. M. G. (2017) To Preserve is to resist: threading black cultural heritage from within in Quilombo tourism. *Souls*, 19(1), 75-90, DOI: 10.1080/10999949.2017.1268805.
- Pine, J. (2004). The authentic experience, travel and tourism research association conference. Montreal, Canada 19 June.
- Tiberghien, G., Bremmer, H. & Milne, S. (2017) Performance and visitors' perception of authenticity in eco-cultural tourism. *Tourism Geographies*, 19(2), 287-300, DOI: 10.1080/14616688.2017.1285958.
- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). Protecting the past: Challenges and opportunities. In D. J. Timothy, & G. P. Nyaupane (Eds.), *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective* (pp. 20–42).
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26 (2), 349-370.
- WTO (World Tourism Organization, 2008). Understanding Tourism: Basic Glossary. Retrieved from <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>
- World Travel & Tourism Council. (2017). Travel & Tourism Economic Impact 2017: Brazil.
- Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P., & Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 14(8), 725–749.





Vanessa Lugin Moraes

Vanessa Lugin Moraes é uma geógrafa brasileira com mais de 10 anos de experiência trabalhando em estudos ambientais. Atualmente, é aluna do 2º ano do Programa de Turismo da Universidade da Ilha de Vancouver, e seus principais interesses estão relacionados ao turismo comunitário e turismo de natureza. Vanessa trabalha como Assistente de Desenvolvimento no Centro de Excelência da Organização Mundial do Lazer vinculado à Universidade da Ilha de Vancouver, estando envolvida na promoção do Centro entre a comunidade e acadêmicos internacionais, e contribuindo em projetos significativos no campo do lazer e turismo, como a edição de 2018 da Escola de Campo da Organização Mundial do Lazer.

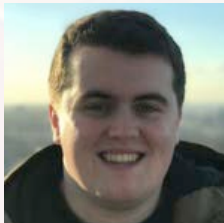
Vanessa Lugin Moraes is a Brazilian Geographer who has over 10 years of experience working in environmental studies. She is currently a 2nd year student in the Tourism Program at Vancouver Island University, and her primary interests are related to community-based tourism and nature-based tourism. Vanessa works as Development Assistant at VIU's World Leisure Centre of Excellence, being involved in enhancing the reach of the Centre of Excellence among the community and international scholars, and contributing in meaningful projects in the Leisure and Tourism fields, such as the 2018' WLO Field School.



Rozemarijn Piscina

Rozemarijn Piscina nasceu em 29 de dezembro de 1998, Holanda. Atualmente, ela está cursando o segundo ano de uma graduação Bacharel em Ciências do Turismo na Universidade de Ciências Aplicadas de Breda e na Universidade de Wageningen na Holanda.

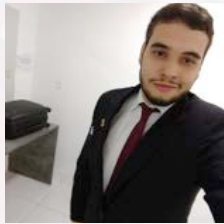
Rozemarijn Pool was born on 29th of December 1998. Rozemarijn is from the Netherlands. She is currently following a joint degree study called Bachelor of Science Tourism at Breda University of Applied Science and at Wageningen University and Research. She is in her second year of study.



Aidan Ryce

Aidan Ryce nasceu em 5 de setembro de 1996, na Nova Zelândia, onde estuda Bacharelado em Comércio (com ênfase em Turismo e Política) na Universidade de Otago. Ele está em seu terceiro ano de estudo.

Aidan Ryce was born on 5th September 1996. Aidan is from New Zealand where he studies a Bachelor of Commerce (Major in Tourism, Minor in Politics) at the University of Otago. He is in his third year of study.



Luiz Gomes do Prado Filho

Luiz Gomes do Prado Filho, 21 anos, é estudante de Turismo na Universidade Federal de Pernambuco no Brasil. Luiz foi para a Escola de Campo de 2018 e para o Congresso Mundial de Lazer para abraçar o mundo do lazer e turismo e aprender como este está envolvido com o marketing e interações humanas em uma comunidade.

Luiz Gomes do Prado Filho, 21 years old, is a bachelor student in Tourism at the Federal University of Pernambuco in Brazil. Luiz went to the 2018' WLO Field School and Conference to embrace the world of leisure and tourism and how it is involved with marketing and human interacts into a community.



MARKETING SUSTENTÁVEL NO CONTEXTO DA COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE EM PERUS, BRASIL

[Carson Anderson,](#)

Universidade da Ilha de Vancouver,
Canadá

[Isis van Betuw,](#)

Universidade de Ciências Aplicadas
de Breda, Holanda

[Laissa Paloma Queiroz de Lima,](#)

Universidade Federal de Pernambuco,
Brasil

[Simone Langejan,](#)

Universidade Erasmus Roterdã,
Holanda

RESUMO

Este capítulo apresenta um estudo de caso realizado por Carson, Paloma, Isis e Simone, 4 estudantes (respectivamente do Canadá, Brasil e Holanda) que visitaram o Brasil em agosto como parte da Escola de Campo Internacional organizada pela Organização Mundial do Lazer (*World Leisure Organization*). Em particular, visitamos a comunidade de Perus, um dos 96 distritos da cidade de São Paulo. Nós passamos quatro dias na comunidade de Perus e aprendemos sobre sua incrível cultura, suas ideias de negócios e sonhos sobre turismo e desenvolvimento comunitário. Com essa informação, desenvolvemos um estudo de caso. Nosso

SUSTAINABLE MARKETING IN THE CONTEXT OF THE QUILOMBAQUE COMMUNITY LIVING WITH-IN PERUS, BRAZIL

Carson Anderson,

Vancouver Island University,
Canada

Isis van Betuw,

Breda University of Applied Sciences,
Netherlands

Laissa Paloma Queiroz de Lima,

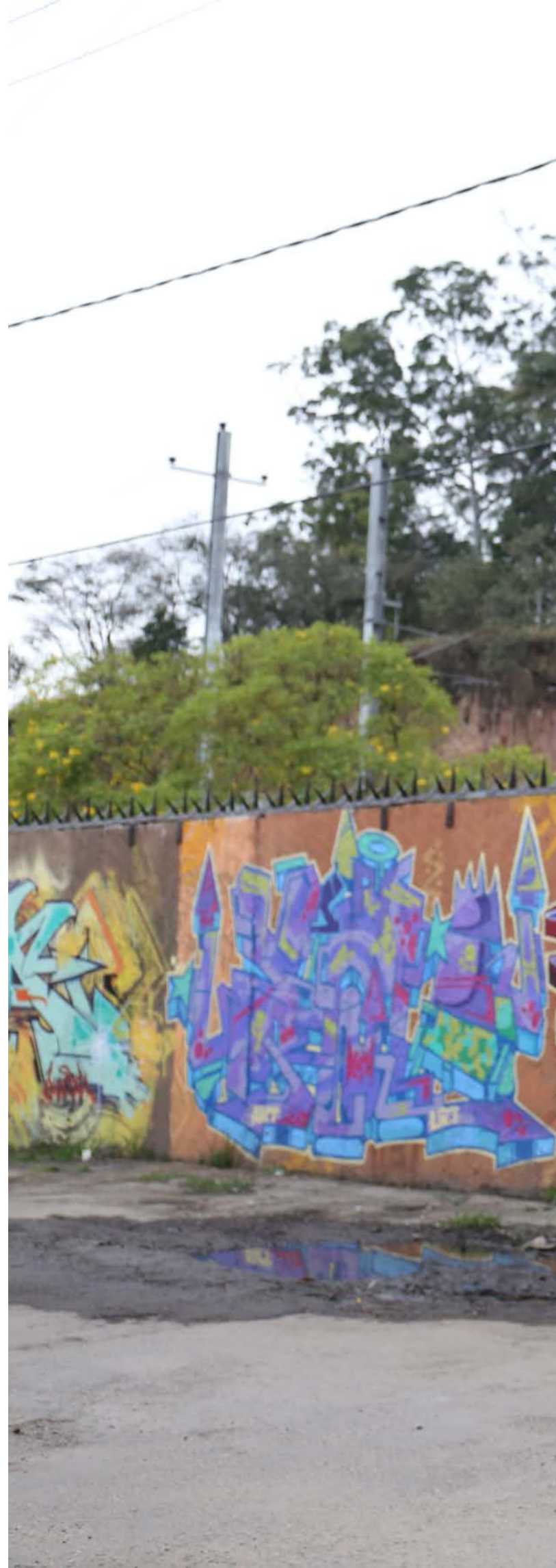
Universidade Federal de Pernambuco,
Brazil

Simone Langejan,

Erasmus University Rotterdam,
Netherlands

CHAPTER SUMMARY

This chapter presents a case study executed by Carson, Paloma, Isis and Simone, 4 students (respectively from Brazil, Canada and the Netherlands) who visited Brazil in August as part of the International Field School organized by the World Leisure Organization. In particular, we visited the community of Perus, one of the 96 districts within the city of Sao Paulo. We spent four days with the community of Perus and learned about their amazing culture, their business ideas and dreams on tourism and community development. With this information, we developed a business case. Our business case focuses on the way marketing can be used by Quilombaque to



estudo de caso enfoca a maneira como o marketing pode ser usado pela Quilombaque para desenvolver um turismo sustentável e ter uma influência positiva na comunidade. Também analisamos com mais detalhes as estratégias que promoverão a sustentabilidade, o patrimônio e a cultura da comunidade. Depois, apresentamos nosso estudo de caso no 15º Congresso Mundial de Lazer para o nosso grupo, professores e outros especialistas da área. Após receber seus comentários, voltamos para casa para desenvolver o estudo de caso. Este estudo de caso será entregue à comunidade de Perus de forma a beneficiar o desenvolvimento comunitário.

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Este estudo de caso tem o potencial de embasar a criação de um Plano de Marketing de sucesso para a Quilombaque. As informações aqui apresentadas têm os seguintes objetivos de aprendizagem:

1. Ajudar a Quilombaque na criação de estratégias de marketing que promovam a sustentabilidade, o patrimônio histórico e a cultura da comunidade de Perus.
2. Fazer recomendações sobre como a Quilombaque pode usar estratégias de marketing e divulgação para desenvolver o turismo sustentável.
3. Fornecer um panorama geral e apresentar estratégias eficazes e comumente utilizadas para comercializar produtos turísticos.

O TEMA, OPORTUNIDADES E TENDÊNCIAS

Esta seção discute as tendências e atores que interagem com a comunidade Quilombaque e suas visões para o crescimento do turismo. As tendências incluem impactos do turismo, tipos de turismo, prós e contras para cada tipo de turismo e tipo de viajante. Esta seção também analisa brevemente a agência da comunidade Quilombaque, uma visão geral dos atores envolvidos, o potencial para marketing social e como os atores envolvidos têm desenvolvido suas ações e seus produtos. A intenção deste projeto é sugerir uma estrutura de marketing que possa ajudar a comunidade Quilombaque a ampliar seu alcance internacional por meio de uma comunicação eficaz que atraia turistas que compartilham os valores da comunidade.

O conceito de pobreza turística

Uma nova ideia em relação ao turismo, denominada pobreza turística, tornou-se recentemente um tópico de discussão em todo o mundo devido ao seu potencial para ajudar a criar crescimento sustentável e redução da pobreza nos países em desenvolvimento (Hall, 2007). Os argumentos favoráveis à pobreza turística consideram esta atividade não apenas um potencial gerador econômico viável, como também uma ferramenta para o bem-estar humano (Hall, 2007. P.4). No entanto, argumentos contrários apontam que, embora o turismo seja um bom gerador econômico, "o turismo pode ter resultados

develop sustainable tourism and have a positive influence on the community. We also looked with more detail into the strategies that will keep the sustainability, heritage and culture that the community holds. Afterwards, we presented our case study at the 15th World Leisure Congress to our entire group, professors and other experts from the field. With their feedback we went back home to develop the case study. This business case will be returned to the Perus community for their benefit and further community development.

LEARNING OBJECTIVES

This case study can potentially base up the creation of a successful Marketing Plan to Quilombaque. Informations presented here have the following learning objectives:

1. Assist Quilombaque in creating marketing strategies that will keep the sustainability, heritage and culture of Perus community.
2. Provide recommendations on how Quilombaque can use marketing and promotion to develop sustainable tourism.
3. Give an overview and present effective strategies that are used commonly to market tourism products.

THE ISSUE, OPPORTUNITY OR TREND

This section discusses the trends and agencies that affect the Quilombaque community and their vision for tourism growth. Trends include, impacts of tourism, types of tourism, pros and cons to each type of tourism, and traveller type. This section also briefly looks at the agency of the Quilombaque community, an overview of stakeholders, the potential for social marketing, and how the stakeholders have navigated themselves and their products. It's the intention of this project to suggest a marketing framework that could help the community of Quilombaque grow its reach across more places in the world through effective communication that attracts tourist who share the values of the community.

The concept of poor tourism

A new idea regarding tourism style called poor-tourism has recent become a topic of discussion around the world due to its potential to help create sustainable growth and poverty reduction in developing countries. (Hall, 2007). Pro poor-tourism arguments view poor-tourism not only a viable potential economic generator but also a tool for human well being (Hall, 2007. P.4). However, negative arguments point out that, while tourism is a good economic generator, "Tourism can have both positive and negative outcomes for residents in communities where sharing and preserving their culture could be seen as conflicting goals"

positivos e negativos para os moradores de comunidades onde compartilhar e preservar sua cultura pode ser visto como um objetivo conflitante” (Besculides, Lee, & McCormick, 2002. [resumo]) o que poderia prejudicar também o bem-estar dos moradores do destino turístico e alterar a sustentabilidade do produto que a comunidade deseja criar.

Segundo Hall (2007), desde 1950 o turismo internacional cresceu cerca de 7% ao ano. Em 2006, os desembarques de turistas internacionais somaram 842 milhões. No mesmo período a receita gerada pelo turismo internacional aumentou em 11% ao ano, ajustado pela inflação (Hall, 2007).

O turismo também é capaz de criar empregos nas comunidades. O impacto econômico e a estabilidade que o turismo pode proporcionar a uma comunidade podem ajudar muito essa comunidade a preservar o que é valioso para os moradores locais.

Turismo de massa

O turismo de massa pode ser descrito como “viagens em grande escala, consistentes, sistemáticas e regulares para fins de lazer” (Andrews et al, 2009, P.1). O turismo de massa pode ser uma ferramenta muito útil para o desenvolvimento comunitário. Historicamente, o turismo de massa ajudou as comunidades a melhorar a infraestrutura, como estradas e parques públicos (Butler, 2009). Essas melhorias não poderiam ter sido feitas se não fosse pelos benefícios econômicos e pela pressão pública que acompanham o turismo de massa (Andrews et al, 2009). No entanto, os riscos do turismo de massa podem ser graves. Embora tenha sido estabelecido que o turismo de massa pode ser benéfico, ele também pode ser prejudicial. A chegada em larga escala consistente de turistas em uma área representa riscos significativos relacionados ao impacto ambiental na paisagem sociocultural. (Novelli, M. 2005)

Turismo de nicho

O turismo é uma indústria que está sempre evoluindo (Butler, R. 2009). Nos últimos anos, o turismo especializado tornou-se mais popular, normalmente chamado de “turismo de nicho”, é um contraponto ao conceito de turismo de massa mais tradicional (Butler, R. 2009). O turismo de nicho consiste em indivíduos com interesses comuns sendo agrupados para aumentar a eficiência do marketing e a experiência positiva do produto (Ali-Knight, 2011). Para ser um destino de nicho, as atividades turísticas devem atrair grupos específicos de turistas que compartilham interesses comuns. Como afirmaram Sharpley e Telfer, 2002 *apud* Ali-Knight (2011), as operadoras de turismo precisam diferenciar os turistas e distingui-los uns dos outros para adequar o produto turístico ao turista que deseja experimentá-lo.

O turismo de nicho tem muitos aspectos positivos, como oferecer maiores recompensas econômicas e trazer turistas com maior poder aquisitivo do que o turismo de massa tradicional (Novelli, 2005). Além disso, comparado ao turismo de massa, o turismo de nicho tem menor impacto

(Besculides, Lee, & McCormick, 2002. [abstract]) which could also hurt the well being of the humans living in the destination and change the sustainability of the product the community wishes to create.

According to Hall (2007), since 1950 international tourism has grown roughly 7% every year. In 2006 international tourism arrivals equaled 842 million. In that same time, revenue generated from international arrivals have risen by 11% each year, adjusted for inflation. (Hall, 2007).

Tourism is also able to create jobs in communities. The economic impact and stability that tourism can provide a community can go a long way in assisting that community to afford keeping what is valuable to the people who live there.

Mass Tourism

Mass tourism can be thought of as “consistent large-scale, systematic and regular travel for leisure purposes” (Andrews et al, 2009, P.1). Mass tourism can be a very useful tool for community development. Historically, mass tourism has helped communities improve infrastructure, such as roads and public parks (Butler, 2009). These improvements could not have been made if not for the economic benefits and public pressure that accompany mass tourism (Andrews et al, 2009). However, mass tourism risks can be severe. While it has been established that mass tourism can be beneficial, it can also be detrimental. The consistent large-scale travel of tourists to one area includes significant risks related to the environmental impact on the pre-existing social-cultural landscape. (Novelli, M. 2005)

Niche Tourism

Tourism is an industry that is always evolving (Butler, R. 2009). In recent years, specialized tourism has become more popular, typically referred to as “niche tourism” it is a counter to the more traditional mass tourism concept (Butler, R. 2009). Niche tourism is about like-minded individuals being segmented together so as to increase the efficiency of marketing and positive product experience (Ali-Knight, 2011) . To be a niche destination, tourism activities must attract specific groups of tourists who share common interests. As stated Sharpley and Telfer, 2002 through Ali-Knight (2011), tourism operators need to differentiate tourists and to distinguish them from one another to match the product they offer with the tourist who is looking to experience it.

Niche tourism has many positives such as offering greater economic rewards and bringing in higher yield tourists than traditional mass tourism (Novelli, 2005). In addition, compared to mass tourism, niche tourism has lower environmental impact and has less

ambiental e menor potencial de causar perturbações nos ambientes socioculturais. Um operador de turismo que consiga efetivamente combinar a experiência que ele oferece com o mercado de nicho identificado será capaz de capitalizar os benefícios do turismo de nicho.

O sucesso do turismo de nicho também pode ser seu declínio. À medida que um produto de turismo de nicho cresce, sua demanda também aumenta. Uma vez que a demanda pelo produto de um destino excede a oferta, o produto corre o risco de evoluir para o turismo de massa. O aumento da demanda significa mais turistas e, portanto, aumentará os riscos associados a se tornar um destino de turismo de massa.

Agência / Atores envolvidos

O produto turístico da Quilombaque deve ser considerado um nicho, considerando que não é um *hotspot* de turismo sistêmico e que provavelmente oferece uma experiência muito específica. Ter este produto turístico de nicho em pequena escala é uma excelente oportunidade para atrair viajantes que compartilham os valores da comunidade. Parte dos atrativos da Quilombaque é que o viajante está em uma nova cultura e lugar, aprendendo consistentemente. Os membros da comunidade referem-se a ela como um museu comunitário. O qual tem como pilares principais: a Casa Hip Hop, a biblioteca, o teatro, a fábrica de cimento, o cemitério, o parque e o centro comunitário. Dentro da geografia desses pilares há uma economia de lazer pulsante. É através dos pilares do museu que o turista é apresentado à cultura, história, estilo de vida, de lazer, as dificuldades e amizades que a comunidade tem criado. Parece que o viajante está realmente vivendo a vida de um morador local.

Cada membro da comunidade é um ator, com alguns membros da comunidade atores ativos, enquanto outros membros são mais passivos. Os atores ativos na comunidade incluem as famílias anfitriãs que acomodam turistas; aqueles que operam a Casa Hip Hop, o teatro, o centro comunitário, a biblioteca, os guias turísticos, aqueles que promovem os eventos da Quilombaque, bem como seus participantes. Os atores passivos incluem os membros da comunidade que vivem na área. É a combinação desses atores que dá sentido aos pilares do "museu" e é através desses atores que os turistas têm acesso à experiência patrimonial, cultural e ambiental.

A Quilombaque gostaria de ver seu produto crescer, pois é um importante gerador econômico para a comunidade. Seu objetivo é gerar recursos suficientes para a proteção do seu ambiente, sua cultura e para melhorar a vida dos moradores que vivem na comunidade. No entanto, eles devem ser cautelosos, uma vez que o aumento do número de turistas na comunidade aumenta o risco de exceder a capacidade da comunidade, que ainda é indefinida. Exceder a capacidade de suporte pode resultar em degradação ambiental do cinturão verde e do patrimônio histórico, bem como a diluição da cultura da comunidade que faz Perus ser o que é.

disturbance on socio-cultural environments. A tourism operator who can match the experience they offer effectively to the distinguished niche market will be able to capitalize on the benefits of niche tourism.

The success of niche tourism can also be its downfall. As a niche tourism product grows its demand increases. Once the demand for a destination's product exceeds the supply, the product risks evolving into mass tourism. The increased volume of demand means more tourists and therefore will increase the risks associated with becoming a mass tourism destination.

Agency/stakeholders

The Quilombaque tourism product should be considered niche, considering it is not a systemic tourism hotspot and that it's likely that provides a very specific experience. Having this smaller scale niche tourism product is an excellent opportunity to attract travellers who share the values of the community. Part of the allure of Quilombaque is that the traveller is in a new culture and place, learning consistently. Members of the community refer to it as a museum community. Which consists of four main pillars, the hip hop house, library, theater, the cemetery, the park and the community centre. Within the geography of these pillars is a bustling leisure economy. It is through the museum pillars that a tourist is introduced to the culture, history, leisure lifestyle, hardships, and friendships that the community has endured and created. It feels as though the traveller is truly living the life of a local.

Each member of the community is a stakeholder, with some community members being active stakeholders, while other members are more passive. Active stakeholders in the community include the host families that accommodate tourists; those who operate the hip hop house, the theater, the community centre, the library, the tour guides, those who facilitate Quilombaque events as well as the guests who attend them. Passive stakeholders include the members of the community who live in the area. It is the combination of these stakeholders that give meaning to the pillars of the "museum" and it's with these stakeholders where you find that allows tourists to get the heritage, cultural, and environmental experience that they sought by the tourists who travel there.

Quilombaque would like to see their product grow as it is an important economic generator for the community. Their goal is to make enough money that they can protect their environment, their culture, and improve the lives of the residents who live in the community. However, they should be careful because increasing the number of tourists in the community would risk exceeding the community's capacity, which is still undefined. Exceeding the capacity could result in environmental degradation in the green belt and heritage as well as the dilution of community culture that make Perus what it is.

A INOVAÇÃO

Contexto de caso

Este caso de estudo foi inspirado em nossa experiência como parte da Escola de Campo Internacional Douglas Ribeiro da Silva “2018 WLCE Douglas Ribeiro da Silva International Field School”. Ao longo de quatro dias, vivenciamos a realidade da comunidade de Perus sendo guiados pela Comunidade Cultural Quilombaque, uma Organização Não-Governamental (ONG) representativa de Perus que promove iniciativas para fornecer aos moradores locais o acesso à cultura, educação, patrimônio e música como meio de mudança social. A Quilombaque trabalha desde 2005 para empoderar os moradores de Perus. A experiência e o conhecimento adquiridos nesses treze anos de trabalho estão sendo usados para criar experiências únicas para visitantes cujos interesses estão alinhados com aqueles defendidos pela ONG. Além disso, com o objetivo de promover o desenvolvimento da comunidade através da economia criativa, a Quilombaque projetou produtos e serviços turísticos dentro do contexto do turismo local, destacando seu importante papel para fortalecer as condições econômicas, sociais e culturais locais.

Nestas circunstâncias, enfatizamos a importância do papel da Quilombaque no processo de planejamento e promoção do turismo na comunidade de Perus e, nesse contexto, nosso principal objetivo é responder às seguintes questões: quais esforços de Marketing foram empreendidos pela Quilombaque para promover seus produtos e serviços turísticos? Quais estratégias e ferramentas poderiam ser usadas para desenvolver uma estratégia de marketing bem-sucedida, alinhada com a sustentabilidade, a cultura e outros valores que eles representam?

DISCUSSÃO

Para responder às questões acima, primeiro queremos trazer uma breve discussão sobre o desenvolvimento comunitário, destacando alguns pesquisadores que discutem como o turismo pode ser uma ferramenta poderosa para combater a pobreza, bem como trazer benefícios socioeconômicos e culturais (Giampiccoli e Mtapuri, 2012; Pearce, 2008). Esses benefícios, no entanto, podem ser obtidos de maneira diferente de um lugar para outro e, de acordo com Dredge e Jenkins (*apud* Pearce, 2008), eles dependem de muitos fatores que podem incluir, o papel e a experiência da comunidade envolvida, configurações culturais e geográficas nas quais o turismo acontece, comportamento e padrões de comportamento e viagem dos turistas, etc. Neste sentido, é possível dizer que estratégias adequadas de planejamento e marketing do turismo tendem a ser uma boa tentativa de “guiar a otimização dos impactos do turismo e a maximização dos benefícios para a região” (Buhalis, 2000, p. 98). Por outro lado, tipos particulares de turismo, como o que tem sido operado em Perus, podem trazer resultados inesperados caso não sejam bem planejados ou promovidos.

THE INNOVATION

Case context

This study case was inspired by our experience as part of 2018 WLCE Douglas Ribeiro da Silva International Field School. Throughout four days we experienced the reality of Perus community being guided by the Comunidade Cultural Quilombaque, a representative NGO for Perus that has brought into existence initiatives to provide the locals the access to culture, education, heritage, and music as means of social change. Quilombaque has been working since 2005 to empower Perus residents. The expertise and knowledge they have gained over these thirteen years of work is now being used to create unique experiences for visitors whose interests are aligned with those defended by the NGO. Moreover, aiming to foster community development through creative economy, Quilombaque has designed tourism products and services within the context of local based tourism highlighting its important role to strengthen the social, cultural, and local economic conditions.

Under the circumstances, we emphasize the significance of Quilombaque’s role in the process of tourism planning and promotion for Perus community, and, given this context, our main objective is to answer the following questions: what efforts have been taken by Quilombaque to promote its tourism products and services in terms of Marketing? What strategies and tools could potentially be used to develop a successful marketing strategy aligned with sustainability, culture and other values that they represent?

DISCUSSION

To answer the questions above we firstly want to bring a brief discussion about community development, highlighting the speech of some researchers on how tourism can be a powerful tool to alleviate poverty as well as bring socioeconomic, and cultural benefits (Giampiccoli and Mtapuri, 2012; Pearce, 2008). These benefits, however, might be differently obtained from place to place and according to Dredge and Jenkins (as cited by Pearce, 2008) they depend on many factors that may include, the role and the expertise of the community involved, cultural and geographical settings in which tourism takes place, behavior and travel patterns of the visitors, etc. In this sense, it is possible to say that proper tourism planning and marketing strategies are likely to be a good attempt to “guide the tourism impacts optimisation and the maximisation of benefits for the region” (Buhalis, 2000, p.98). On the other hand, particular types of tourism, such as the one that has been operated in Perus would bring unexpected results if not well planned or promoted.

Durante a pesquisa observacional que experimentamos em Perus, descobrimos que a Quilombaque lançou recentemente dois produtos diferentes para fomentar o turismo dentro da comunidade, quais sejam a Queixadas Agência de Desenvolvimento Eco Cultural e Turístico e o Museu Territorial de Interesse da Cultura e da Paisagem Tekoa Jopo'i; e que as ações atuais para comercializar e promover seus produtos incluem outdoors, folders, blog / página da web e mídias sociais, como fanpage do Facebook e hashtags do Instagram. Entendemos que o conteúdo dessas ideias e materiais pode ser reorganizado, aprimorado e potencializado, a fim de gerar resultados positivos e importantes, como o surgimento da competitividade do destino, a capacidade de realizar e manter relacionamentos ou conexões com os clientes, bem como a oportunidade de educar os viajantes sobre a incrível história e cultura de Perus antes mesmo deles chegarem na comunidade. Para buscar bons resultados, no entanto, é extremamente necessário apontar quais são as ferramentas e estratégias de marketing para esse processo (Costa, 2011). Com base nisso, vamos apontar e descrever as sugestões que acreditamos serem essenciais para comercializar os produtos e serviços oferecidos pela Quilombaque.

ATORES ENVOLVIDOS

Existem vários atores envolvidos na nova estratégia de marketing. Embora nem todos os atores tenham poder para executar ações e influenciar ativamente o processo de marketing, todos devem ser considerados.

Em primeiro lugar, o processo será iniciado pela comunidade Quilombaque. Eles também terão que manter relacionamentos com os outros atores citados. Além disso, como descrito anteriormente, eles irão supervisionar o conteúdo e os tópicos de marketing e divulgação. Os seguintes atores estão envolvidos principalmente porque um plano de marketing bem-sucedido proporciona o crescimento do turismo na área e, portanto, inclui esses atores no processo. Além disso, um tópico que será frequentemente promovido é a forte cultura e estrutura organizacional de Perus. Portanto, cada um dos atores a seguir fará parte disso e individualmente oferecerá insumos para o marketing. As empresas locais formam um grupo de atores, já que são atores potenciais dentro do processo, bem como são influenciados por ele. De acordo com a nova estratégia de marketing, o turismo de massa será evitado e o público-alvo será composto apenas por turistas com determinadas características. No entanto, o número de visitantes ainda irá aumentar, gerando um desenvolvimento positivo para as empresas locais. Por exemplo, os supermercados terão um maior fluxo de clientes, resultando em um lucro maior. Mais importante, haverá novos "tipos" de clientes, porque clientes de outras partes do mundo podem ter, até certo ponto, diferentes necessidades e desejos. Empresas locais poderiam, portanto, monitorar a satisfação e as experiências do cliente. Esse feedback dos clientes pode ser coletado, por exemplo, através de pesquisas. Os dados coletados podem ser usados para gerar mais renda, ao adaptar produtos e serviços aos valores dos novos clientes. Ao adaptar-se, as empresas locais podem

During the observational research, we experienced in Perus, we found that Quilombaque recently launched two different products to foster tourism within the community, which are the Queixadas Ecocultural Development Agency and the Tekoa Jopo'i Museum, and the current actions to market and promote their products include outdoor banners, presentation folders, blog/web page and social media such as Facebook fan-page and Instagram hashtags. We understood that the content within these ideas and materials can be reorganized, improved, and potentialized in order to bring positive and important outcomes, such as the awakening of competitiveness destination, the ability to perform and maintain relationship or connections with the customers, as well as the opportunity to educate travelers about the amazing history and culture of Perus before they even come to the community. To pursue good results, however, it is extremely necessary to point how essential are marketing tools and strategies for this process (COSTA, 2011). Based on that, we will further point and describe the suggestions we believe to be essential to market the products and services offered by Quilombaque.

STAKEHOLDERS INVOLVED

There are various stakeholders involved in the new marketing strategy. Although not all stakeholders have power to undertake action and actively influence the marketing process, all should be taken into consideration.

Firstly, the process will be started by the Quilombaque community. They will also have to maintain relationships with the other stakeholders mentioned. Moreover, as described in previous sections, they will oversee the content and subjects of marketing and promotion. The following stakeholders are mainly involved because a successful marketing plan leads to tourism growth in the area, and therefore includes them in the process. Moreover, a subject that will be often promoted is the strong culture and organizational structure in Perus. Therefore, each of the following stakeholders will be part of this and individually offer input for marketing. Local businesses form a group of stakeholders, as they are potential actors within the process, as well as influenced by it. According to the new marketing strategy, mass tourism will be avoided and only tourists of certain characteristics will be targeted. However, visitor numbers will still increase, which will be a positive development for local businesses. For example, supermarkets will show higher customer rates, with higher profit as a result. More importantly, there will be new 'types' of customers, because customers from other parts of the world may to some extent have different needs and wants. Local businesses could therefore monitor customer satisfaction and experiences. This feedback of the customers could be collected via for instance the distribution of surveys. The collected data can be used to generate higher income by adapting products and services to the values of the new customers. By adapting, local businesses can contribute to the new marketing strategy as tourism facilitation opportunities will increase. Lastly, local businesses might face some other minor challenges.

contribuir para a nova estratégia de marketing, à medida que as oportunidades de facilitação do turismo aumentam. Por último, as empresas locais podem enfrentar outros desafios menores. Por exemplo, eles podem experimentar dificuldades devido a barreiras de linguagem. No entanto, viajantes mais experientes estão familiarizados com este tipo de situação e isso não será um fator determinante. Por outro lado, os funcionários de empresas locais poderiam investir em cursos de idiomas (mais provavelmente inglês), para se tornarem mais confiantes e simplificar a interação com os clientes.

Da mesma forma, barreiras de linguagem serão enfrentadas por outro importante ator e subgrupo de empresas locais: as atrações locais. Elas terão que superar a barreira da língua, já que há contato mais próximo com os turistas e essa interação pode ser essencial para a experiência. Por exemplo, para transmitir uma mensagem em um museu, a explicação precisa estar em uma linguagem mutuamente compreensível. Em contraste com a maioria das empresas, as atrações podem ter uma grande influência no desenvolvimento turístico. Atrações podem moldar e caracterizar um destino por seu tipo de atividades e particularidades. É provável que as atrações que serão usadas para o turismo sejam usadas atualmente pela comunidade local para outros fins. Portanto, as mudanças realizadas para facilitar o turismo tendem a ser de maior escala do que para outras empresas. Um exemplo é a Casa do Hip Hop, que atualmente é visitada por moradores locais e serve como um "porto seguro" para as crianças. Pelo fato de que este local é importante para a comunidade local e possui grande valor cultural, os turistas podem visitá-lo e irão olhar para ele como um "museu". Além disso, pode criar valor agregado para os turistas através de atividades nas quais eles possam participar. No entanto, as atrações devem desenvolver uma política de regulamentação do turismo, especialmente para atrações atualmente usadas para outros fins. É importante que a essência de uma atração não seja alterada e que os objetivos de turismo e objetivos originais não sejam contraditórios. As atrações podem regular, por exemplo, os horários de visita (horário de funcionamento limitado para turistas) e as taxas de entrada para turistas. Algumas atrações podem compartilhar com os turistas o valor cultural e o patrimônio histórico. Da mesma forma que ocorre com o aumento do fluxo de visitantes nas empresas locais, as atrações também podem, pelas razões supracitadas, contar com maiores taxas de visitantes e maior retorno financeiro. Essas duas variáveis serão as principais vantagens da nova estratégia de marketing.

O terceiro grupo de atores envolvidos tem poder muito limitado para agir e influenciar no desenvolvimento do marketing turístico, todavia os impactos sobre estes atores não podem ser ignorados. Este grupo diz respeito a todos que estão baseados em Perus de alguma forma, sejam moradores locais ou visitantes regulares. A maioria das diferenças que os moradores locais terão de enfrentar é resultado da variação cultural. Como as conexões dentro da comunidade de Perus são fundadas em uma cultura forte, podem ocorrer diferenças com os turistas. Essas diferenças culturais se destacam especialmente em lugares utilizados por moradores e turistas. Por exemplo,

For example, they may experience difficulties because of language barriers. However, more experienced travelers will be familiar with this type of situation and this will not be a determinant factor. On the contrast, employees of local businesses could invest in language education (most likely English), to be more comfortable and to simplify interaction with customers.

Similarly, language barriers will be experienced by another important stakeholder and sub-group of local businesses: the local attractions. They might have to overcome the language barrier as there may be closer contact with tourists and interaction might be essential to deliver the experience. For example, to deliver a message in a museum, explanation needs to be in a mutually understandable language. In contrast to most of the businesses, attractions can also be a major influence on tourism development. Attractions can shape and characterize a destination by their type of activities and uniqueness. It is likely that the attractions that will be used for tourism are currently used by the local community for other purposes. Therefore, the changes that are made in order to facilitate tourism are likely to be of larger scale than for other businesses. An example is the hip-hop house, that is currently visited by locals and serves as a "safe haven" for children. Because this location is meaningful to the local community and possesses of great cultural value, tourists can visit it and will look at it as a "museum". In addition, it could even create added value for tourists by activities in which they can participate themselves. However, attractions should develop a policy and regulate tourism, this is particularly important for attractions currently used for various other purposes. It is important that the main essence of an attraction stays the same and tourism purposes and original purposes should not contradict. Attractions could regulate by for example the introduction of schedules (limited opening hours for tourists) and entrance fees for tourists. Some attractions can share the attached cultural value and heritage with the tourists. Similarly, to the higher visitor rates of local businesses, attractions can for all the reasons mentioned above count on higher visitor rates and higher profits. These two will be the main advantages of the new marketing strategy.

The third group of stakeholders has very limited power to act and influence tourism marketing developments but impacts on them cannot be ignored. This group concerns everyone who is in a way based in Perus, so both local inhabitants and regular visitors. Most of the differences with which the locals will be confronted, are a product of variation in culture. As connections within the community in Perus are very much based on a strong culture, differences with tourists are likely to occur. Especially in places that are both used by locals and tourist, cultural deviations will stand out. For example, homestay accommodations, which form the homes and working environments for locals. But, as the

as acomodações em casas de família, que também se constituem nas casas e ambientes de trabalho dos moradores locais. No entanto, como os turistas-alvo são viajantes experientes e interessados em cultura, a maioria deles busca essa interação. Dessa forma, tanto moradores quanto turistas terão a oportunidade de ensinar uns aos outros sobre suas vidas e hábitos culturais. A compreensão mútua aumenta o conhecimento, abre a mente das pessoas e faz com que elas se sintam enriquecidas. Por fim, o aumento de preços pode afetar os moradores locais. No entanto, é pouco provável que isto aconteça ou caso ocorra deverá ser em pequena escala. Como mencionado, o turismo de massa será evitado e, portanto, não será lucrativo para as empresas locais aumentarem seus preços significativamente. Considerando que atualmente esses são os principais atores envolvidos, no futuro, novos atores serão incluídos. Principalmente por razões financeiras, no curto prazo o marketing deve ser limitado às mídias sociais e comunicação verbal. No entanto, quando a chegada de turistas aumenta e mais renda é gerada, a comunidade pode querer usar intermediários. Dependendo da situação, esses intermediários podem ser diferentes tipos de organizações de viagens. É muito importante que os intermediários estejam cientes dos objetivos da comunidade em relação ao turismo e do grupo-alvo de turistas.

Apesar disso, é inevitável que o desenvolvimento do turismo irá causar mudanças no equilíbrio da estrutura organizacional e do estilo de vida individual dentro da comunidade. Isso conflita com um princípio fundamental da comunidade de Perus, pois a maioria valoriza muito o desenvolvimento da comunidade através do turismo. No entanto, todos os atores que causam impacto devem agir de forma responsável e razoável, de acordo com uma visão mutuamente compartilhada. Grosso modo, isso significa não interferir com o funcionamento da comunidade, mas para transformar isso em prática, deveria ser especificado. Para aumentar a eficácia, as regras podem ser criadas com base nessas especificações e, opcionalmente, incorporadas em um código de ética. Estas regras poderiam se basear na experiência adquirida em situações semelhantes. Por exemplo, os Princípios de Turismo Pró-Pobre poderiam ser usados como diretrizes. Esta lista consiste em seis princípios fundamentais que devem ser buscados para gerar benefícios líquidos para as comunidades. Isso significa que ao cumprir esses requisitos, o valor agregado dos benefícios excede o valor da interferência negativa na comunidade. (Chock, Macbeth e Warren, 2007)

ABORDAGEM UTILIZADA E O IMPACTO

Pesquisa Observacional

Ao longo dos quatro dias que os alunos passaram em Perus com a comunidade Quilombaque, eles participaram de uma pesquisa observacional "Semi-participante" (Pickard, 2017, p. 226) para entender as interações entre turistas e atividades, turistas e a Quilombaque, e entre a Quilombaque e a comunidade. Como alunos pesquisadores, participamos e experimentamos o produto turístico da Quilombaque. Isso nos deu uma compreensão

targeted tourists are experienced travelers and interested in culture, most of them will be happy to interact. Therefore, both locals and tourists might be able to teach each other about their lives and cultural habits. Mutual understanding increases knowledge, opens people's minds and makes them feel enriched. Lastly, price rises may affect the locals. Nevertheless, this is not very likely to happen or will at least be of small scale. As mentioned, mass tourism will be avoided and therefore it will not be profitable for local businesses to significantly higher their prices. Whereas these are the main stakeholders for now, in the future new stakeholders will be included. Soon marketing should, mainly for financial reasons, be limited to social media and verbal communications. However, when tourist arrivals increase, and more income is generated, the community may want to use intermediaries. These intermediaries could be various kinds of travel organizations, depending on the situation. It is of large importance that the intermediaries are aware of the community's goals regarding tourism, and the designed target group.

Nevertheless, it is inevitable that tourism development will cause changes in balance of the organizational structure and individual lifestyle within the community. This harms a main principle of the Perus community, as the majority attaches high value to community development as a result of tourism. However, the impacting stakeholders should all act responsibly and reasonably, according to a mutually shared vision. Roughly this means not to interfere with the functioning of the community, but in order to turn this into practice it should be specified. To increase the effectiveness rules could be created based on the specifications, and optionally merged into a code of ethics. These rules could be based on experience gained in similar situations. For example the Pro-Poor Tourism Principles could be used as guidelines. This list consists of six key principles that should be pursued in order to generate net benefits for the communities. This means that by complying with these requirements, the added value of the benefits exceeds the value of the inference with the community. (Chock, Macbeth & Warren, 2007).

APPROACH USED AND THE IMPACT

Observational Research

Over the four days students spent in Perus, with the Quilombaque community, they participated in "Semi-participant" observational research (Pickard, 2017, p. 226) to understand the interactions between, tourist and activity, tourist and Quilombaque, and Quilombaque and community. To observe and research, as students, we participated and had firsthand experience of the Quilombaque product. This gave us a broad understanding

ampla e um entendimento específico de quais pontos a Quilombaque precisa melhorar.

Ficou nítido que nenhum de nós estava adequadamente preparado para a experiência que nos foi oferecida. Desde que apreciamos o produto e o reconhecemos como valioso para um turista. O reconhecimento de que estávamos despreparados para a nossa experiência nos fez perceber que a Quilombaque precisa melhorar a comunicação com seus turistas. Além disso, dado o que vimos em termos de preparação e esforço, os membros da Quilombaque estavam sempre dispostos a satisfazer a todos, o que colocou pressão sobre os membros de forma visível para os turistas. Se eles soubessem melhor o que seus turistas queriam, eles poderiam, com menor pressão, ter priorizado as ações para satisfazer os turistas. Essa comunicação bilateral, com os turistas sabendo o que esperar da Quilombaque e a Quilombaque sabendo o que esperar dos turistas, poderia ajudar a melhorar o produto uma vez que todos poderiam se preparar melhor para a aventura.

Entrevista não estruturada

Considerando o nosso objetivo de criar algo para a comunidade, foi muito importante garantir que as informações sobre os desejos e a visão de futuro da Quilombaque fossem compreendidas pelo nosso grupo. Para obtermos esse entendimento, precisamos de informações descritivas e detalhadas que pudessem descrever o ponto de vista da organização. Para tal, optamos por fazer uma entrevista não estruturada, por considerá-la uma metodologia eficaz para obter as informações que precisávamos (Pickard, 2017, p.197). Foram elaboradas perguntas abertas para serem usadas durante a entrevista.

A entrevista em si foi informal. Nós entrevistamos um representante da Quilombaque que nos indicou os valores que ele e a Quilombaque têm em mente e como isso se relaciona com o turismo. Segundo o membro da Quilombaque, a organização quer poder usar o turismo para proteger o meio ambiente e a cultura de Perus. Eles escolheram o turismo porque precisam dos impactos econômicos para viabilizar a proteção daquilo que valorizam.

As informações coletadas durante a entrevista foram divididas em temas e analisadas com base em como poderíamos sugerir algo que ajudasse a Quilombaque a alcançar sua visão. A Quilombaque almeja o crescimento do seu produto turístico, pois o considera um importante gerador econômico para a comunidade. Seu objetivo é obter recursos financeiros suficientes para proteger o meio ambiente, sua cultura e melhorar a vida dos moradores da comunidade. As tendências atuais e informações sobre os segmentos de mercado sugerem que o produto oferecido pela Quilombaque seria mais apreciado pelo segmento crescente de viajantes independentes. Considerando que o entrevistado da Quilombaque valorizou a preservação da cultura, da comunidade e do meio ambiente como valores fundamentais, e que o turismo seria apenas uma maneira de garantir a capacidade econômica para preservar esses valores, a equipe buscou uma maneira

and a specific understanding what Quilombaque needed to improve.

It was decided that none of us were adequately prepared for the experience that was offered. Since we enjoyed the product and recognized it as valuable to a tourist. The acknowledgment that we were unprepared for our experience gave us the idea the idea that Quilombaque needs to better communicate with its tourist population. In addition, given what we saw in terms of preparation and effort, Quilombaque members were always trying to make everyone happy which put strain on the members which was visible to the tourists. If they knew what their tourists wanted better, they could have prioritized what they could do to make those tourists happy with less strain. This two-way communication of tourists knowing what to expect from Quilombaque and Quilombaque knowing what to expect from tourists could help the product be better as everyone could prepare for the adventure.

Unstructured Interview

Given our objective of creating something for the community, it was very important to ensure that the information about Quilombaque desire and vision for the future was understood by our group. For us to gain this understanding we needed descriptive and in-depth information that could describe the organization's point of view. As such, we chose to do an unstructured interview as it is seen as an effective way to gather the type of information we needed (Pickard, 2017, p.197). Open ended questions created to be used during the interview.

The interview itself was informal. We interviewed a Quilombaque representative who indicated to us the values that he and the organization he is a part of have in mind and how that relates to tourism. According the member of Quilombaque, the organization wants to be able to use tourism to protect the environment and culture that is a part of Perus. They chose tourism because they need the economic impacts to protect what they value.

The information collected during the interview was sorted into themes and analyzed based on how we could create something that could help Quilombaque accomplish their vision. Quilombaque would like to see their product grow as it is an important economic generator for the community. Their goal is to make enough money that they can protect their environment, their culture, and improve the lives of the residence whom live in the community. Given current trends and information about market segments it seems the product offered by Quilombaque should be most enjoyed by the growing segment of independent travellers. Given that the Quilombaque representative who was interviewed valued the preservation of culture, community, and environment as core beliefs and that tourism was only a way to ensure economic ability to preserve those values the team attempted to find a way to help. After much debate, it was

de ajudar. Depois de muito debate, foi decidido que a Quilombaque poderia usar um plano de marketing.

Pesquisa secundária

De acordo com a Associação Americana de Marketing, marketing consiste em um conjunto de atividades e processos para criar, entregar e comunicar produtos e serviços para satisfazer clientes. Além de ser relevante, essa definição pode ser vinculada a elementos turísticos e tem sido responsável por estratégias de marketing de destinos (Buhalis, 2000). O estudo do marketing no turismo evoluiu em torno do marketing composto, e devido a seus atributos específicos e dinamismo, alguns autores trouxeram à discussão conceitos contemporâneos para atualizar definições convencionais, como por exemplo, marketing social, marketing relacionado à causa e marketing sustentável. O marketing sustentável pode ser definido como o processo de “construir e manter relações sustentáveis com os clientes, o ambiente social e o ambiente natural” (Belz & Peattie, 2012, p. 29). A comunicação do marketing sustentável não se limita a expandir as vendas e atrair novos clientes. Ela pode ser uma ferramenta para educar os clientes, promover interesses socioculturais e criar consciência de sustentabilidade (Sulaymon, 2016). Para isso, a tecnologia pode ser usada como um meio para integrar a comunicação e promover produtos e serviços de várias maneiras. Utilizar os canais digitais para comunicar e atingir os consumidores alinhados com esse conceito é uma tendência chamada marketing digital sustentável, considerada uma ferramenta poderosa para anunciar produtos e serviços turísticos que vão além da própria Internet.

RECOMENDAÇÕES

Para integrar teoria e prática, a fim de produzir uma abordagem inovadora que auxilie a Quilombaque a desenvolver seu produto turístico em todo seu potencial, é importante destacar que um fator crucial é que o turismo é um fenômeno complexo e “tem muitos processos que podem estar estreitamente relacionados e podem afetar diferentes aspectos uns dos outros” (Lamsoo, Niroomand e Rafsanjani, 2013, p. 73). Cooper e Scoot (2010) discutem que, ao longo dos anos, surgiram muitas preocupações sobre o turismo devido às consequências que ele pode trazer, como o impacto no ambiente e nas comunidades. Os autores explicam que “o efeito dessas preocupações levou ao surgimento de novos tipos de turismo, enfatizando a sustentabilidade, tais como [...] o turismo sustentável e o turismo urbano sustentável” (p. 1172). Desta forma, fica evidente que, para a adequada gestão de um destino, é necessário reunir componentes específicos, como por exemplo marketing e desenvolvimento local.

Plano de ações

Para discutir sobre o marketing e promoção para um nicho como o turismo de base local (PRICE, 2014), assim como guiar a Quilombaque através deste processo, acreditamos que é crucial adotar uma linha de raciocínio baseada em marketing digital sustentável e, por isso esta será a base para as recomendações e proposições que

decided that Quilombaque could use a marketing plan.

Secondary Research

According to the American Marketing Association marketing refers to a set of activities and processes to create, deliver, and communicate products and services to provide satisfaction for customers. Besides being relevant, this definition has a tied connection with tourism elements and has been responsible for destination marketing strategies (Buhalis, 2000). The study of tourism marketing has evolved around the marketing compound/mix, and due to its specific attributes and dynamism, some authors have brought to the discussion contemporary concepts to upgrade conventional definitions for example, social marketing, cause related marketing and newly sustainable marketing. This last mentioned can be defined as the process of “building and maintaining sustainable relationships with customers, the social environment and the natural environment” (Belz & Peattie, 2012, p. 29). Sustainable marketing communication is not limited to expand sales and attract new clients. It can be a tool to educate the customers, promote sociocultural interests, and create sustainability awareness (Sulaymon, 2016). To support this view, technology can be used as a medium to integrate communication and promote products and services in multiple ways. Using the digital channels to communicate and reach consumers aligned to the previous concept is a trend called digital sustainable marketing, considered to be a powerful tool for advertising tourism products and services that go beyond the internet itself.

RECOMMENDATIONS

To integrate theory and practice in order to produce an innovative approach to help Quilombaque develop their product to its full potential, it is important to note that one factor of crucial importance is that tourism is a complex phenomenon and “has many processes that can be closely tied together and can affect different aspects of each other” (Lamsoo, Niroomand and Rafsanjani, 2013, p. 73). Cooper and Scoot (2010) discuss that many concerns about tourism have emerged over the years due to the consequences it can possibly bring as well as the impact within the environment and communities. The authors explain that “the effect of these concerns has led to evolution of new types of tourism emphasizing sustainability, such as [...] sustainable tourism and sustainable urban tourism” (p. 1172). Thus, it is clear that to well manage a destination it is necessary to bring together particular components, for instance marketing and local development.

Actionable Framework

According to the American Marketing Association mTo discuss about marketing and promotion for a niche such as local based tourism (PRICE, 2014) as well as to guide Quilombaque through this process we strongly believe that it is crucial to adopt a chain of reasoning based on sustainable digital marketing, and so it will be the

podem ser utilizada pela comunidade de Perus.

O que precisa ser feito? Nós descrevemos cada sugestão da seguinte forma:

(1) Definir a equipe: Primeiro, é importante construir a equipe que será responsável por manter a estratégia. A equipe precisa ser definida e treinada para ajudar a desenvolver processos adequados para continuar ou aprimorar as iniciativas e os recursos.

(2) Entender o cenário: a Quilombaque lançou recentemente dois produtos diferentes com potencial para fomentar o turismo dentro da comunidade, Queixadas Agência de Desenvolvimento Eco Cultural e Turístico e o Museu Territorial de Interesse da Cultura e da Paisagem Tekoa Jopo'i. Antes de detalhar nossas sugestões, é importante dizer que as ações de marketing atuais utilizadas pela ONG têm divulgado três produtos diferentes como se fossem apenas um (a própria Quilombaque, Queixadas e o Museu). Acreditamos que é importante manter esses elementos conectados, mas também salientamos que eles precisam ser comercializados separadamente, de forma a tornar o produto turístico bem claro para os interessados.

(3) (Re) definir objetivos: A Quilombaque precisa definir claramente as missões e os objetivos da nova estratégia para entender o que eles pretendem alcançar com esses esforços de marketing. Por exemplo, acreditamos que a missão primordial seja: "Construir uma estratégia de marketing digital sustentável que traga resultados positivos para a Perus promovendo o nosso produto para um público-alvo específico"; desta forma, os objetivos devem ser: a) comunicar os valores e a importância da ONG; b) educar as pessoas antes delas virem para a comunidade; c) alcançar visitantes de nicho turístico que compartilhem interesse com a Quilombaque e Perus.

(4) Identificar o público-alvo: A Quilombaque precisa saber quem são seus clientes em potencial. É essencial determinar e compreender o segmento que provavelmente estará interessado nos produtos oferecidos, e assim, o esforço de marketing da informação será mais eficiente. Para ilustrar tal cenário, criamos uma personagem fictícia para exemplificar quem seria o cliente ideal para a Quilombaque.

(5) Tornar o produto visível: a identidade visual é um dos fatores que tornam o produto marcante e singular. Por exemplo, projetar um logotipo especial com cores, elementos visuais e iconográficos para a Agência Queixadas, irá auxiliar a consolidar o produto, dando-lhe um significado. Além de ajudar a distinguir e dar uma identidade, o logotipo irá transmitir informações sobre a Quilombaque e as outras atividades e serviços que eles oferecem, uma vez que o logotipo será utilizado nos conteúdos publicados nas mídias sociais.

foundation for recommendations and propositions that may be used by Perus community.

What needs to be done? We describe each suggestion as follows:

(1) Set the team up: Firstly, it is important to build the team who will be responsible for maintaining the strategy. The staff needs to be established and trained in order help thriving suitable processes to continue or improve the initiatives and assets.

(2) Understand the scenario: Quilombaque recently launched two different products that can potentially be used to foster tourism within the community, the Queixadas Ecocultural Development Agency and Tekoa Jopo'i Territorial Museum. Before looking with more details into our suggestions, it is important to say that the current marketing actions used by the NGO have been marketing three different products as if they were only one (Quilombaque itself, Queixadas Agency, and the Museum). We believe it is important to keep these elements connected, however we would like to point that they need to be marketed separately, to make the tourism product very clear to those who may be interested in it.

(3) (Re)define objectives: Quilombaque needs to clearly define new strategy's missions and objectives in order to understand what do they want to achieve with these marketing efforts? For instance, we believe and point the overriding mission: "To build a sustainable digital marketing strategy that will bring positive outcomes for Perus by promoting our product within a specific target market"; And so the objectives should be: a) to communicate the NGO values and importance; b) to educate people before they come into the community; c) achieve a niche tourism visitors that share interest with Quilombaque and Perus; d)

(4) Identify the target market: Quilombaque needs to know who their potential customers are. It is essential to determinate and understand the segment that is likely to be interested on their specific supply, and so through this information marketing efforts will hence be more efficient. To illustrate such scenario, we created a fictional persona to give an idea and best exemplify who would be the ideal client for Quilombaque.

(5) Make the product visible: visual identity is one of the factors that make the product remarkable. Designing a special logo with colors, visual, and iconographic elements to Queixadas Agency, for example, will help to anchor the product by giving it a sense of meaning. Besides helping to distinguish and give an identity, the logo will convey information about Quilombaque and the other activities and services they offer, since this logo will be stamped on all content published on social media.

(6) Estabelecer Redes Sociais: Com base em informações sobre o público-alvo, a Quilombaque terá que decidir sobre quais canais deve manter, bem como sobre investir em novos canais. Por exemplo, mídias sociais como *Facebook*, *Instagram* e *YouTube* são consideradas os principais canais para promover os produtos e se comunicar com os clientes. Além disso, o *Google* e o *TripAdvisor* também têm uma parte importante nesse processo, pois além de apresentar informações sobre produtos e serviços, eles fornecem comentários e resenhas que podem ser usados para comprovação social e trazem resultados positivos à medida que as pessoas começam a compartilhar suas experiências.

(7) Como você quer ser reconhecido? É importante usar ferramentas diferentes e interessantes para educar pessoas e visitantes. A Quilombaque precisa divulgar materiais interessantes com posts bem selecionados e criativos. Isso aumentará as chances de que o conteúdo seja compartilhado, comentado e promovido entre os segmentos interessados. Para isso, sugerimos compartilhar fotos de Perus com boa qualidade, vídeos curtos, descrições breves sobre o produto, a comunidade, a ONG e usar hashtags. Lembre-se de sempre manter a mídia social atualizada.

(8) Criar Conteúdo: Se a Quilombaque quiser ser facilmente encontrada na Internet, ela precisa estar nos resultados dos mecanismos de busca. Para que isso aconteça, as informações sobre a Quilombaque devem estar acessíveis, especialmente no *Google*. Criar um *blog* ou *site* para falar sobre tópicos relacionados ao produto permite ampliar a estratégia promocional e estar em sincronia com o que pode ser interessante para o público-alvo. Por exemplo, ao escrever um conteúdo específico sobre “como a resignificação de espaços públicos abandonados está mudando Perus”, eles podem atrair pessoas interessadas no tema principal, educar sobre a comunidade e se apresentar enquanto promovem indiretamente seu produto.

(9) Medir os resultados: Depois de seguir os passos acima, como parte do processo de planejamento estratégico, será necessário examinar os resultados dessas ações, e a partir daí identificar o que pode ser alterado ou melhorado para continuar a comercializar o seu produto.

Acredita-se que este seja um eficiente guia passo-a-passo para ajudar a Quilombaque com a nova estratégia de marketing. Esperamos que nossas sugestões tragam benefícios para seus produtos, de forma a fortalecer o turismo sustentável dentro da comunidade.

IMPLICAÇÕES E LIÇÕES APRENDIDAS

Participar da escola de campo e colaborar com a comunidade de Perus e mais especificamente com a Quilombaque foi uma experiência muito valiosa para todos nós. Foi um verdadeiro processo de aprendizado,

(6) Setup Social Networks: Based on information about the target market Quilombaque will have to decide which channels to keep, as well as to invest in new ones. For instance, social media such as Facebook, Instagram, and YouTube shall be considered as the main channels to promote the products and communicate with customers. Moreover, Google and TripAdvisor also have an important part within this process, since besides presenting information about products and services, they provide comments and reviews that can be used as a social proof and bring positive results as people start to share their experiences.

(7) How do you want to be perceived? It is important to use different and engaging tools to educate people and visitors. Quilombaque needs to communicate interesting materials with well selected and creative posts. This will increase the chances of getting the content republished, commented and promoted among segments who might be interested on it. For that, we suggest sharing nice quality photos of Perus, quick videos, short descriptions about the product, community, the ONG, and using hashtags. Remember to always keep social media updated.

(8) Create Content: If Quilombaque wants to be easily found on the internet, they need to be on search engine results. For this to happen, information about them must be reachable, specially on Google. Creating a blog or website to talk about topics related to the product allows to amplify the promotional strategy, and to be in sync with what might be interesting for the target. For example, to writing specific content about “how resignifying public abandoned spaces has been changing Perus”, they could attract people interested on the main theme, educate about the community, and present themselves while indirectly promoting their product.

(9) Measure the results: After taking the steps above, as a part of the strategic planning process, it will be needed to examine the results of these actions, and so Quilombaque will be able to figure out whether is there anything that can be improved or changed to keep marketing their product.

This is believed to be an efficient step by step guide to help Quilombaque with the new marketing strategy. We hope our suggestions to bring benefits for their business, as well to strength sustainable tourism within the community.

IMPLICATIONS & LESSONS LEARNED

Participating in the field school and collaborating with the community of Perus and Quilombaque in specific was a very valuable experience for all of us. It was a true learning process where we all gotten to experience what it is like

onde todos tivemos a oportunidade de experimentar o que é trabalhar juntos em uma equipe, em um lugar desconhecido por nós e também com pessoas de diferentes origens culturais. A lição principal foi certamente como superar essas diferenças e transformá-las em algo positivo. Além disso, também aprendemos que é muito importante ter sempre em mente o foco do seu projeto e também quem são as pessoas que vão utilizar este estudo de caso. Nosso estudo na Quilombaque é uma homenagem a essas pessoas incríveis e inspiradoras e esperamos que isso lhes traga ainda mais positividade em suas vidas.

QUESTÕES DE DISCUSSÃO

Nestas circunstâncias, enfatizamos a importância do papel da Quilombaque no processo de planejamento e promoção do turismo na comunidade de Perus, e, dado este contexto, nosso principal objetivo é responder as seguintes questões, bem como que a comunidade de Perus também possa responder estas questões depois de aplicar nosso estudo de caso:

1. Que esforços foram empreendidos pela Quilombaque para promover seus produtos e serviços turísticos em termos de Marketing?
2. Quais tem sido os principais pontos de foco no marketing da Quilombaque até agora?
3. Quais estratégias e ferramentas poderiam ser usadas para desenvolver uma estratégia de marketing bem-sucedida, alinhada com sustentabilidade, cultura e outros valores que eles representam?

REFERÊNCIAS

- Ali-Knight, J.M. (2011). The Role of Niche Tourism Products in Destination Development. Disponível em <https://www.napier.ac.uk/~media/worktribe/output-209366/fullthesispdf.pdf>
- Alison Jane Pickard. (2017). *Research Methods in Information*. London, UNKNOWN: Facet Publishing. Disponível em: <http://ezproxy.viu.ca/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,cookie&db=nlebk&AN=1560617&site=ehost-live>
- Andrews, H., Aramberri, J., Ashworth, G., Bianchi, R., Bleasdale, S., Bricker, K., Sharpley, R. (2017). *Mass tourism in a small world*. Oxford: CABI. Disponível em: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/viu/reader.action?docID=4872719&query>
- Belz, F-M. & Peattie, K. 2012. *Sustainability Marketing: A Global Perspective*. 2nd ed. Chichester: Wiley United Kingdom.
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of

to work together in a team, in a place that is unknown to us and also how to work together coming from different cultural backgrounds. The main lesson was definitely how to overcome these differences and turn them into something positive. Furthermore we also learned that it is very important to always keep in mind the focus point of your project and keep in mind who the people are that are going to use this case study. Our case on Quilombaque is a tribute to these amazing and inspiring people and we hope that this brings them even more positivity in their lives.

DISCUSSION QUESTIONS

Under the circumstances, we emphasize the significance of Quilombaque's role in the process of tourism planning and promotion for Perus community, and, given this context, our main objective is to answer the following questions and also for the community of Perus to be able to answer these question after implying our case:

1. What efforts have been taken by Quilombaque to promote its tourism products and services in terms of Marketing?
2. What have been the main points of focus so far in Quilombagues marketing?
3. What strategies and tools could potentially be used to develop a successful marketing strategy aligned with sustainability, culture and other values that they represent?

REFERENCES

- Ali-Knight, J.M. (2011). The Role of Niche Tourism Products in Destination Development. Retrieved from <https://www.napier.ac.uk/~media/worktribe/output-209366/fullthesispdf.pdf>
- Alison Jane Pickard. (2017). *Research Methods in Information*. London, UNKNOWN: Facet Publishing. Retrieved from <http://ezproxy.viu.ca/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,cookie&db=nlebk&AN=1560617&site=ehost-live>
- Andrews, H., Aramberri, J., Ashworth, G., Bianchi, R., Bleasdale, S., Bricker, K., ... Sharpley, R. (2017). *Mass tourism in a small world*. Oxford: CABI. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/viu/reader.action?docID=4872719&query>
- Belz, F-M. & Peattie, K. 2012. *Sustainability Marketing: A Global Perspective*. 2nd ed. Chichester: Wiley United Kingdom.
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of



- tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319. doi:10.1016/S0160-7383(01)00066-4. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738301000664>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Butler, R. (2009). Tourism in the future: Cycles, waves or wheels? *Futures*, 41(6), 346-352. doi:10.1016/j.futures.2008.11.002
- Costa, I. E. (2011). O Marketing Turístico Sustentável na Perspectiva das Comunidades Locais: o pólo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. (Unpublished master's thesis). ISCTE Business School, Lisboa.
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2012). Community-based tourism: An exploration of the concept(s) from a political perspective. *Tourism Review International*, 16, 29-43.
- Hall, C. M. (2007). *Pro-poor tourism: Who benefits? Perspectives on tourism and poverty reduction*. Buffalo; Clevedon; Channel View Publications. Disponível em <https://ebookcentral.proquest.com>
- Khlaikaew, K., Buakwan, N & Chaiyakot, P. (2017). The standard of community based tourism marketing: A case study of Klongdaen community, Thailand. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(2), 159 - 166.
- Lamsoo, M. S; Niroomand. M., & Rafsanjani, H. K. (2013). The Role of Marketing on Tourism Industry. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4, 73-80.
- Novelli, M. (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Amsterdam: Elsevier. Disponível em: <https://books.google.ca/books?hl=en&lr=&id=hyDej4okNxUC&oi=fnd&pg=PR3&dq=+Niche+tourism:+contemporary+issues,+trends+and+cases&ots=hDTDcqbi98&sig=Sdzwpuq-8GV2pOUNBoanFc6-Y7cl#v=onepage&q&f=false>
- Pearce, P. L. (2008). Understanding How Tourism Can Bring Sociocultural Benefits to Destination Communities. In MOSCARDO, G. (Ed). *Building Community Capacity for Tourism Development*. (pp. 29-38). Australia: Cabi.
- Price, Z. (2014). Jamaica "Home of Community Tourism": An Analysis of Authenticity and Women's Everyday Geographies. (Master's thesis, York University). Disponível em: <http://hdl.handle.net/10315/28183>
- tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 303-319. doi:10.1016/S0160-7383(01)00066-4 <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738301000664>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Butler, R. (2009). Tourism in the future: Cycles, waves or wheels? *Futures*, 41 (6), 346-352. doi:10.1016/j.futures.2008.11.002
- Costa, I. E. (2011). O Marketing Turístico Sustentável na Perspectiva das Comunidades Locais: o pólo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. (Unpublished master's thesis). ISCTE Business School, Lisboa.
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2012). Community-based tourism: An exploration of the concept(s) from a political perspective. *Tourism Review International*, 16, 29-43.
- Hall, C. M. (2007). *Pro-poor tourism: Who benefits? : Perspectives on tourism and poverty reduction* . Buffalo; Clevedon;; Channel View Publications. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Khlaikaew, K., Buakwan, N & Chaiyakot, P. (2017). The standard of community based tourism marketing: A case study of Klongdaen community, Thailand. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(2), 159 – 166.
- Lamsoo, M. S; Niroomand. M., & Rafsanjani, H. K. (2013). The Role of Marketing on Tourism Industry. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4, 73-80.
- Novelli, M. (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Amsterdam: Elsevier. Retrieved <https://books.google.ca/books?hl=en&lr=&id=hyDej4okNxUC&oi=fnd&pg=PR3&dq=+Niche+tourism:+contemporary+issues,+trends+and+cases&ots=hDTDcqbi98&sig=Sdzwpuq-8GV2pOUNBoanFc6-Y7cl#v=onepage&q&f=false>
- Pearce, P. L. (2008). Understanding How Tourism Can Bring Sociocultural Benefits to Destination Communities. In MOSCARDO, G. (Ed). *Building Community Capacity for Tourism Development*. (pp. 29-38). Australia: Cabi.
- Price, Z. (2014). Jamaica "Home of Community Tourism": An Analysis of Authenticity and Women's Everyday Geographies. (Master's thesis, York University). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10315/28183>





Simone Langejan

Simone Langejan, da Holanda, tem 26 anos e é recém-formada na Universidade Erasmus em Roterdã, onde concluiu seu mestrado em Economia Cultural e Empreendedorismo. Atualmente

Simone está trabalhando como consultora de viagens e desenvolvedora de produtos para uma empresa de viagens holandesa em Nairóbi, Quênia. Ela está trabalhando, em conjunto com as comunidades locais, no desenvolvimento destas áreas através do turismo.

Simone Langejan, from the Netherlands is 26 years old and a recent grad student at Erasmus University Rotterdam where she completed her MA in Cultural Economics & Entrepreneurship. Right now Simone is working as a travel consultant and product developer for a Dutch travel company in Nairobi, Kenya. Together with local communities she is working on the development of their areas through the use of tourism.



Paloma Queiroz

Paloma Queiroz, tem 23 anos e é estudante de graduação em Turismo da Universidade Federal de Pernambuco e atualmente mora em Recife. Sua formação acadêmica e interesses se concentram

no planejamento turístico local, políticas públicas e desenvolvimento do turismo em áreas protegidas. Até agora Paloma conectou teoria e prática para colaborar com diferentes atores da indústria do turismo. Seu lugar favorito para pesquisar é qualquer lugar em que ela possa transmitir e adquirir conhecimento.

Paloma Queiroz, is a 23 years old undergraduate student of Tourism at Universidade Federal de Pernambuco, Brazil, and currently lives in Recife. Her academic background and interests focus on local based tourism planning, public policies and tourism development in protected areas. So far Paloma has connected theory and practice to collaborate with different actors of tourism industry. Her favorite place to do research is anywhere she can both transfer and acquire knowledge.



Isis van Betuw

Isis van Betuw, tem 20 anos e é holandesa. Atualmente cursa um programa conjunto de graduação da Universidade de Ciências Aplicadas de Breda e da Universidade de Wageningen. Depois de trabalhar

em uma operadora de turismo e vivenciar experiências de viagens e estudos anteriores, ela decidiu começar um bacharel em turismo. Este curso aborda o turismo a partir de perspectivas sociológicas, ecológicas e econômicas.

Isis van Betuw, from the Netherlands is 20 years old and currently following a joint-degree program of Breda University of Applied Sciences and Wageningen University. After working at a tour operating company, experiences in previous studies and travel experiences, she decided to start a bachelor in tourism. This BSc approaches tourism from sociological, ecological and economical perspectives.



Carson Anderson

Carson Anderson, é canadense e tem 24 anos. Atualmente estuda no programa de Bacharelado em Gestão do Turismo da Universidade da Ilha de Vancouver, onde ele está se especializando em recreação.

Carson é fascinado pelo lazer e pelo papel que ele desempenha na vida das pessoas. Atualmente, ele trabalha para a Universidade da Ilha de Vancouver como Assistente de Pesquisa e tem participado de projetos voltados ao engajamento público e ao desenvolvimento comunitário.

Carson Anderson, is a 24 year old Canadian currently working toward graduating from Vancouver Island University's Bachelor of Tourism Management (BTM) program. Through the BTM program he majors in recreation. Carson is fascinated by leisure and the role it plays in people's lives. He currently works for Vancouver Island as a Research Assistant and has found great satisfaction being apart public engagement and community development focussed projects.



**WORLD
LEISURE
ORGANIZATION**

World Leisure Organization is a non-profit organization registered in the State of New York

World Leisure Organization (WLO)
Scientific and Technical Secretariat
Calle Arenal 1, Segunda Planta
48005 Bilbao, Spain