UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DOUTORADO EM GEOGRAFIA

DANIELA SOTTILI GARCIA

IDENTIDADE CULTURAL E IMAGEM TURÍSTICA PROJETADA DA CIDADE DE CAMPO GRANDE, MATO GROSSO DO SUL

CURITIBA
2013

DANIELA SOTTILI GARCIA

IDENTIDADE CULTURAL E IMAGEM TURÍSTICA PROJETADA DA CIDADE DE CAMPO GRANDE, MATO GROSSO DO SUL

Tese apresentada ao Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, como requisito à obtenção do título de Doutora em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Miguel Bahl

CURITIBA

2013

Garcia, Daniela Sottili
Identidade cultural e imagem turística projetada da cidade de Campo Grande, Mato Grosso do Sul / Daniela Sottili Garcia. – Curitiba, 2013.
261 f. : il.; tab.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia.
Orientador: Miguel Bahl

1. Representações sociais - Campo Grande (MS). I. Bahl, Miguel. II. Título.

CDD 305.80098162

FOLHA DE APROVAÇÃO

DANIELA SOTTILI GARCIA

IDENTIDADE CULTURAL E IMAGEM TURÍSTICA PROJETADA DA CIDADE DE CAMPO GRANDE, MATO GROSSO DO SUL

Tese apresentada como requisito à obtenção do grau de Doutora no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Miguel Bahl
Universidade Federal do Paraná

Prof. Dr. Antônio Firmino de Oliveira Neto
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dra. Cássia Barbosa Reis
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul

Prof. Dra. Silvana do Rossio de Souza
Universidade Federal do Paraná

Prof. Dr. Nilson Cesar Fraga
Universidade Federal do Paraná

Curitiba, 6 de março de 2013.

Dedico esta tese às pessoas as quais me fizeram conhecer o amor verdadeiro, que nada entendem de pesquisa, mas que serviram de inspiração e coragem para eu alcançar êxito.

A Manoela, minha estrelinha, que chegou em meio ao meu processo de doutoramento, e por várias vezes foi meu estímulo principal e minha razão em acreditar que eu terminaria esta pesquisa.

Ao Marcelo, meu esposo, por estar sempre ao meu lado nos momentos felizes e nos de completa angústia, tornando esta etapa possível, por meio de sua paciência, amor e companheirismo.

AGRADECIMENTOS

A toda minha família, base principal de tudo;

Aos entrevistados que participaram voluntariamente desta pesquisa;

Ao meu orientador, Professor Doutor Miguel Bahl, minha grande estima;

À Professora Doutora Cássia Barbosa Reis, pelas orientações sobre o método realizado nesta pesquisa, muito mais que o método, o apoio, a generosa disponibilidade;

À Professora Doutora Sandra Helena Corrêa Diettrich, muito mais que a amizade me ofereceu disponibilidade incondicional para me auxiliar metodologicamente;

À Professora Doutora Alisolete Weingartner, pela paciência nas explicações e pela cedência de parte de sua biblioteca particular;

Ao Professor Doutor Walter Guedes, pela amizade e auxílio nos temas geográficos;

Ao Professor Mestre Nelson Cesário, pela amizade e empréstimo de livros;

Aos professores Mestres Waldir Leonel e Fábio Ayres, pelas contribuições de cunho técnico;

Ao Professor Doutor Antônio Firmino de Oliveira Neto, pelas leituras, pelas conversas, pelo empréstimo de seu acervo bibliográfico particular, e, sobretudo, pela amizade e disponibilidade;

Ao Sr. Edson Carlos Contar pelas contribuições de ordem histórica e pelo fornecimento de documentos;

A Dayane Fátima Borelli, pelo trabalho de transcrição das entrevistas;

A Mariana Barizon, pelo trabalho fotográfico;

A Viviane Maria, pela tradução do resumo para o inglês.

À querida amiga e Professora Alaíde Antonia Correia, que com sua presteza e competência fez a correção gramatical desta tese;

À Professora Mestre Ursula Sydow e Antonio Carlos de Oliveira, pelo companheirismo prestado na fase de qualificação desta tese;

A Bianca Sottili, pela amizade e apoio no trabalho de formatação desta tese na fase de qualificação;

Ao amigo e professor Dr Milton Mariane, que com sua amizade e presteza, em conversa informal em uma manhã de domingo do ano de 2007, contribuiu para que eu tivesse as primeiras ideias e iniciasse o projeto que atualmente resulta nesta tese de doutorado;

A Luís Otávio Baptista, que ainda na preparação para o processo de doutorado, suas aulas de Língua Inglesa foram fundamentais para a minha aprovação na prova de proficiência;

A todos os membros da banca examinadora, pelas contribuições acrescidas a esta pesquisa.

À Sra. Maria Elisa Naglis e ao Sr. Ali Ahmadomais, pelas informações fornecidas;

À Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – UEMS e à Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul – FUNDECT, pelo apoio financeiro;

E a Deus, por mais esta conquista, pois sei que se cheguei até aqui é porque o Senhor tem me sustentado e guiado meus caminhos.

O que se pode fazer é viver apressado, para garantir a subsistência, mas sem perder de vista a construção de um sonho. É o sonho que obriga o homem a pensar.

Milton Santos, geógrafo, 1999.

O saber não está na ciência alheia, que se observa, mas, principalmente, nas ideias próprias, que se geram dos conhecimentos absorvidos.

Rui Barbosa, *Oração aos Moços* (1920).

RESUMO

Neste trabalho discutiu-se sobre a identidade cultural de Campo Grande, capital do Estado de Mato Grosso do Sul, Brasil, e a imagem turística projetada por sua municipalidade, tendo como objetivo principal verificar qual era a identidade cultural da cidade, uma vez que se trabalhou com a tese de que a cidade de Campo Grande não possuía uma identidade cultural evidenciada. Foi realizado um estudo qualitativo e para tal fez-se uso da teoria das Representações Sociais; o método de coleta utilizado foi o da entrevista estruturada e o método de análise dos dados foi o do Discurso do Sujeito Coletivo A representação populacional foi constituída por residentes urbanos de Campo Grande, dividida em dois grupos assim denominados: população comum e autoridades, compostos apenas pelos indivíduos que atenderam aos critérios de inclusão estabelecidos por esta tese, e como método adotou-se o de saturação. Os dados obtidos na pesquisa de campo demonstraram que a identidade cultural de Campo Grande, percebida por ambos os grupos investigados, é múltipla, sendo que os grupos a relacionaram principalmente ao conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena. Observa-se ainda que o grupo da população comum também relacionou a identidade cultural campo-grandense ao aspecto cultural, por meio dos prédios históricos, sobretudo os localizados na Rua 14 de Julho, enquanto o grupo da população de autoridades a relacionou também ao aspecto da miscigenação cultural. O grupo da população comum relacionou a imagem turística projetada de Campo Grande principalmente ao conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena, e ainda como sendo corredor turístico para o interior do Estado. Já o grupo de autoridades a relacionou especialmente ao turismo de eventos e de negócios, e também ao conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena. Diante desses resultados considera-se que a imagem turística projetada de Campo Grande, por seus gestores municipais, na atualidade, possui em parte relação com sua identidade cultural apontada pelas representações sociais de ambos os grupos investigados.

Palavras-chave: Representações sociais; Identidade cultural; Imagem turística projetada; Marca urbana.

ABSTRACT

At this work was discussed the cultural identity of Campo Grande – capital of the state of Mato Grosso do Sul, Brazil, and the tourist image projected by your municipality, having as main objective to verify what was the cultural identity of this city, once were worked with the thesis that Campo Grande city did not have a cultural identity evidenced. It was accomplished a qualitative study and insomuch that was made use of the theory of the Socials Representations; the method of collection used was a structured interview and the method of the analysis of the data was the Speech of the Collective Subject. The population representation was formed by urban residents of the Campo Grande, divided in two groups named: common population and authorities, composed just by individuals that attended the criterions of inclusion established by this thesis and as method was adopted the saturation method. The data obtained on the field search demonstrated that the cultural identity of Campo Grande city, perceived by both groups investigated, is multiple, and these groups related it mainly to the conjunct of the Park of the Indigenes Nations, Park of the Powers and Afonso Pena Avenue. It is observed yet that the common population group also related the cultural identity campo-grandense to the cultural aspect, because of the historical buildings, largely the ones that are located on the 14 de Julho Street, while the authorities group also related it to the miscegenation cultural aspect. The common population group related the tourist image projected of Campo Grande specially to the Park of the Indigenes Nations, Park of the Powers and Afonso Pena Avenue, and still as been tourist passage to the interior of the State. However the authorities group related it particularly to the events and business tourism, and also to the conjunct of the Indigenes Nations, Park of the Powers and Afonso Pena Avenue. In front of these results it is considered that the tourist image projected of Campo Grande, by your municipality managers, at present, has overlap relation with your cultural identity appointed by the socials representations of both groups investigated.

Key-words: Socials representations; Cultural identity; Tourist image projected; Urban brand.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DO MUNICÍPIO DE CAMPO GRANDE, MS 75

FIGURA 2 - PARÓQUIA SANTO ANTÔNIO/CATEDRAL NOSSA SENHORA DA ABADIA, REPRESENTA A PRIMEIRA IGREJA DE CAMPO GRANDE, MS 81

FIGURA 3 - MONUMENTO DA IMIGRAÇÃO JAPONESA, LOCALIZADO NA PRAÇA DO RÁDIO CLUBE, EM CAMPO GRANDE, MS 95

FIGURA 4 - BUSTO DE JOSÉ ANTÔNIO PEREIRA, FUNDADOR DE CAMPO GRANDE, MS, LOCALIZADO NO CANTEIRO CENTRAL, NA CONFLUÊNCIA DAS AVENIDAS AFONSO PENA E CALÓGERAS 97

FIGURA 5 - MUSEU DAS CULTURAS DOM BOSCO, SITUADO DENTRO DO PARQUE DAS NAÇÕES, EM CAMPO GRANDE, MS 110

FIGURA 6 - MORADA DOS BAÍS, UM DOS PRIMEIROS SOBRADOS EDIFICADOS EM ALVENARIA EM CAMPO GRANDE, MS. 113

FIGURA 7 - HOTEL GASPAR, O MAIS ANTIGO DA CIDADE AINDA EM FUNCIONAMENTO 115

FIGURA 8 - CINE ALHAMBRA, O CINEMA MAIS IMPORTANTE DE CAMPO GRANDE ATÉ A METADE DO SÉCULO XX 119

FIGURA 9 - ANTIGO RELÓGIO DA 14, LOCALIZAVA-SE NA RUA 14 DE JULHO ESQUINA COM AVENIDA AFONSO PENA, EM CAMPO GRANDE, MS 121

FIGURA 10 - RÉPLICA DO ANTIGO RELÓGIO DA 14, ATUALMENTE LOCALIZADO NA AVENIDA AFONSO PENA ESQUINA COM AVENIDA CALÓGERAS, EM CAMPO GRANDE, MS 122

FIGURA 11 - OBELISCO – ERIGIDO EM HOMENAGEM AOS FUNDADORES DE CAMPO GRANDE, MS 123

FIGURA 12 - PRÉDIO DA ESTAÇÃO FERROVIÁRIA DE CAMPO GRANDE, MS 123

FIGURA 13 - ARMAZÉM CULTURAL DE CAMPO GRANDE, MS, PERTENCE AO SÍTIO HISTÓRICO TOMBADO EM 1996 124

FIGURA 14 - SHOPPING CAMPO GRANDE, INAUGURADO EM 1989 125

FIGURA 15 - SHOPPING NORTE SUL PLAZA, INAUGURADO EM 2011 126

FIGURA 16 - CENTRO DE CONVENÇÕES RUBENS GIL DE CAMILO – COM MAIS DE 8 MIL METROS QUADRADOS DE ÁREA CONSTRUÍDA, SENDO O MAIOR CENTRO DE CONVENÇÕES DE CAMPO GRANDE, MS 127

FIGURA 17 - BANDEIRA DE CAMPO GRANDE, MS 130

FIGURA 18 - ORGANOGRAMA DA SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA, TURISMO E DO AGRONEGÓCIO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2012 138

FIGURA 19 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 1998 140

FIGURA 20 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2000 141

FIGURA 21 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2007 142

FIGURA 22 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2010 143

FIGURA 23 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2011 144

FIGURA 24 - ROTEIRO DO CITY TOUR DE CAMPO GRANDE, MS 147

FIGURA 25 - MONUMENTO AOS DESBRAVADORES, CONSTRUÍDO EM HOMENAGEM AO FUNDADOR DE CAMPO GRANDE, MS LOCALIZADO NA CONFLUÊNCIA DOS CÓRREGOS PROSA E SEGREDO 148

FIGURA 26 - PRAÇA OSHIRO TAKIMORI – FEIRA INDÍGENA, ÁREA DESTINADA À VENDA DE PRODUTOS AGRÍCOLAS ORIUNDOS DE COLÔNIAS INDÍGENAS 149

FIGURA 27 - MERCADO MUNICIPAL ANTÔNIO VALENTE – MERCADÃO, PONTO DE REFERÊNCIA NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS, PEIXES E ESPECIARIAS..... 150

FIGURA 28 - PRAÇA ARY COELHO – A PRAÇA MAIS ANTIGA DA CIDADE, LOCALIZADA NO CENTRO, ENTRE A AVENIDA AFONSO PENA E RUAS 14 DE JULHO, 13 DE MAIO E 15 DE NOVEMBRO 151

FIGURA 29 - QUARTEL GENERAL, NA AVENIDA AFONSO PENA, APRESENTANDO AINDA AS CARACTERÍSTICAS ORIGINAIS SENDO ATUALMENTE OCUPADO PARA OUTRAS DESTINAÇÕES DA VIDA MILITAR 152

FIGURA 30 - EFÍGIE DE JOSÉ ANTÔNIO PEREIRA, IMPLANTADA NO MONUMENTO OBELISCO, CONSIDERADO MONUMENTO HISTÓRICO DE CAMPO GRANDE, MS 154

FIGURA 31 - PARQUE DAS NAÇÕES INDÍGENAS, LOCALIZADO NOS ALTOS DA AVENIDA AFONSO PENA, OCUPA CERCA DE 119 HA E PRESERVA UMA RESERVA ECOLÓGICA 155

FIGURA 32 - PARQUE ESTADUAL DO PROSA, QUE FAZ PARTE DA RESERVA ECOLÓGICA DO PARQUE DOS PODERES 156

FIGURA 33 - VISTA AÉREA DO PARQUE DOS PODERES, NUMA ÁREA DE 285 HA ESTÁ LOCALIZADA A RESERVA ECOLÓGICA DO PARQUE DOS PODERES..... 157

FIGURA 34 - ESTAÇÃO FERROVIÁRIA, FAZ PARTE DO SÍTIO HISTÓRICO TOMBADO EM 1996 158

FIGURA 35 - CASA DO ARTESÃO, O IMÓVEL SITUADO NA CONFLUÊNCIA DAS AVENIDAS AFONSO PENA E CALÓGERAS, FOI CONCEBIDO PELO CONSTRUTOR FRANCISCO CETARO, EM CAMPO GRANDE, MS 159

FIGURA 36 - PRAÇA DAS ARARAS, LOCALIZADA ENTRE A RUA JOÃO ROSA PIRES E RUA TERENO, EM CAMPO GRANDE, MS..... 160

FIGURA 37 - CORETO DA PRAÇA CABEÇA DE BOI, INSTALADO EM 1925, EM CAMPO GRANDE, MS 161

FIGURA 38 - MONUMENTO PANTANAL SUL, GRANDES TUIUIÚS CARACTERIZAM A FAUNA REGIONAL, EM CAMPO GRANDE, MS..... 162

FIGURA 39 - PRAÇA DOS IMIGRANTES, O LOGRADOURO OFERECE ESPAÇO PARA EXPOSIÇÕES E VENDA DE PRODUTOS ARTESANAIS, EM CAMPO GRANDE, MS..... 163

FIGURA 40 - MUSEU JOSÉ ANTÔNIO PEREIRA, INSTITUÍDO NA PRIMITIVA MORADA DA FAZENDA BÁLSAMO, DE PROPRIEDADE DE JOSE ANTONIO PEREIRA, EM CAMPO GRANDE, MS..... 164

FIGURA 41 - CIDADE DO NATAL, LOCALIZADA NO PARQUE DAS NAÇÕES INDÍGENAS, ABERTA AO PÚBLICO SOMENTE NO PERÍODO PRÓXIMO AO NATAL 202

FIGURA 42 - MEMORIAL DA CULTURA INDÍGENA, CONSTRUÍDO NA ALDEIA INDÍGENA, NO LOTEAMENTEO MARÇAL DE SOUZA..... 238

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - EVOLUÇÃO DA FESTA DAS NACÕES ENTRE A 4ª E A 7ª EDIÇÕES 135

QUADRO 2 - MISCIGENAÇÃO CULTURAL 176

QUADRO 3 - CIDADE LIMPA, PLANEJADA, COM BOA INFRAESTRUTURA URBANA, RUAS LARGAS, CONTRIBUINDO PARA O EMBELEZAMENTO DA CIDADE, PARA A QUALIDADE DE VIDA E A FLUÊNCIA DO TRÂNSITO 180

QUADRO 4 - CIDADE BEM ARBORIZADA, COM DIVERSIDADE DE PARQUES URBANOS E PRAÇAS, FAVORECENDO A PRESENÇA SIGNIFICATIVA DE UMA FAUNA DIVERSIFICADA NO ESPAÇO URBANO 182

QUADRO 5 - CAMPO GRANDE OFERECE BONS ESPAÇOS PARA EVENTOS CULTURAIS E DE LAZER, BOM NÍVEL EDUCACIONAL E AINDA POSSUI NÚMERO SIGNIFICATIVO DE CANTORES E POETAS DESPONTANDO EM NÍVEL NACIONAL 185

QUADRO 6 - A CONTRIBUIÇÃO DA FERROVIA PARA O DESENVOLVIMENTO DA CIDADE E A IMPORTÂNCIA CULTURAL E ECONÔMICA DA RUA 14 DE JULHO 187

QUADRO 7 - A INFLUÊNCIA DA PECUÁRIA NO MODO DE VIDA DO CAMPO-GRANDENSE, REFLETINDO CARACTERÍSTICAS DE CIDADE INTERIORANA 190

QUADRO 8 - A DIVISÃO DO ESTADO E SUA POSIÇÃO GEOGRÁFICA FAVORECERAM O DESENVOLVIMENTO DE CAMPO GRANDE 191

QUADRO 9 - O CAMPO-GRANDENSE É HOSPITALEIRO, ALEGRE E AMIGO 193

QUADRO 10 - O CAMPO-GRANDENSE É INICIALMENTE FECHADO OU SEMPRE FECHADO 194

QUADRO 11 - A POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE É CULTA, CONVIVE COM DIFERENTES CULTURAS O QUE A TORNA COSMOPOLITA 195

QUADRO 12 - RELÓGIO DA 14 DE JULHO 197

QUADRO 13 - ANTIGAS CASAS/EDIFÍCIOS RESIDENCIAIS OU DE COMÉRCIO COM ARQUITETURA ANTIGA, DESTACANDO-SE A IGREJA SANTO ANTÔNIO, OS ANTIGOS CINEMAS E O PRIMEIRO PRÉDIO DA PREFEITURA MUNICIPAL 198

QUADRO 14 - OS TRILHOS 199

QUADRO 15 - O CONJUNTO DO PARQUE DAS NAÇÕES INDÍGENAS, A AVENIDA AFONSO PENA E O PARQUE DOS PODERES 201

QUADRO 16 - IMAGEM TURÍSTICA RELACIONADA AO TURISMO DE EVENTOS E NEGÓCIOS 204

QUADRO 17 - TURISMO CULTURAL (MISCIGENAÇÃO CULTURAL, POLO DE EDUCAÇÃO E A FEIRA CENTRAL) 205

QUADRO 18 - CORREDOR TURÍSTICO PARA O INTERIOR DO ESTADO 206

QUADRO 19 - DIVERSIDADE DA FAUNA NO ESPAÇO URBANO RELACIONANDO CAMPO GRANDE COM O PANTANAL 207

QUADRO 20 - CONJUNTO DO PARQUE DAS NAÇÕES INDÍGENAS, PARQUE DOS PODERES E AVENIDA AFONSO PENA 209

QUADRO 21 - O ASPECTO CULTURAL POR MEIO DOS PRÉDIOS HISTÓRICOS, SOBRETUDO OS LOCALIZADOS NA RUA 14 DE JULHO 211

QUADRO 22 - MISCIGENAÇÃO CULTURAL 212

QUADRO 23 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA PARAGUAIA. ATRIBUI À INFLUÊNCIA NA GASTRONOMIA, NA DANÇA, NA MÚSICA, NO MODO DE VIDA, NA PECUÁRIA E NA RELAÇÃO COM A EFNOB 216

QUADRO 24 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA JAPONESA. PRINCIPALMENTE PELA INFLUÊNCIA DELA NA GASTRONOMIA, NA DANÇA, NA MÚSICA, NO COMÉRCIO DE HORTIFRUTIGRANJEIROS E NA RELAÇÃO COM A EFNOB.....219

QUADRO 25 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA ÁRABE. PRINCIPALMENTE POR MEIO DA GASTRONOMIA, DA DANÇA, DA MÚSICA, DA RELIGIÃO, DO COMÉRCIO, NO MODO DE VIDA E NA RELAÇÃO COM EFNOB 221

QUADRO 26 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA BOLIVIANA. INFLUÊNCIA NA GASTRONOMIA, NA DANÇA, NA MÚSICA E NO MODO DE VIDA.....223

QUADRO 27 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA PORTUGUESA. INFLUENCIANDO NA GASTRONOMIA, NO MODO DE VIDA E NA ARQUITETURA LOCAL 225

QUADRO 28 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA ESPANHOLA. COM INFLUÊNCIA NA MÚSICA, NA DANÇA, NA GASTRONOMIA, NO MODO DE VIDA E NA ARQUITETURA LOCAL 227

QUADRO 29 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA ITALIANA. COM INFLUÊNCIA NA GASTRONOMIA.....228

QUADRO 30 - ASPECTOS RELACIONADOS ÀS COLÔNIAS DA REGIÃO SUL DO PAÍS, SOBRETUDO A GAÚCHA. ATRIBUI A INFLUÊNCIA DA CULTURA SULISTA, POR MEIO DA PECUÁRIA, DO CTG, DA GASTRONOMIA, DA DANÇA, DA MÚSICA, NO MODO DE VIDA E NA RELAÇÃO COM A EFNOB.....229

QUADRO 31 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA PAULISTA. SOBRETUDO PELA INFLUÊNCIA NO MODO DE VIDA E NA PECUÁRIA.....231

QUADRO 32 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA MINEIRA. COM INFLUÊNCIA NA PECUÁRIA E NO MODO DE VIDA 233

QUADRO 33 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA DO CENTRO-OESTE, PRINCIPALMENTE MATO-GROSSENSE E GOIANA. INFLUENCIANDO NO MODO DE VIDA, NA MÚSICA E NA DANÇA 234

QUADRO 34 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA NORDESTINA. PRINCIPALMENTE PELA INFLUÊNCIA NO MODO DE VIDA 235

QUADRO 35 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA INDÍGENA. ATRIBUEM A INFLUÊNCIA NO COMÉRCIO DE HORTIFRUTIGRANJEIROS E NO MODO DE VIDA 236

QUADRO 36 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA PANTANEIRA. SOBRETUDO AO MODO DE VIDA E À GASTRONOMIA 239

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE SOBRE A CIDADE E SEUS ASPECTOS CULTURAIS 175

TABELA 2 - CARACTERÍSTICAS DA POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE 192

TABELA 3 - MARCOS/MONUMENTOS DESTRUÍDOS, RETIRADOS OU APAGADOS EM CAMPO GRANDE 196

TABELA 4 - IMAGEM TURÍSTICA DE CAMPO GRANDE DE ACORDO COM A PERCEPÇÃO SOCIAL 201

TABELA 5 - REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA IDENTIDADE CULTURAL DE CAMPO GRANDE 209

TABELA 6 - ASPECTOS QUE RELACIONAM O CAMPO-GRANDENSE A OUTRAS CULTURAS 214

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 22

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 26

2.1 CONTEXTUALIZANDO A ABORDAGEM TEÓRICA DA TESE NOS CAMINHOS DA NOVA GEOGRAFIA CULTURAL 26

2.2 A QUESTÃO DO TERRITÓRIO 30

2.3 A ANÁLISE DA CULTURA 35

2.4 UM OLHAR SOBRE A PAISAGEM CULTURAL URBANA 40

2.5 IDENTIDADE CULTURAL 46

2.6 EM DISCUSSÃO A TEMÁTICA DO LUGAR 56

2.7 CIDADES: IMAGENS TURÍSTICAS PROJETADAS E MARCAS URBANAS 61

3 CONTEXTUALIZANDO CAMPO GRANDE, SOB O VIÉS GEOGRÁFICO E TURÍSTICO 75

3.1 DADOS GERAIS SOBRE O MUNICÍPIO 75

3.2 CAMPO GRANDE E SEU TERRITÓRIO 78

3.3 CAMPO GRANDE SOB A ANÁLISE DA PAISAGEM CULTURAL URBANA 91

3.4 DESCORTINANDO A IDENTIDADE CULTURAL DE CAMPO GRANDE 107

3.4.1 Campo Grande – seus símbolos oficiais e marcos urbanos 128

3.4.1.1 Hino de Campo Grande 129

3.4.1.2 Bandeira de Campo Grande 130

3.4.1.3 A Festa das Nações 130

3.5 CONHECENDO CAMPO GRANDE PELO VIÉS TURÍSTICO 136

3.5.1 A atividade turística 136

3.5.2 O departamento de turismo na esfera municipal 137

3.5.3 Material publicitário de Campo Grande 138

3.5.4 Conhecendo Campo Grande através do *city tour* oficial 146

3.5.4.1 Monumento aos desbravadores 148

3.5.4.2 Praça Oshiro Takimori – Feira Indígena 149

3.5.4.3 Mercado Municipal Antônio Valente (Mercadão) 149

3.5.4.4 Praça Ary Coelho 150
3.5.4.5 Quartel General 152
3.5.4.6 Obelisco 152
3.5.4.7 Parque das Nações Indígenas 154
3.5.4.8 Parque Estadual do Prosa 155
3.5.4.9 Parque dos Poderes 156
3.5.4.10 Estação Ferroviária 157
3.5.4.11 Casa do Artesão 158
3.5.4.12 Praça das Araras 159
3.5.4.13 Praça Cuiabá – Cabeça de Boi 160
3.5.4.14 Monumento Pantanal Sul 162
3.5.4.15 Praça dos Imigrantes 163
3.5.4.16 Museu José Antônio Pereira 164

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS 166
4.1 PERCORRENDO O CAMINHO METODOLÓGICO 166
4.1.1 Local do estudo 166
4.1.2 Base teórica 166
4.1.3 Tipo de estudo 167
4.1.4 Instrumento de coleta de dados 168
4.1.5 População e amostra referencial 168
4.1.6 Procedimento de coleta de dados 170
4.1.7 Análise de dados 171
4.2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA POPULAÇÃO COMUM E DE AUTORIDADES DE CAMPO GRANDE 173
4.2.1 Apresentação do grupo da população Comum – Grupo C 174
4.2.2 Apresentação do grupo da população de Autoridades – Grupo A 174
4.3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS DA PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE SOBRE A CIDADE E SEUS ASPECTOS CULTURAIS 174
4.4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE 192

4.5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS SOBRE OS MARCOS/MONUMENTOS DESTRUÍDOS, RETIRADOS OU APAGADOS EM CAMPO GRANDE 196
4.6 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE A IMAGEM TURÍSTICA DE CAMPO GRANDE 200
4.7 A IDENTIDADE CULTURAL CAMPO-GRANDENSE PERCEBIDA PELOS CITADINOS 208
4.8 A INFLUÊNCIA DE DIVERSAS CULTURAS SOBRE A CULTURA CAMPO-GRANDENSE 214
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 241
REFERÊNCIAS 248
APÊNDICES 262
ANEXOS 266

1 INTRODUÇÃO

Com o fenômeno turístico em crescente desenvolvimento, a pesquisa de doutorado que culminou na elaboração da presente tese buscou na ciência geográfica subsídios para fortalecer a discussão nela proposta sobre a Identidade Cultural e Imagem Turística Projetada da cidade de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil.

No campo geográfico buscaram-se contribuições da “Nova Geografia Cultural”, a qual tem fortalecido discussões antes menos valorizadas, especialmente pelos geógrafos. Entre as discussões é possível apontar alguns temas por ela abordados, como os referentes aos negros, aos índios, às mulheres e ao turismo, o último discutido nesta tese sob o viés da cultura.

Nesta pesquisa se trabalhou com a tese de que a cidade de Campo Grande não possuía uma identidade cultural evidenciada; diante do exposto, indagou-se de onde poderia ser extraída a sua identidade cultural para aprimoramento da imagem turística comercializada pelos gestores públicos.

Trabalhou-se também com a problemática da pesquisa de que a cidade de Campo Grande não possuía imagem turística projetada bem definida por não haver uma identidade cultural evidenciada.

Destarte, a Nova Geografia Cultural possibilitou discutir e responder o objetivo geral estabelecido nesta tese que foi o de verificar qual a identidade cultural da cidade de Campo Grande. Desta forma, buscou-se fundamentação, sobretudo nos estudos da Geografia e do Turismo.

Para esta tese também se buscaram respostas para seus objetivos específicos propostos, tais como:

a) Investigar qual a identidade cultural percebida pelos citadinos que não participaram diretamente do desenvolvimento político e administrativo;
b) Analisar qual a identidade cultural assimilada pelos citadinos que representaram e formaram a classe de domínio político-social e econômico;
c) Elaborar uma síntese descritiva e interpretativa da identidade cultural, evidenciada pela população local;

d) Apontar possíveis contribuições para a construção/indicação de uma imagem turística para a cidade de Campo Grande que tenha relação direta com sua identidade cultural.

Portanto, para a concretização desta pesquisa trabalhou-se com a constituição de três capítulos assim estabelecidos:

No primeiro capítulo após esta introdução, buscou-se contextualizar sobre a abordagem cultural da Geografia, oriunda dos estudos da Geografia Humana, a qual propõe a cultura como mediadora para a compreensão humana entre seus pares e o meio.

O conceito de território mais apropriado para esta tese foi fundamentado em Bonnemaison (2002), pois o autor entende o território na perspectiva de uma relação culturalmente vivida entre um grupo humano e uma trama de lugares hierarquizados e interdependentes, assim constituindo um território; ainda para esta pesquisa o território foi entendido como uma construção histórica.

Sobre o tema cultura, trabalhou-se com o conceito de Claval (2007), entendendo-a como a soma dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores acumulados pelos indivíduos durante suas vidas, considerada como um conjunto aberto, que recebe influências constantemente.

Tratando de paisagem cultural, levou-se em consideração o conceito estabelecido por Almeida (2008), sendo entendida como uma construção, um produto da apropriação e da transformação do ambiente em cultura, podendo, então, os seres humanos lhe atribuírem um significado. A atribuição de valores dada a uma paisagem natural é que a torna uma paisagem cultural; assim sendo, está sempre em construção.

Como eixo central, a identidade cultural foi compreendida baseando-se em Castells (1999), sendo o processo de construção do significado com base em um atributo cultural ou ainda em um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, os quais prevalecem sobre outras fontes de significado. Levou-se em conta também Haesbaert (1999), quando o autor explica que assim como a cultura, a identidade está sempre em construção, sendo dessa forma, um processo temporal, espacial e mutável, e por tratar-se de uma relação, ela nunca é una, mas múltipla, podendo ser entendida como identificação.

Julgou-se pertinente na continuidade da fundamentação teórica desta tese, discutir a temática do lugar, e para isso, concordou-se com a definição de Carlos (1996), que compreende o lugar como a produção das relações humanas entre homem e natureza, preparado por relações sociais que se estabelecem no plano do vivido e possibilita a construção de uma rede de significados e sentidos gerenciados pela história e cultura, produzindo identidade e fazendo com que o indivíduo ali se reconheça, pois, é o lugar da vida.

Finalizando este capítulo, na problemática da imagem turística projetada das cidades, buscaram-se fundamentos nos estudos de Sánchez, F. (2010), a qual acredita que a especificidade local é a característica mais importante a ser projetada na imagem turística de uma cidade, que busca se desenvolver enquanto destino turístico, pois possibilita, entre outras coisas, a construção de uma marca urbana.

Por ter sido a cultura de Campo Grande objeto de estudo desta tese, o capítulo seguinte contextualizou esta capital apresentando-a como uma cidade grande, de acordo com a classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística ([IBGE], 2011), e com infraestrutura adequada. Seu território possui uma construção histórica de mais de um século, sua paisagem cultural urbana e sua identidade cultural estão constituídas, entre outros aspectos, pela miscigenação cultural existente na cidade e pelo número expressivo de parques e praças em seu espaço urbano.

Ainda no mesmo capítulo apresentou-se Campo Grande pelo viés turístico, mostrando a atividade turística nesta capital, o departamento de turismo na esfera municipal, e também foi realizada uma análise de suas imagens turísticas projetadas por meio do material publicitário elaborado pela municipalidade no período de 1998 a 2012, discutindo se essas imagens estabeleceram relação com a identidade cultural da capital.

Também se apresentaram no mesmo capítulo, os atrativos turísticos locais contidos no roteiro do *city tour*[1] municipal, com o intuito de verificar se esses tinham relação com a identidade cultural apontada no capítulo pelas representações sociais do grupo da população comum e de autoridades.

---

[1] Atualmente a Prefeitura Municipal de Campo Grande, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio (SEDESC), disponibiliza todo o roteiro do *city tour* municipal, no site <http://www.capital.ms.gov.br/sedesc/pontosTuristicos>.

A construção do capítulo seguinte foi feita por meio da apresentação dos procedimentos metodológicos da pesquisa e da análise dos dados obtidos na pesquisa de campo, os quais resultaram na construção dos Discursos do Sujeito Coletivo (DSC), que foram apresentados e articulados com a discussão teórica estabelecida para esta pesquisa.

Além do exposto acima, o penúltimo capítulo desta tese vinculou-se diretamente ao primeiro, onde se buscou relacioná-lo com a fundamentação teórica e também com o capítulo anterior, que forneceu suporte sobre o objeto de estudo.

Por fim, os resultados da pesquisa de campo possibitaram, dentre outras reflexões, mostrar a identidade cultural da cidade Campo Grande e apontar se sua imagem turística projetada detinha relação com a especificidade local abordada pelas representações sociais de ambos os grupos investigados.

Posteriormente a isso, foram apresentadas as considerações finais, as quais se consolidaram por meio da reflexão realizada sobre a fundamentação teórica e sobre os dados obtidos na pesquisa de campo.

Nesse sentido, é importante mencionar que nesta tese houve a preocupação principal de dar alguns passos na direção de preencher uma lacuna sobre um aspecto importante, porém, relativamente negligenciado do turismo: a identidade cultural e a imagem turística projetada da capital sul-mato-grossense. Diante disso, como contribuição desta tese, foi realizada uma síntese dos traços identitários da cultura campo-grandense e uma sugestão de imagem turística mais fortalecida para a cidade de Campo Grande, a qual poderá vir a tornar-se marca urbana, favorecendo, entre outras coisas, o desenvolvimento da atividade turística nesta capital, especialmente como destino turístico.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo tem como finalidade principal contextualizar sobre a abordagem teórica adotada para esta tese, onde serão discutidos assuntos referentes à Nova Geografia Cultural e os estudos do Turismo frente a essa nova abordagem teórica da Geografia, e ainda, conceitos da Geografia, como: território, cultura, paisagem cultural urbana, identidade cultural, lugar e, por fim, uma discussão sobre cidades: imagens turísticas e marcas urbanas.

Tal debate se estabeleceu com a intenção de dar suporte teórico para a discussão futura desta tese no seu objeto de estudo, sendo ele, a identidade cultural da população campo-grandense.

2.1 CONTEXTUALIZANDO A ABORDAGEM TEÓRICA DA TESE NOS CAMINHOS DA NOVA GEOGRAFIA CULTURAL

Com a intenção de discutir cultura e turismo sob a vertente da “Nova Geografia Cultural” julga-se necessário, primeiramente, compreender onde, como e por que ela surge nos estudos geográficos, pois é sobre o espaço que o homem constrói seu cotidiano e consequentemente apresenta sua cultura.

Os estudos da Nova Geografia Cultural surgem principalmente para elucidar como a vida dos indivíduos e dos grupos se organiza no espaço, e ainda, por que os indivíduos e os grupos não vivem os lugares do mesmo modo, não os percebem da mesma maneira (CLAVAL, 2001).

A Geografia Cultural entrou em declínio no decorrer das décadas de 1950, 1960 e 1970 e as principais causas se devem ao fato de que os estudiosos dessa corrente tratavam das culturas sem tratar das representações, opiniões e crenças. O declínio dos estudos dos aspectos técnicos das civilizações, os quais estavam no cerne da Geografia Cultural tradicional e ainda, os tipos de atividades nas cidades se diversificam desta forma. Assiste-se ao nascimento da Nova Geografia Cultural entre os anos de 1980 e 1990, especialmente por dois fatores: novas formas de afirmação da diversidade dos grupos, as quais ela não pode ignorar, e a crítica epistemológica, que muda a maneira de análise, toma-se consciência das inconsistências dos princípios positivistas até então aceitos (CLAVAL, 1999).

“Uma das tarefas da Geografia Cultural é mostrar como os sistemas de valores se traduzem pelas articulações específicas do social [...]”. (CLAVAL, 2007, p. 82). De tal modo, esta Geografia traz para estudos a importância dos valores sociais na sociedade.

Entre as perspectivas dos estudos da Geografia Cultural, uma delas é a compreensão da realidade a partir da influência da cultura, na produção dos espaços e na construção do lugar e sua significação na relação do homem com o espaço:

> A abordagem cultural na geografia empenha em compreender as experiências que o homem tem dos lugares a partir da investigação da relação humana com o meio e na apreensão como os seres humanos se realizam, criam identidade e atribuem-lhes valores e significados. (OLANDA, 2008, p. 255).

A abordagem cultural na Geografia vem dos estudos da Geografia Humana e, para a compreensão das relações humanas entre seus pares e o meio, propõe a cultura como mediadora para tal entendimento.

A paisagem cultural centralizava o interesse pela cultura a partir do fato de ela ser entendida como o resultado da ação humana alterando a paisagem natural. Em realidade, toda ação humana alterando a natureza produzia cultura (CORRÊA; ROZENDAHL, 2003).

Diferente da maioria das ciências sociais, a Geografia Cultural levará cuidadosamente em conta o material físico no qual cada cultura imprime a marca que lhe é própria – marca que ela considerará como uma geo-grafia em primeiro grau: a escrita da terra por uma sociedade. Essa marca “[...] possui um sentido que implica toda uma cadeia de processos físicos, mentais e sociais na qual a paisagem desempenha um papel perpétuo e simultâneo de marca e de matriz” (BERQUE, 2004, p. 87-88).

Entende-se desta forma que a Nova Geografia Cultural veio preencher uma lacuna até então existente, que era o estudo da paisagem sem a questão cultural, dando importância aos lugares e tendo o homem como parte integrante nesse processo.

A mudança do foco se deu principalmente porque uma das principais críticas que existia sobre a Geografia Cultural era a de que ela preocupava-se muito mais em descrever o mundo do que em explicá-lo.

Por isso surge a Nova Geografia Cultural com o objetivo de se preocupar muito mais em entender como os homens modelam os ambientes e desenham as paisagens do que simplesmente descrever o mundo (CLAVAL, 2001).

Claval (2001) discorre ainda que a Nova Geografia Cultural busca perceber a maneira como as pessoas vivem sobre a Terra; elas fazem a experiência dos lugares que habitam ou visitam, encontram indivíduos e grupos, dão um sentido a esses contatos e tentam modificar as realidades nas quais vivem.

A Nova Geografia Cultural foi cada vez mais associada à exploração de temáticas humanas mais específicas, tais como: a dos negros, dos índios, das mulheres, das minorias étnicas ou de gêneros sexuais, de grupos religiosos, de populações marginais, dentre outras. Os geógrafos que atualmente trabalham com a Nova Geografia Cultural exploram categorias ignoradas pela maioria dos seus predecessores, como é o caso dos estudos sobre turismo, tema a que esta tese se propôs (SOTTILI; BAHL, 2011).

A abordagem cultural não está limitada àquilo que há meio século era classificado sob o rótulo de Geografia Cultural. Seu campo é muito maior, por conscientizar os geógrafos de que suas atividades fazem parte da esfera cultural e que é possível construir uma abordagem científica livre de determinação cultural (CLAVAL, 2001).

Ainda sobre a Nova Geografia Cultural, baseando-se nos ditos do autor acima, podem-se apresentar algumas de suas características: explora a experiência vivida das pessoas, seus sonhos, aspirações e desejos; descreve a diversidade de comportamentos e atitudes com relação ao meio ambiente, à natureza e à vida social, econômica e política. Mostra ainda as numerosas tensões que resultam da diversidade dos projetos que formam os homens, cada grupo lutando para garantir recursos que muitas vezes são raros.

Para essa Nova Geografia Cultural “[...] a cultura não é uma categoria residual, mas o meio pelo qual a mudança social é experienciada, contestada e constituída.” (COSGROVE; JACKSON, 2003, p. 136). Mas nem por isso a Nova Geografia Cultural deixa de apresentar lacunas em suas abordagens, porque todas

as temáticas anteriormente citadas são verdadeiras, mas, em decorrência do paradigma sobre o qual repousa a abordagem cultural parece impossível construir um sistema coerente de interpretação a partir de descrições e de estudos de casos verdadeiros que surgiram há mais de trinta anos.

A nova abordagem cultural permite restituir coerência à disciplina sem sair de uma perspectiva relativista; certa previsibilidade nas condutas sociais é introduzida pela experiência da comunicação.

Também se faz válido ressaltar que muitos dos estímulos para a Nova Geografia Cultural vieram de convergência teórica e metodológica entre disciplinas humanísticas, como a História, a Filosofia, Estudos Linguísticos e das Ciências Sociais, as quais sustentam o amplo campo dos estudos culturais (COSGROVE, 1999).

Um dos grandes focos da Nova Geografia Cultural é o estudo da cultura e, nesse aspecto, Cosgrove (2004) diferenciou paisagens da cultura dominante e alternativas.

A primeira, o autor definiu como sendo um grupo com poder sobre outros. E a segunda, definiu como sendo menos visíveis na paisagem do que as dominantes, podendo até serem consideradas dominantes localmente, mas, mesmo assim, permanecem subdominantes à cultura nacional.

Sobre as culturas alternativas Cosgrove (2004) entende que essas podem ser divididas em:

a) Cultura residual – culturas históricas que desapareceram ou estão em processo de extinção;
b) Culturas emergentes – aquelas que só agora estão aparecendo;
c) Culturas excluídas – aquelas que são ativa ou passivamente excluídas pela cultura dominante.

> Cada indivíduo é portador de um sistema cultural em evolução constante, mas que é estruturado pelos valores. Estes são adquiridos pelos indivíduos no decorrer de sua trajetória de vida, ao sabor dos ensinamentos que receberam e das experiências que têm. (CLAVAL, 1999, p. 72).

Para tanto, pode-se afirmar que na construção de sistemas individuais de cultura é em termos de níveis de valores que a parte coletiva se sobrepõe à individual.

Graças ao jogo de valores, aos procedimentos sociais de institucionalização e aos ritos de passagem é que as culturas individuais se acham integradas nos sistemas simbólicos, dando sentido à vida de cada indivíduo e constituindo o coletivo. Nesse sentido a cultura não é uma realidade primeira, mas uma construção imaginada que permite que as pessoas se comuniquem e formem grupos unidos (CLAVAL, 1999).

Inseridos nos estudos da Nova Geografia Cultural cabem também os estudos turísticos que têm sido contemplados com as pesquisas dessa nova vertente, e a cultura tem se tornado elemento fomentador de inúmeras atividades turísticas, principalmente nos espaços urbanos, onde possuem uma melhor infraestrutura para acolher os turistas.

Equivalente a essa vertente, propõe-se então um estudo sobre a cultura da população campo-grandense e a imagem turística comercializada da cidade pelos gestores públicos municipais, a fim de averiguar se há relação entre ambas.

Para o estudo proposto, verificou-se a necessidade de estudar o termo território em sua conceituação; isso porque a identidade cultural e a imagem turística projetada ocorrem no território; neste sentido, dar-se-á a seguir um aprofundamento de tal tema.

2.2 A QUESTÃO DO TERRITÓRIO

É preciso de início e ainda que de forma bastante geral esclarecer em que medida espaço e território serão tratados por esta pesquisa, embora muito frequentemente utilizados como sinônimos devem e serão tratados como concepções distintas. A questão do espaço também será tratada por esta tese para contribuição no entendimento de território, conceito que será discutido com maior aprofundamento por esta pesquisa.

De acordo Haesbaert (1997), a palavra território deriva do latim *territorium* que é derivado de terra e que nos tratados de agrimensura apareceu com o significado de “pedaço de terra apropriada”.

Na tradicional Geografia Política, o termo território surge como espaço concreto em si (com seus atributos naturais e socialmente construídos) que é

apropriado, ocupado por um grupo social. Assim sendo, a ocupação de um território é vista como algo gerador de raízes e identidade (SIMAS; LUDKA; FRAGA, 2011).

O território é um dos conceitos mais difundidos na Geografia, mas não há como discuti-lo antes de abordar o conceito e sem antes definir o espaço, pois este se transforma em território pelo processo identitário que nele se constitui (COSTA, B., 2005). Isto se dá porque toda territorialização permite a permanência identitária.

Raffestin (1993, p. 143) comenta que:

> O território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente (por exemplo, pela representação) o ator territorializa o espaço.

O espaço é pré-existente ao território; assim, um espaço depois de apropriado pela coletividade torna-se seu território, o qual recebe uma série de marcas manifestadas pelo sentimento de posse em relação àquele pedaço de terra; então, dá-se que o território é criado em função da existência de uma cultura.

Raffestin (1993) esclarece que espaço e território não são termos equivalentes; para ele é essencial compreender bem que o espaço é anterior ao território e que o território só se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático, que ao se apropriar de um espaço, o ator pode, por exemplo, territorializar o espaço pela representação.

Ainda nesse sentido, podem-se apresentar contribuições de Haesbaert (2010), quando explica que um território se define mais estritamente a partir de uma abordagem sobre o espaço que prioriza as problemáticas de caráter político ou que envolvem a manifestação das relações de poder, em suas múltiplas esferas.

Diante do exposto, entende-se o espaço como elemento de dimensões simbólicas e culturais que o transforma em território a partir de uma identidade própria criada pelos seus habitantes que o apropriam, não necessariamente como propriedade, mas com a ideologia-cultural manifestada nas relações políticas, sociais, econômicas e culturais.

Dessa forma, Haesbaert (2004, p. 79) entende o território podendo ser “[...] concebido a partir da imbricação de múltiplas relações de poder, do poder mais material das relações econômica-políticas ao poder mais simbólico das relações de ordem mais estritamente cultural [...]”.

Esclarece-se que esta tese se alinha ao entendimento de território, que não é visto apenas na perspectiva do domínio ou poder político estruturado, mas também de uma dimensão simbólica e identitária.

Haesbaert (2004) divide em três vertentes básicas as concepções de território, sendo elas: política, referida às relações de poder em geral; cultural, que prioriza a dimensão simbólica mais subjetiva em que o território é visto, sobretudo como o produto em relação ao seu espaço vivido e, por fim, econômica, tendo o território como fonte de recursos.

Assim sendo, buscou-se a melhor compreensão de território, não somente enquanto relações de poder, mas, sobretudo, enquanto apropriação resultante do imaginário e/ou identidade social e cultural.

Dessa forma, na perspectiva cultural, o conceito de território vem ao encontro com o estabelecido por Bonnemaison (2002, p. 95), entendido como uma "[...] relação culturalmente vivida entre um grupo humano e uma trama de lugares hierarquizados e interdependentes, cujo traçado no solo constitui um sistema espacial - dito de outra forma, um território".

> O território participa efetivamente na construção histórica da identidade do povo que nele vive, definindo e observando suas características, hospedando o espaço vivido e o espaço a se viver, em movimento simbionte que se encaminha para a paisagem, esta que seria a tradução de todo um processo. (VARGAS, 2007, p. 166).

Entende-se território como uma construção histórica, relacional e contrastiva, uma vez que, consciência de pertencimento e identidade não são um significado fixo e sim uma relação construída na e pela diferença (CRUZ, 2007).

Para Santos, M. (2002), território não pode ser entendido apenas como o resultado da superposição de um conjunto de sistemas naturais e outro de coisas criadas pelo homem. Esse autor entende que território é o chão e mais a população, constituindo o sentimento de pertencer àquilo que pertence aos indivíduos e que resulta na identidade. Esclarece ainda que quando se fala em território, deve-se entender que se está falando em território com um determinado uso, ou seja, utilizado por uma dada população. Dessa forma, o termo território remete à ideia de diferença e de identidade cultural, sendo essencialmente o lugar onde se estabelece uma mediação entre os homens e sua cultura, que constituem-se em lugares de enraizamento (BONNEMAISON, 2002).

> O território “pode ser percebido em suas múltiplas perspectivas, desde aquelas de uma paisagem como espaço cotidiano,“ vivido, que “simboliza” uma comunidade, até um recorte geográfico mais amplo e, em tese, mais abstrato, como o do Estado – nação. (HAESBAERT, 1999, p. 179, grifo do autor).

Julga-se pertinente mencionar que um território assume distintos significados para diferentes sociedades e arrisca-se afirmar que a formação do território também está ligada aos interesses da sua população. A abordagem conceitual na qual esta tese se embasa é a de que o homem é parte integrante do território; explica-se, o território só se constitui com a presença humana.

Prosseguindo neste mesmo entendimento, se o território assume diferentes significados de acordo com os interesses em questão do poder atual, conclui-se desta forma, que um território se altera de acordo com a compreensão das relações de poder (SAQUET, 2007).

Propugna-se o conceito de Raffestin (1993), que, território é um lugar de relações mediante apropriação e produção do espaço geográfico e ocorre sempre ligado ao controle e à dominação social.

Destaca-se ainda que território deve ser entendido como enraizamento e ponto de referência; no entanto, em época de crescente globalização, que tende a desenraizar as coisas e as pessoas, resta às cidades, sobretudo às que desenvolvem a atividade turística, o difícil papel para desenfrear tal situação e buscar um modelo de desenvolvimento turístico adequado que contemple o desenvolvimento urbano turístico aliado à identidade cultural, uma vez que esta tese trabalha na perspectiva da especificidade como a mais apropriada. Aponta-se ainda que esse enraizamento do território ocasiona a identidade cultural, posteriormente também discutida nesta pesquisa.

Saquet (2007) compreende o território especialmente pela questão do domínio, uma vez que os elementos de relações de poder terão mais ênfase, enquanto a compreensão de Haesbaert (1997), da qual propugna-se para esta tese, o território não é só de domínio e controle politicamente estruturado, mas também de uma apropriação incorporada pela dimensão simbólica e identitária dos grupos que o constitui.

Isto porque, o indivíduo ao fazer a apropriação do espaço como sua propriedade com seus demais pares constitui um novo território, porém, nem sempre as relações estabelecidas serão iguais. Porém, por outro lado, criar-se-á uma

subjetividade, uma identidade com aquele espaço, construída assim por meio da sua apropriação uma territorialidade.

> A ideia da cidade "acima de tudo" traduz-se sobre o território por um discurso sobre a diferença. O território próprio ao grupo é concebido como um terreno em que as regras que fundam a identidade gozam de uma absoluta e indiscutível validade. A predominância do nível coletivo é total, e a oposição e a diferenciação são estabelecidas em relação à figura e um outro – que é exterior ao grupo – espaço como objeto de conflitos, pois estabelecer um território de domínio de um grupo significa a afirmação de sua diferença em oposição aos demais. (MENDONÇA, 2011, p. 74).

Assim posto, em se tratando de território, cabe trazer para este discurso, o conceito de territorialidade abordado por Haesbaert (1997), o autor a entende como o conjunto de relações que se desenvolve no espaço tempo dos grupos sociais e Saquet (2007) corrobora essa afirmação ao dizer que o território é produzido espaço-temporalmente, temporários ou mais permanentes, pelo exercício de poder de um determinado grupo ou classe social.

Explica-se desta forma que a territorialidade constitui-se em decorrência do território ser produto de relações sociais de produção, onde acontecem reproduções na formação do território. Esse, sendo ocupado pelo homem, com suas ações e interesses flexíveis, acarreta o que poderia se chamar de sequência lógica: onde seria a constituição do território, posteriormente seria a territorialidade e, por conseguinte, a reterritorialidade, pois, ambos são passíveis dos interesses, sobretudo, do poder momentâneo. Porém, para esta tese coube discutir os termos território e a territorialidade.

Bonnemaison (2002) mostra que a territorialidade está ligada ao sentimento de identidade cultural baseando-se na ideia de uma origem comum e interesses entre essas pessoas, seja pela descendência comum, seja por uma história assumida pela coletividade ou pela existência de um espaço ao qual o grupo atribua elos místicos. Assim, a identidade cultural reforça a territorialidade exercida e geralmente provoca um sentimento de proteção daquele território em relação aos agentes externos, vistos como certa ameaça à identidade do grupo.

Raffestin (1993) enfatiza que a territorialidade possui uma relação com a alteridade. A princípio, o território é uma determinada maneira de viver com os outros; em inúmeros casos seus limites geográficos são os das relações cotidianas entendendo assim que o território se estabelece como sendo a existência rara da convivência com o outro.

Sobre tal ponto de vista, Raffestin (1993, p. 158, grifo do autor) menciona:

> [...] a territorialidade adquire um valor bem particular, pois reflete a multimensionalidade do vivido territorial pelos membros de uma coletividade, pelas sociedades em geral. Os homens “vivem”, ao mesmo tempo, o processo territorial e o produto territorial por intermédio de um sistema de relações existenciais e/ou produtivas.

Esta tese tratará de um território urbano, o de Campo Grande, nesta perspectiva abordando sobre as cidades de maneira mais ampla, como parte de um processo histórico. Sendo assim, elas podem assumir determinadas funções que se transformam ao longo do tempo e que terminam muitas vezes conferindo-lhe um *status* diferente do que se ensejou (SIMAS; LUDKA; FRAGA, 2011).

Dessa maneira, a produção do território é ação cotidiana do homem e aparece na forma de ocupação de um determinado lugar em momento histórico, em que a produção de uma cidade, por exemplo, aparece como manifestação espacial dos conflitos de interesses dos diversos agentes envolvidos nesse processo (SIMAS; LUDKA; FRAGA, 2011).

Mesmo não analisando o território de Campo Grande na perspectiva de domínio, faz-se necessário evidenciar que nas cidades que recebem turistas, e a cidade palco de observação desta pesquisa também os recebe, esses conflitos de interesses dos agentes envolvidos ocorrem por ser do poder público (Governo) e privado (*trade* turístico) a responsabilidade de controlar o planejamento de seu território – Campo Grande, uma vez que o mesmo também é entendido como lugar de negociações e de dominação.

Neste contexto, faz-se uso dos estudos de Claval (2001) quando se refere à cultura como um elemento de forte influência na constituição do espaço. Assim posto, porque segundo este autor, as relações que os indivíduos estabelecem com o espaço demarcam seus lugares e suas culturas e o território é a ocupação deste espaço. Nesse sentido é que esta tese encaminha agora o debate para a análise da cultura, por entender que esta acontece no território.

2.3 A ANÁLISE DA CULTURA

Antes de iniciar os estudos sobre cultura, cabe aqui esclarecer que a tratada nesta tese é a cultura evidenciada no espaço urbano, consequentemente pelos

indivíduos que ali estão e, de acordo com Costa, B. (2005), no espaço urbano contemporâneo evidencia-se a produção de diferentes contextos culturais e ainda, que é possível observar a inexistência de homogeneidade cultural nesse espaço.

Cabe ainda a devida precaução com o uso do termo cultura, por não existir nada que se assemelhe, no mundo objetivo, a esse conceito, que existe apenas no espírito das pessoas (CLAVAL, 2001).

Ressalta-se ainda que, historicamente, vem ocorrendo uma relativa homogeneização global da cultura, acentuada, sobretudo, pelo consumo e, de outro lado, um fascínio pela diferença, pelo local e pelo particular, colocando dessa forma a questão identitária no centro de muitos conflitos territoriais da atualidade (CRUZ, 2007).

Ainda nesse contexto, pode-se ressaltar que o espaço urbano se produz por diferentes territórios e, por isso, a multiplicidade de culturas urbanas se territorializa.

Dessa forma, se no espaço urbano ocorre uma diversidade de culturas, portanto, de estilos, comportamentos e expressões, isso favorece em parte as atividades culturais que sirvam de atividades lucrativas e é por esse aspecto que a análise sobre cultura na cidade em questão será analisada.

Em se tratando de cultura da população urbana, a percepção construída pelo citadino é concentrar o que ele conhece sobre a sua cidade, mas é válido ressaltar que sendo ele o sujeito desse processo, ele pode ter informações totais ou parciais, o que contribui para a construção da imagem turística da cidade, que pode ou não estar relacionada com a realidade.

Sobre isso, Tuan (1980) menciona que a cultura pode influenciar a percepção de tal maneira que as pessoas podem ver coisas que não existem. Por exemplo, um grupo populacional com os mesmos traços culturais, ao expressar e reforçar os padrões culturais, afeta fortemente a percepção.

Entende-se que a finalidade da Geografia não é apenas elaborar um inventário do que se pode observar na superfície da Terra. Vai muito além disso, pois também tem como finalidade explorar os processos e demonstrar como eles modelam o espaço para facilitar a ação humana dando sentido à vida de todos (CLAVAL, 2008). Pensando nisso, considera-se que este estudo se faz necessário no âmbito de discutir e identificar a cultura de um povo, para que o próprio povo se reconheça; neste caso, enfocando a população campo-grandense e sua cultura.

Para esta tese, concorda-se com o conceito de cultura apresentado por Claval (2007, p. 63), onde afirma que:

> A cultura é a soma dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores acumulados pelos indivíduos durante suas vidas e, em outra escala, pelo conjunto dos grupos de que fazem parte. [...] Não é portanto um conjunto fechado e imutável de técnicas e de comportamentos.

Não menos interessante para esta tese é o entendimento da cultura que Geertz (2011) apresenta em sua obra, defendendo que a cultura é uma ciência interpretativa, à procura do significado, consiste no que quer que seja que alguém tem que saber ou acreditar a fim de agir de uma forma aceita pelos membros de um mesmo grupo. Nesse sentido, ainda, torna-se necessário citar novamente Geertz (2011, p. 9): “A cultura é pública porque o significado o é [...]”.

Nos estudos culturais, a história é substituída pelo passado, pela memória e então é traduzida para uma relação com o presente e o futuro. A memória e o desejo constituem a temporalidade através da qual os lugares emergem como fenômenos vividos e significados (COSGROVE, 1999).

Uma cultura traduz o real, recortando-o, estruturando-o e organizando-o, e só existe cultura através dos indivíduos e esses a utilizam, enriquecem-na, transformam-na e a difundem (CLAVAL, 2007).

A cultura hegemônica é um instrumento estruturado e estruturante de conhecimento e comunicação. Na sociedade de classes, ela cumpre um papel político de impor e legitimar a dominação de classes, uma vez que uma das funções dos gestores públicos é o planejamento das atividades inerentes à cultura de um local. No capitalismo, é a ideologia da burguesia que alcança *status* hegemônico e assim é essa cultura que define o senso comum (COSGROVE, 2004).

Para o autor, o estudo da cultura está intimamente ligado ao estudo do poder e este por sua vez, é expresso e mantido na reprodução da cultura.

Sobre o exposto, Cosgrove (2004, p. 105, grifo do autor) explica que: “[...] isto é melhor concretizado quando menos visível, quando as suposições culturais do grupo dominante aparecem simplesmente como senso comum. Isto, às vezes, é chamado de *hegemonia cultural*.”

Para tal compreensão, deve-se ter em mente ainda a constituição de uma cultura nacional, ou ainda, na esfera estadual ou municipal, porque a constituição de

uma comunidade imaginada se dá pelas memórias do passado, o desejo por viver em conjunto, a perpetuação da herança e, desta forma, quando isto é constatado em uma comunidade, já parece ser indício forte de indivíduos que constituem identidade cultural. Mas o tema identidade cultural será discutido com mais detalhes mais adiante.

Ainda nesse contexto é importante salientar que a comunidade tem um papel central na vida social, por permitir a transmissão de cultura de uma geração a outra, dando a cada indivíduo as informações que lhe são necessárias e ainda, por proporcionar, entre suas diferenças culturais, a aceleração da história em alguns lugares e até mesmo atrasos em outros (CLAVAL, 2008).

Claval (2007) manifesta que a cultura faz assim passar de uns aos outros as representações sociais compactuando com isso é que esta tese buscou resposta nas representações sociais para verificar a identidade cultural da população campo-grandense.

Destaca-se ainda que com a introdução de uma nova cultura acontece um rejuvenescimento cultural, uma cultura nova sobre uma antiga. A cultura ainda contribui para a interpretação de um espaço, e consequentemente, apresenta-se, por exemplo, pelos seus costumes. Pode-se ainda discorrer sobre a possibilidade de que, onde várias culturas se encontram, pode acontecer um conflito cultural. E por cultura dominante, aplica-se o que relata Cosgrove (2004), por definição: cultura dominante é a de um grupo com poder sobre outros.

Ainda, enquanto entendimento da cultura, chama-se a atenção para a explicação de Duncan (2003), quando define que existe uma cultura localizada que irá estabelecer uma grande diversidade de comportamentos e construções objetivas e subjetivas referentes às relações das pessoas nos locais de interação. Existem escalas de interações específicas e, assim, cada lugar apresenta-se com uma cultura singular. Porém, o que estabelece a singularidade é a relação entre a autenticidade das relações locais permeadas por processos e construções que se estabelecem em diferentes níveis de comunicação, interação e agregação de aspectos em escalas geográficas e temporais.

Novamente, neste sentido de explicação da cultura, Geertz (2011) define que a cultura é um contexto, uma construção e pode-se dizer que a mesma é um território, ou os territórios que podem ser entendidos em escalas diferentes,

apresentando a necessidade de totalização dessas práticas como, ao mesmo tempo, a necessidade de singularização e autenticidade local.

> O mundo atual unifica-se e esfacela-se num mesmo movimento. O progresso das telecomunicações permite a difusão da informação pela imagem e pelo som em todos os pontos do planeta. Graças aos transportes rápidos e baratos, as miscigenações de populações multiplicam-se, os contatos nunca foram tão numerosos e os mesmos produtos de consumo estão à venda em todos os lugares. Caminha-se então no sentido de um nivelamento cultural do mundo? (CLAVAL, 2007, p. 10).

Sauer (2004), em seu estudo também aponta o poder da cultura sendo ela o agente, a área natural, o meio e a paisagem cultural, o resultado.

Destarte, é possível observar que cada lugar e suas diferentes condições promovem ou dificultam determinadas manifestações culturais. Nesta perspectiva, surgem vários espaços: sociais, políticos, econômicos e culturais, dentre vários outros, que permitem a reprodução de segmentos sociais diferenciados na produção do território (MENDES, 2008).

Tudo isso implica em perceber: Como identificar uma cultura? Como compreender os limites de sua extensão e as formas que têm sua inserção no espaço? Qual a natureza e a importância das barreiras e fronteiras culturais, e suas relações com as fronteiras políticas? (CLAVAL, 2007).

Uma das possibilidades deste entendimento é o evidenciado no estudo de Costa, B. (2005), que observa a conformação de três processos culturais básicos nas cidades da atualidade, sendo o primeiro a hierarquização das culturas, o segundo a resistência cultural extremada, e por último – a formação de terceiras culturas.

> Os espaços da “cultura de massa” são, pois, campos transversais, produtores e produtos de identidades novas. No planejamento da cidade contemporânea em questão central é desconstruir a reiteração da identidade pela imposição da diferença, construindo uma nova dinâmica que não parta das diferenças de classe, reinstalando a divisão. (SERPA, 2007, p. 37, grifo do autor).

O poder do simbólico e a cultura são inerentes a qualquer grupo social e a seus territórios, pela sua interferência direta na configuração das comunidades (TUBALDINI; SILVA, 2009).

Para Machado, L. (2007, p. 139): “A cultura não envolve simplesmente o ser humano, mas penetra nele, modelando sua identidade, personalidade, maneira de ver, perceber, pensar e sentir o mundo [...]”.

Destaca-se que a cultura está sempre em construção e relaciona-se, entre outras coisas, com o indivíduo e seu cotidiano. Desta forma, este estudo buscou uma maior ênfase sobre o entendimento da cultura para a complementação e suporte teórico para os estudos que levam a outros campos, como a identidade cultural e cidades: imagem turística projetada e marcas urbanas da cidade de Campo Grande, objetivo maior desta pesquisa. Mas de imediato, faz-se uma discussão sobre a questão da paisagem cultural urbana.

2.4 UM OLHAR SOBRE A PAISAGEM CULTURAL URBANA

É através da paisagem que os geógrafos têm geralmente abordado os problemas culturais, pois é por meio de algumas formas visíveis que se revela a cultura de um povo, mas é válido ressaltar que a paisagem por si só nunca reflete fielmente a cultura de um povo. O que pode ocorrer é a paisagem trazer a marca das culturas, e ao mesmo tempo até as influenciar (CLAVAL, 2007).

Saquet (2007, p. 139, grifo do autor), fundamentado nos ensinamentos de L. Gambi, em *Critica ai Concetti Geografici di Paesaggio Umano* (1961), assim se expressa:

> A paisagem é construída pelo homem historicamente e contém elementos visíveis (materiais); corresponde a uma manifestação superficial da *realidade estrutural territorial* e, por isso, a paisagem precisa ser trabalhada com outros conceitos, como o de território.

Isso implica em perceber que a paisagem não é só produto da história; ela reproduz a história, a concepção que o homem teve de morar, do habitar, do trabalhar, do comer e do beber, enfim, do viver (CARLOS, 1994).

A necessária relação do conceito de território acima apresentado, dialoga agora com o conceito de paisagem para a pesquisa aqui realizada. Entende-se paisagem como uma construção, um produto da apropriação e da transformação do ambiente em cultura, podendo, desta maneira, os seres humanos lhe atribuírem um significado. A atribuição de valores dada a uma paisagem natural é que a torna uma paisagem cultural; assim sendo, está sempre em construção (ALMEIDA, 2008).

Para Santos, M. (1997, p. 61):

> Paisagem é tudo aquilo que vemos, o que nossa visão alcança, é a paisagem. Esta pode ser definida como o domínio do visível, aquilo que a

> vista abarca. Não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons, etc.

Haesbaert (2006) explica que a paisagem, na visão culturalista ou da paisagem cultural, foco de discussão desta tese, subdivide-se em duas frentes: uma objetiva, que prioriza as formas construídas pelo homem, pela cultura e outra que focaliza mais a percepção, os sentidos, numa paisagem definida pela escala de apreensão do olhar de cada indivíduo.

Corrêa (2004, p. 7) explica "[...] a paisagem geográfica como o resultado da ação cultural, ao longo do tempo, sobre a paisagem natural [...]", e por isso ela apresenta uma dimensão histórica e é portadora de significados que expressam valores, crenças, mitos e utopias, caracterizando assim uma dimensão simbólica entendida, desta forma, como paisagem cultural.

A paisagem cultural seria, então, a transformação da paisagem natural, onde a cultura seria o agente, a área natural o meio, e a paisagem cultural o resultado (CORRÊA, 2004). Carlos (2007) confirma isso quando menciona que a paisagem está sempre em transformação.

A paisagem é plurimodal ativa, passiva, potencial e assim por diante. Entende-se que "A paisagem tem uma identidade que é baseada na constituição reconhecível, limites e relações genéricas com outras paisagens, que constituem um sistema geral." (SAUER, 2004, p. 23). Dessa maneira, pode-se trabalhar com o fato de que a paisagem não é simplesmente uma cena real, mas sim uma cena observada por partes individuais que constituem o todo. Além deste fato, toda paisagem possui uma relação com outras, nenhuma é réplica de outra, pois são levadas em consideração as percepções que as fazem diferir das demais pelo entendimento individual do observador.

No caso das cidades em que os seus gestores buscam a construção de uma imagem semelhante a de outras já existentes, os gestores assumem dois riscos: o primeiro é o fato de se tornarem as cidades conhecidas apenas pela semelhança com as outras, sem demonstrar a sua imagem com seus valores culturais, e sem serem lembradas pelo seu próprio potencial; o outro é o fato de o visitante interpretar a cidade como sendo um potencial artificial, sem significativos potenciais turísticos, e consequentemente, sem valores individuais da especificidade cultural, uma vez que a cidade se submete aos julgamentos individuais.

A paisagem possui um conteúdo, mas esse é menor do que a totalidade, ele é constituído por partes. Sendo assim, a identidade da paisagem é determinada pela visibilidade da forma, porque o conteúdo aqui mencionado é determinado por interesses e julgamentos pessoais (SAUER, 2004).

Para Claval (2007), a paisagem carrega a marca da cultura e isto ocorre porque traz a marca da atividade produtiva dos homens e de seus esforços para habitar o mundo, adaptando-o às suas necessidades.

Considerando o acima exposto, de acordo com Krebs[2] (1923 *apud* SAUER, 2004), a paisagem é dividida em duas metades. A primeira recebe a designação de sítio, a qual contempla a questão da ecologia vegetal, portanto, não estabelece relação com esta tese. E a segunda metade, que vem de encontro aos interesses aqui propostos, é vista como uma unidade bilateral e apresenta sua expressão cultural, havendo uma forma estritamente geográfica de se pensar a cultura, a saber: a marca da ação do homem sobre a área.

Prosseguindo com o entendimento do autor acima mencionado, pode-se pensar nas pessoas associadas dentro e com uma área, e também, pode-se pensar nas pessoas como grupos associados por descendência ou tradição. Vale ressaltar que nesse primeiro caso, a cultura é entendida como uma expressão geográfica, de maneira que não há lugar para o dualismo da paisagem.

Então, não se pode pensar em paisagem se não associada ao tempo, com suas relações vinculadas ao espaço, o que contribui para que as ações do homem constituam a paisagem cultural, uma vez que ele vai expressando seu lugar na natureza como um agente distinto de modificação. A paisagem cultural é, pois, sujeita a mudanças pelo desenvolvimento da cultura ou pela sua substituição (SAUER, 2004).

Nesse contexto:

> A paisagem cultural é a área geográfica em seu último significado. Suas formas são todas as obras do homem que caracterizam a paisagem. Com base nesta definição, em geografia não nos preocupamos com a energia, costumes ou crenças do homem, mas com as marcas do homem na paisagem. (SAUER, 2004, p. 57).

---

[2] KREBS, N. Natur-und Kulturlandschaft. *Ztschr. d. Ges. f. Erdk*., Berlin, v. 58, n. 235, p. 81-94, 1923.

Isso não significa que a paisagem natural não tenha sua importância, pois é ela que fornece materiais com os quais a paisagem cultural é formada. Ao contrário da maioria das ciências sociais, a Geografia Cultural sempre levará cuidadosamente em conta o material físico do qual cada cultura imprime a marca que lhe é própria (BERQUE, 2004).

Diante disso, entende-se que a paisagem natural tem um papel fundamental no processo de construção da paisagem cultural para a formação da identidade, sendo a própria cultura a modeladora dessa paisagem.

É válido, porém, ressaltar que quando acima foi citado que não são as crenças, os costumes e a energia levados em conta, não significa que devam ser negligenciados, uma vez que são eles que compõem ou contribuem com a construção da identidade de uma cidade de maneira imparcial.

Isso contribui para uma reflexão sobre a cidade de Campo Grande, uma vez que ela possui uma cultura evidenciada capaz de modelar uma identidade local e construir uma marca urbana.

Berque (2004, p. 85, grifo do autor) adverte que:

> A paisagem é uma *marca, pois*, expressa uma civilização, mas também é uma *matriz* porque participa dos esquemas de percepção, de concepção e de ação – ou seja, de cultura – que canalizam, em um certo sentido, a relação da sociedade com o espaço e com a natureza e, portanto, a paisagem do seu ecúmeno. E assim, sucessivamente, por infinitos laços de co-determinação.

São consideráveis as interrogações feitas por Berque (2004), quando questiona: De que forma a paisagem imposta é sentida e, eventualmente, interpretada? Como se pode projetar nela um imaginário?

A Geografia não se limita à observação e à descrição do visível, de maneira que o imaginário entra em cena sempre que a atividade turística é idealizada para uma futura realização.

> A sociedade organiza, transforma e, em certos casos, escolhe seu meio ambiente graças a técnicas de enquadramento que são, segundo P. Gourou, a expressão de uma “civilização”. Por outro lado, a “cultura” contribui para a interpretação do espaço, permite a articulação entre o imaginário e as “coisas do real” (BERQUE, 2004, p. 89, grifo do autor).

Destarte, é possível relacionar a cultura como sendo um aspecto importante para a compreensão do espaço, pois, para um entendimento mais real, faz-se necessário haver informações do meio que a rodeia e a compõe.

De fato, a autonomia dos indivíduos é limitada por sua vinculação a grupos, o que leva, em alguns casos, a formação da paisagem a ter características apenas da elite política e econômica de determinada cidade.

A paisagem será, dessa forma, o cenário revelador das relações sociais e de inter-relação existente entre as mesmas, bem como do desenvolvimento do processo de produção para o entendimento das necessidades de consumo da sociedade.

Para Santos e Elias (1988), uma paisagem tem um caráter eminentemente histórico, e entende-se por paisagem tudo aquilo que a visão alcança. Complementa-se desta forma, embasado em Saquet (2007), que a paisagem pode ser considerada como o visível do território.

Para Raffestin (2005), os homens, habitualmente, não constroem a paisagem, mas o território é que poderá talvez ser transformado em paisagem e o território passa a ser paisagem quando começa a ser pensado.

Sobre as paisagens urbanas é válido ressaltar que devem ser entendidas como produtos, meios e condicionantes culturais, sendo elas imagens da mudança que ocorre no cotidiano das cidades.

Corrêa, R. (2006) demonstra em suas pesquisas que apesar de haver uma longa tradição de estudos urbanos realizados pelos geógrafos, a inclusão do urbano pela Geografia Cultural aconteceu apenas da década de 1970 em diante. Ainda segundo o mesmo autor, destaca-se com isso que a urbanização e a cidade são merecedoras de estudos em diversos segmentos, sobretudo o acadêmico.

Ainda, de acordo com Corrêa, R. (2006, p. 142):

> O urbano começa a ser foco de interesse por parte dos geógrafos humanistas, como Relph (1987), e dos culturais, como Meining (1979) e Cosgrove (1984), e pelos que participaram da coletânea organizada por Agnew, Mercer e Sopher (1984) sobre a cidade nos diversos contextos culturais.

Tuan (1980) afirma que uma cidade é a paisagem cultural por excelência, isto porque o espaço urbano se configura na cidade e apresenta um ambiente artificial com características que vão do particular ao público, atribuindo valor aos lugares e constituindo uma paisagem urbana cultural e esta, por sua vez, permite múltiplas leituras a partir de diversos contextos histórico-culturais, envolvendo diferenças sociais de poder, de crenças e valores.

Na ótica até então refletida, a paisagem cultural é constituída por diversos elementos e dentre eles, podem-se apontar os culturais, políticos, religiosos, sócio-espaciais e históricos, e essa manifestação no espaço urbano é que cria a paisagem urbana, constituída por diferentes e distintos objetos (OLANDA, 2008).

Para isso, Carlos (1994) comenta que a análise da paisagem urbana faz atentar para o fato de que não se está descrevendo ou montando um quadro, e sim elaborando uma construção que tem como objetivo entender o modo pelo qual ela se reproduz a partir das relações sociais.

Concordando com Yázigi (2002), uma paisagem é tão dinâmica quanto o processo cultural que lhe dá forma; então, o que seria da paisagem sem sua função de representar uma cultura, um povo, uma história? É bem verdade que as representações refletem a realidade percebida, portanto, as paisagens cotidianas da vida estão cheias de significados.

Cosgrove (2004, p. 98, grifo do autor) comenta que a paisagem:

> [...] sempre esteve intimamente ligada na geografia humana, à cultura, à ideia de formas visíveis sobre a superfície da terra e à sua composição. A paisagem, de fato, é uma “maneira de ver”, uma maneira de compor e harmonizar o mundo externo em uma “cena”, em uma unidade visual.

Poucas paisagens culturais atuais são inteiramente produtos do trabalho de comunidades contemporâneas. A evolução de uma paisagem é um processo gradual e cumulativo – tem uma história (WAGNER; MIKESELL, 2003).

O homem cria, com o desejo, com a vontade de construir uma paisagem ideal, na qual possa reconhecer sua história, sua cultura (SAQUET, 2007). Posteriormente ou simultaneamente passa a utilizá-la como parte fundamental nos planejamentos turísticos.

Avanços devem ocorrer no campo da paisagem e um deles é entendê-la como prática cultural, procurando identificar as causas e efeitos (MENEZES, 2002).

Por ser certo que não existe paisagem sem observador, o visual é, desta forma, uma condição fundamental para a existência cultural da paisagem.

Por conseguinte, essa paisagem urbana passa a ser utilizada pelo mercado como um produto que pode desenvolver diversas e diferentes leituras pelos seus consumidores. Acrescenta-se ainda que cada maneira de ver e entender essa paisagem urbana caracteriza-se como uma forma de representação. Diante do exposto, não há como negar que a paisagem deve destinar-se primeiramente aos

seus habitantes, estendendo-se aos seus visitantes, e que qualquer política de planejamento do turismo que não contemple esse eixo estará descomprometida.

Cabe aqui ressaltar que no campo das identidades e dos processos sobre identidade, a paisagem desempenha um papel fundamental como componente na fixação das identidades. Nessa perspectiva é que se discute a seguir a identidade cultural, a qual é foco de discussão nesta tese.

2.5 IDENTIDADE CULTURAL

Julgou-se também ser pertinente neste trabalho discutir o tema identidade, uma vez que o mesmo tem mantido alto nível de discussão nos estudos e dominância de debates acerca de tal tema entre os pares que trabalham com esta temática, além de ser o eixo central de discussão da referida tese, que busca verificar qual a identidade cultural de Campo Grande, MS.

Claval (2009) explica que os problemas do mundo contemporâneo estão quase sempre ligados à globalização, à multiplicação dos contatos entre culturas, além das mudanças das territorialidades que resultam dessa dinâmica, por um lado, favorecendo com isso o fortalecimento das identidades, e por outro lado, desfavorecendo, porque os problemas de exclusão aparecem com a crise contemporânea da ideia de sociedade e das identidades.

Por globalização entendem-se aqueles processos que atravessam as fronteiras nacionais, integrando e conectando as comunidades, interconectando o mundo (HALL, 2006).

A globalização ocasiona uma ruptura histórica e geográfica preocupante para a diferenciação dos lugares, a partir dos recursos das telecomunicações, principalmente para aproximá-los num efeito similar de eliminação das distâncias e para cobri-los com os mesmos esquemas econômico-financeiros. O século que findou assinalou a revolução que transformou o mundo num megalugar, onde tudo se repete e se iguala; uma mega cultura ou o longo e inexorável processo de mundialização da cultura (ORTIZ, 1994).

Por mundialização entende-se o processo que leva à uniformização, e portanto, pode ser responsável pelo desaparecimento das diferenças locais

(CLAVAL, 2009). Podendo ser entendida como o processo de aproximação entre homens quotidianamente inseridos em espaços geográficos diferentes.

Ainda sobre a globalização, se por um lado esta também contribuiu para a homogeneização global da cultura, por outro, trouxe um fascínio pela diferença, pelo local e pelo diferente, trazendo com isso a questão identitária no centro de muitos conflitos territoriais da atualidade, Nestes termos, analisar a identidade significa refletir também sobre a diferença, pois elas são indissociáveis (CRUZ, 2007).

Tem-se então, nesse aspecto, um desafio a ser superado, pois o que há de fato é que a globalização trouxe impactos sobre a identidade cultural.

Destarte, Hall (2006) contribui com suas reflexões nesse sentido, quando afirma que as identidades antigas, velhas, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, o que chama de “crise de identidade”. Ainda atribui isso a globalização, explicando que, se a globalização acelerou os processos globais, também encurtou as distâncias, possibilitando que os eventos em um determinado lugar tenham um impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a uma grande distância.

No entanto, o que é importante para argumentar quanto ao impacto da globalização sobre a identidade é que o tempo e o espaço são também as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação (HALL, 2006).

Resistir ao sem-sentido de uma sociedade globalmente mercantilizada e onde tudo é passível de ser transformado em valor comercial leva a buscar uma identidade como uma forma consciente ou não de contraposição ao processo excludente engendrado pela globalização (HAESBAERT, 1999).

Para Hall (2006), há juntamente com o impacto global, um novo interesse pelo local. Em certa medida, a globalização explora a diferenciação local, produzindo simultaneamente novas identificações “globais” e “locais”.

Esse mesmo autor vai ainda além, quando afirma que a globalização caminha em paralelo ao reforço das identidades locais ou à produção de novas identidades, principalmente com a questão da migração.

Sobre a relação identitária do lugar, traz-se para este estudo um conceito antropológico de Augé (1994), onde é cunhada pelo autor a identidade criada pelo indivíduo onde ele nasce, mas, mais do que isso, onde ele vive parte de sua vida, tempo necessário para criar raízes com o lugar e criar sua identidade individual.

Quando se trata da cidade e sua identidade, Corrêa, R. (2005) menciona que a cidade está em um plano cosmopolita, e devido a isso, tende a disseminar múltiplos comportamentos, ideias, estéticas e conhecimentos, possiblitando inúmeras formas de identificação, o que possibilita nesse emaranhado urbano diversas possibilidades identitárias.

Em se tratando de identidade territorial, parte-se do pressuposto de que toda identidade territorial é uma identidade social; todavia, isso não se aplica de maneira contrária, como por exemplo, na questão dos gêneros. Entretanto, afirma-se que não há território sem algum tipo de identificação e valorização simbólica do espaço pelos seus habitantes (HAESBAERT, 1999).

Assim, Claval (2001) traz para a discussão a formação das identidades culturais que ocorrem pela combinação de fatores, como: a vontade de se conformar aos usos de um grupo (pescadores, camponeses, trabalhadores de uma mesma indústria dentre outros), à ideia de uma origem comum, e, aos valores ligados à construção da pessoa em si (autonomia do indivíduo).

Com isso, também se tornou importante levar em conta nesta tese o estudo de Goffman (1988), quando ele comenta que os indivíduos possuem duas identidades: a virtual e a real. Por virtual ele entende o conjunto de exigências que se imputa aos indivíduos e seus papéis sociais em grupos de interação, formalizados como as obrigações e atribuições individuais regidas pela família, pelo trabalho e pelo mundo dos negócios. Já a identidade real, para ele é a que constitui os atributos que realmente o indivíduo possui e que ensejam sua personalidade real, sendo o conjunto de possibilidades culturais, biológicas e psíquicas que totalizam o indivíduo, entendidos como os reais sentimentos, necessidades, prazeres, vontades e gostos individuais.

Neste sentido, Goffman (1988) concebe identidade como um processo reflexivo construído por relações sociais, sendo flexível diante do cotidiano que a rodeia e a constitui e que se estabelece justamente por uma necessidade de afirmação.

Para Claval (2007, p. 201):

> Não é suficiente se reconhecer e se orientar. O explorador quer conservar a memória das terras que descobriu e fazer com que todos a conheçam; para falar dos lugares ou dos ambientes, não há outro meio do que proceder ao batismo da terra e elaborar um vocabulário próprio para qualificar as diferentes facetas do espaço.

Claval (2007) descreve os conceitos reconhecer-se e orientar-se, como sendo: o primeiro seria memorizar imagens concretas, apreensões visuais, sobretudo, às vezes, os odores ou barulhos que permitem saber se já se esteve em tal ou qual lugar; por orientar-se, ele entende o fato de situar lugares num espaço de referência mais amplo e mais abstrato.

Como a construção do “eu” e o vigor dos sentimentos de identidade tornam impossível a adoção de várias atitudes, crenças ou hábitos, as culturas podem coabitar nos mesmos lugares, interpenetrarem-se e cruzarem-se, sem perder suas especificidades (CLAVAL, 2007).

Anteriormente foi citado que os movimentos migratórios tiveram papel fundamental no entendimento de questões ligadas à cultura e, por conseguinte, à identidade. Isto porque a migração remete não apenas à análise individual dos migrantes em busca de suas novas terras e da busca com sua autoafirmação cultural, mas também a construção de grupos e a compreensão das relações sociais que se estabelecem nos lugares de destino dos migrantes, bem como as contradições decorrentes da afirmação da identidade do migrante em lugares já ocupados e territorializados por grupos tradicionais e culturalmente constituídos (SANTOS, R., 2008).

Identidade implica buscar o reconhecimento que acontece frente à alteridade, pois, é no encontro com o ”outro” que se busca a própria identificação (HAESBAERT, 1999).

A migração envolve complexos processos de fixações de valores socioculturais e a causa se dá principalmente pela busca do migrante pelo reconhecimento cultural, sendo considerado absolutamente natural, mas evidencia que ele não busca apenas relações sociais objetivas. Com isso, o migrante se impõe em seu destino, contribuindo para a apresentação e fixação de sua cultura e esse processo nem sempre é harmonioso, e em alguns casos, o uso e apropriações que os grupos sociais migrantes realizam nos lugares têm implicado em invenções de identidades (SANTOS, R., 2008).

Apoiando-se na obra de Haesbaert (1999, p. 184), ele revelou que

> [...] determinados grupos culturais migrantes podem não apenas entrecruzar sua identidade no confronto com outras culturas, mas, também, levar sua territorialidade consigo, tentando reproduzi-la nas áreas para onde se dirigem.

Dessa forma, a migração causa a reconfiguração de identidades entre populações diásporas, e consequentemente ocasiona, em alguns casos, embates de identidades (FELDMAN-BIANCO, 2000). Em contrapartida, a comunidade precisa também estabelecer os vínculos fortemente relacionados ao lugar em que se vive.

Ainda sobre as identidades culturais, alguns teóricos argumentam que a tendência à interdependência global está levando-as ao colapso e, dessa forma, contribuindo para a multiplicidade de estilos.

Nesse sentido, Hall (2006, p. 74, grifo do autor) comenta que:

> Os fluxos culturais, entre as nações, e o consumismo global criam possibilidades de "identidades partilhadas"- como "consumidores" para os mesmos bens, "clientes" para os mesmos serviços, "públicos" para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo. À medida em que as culturas nacionais tornam-se mais expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural.

Para o autor, quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, mais as identidades se tornam desalojadas de tempos, lugares, histórias e tradições específicas, flutuando livremente – isso denomina-se supermercado cultural.

Sobre este propósito das novas identidades, é ainda possível refletir sobre esse indivíduo moderno, que por muitas vezes tem uma identidade transitória. Não é mais um sujeito de identidade estável, compõe-se agora de várias identidades, algumas vezes contraditórias, ou ainda, não resolvidas. Hall (2006) alerta que a identidade totalmente unificada e segura é uma fantasia.

É o espaço urbano que possibilita, ao mesmo tempo, a camuflagem e a evidência de tanta diversidade e para entender essas diversidades identitárias devem-se, por vezes, serem participantes ativos de suas relações internas. Sobre isso, cabe ainda dizer que a identidade, vista de fora, nem sempre é a mesma vista e vivida pelo participante (COSTA; HEIDRICH, 2007).

Acrescenta-se aqui a necessária discussão ao tema identidade no que tange às questões da "Tradição" e "Tradução", assim classificadas por Robins (1991); as identidades que procuram recuperar sua pureza anterior, ele as denomina de Tradição. Já aquelas em que a construção de suas identidades está sujeita ao plano da história, da política, da representação e da diferença, portanto, pouco provável que elas sejam novamente puras, estas são denominadas de Tradução.

Pode-se ainda enfatizar esta questão com o que relata Claval (2007, p. 183): “A emergência de uma identidade cultural é um produto da história e o grupo que daí resulta pode ser um dia questionado e atravessado por novas linhas de cisão.”

E ainda:

> Uma cultura é mais coerente na medida em que os valores que veicula são mais amplamente adotados pela população e definem as estruturas que não podem ser modificadas, sem alterar profundamente o equilíbrio íntimo de cada um e sem comprometer sua honra e sua identidade [...] (CLAVAL, 2007, p. 178).

Uma cultura e sua identidade dificilmente sobrevivem às ameaças do tempo, e a sociedade não escapa à história, isto porque as sociedades humanas são construções culturais com suas raízes mergulhadas na história. Fazer parte da mesma cultura implica, entre tantos outros fatores, compartilhar os mesmos códigos, fazer uso das maneiras de se vestir, correr, sentar, alimentar, dentre outros. Ainda nesse contexto, entra a influência das técnicas de comunicação, onde os povos que fazem uso delas acabam por apresentar muitos traços comuns (CLAVAL, 2007).

Nesse sentido, Claval (2007, p. 109) ainda comenta que:

> Para simplificar, pode-se distinguir dois estilos de relações: aquelas estabelecidas entre parceiros iguais (que esquematicamente pode figurar sobre um plano horizontal) e aquelas ordenadas segundo um sistema hierárquico (sobre um plano vertical).

Em se tratando de objetos socioculturais, estes podem originar dois efeitos em termos de apropriação: efeitos de classe (segmentação) e efeitos de massa (transversalidade). Isto porque existem espaços onde as diferenças individuais são ocultadas (sociedade comum), minimizadas pela imposição de um modo de ser dominante (poder político). A questão fundamental é saber em que contextos a segmentação e a transversalidade atuam com mais intensidade, produzindo ou destruindo “identidades” (SERPA, 2007). E nesse sentido se deu a investigação na pesquisa de campo desta tese, analisando a população comum que pouca ou nenhuma influência teve sobre o desenvolvimento da cidade de Campo Grande e a população de autoridades que influenciaram o desenvolvimento da capital, como seus governantes públicos e o *trade* turístico local. Com esse processo se buscou respostas para a questão da segmentação ou da transversalidade, e isso ocorreu com intuito de produzir ou destruir a identidade local.

A identidade cultural não é algo rígido e engessado, por isso sua constituição não é apenas advinda de heranças, mas ela também envolve escolhas. Dessa forma, o processo de construção das identidades é temporal, espacial e mutável; tratando-se de uma relação, ela nunca é una, mas múltipla (HAESBAERT, 1999).

Diante do exposto, considerou-se ser possível perceber que a identidade representa parte fundamental da experiência das pessoas com um lugar, e sua construção se desdobra nas práticas culturais, religiosas e socioeconômicas, onde cada um desses segmentos serve como meios para se consolidarem os sentidos e significados atribuídos a cada modo de vida (ANDRADE, R., 2008).

Torna-se importante também enfatizar que a compreensão sobre identidade cultural de um povo deve partir da própria cidade, ou seja, da própria comunidade e de sua relação com seus espaços públicos e alguns privados. Ainda nesse contexto acrescenta-se que "[...] todo sujeito social possui a sua identidade fundada no pleito cultural de que é ao mesmo tempo herdeiro e ator." (STACCIARINI, 2008, p. 284).

Segundo Castells (1999, p. 231), a identidade é "[...] o processo de construção do significado com base em um atributo cultural ou ainda em um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual (is) prevalece (m) sobre outras fontes de significado."

Em se tratando de identidade, o ideal é fazer o próprio grupo reconhecer e conseguir encontrar qual é a sua própria identidade, refletindo sobre duas questões: "quem nós somos" e também "em quem nós podemos nos tornar"; desse modo, a construção da identidade tem a ver com "raízes", mas também com "rotas" e "rumos (CRUZ, 2007).

O que se percebe enquanto identidade cultural é que as cidades estão se transformando em chamarizes para captar mais turistas, investimentos e comerciantes.

Novamente, respaldando-se em Haesbaert (1999, p. 186, grifo do autor), tem-se que:

> [...] neste final de século o que parece dominar é a fragmentação identidária, tanto pela atomização individualista quanto pela *"identificação desidentificadora"* da mercantilização, onde todo objeto seduz pelo seu valor no mercado (o que não exclui, é claro, uma enorme carga simbólica *incorporada, por exemplo, via publicidade*).

Para um aprofundamento desta questão apoia-se em Hall (2006), quando afirma que a identidade se forma ao longo do tempo, por ações inconscientes, sempre rodeadas de algo imaginário, portanto, sempre incompleta, pois está sempre em processo, sempre sendo formada.

Hall (2006, p. 39, grifo do autor), nesse sentido, afirma que:

> Assim, em vez de falar de identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de *identificação,* e vê-la como um processo em andamento. A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de *uma falta* de inteireza que é "preenchida" a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por outros.

A forma como essa problemática se inscreve levanta certas questões que fazem parte dela e faz com que este estudo priorize também uma reflexão sobre qual a importância da identidade no processo da atividade turística nos centros urbanos. Cabe ainda refletir se, de fato, isso possui importância significativa para o visitante e para o visitado.

Se a identidade acontece quando o indivíduo se reconhece e a identidade social realiza-se quando vários indivíduos passam a falar da mesma forma, vestir-se da mesma maneira, então, parece oportuno lançar um olhar mais nítido e crítico nesse sentido sobre a população campo-grandense, em busca de respostas identitárias locais. E para isso, busca-se apoio no entendimento da identidade da cidade como sendo um lugar dotado de uma singularidade que a consiga distinguir de outras (CORRÊA, R., 2006).

Castells (1999, p. 22) traz contribuições para os estudos das "identidades", quando compreende que:

> No que diz respeito a atores sociais, entendo por identidade o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(is) prevalece(m) sobre outras fontes de significado. Para um determinado indivíduo ou ainda um ator coletivo, pode haver identidades múltiplas. No entanto, essa pluralidade é fonte de tensão e contradição tanto na auto-representação quanto na ação social. Isso porque é necessário estabelecer a distinção entre a identidade e o que tradicionalmente os sociólogos têm chamado de papéis, e conjuntos de papéis.

Castells (1999) cita entre tantos outros exemplos de identidade, cita os "papéis", como de ser mãe, jogador de basquete ou ainda, sindicalista. Por sua vez, entende por identidades a constituição de fontes de significado para os próprios

atores, por eles originadas, e construídas por meio de um processo de individuação. Argumenta ainda que as identidades também podem ser formadas a partir de instituições dominantes e isso ocorre quando há uma internacionalização dos atores sociais.

Ainda sobre identidades e papéis, Castells (1999) explica que identidades organizam significados, enquanto papéis organizam funções.

Dessa maneira, existe a identidade individual e a coletiva, e para o estudo da identidade cultural da cidade de Campo Grande foi levada em conta a identidade coletiva de sua população.

Para melhor compreensão de identidade coletiva cita-se:

> [...] quem constrói a identidade coletiva, e para quê essa identidade é construída, são em grande medida os determinantes do conteúdo simbólico dessa identidade, bem como de seu significado para aqueles que com ela se identificam ou dela se excluem. Uma vez que a construção social da identidade sempre ocorre em um contexto marcado por relações de poder. (CASTELLS, 1999, p. 23-24).

Ainda nesse contexto de identidade coletiva, trazem-se ainda as três formas e origens de construção de identidade de acordo com Castells (1999):

a) Identidade legitimadora: as instituições dominantes a introduzem no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais;
b) Identidade de residência: criada por atores que se encontram em posições não privilegiadas;
c) Identidade de projeto: ocorre quando os atores sociais utilizam-se de qualquer tipo de material cultural que esteja ao seu alcance e constroem uma nova identidade.

Certas cidades exercem a função de transformação cultural por intermédio de quatro grupos sociais presentes nelas, sendo eles: 1 – os empresários; 2 – os imigrantes; 3 – pessoas diretamente vinculadas às atividades culturais, *stricto sensu*; e 4 – turistas nacionais e internacionais. Essas quatro categorias são articuladas entre si e em razão desta interação e somada à mídia, é estabelecido um ambiente próprio para transformar as cidades globais em lugares centrais da cultura, onde são produzidas – *cultural commodities*, sempre renovadas (HANNERZ, 1996).

Nessa perspectiva, toda relação de poder espacialmente mediada é também produtora de identidade, pois controla, distingue, separa e, ao separar, de alguma forma nomeia e classifica os grupos (HAESBAERT, 2004).

Para tanto, o papel da cultura neste processo é ímpar:

> A identidade de uma cidade, vista como lugar dotado de uma singularidade que o distingue dos outros, pode ser de modo marcante o resultado de uma construção intelectual, derivada de tradição étnica cujos traços são permanentemente recriados. Essa identidade cultural do lugar, reconhecida tanto interna quanto externamente (Relph, 1976, [em *Place and Placelessness*]), expressa-se em vários aspectos relativos à sua organização social, política e espacial. No entanto, pode ser objeto de contestação, por meio de práticas políticas que introduzem novos significados ao lugar, criando um confronto identitário (CORRÊA, R., 2006, p. 148).

Dessa forma, as cidades globais da cultura e seus espaços são complexas; essas possuem focos de reinterpretação de significados e formas simbólicas, além, certamente, dessa transformação estar inserida no processo de acumulação de capital, sendo uma de suas atividades – a econômica, além da social, cultural, ambiental (HANNERZ, 2006).

Nesse processo também é importante validar as contribuições de Menezes (2002, p. 59) quando afirma que: “Valor cultural e valor econômico não se contradizem e não se excluem. O conflito grave ocorre entre a lógica do mercado e a lógica cultural.”

Analisar a existência de uma cultura que possua uma identidade cultural é algo complexo ao ponto de surgir o seguinte questionamento: É possível uma sociedade viver sob uma não identidade? E sobre múltiplas identidades?

Sobre esse aspecto Eagleton (1995) compreende que a identidade, nesse sentido, estaria ao serviço da não identidade; mas, contudo, sem tal identidade, nenhuma verdadeira “não-identidade” poderia ser conseguida, referindo-se à possibilidade de desidentificação nas identidades, entendendo que se não existe uma identidade, consequentemente não existe uma não-identidade.

Diante do exposto, percebe-se a complexidade mencionada anteriormente sobre a questão das identidades; enquanto objeto de pesquisa desta tese, a população campo-grandense não possui uma identidade específica evidenciada, pois, de acordo com o resultado das entrevistas realizadas por esta pesquisa não se pode afirmar que os campo-grandenses possuem ou não uma identidade única; o

que se pode afirmar é que tal população não se reconhece sob uma identidade única.

Tudo isso implica em perceber que alinhados à questão da identidade cultural se fez necessário realizar estudos sobre a função do termo “lugar”, na perspectiva de esclarecer sua importância, bem como, seu papel na construção da identidade campo-grandense.

2.6 EM DISCUSSÃO A TEMÁTICA DO LUGAR

Neste momento da pesquisa discorrer-se á sobre o conceito de lugar e se definirá qual será adotado por esta tese, para que se tenha uma melhor compreensão do tema em discussão.

Na Geografia, o termo “lugar” constitui-se em um dos seus conceitos – chave, e apesar das inúmeras reflexões sobre tal conceito, este ainda é o menos desenvolvido neste campo do saber geográfico (ANDRADE, A., 2006). Ressalta-se, que a discussão de lugar na Geografia refere-se a questões que envolvem, sobretudo, uma dimensão mais subjetiva do espaço (HAESBAERT, 2006). Ainda para esse autor, a discussão de lugar na Geografia, possui menos tradição do que a de paisagem.

As ações proporcionam uma forma, um lugar, e a ideia de lugar “[...] consiste da extensão do acontecer homogêneo ou do acontecer solidário, a partir de duas construções: a configuração territorial e a norma, mesmo que efêmera [...]” (SANTOS, M., 1994, p. 36).

O lugar deve ser entendido como toda a sociedade, constituindo-se de fatos e situações que definem o cotidiano. Quanto mais inserido na mundialidade, mais apartado da história ele se torna, isso ocorre, sobretudo, porque quanto menos o lugar representar sua especificidade, mais distante estará de sua própria história. Afirmação esta que aponta o risco de os lugares buscarem o simulacro (a cópia imperfeita) e o quão é importante valorizar as especificidades locais.

Ainda nesse sentido, é válido fazer uma discussão sobre “lugar” de acordo com alguns autores, iniciando-se por Santos (1994), que considera o lugar a oportunidade do evento, esse ao transformar-se em espaço, mesmo não perdendo suas marcas de origem, ganhará características locais. Portanto, é possível o lugar

construir uma história das ações que seja diferente dos projetos dos atores homogênicos podendo ao mesmo tempo ser deformante e deformado. Dessa foma, entende-se que esse é o grande papel do lugar na produção da História e apontá-lo é a grande tarefa dos geógrafos neste fim de século.

Para Damiani (2005, p. 6), “[...] a vida cotidiana, o lugar do simples e do sórdido, é, simultaneamente, o lugar e no tempo em que o humano se realiza [...]”.

Existem duas formas de o local se definir: de dentro ou de fora; no primeiro caso ele utiliza sua própria identidade, já no de fora ele deixa de possuir um caráter próprio, apropriando-se de imagens e especificidades de outros locais aos quais não corresponde a identidade local (GOMES, C., 2003).

Os lugares são ligados pela informação e acabam tendo um papel fundamental no espaço, como se eles fossem desamarrar o “nó” existente na sociedade, por conta das desigualdades neles vivenciadas.

Mas, o primordial sobre lugar é entender o todo e o particular como uma totalidade dialética e passível de transformação, uma vez que as particularidades do lugar é que o totalizam à condição de lugar, dando-lhe uma imagem própria.

O significado e a importância dos lugares variam por diversos fatores, tais como a: história, as condições existentes no momento da internalização e o jogo de relações que se estabelecem entre os objetos que chegam e os que já existem. É o conjunto de objetos que contribui para que os resultados sejam diferentes, particulares, segundo os lugares.

A pesquisa de Santos, M. (1997) confirma o acima exposto, explicando que os elementos que se agrupam dando a configuração espacial de um lugar têm que passar por um estudo aprofundado, desde o homem até as instituições que vão dirigir, juntamente com as formas de materialização da sociedade.

Focando para a discussão de lugar, buscou-se em Carlos (1996, p. 29) o conceito que mais se aproxima dos interesses aqui propostos, definindo-o como:

> [...] produção das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano do vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade, posto que é aí que o homem se reconhece porque é o lugar da vida.

Para Carlos (1996), um lugar se define como o centro da reprodução da vida e pode ser entendido pela tríade habitante – identidade – lugar. Desse modo, pode-se tratar do lugar da moradia, do trabalho, do lazer e do sagrado.

Não menos importante para esta tese é o conceito trazido por Tuan (1983) de que o espaço é mais abstrato do que lugar, e que o que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que seja melhor conhecido e dotado de valor. O mesmo autor acrescenta que os lugares, assim como os objetos, são núcleos de valor, e só podem ser totalmente apreendidos através de uma experiência total englobando relações íntimas, próprias do residente *(insider),* e relações externas, próprias do turista *(outsider).* O lugar torna-se realidade, portanto, a partir da nossa familiaridade com o espaço, não necessitando, entretanto, de ser definido através de uma imagem precisa, limitada.

No que tange a um lugar pesquisado, é possível dizer que a cultura reside naquilo que é apreendido, transmitido, transformado e reinventado pelas pessoas ao longo da vida, sobretudo individualmente, e desse modo não se manifesta da mesma maneira em todos os indivíduos e não desempenha o mesmo papel. Os modos de vida são permeados por conteúdos culturais agrupados em um conjunto de valores, ritos, códigos e regras (ANDRADE, R., 2008).

O estudo dos lugares pode ser considerado como sítios de experiências humanas, individuais ou coletivas, experiências essas que se traduzem por valores sempre particulares (OLANDA, 2008).

Ainda sobre lugar apresentam-se outros diferentes conceitos adotados por diversos autores, como o do antropólogo Augé (1994), que entende o lugar como construção concreta e simbólica do espaço e possuidor de três características comuns: identitárias, relacionais e históricas.

Em meio ao estudo de lugar, cabe trazer os estudos relacionados aos espaços percebidos, concebidos e vividos, primeiramente os estudos feitos por Shields[3] (1999 *apud* SAHR*,* 2007, p. 69, grifo do autor):

> Para ele o espaço percebido é vivenciado imediatamente e, às vezes, até fica sem interpretação cognitiva. Forma-se parcialmente contra as vontades dos moradores, baseado em linguagens impostas pelo próprio capitalismo (por exemplo, as linguagens da quantificação, do trabalho organizado e disciplinado, da equalização da diversidade cultural, da semiose exagerada e do consumismo, etc.). O ‘espaço percebido’ é, desta forma, a representação de um mundo semiótico que, em grande parte, tem efeitos alienadores sobre os habitantes. O ‘espaço concebido’ é, neste contexto, o espaço onde são produzidos sistemas semióticos e representações (idealistas) por grupos hegemônicos da sociedade, como engenheiros, arquitetos, planejadores, políticos, empresários e outros. Frente à dialética

[3] SHIELDS, R. *Lefebvre, love and struggle*: Spatial dialectics**.** New York: Routledge, 1999.

> entre o espaço percebido (parcialmente alienador) e o ‘espaço concebido’, o ‘espaço vivido’ representa uma linha de fuga, um espaço utópico – agenciador, ‘imaginado’ conforme tradução de Harvey (1992, p. 201), no qual se encontra a função conscientizadora e um grande potencial de resistência. Trata-se de um tipo de espaço onde os moradores podem desenvolver uma linguagem não – alienadora (analítica ou não) que os permitem exprimir e viver os seus verdadeiros anseios.

Holzer (1999, p. 161) afirma que “[...] para quem o espaço vivido é o acúmulo e depósito de história, este entende-se pelo produto da prática entre indivíduos e da realidade material com a qual nos confrontamos.”

Por fim, o espaço vivido é um espaço em movimento, totalizando objetos e lugares que são de um grupo ou indivíduo (BONNEMAISON, 2002).

O fundamental é a existência de uma relação dialética entre o espaço vivido, concebido e percebido, porque se verifica que ora se impõe o espaço concebido, entendido como o domínio, ora se impõe o espaço vivido enquanto apropriação na construção de identidades e, portanto, de lugares (CRUZ, 2007).

Para Lefebvre (1986), o espaço concebido prima pela hegemonia, caracterizando-o como o espaço dominante de uma sociedade; este ainda é um espaço abstrato, sem corpo, sem temporalidade, sem o espaço da vida, negando toda e qualquer diferença da natureza, como sexo, idade, etnia.

Ainda para esse autor, o espaço vivido é o espaço da representação, assentado nos espaços da representação, construídos predominantemente no e pelo espaço diferencial através de sua apropriação simbólica.

Podendo o espaço ser analisado e concebido por essas diferentes formas, percebido, concebido e vivido, é que ele também pode possuir diferentes significados, transformando-o em lugar ou ainda em um não-lugar. Salienta-se que para esta tese, julgou-se pertinente a discussão apenas de lugar.

Entende-se que à medida que o lugar e a consciência que se tem dele mesmo voltarem-se para sua afirmação cultural – que não existem sem as afirmações política e econômica, eles, os lugares, poderão ter alguns padrões regionais personalizados (YÁZIGI, 2002). A verdade é que há uma acirrada corrida turística de concorrência entre os lugares, o que em parte desfavorece os lugares, sobretudo os turísticos a não levarem em conta as singularidades regionais e locais. Acabam preocupando-se mais, arrisca-se a dizer, tão somente com a questão econômica, e acabam ficando todos com a mesma paisagem, com pouco ou sem diferencial turístico e dessa forma, sem a representação de um lugar.

Para tanto, compreende-se lugar em duas grandes acepções, a fim de facilitar seu entendimento. O primeiro seria na perspectiva da Geografia Humanística: por certo, o lugar só é lugar pela própria existência do indivíduo, logo é humanística. Esta perspectiva humanística é a que melhor se encaixa nos interesses desta pesquisa. O segundo se refere ao lugar do ponto de vista do simples espaço físico, portanto, está mais para paisagem e não vem ao encontro dos interesses pesquisados nesta tese.

Ainda nesse sentido Cosgrove (1999, p. 22) comenta que "[...] o sentido de lugar e a experiência de paisagem são nitidamente temporais, constituídos tanto de lembranças e anseios como do espaço geográfico absoluto."

Ressalta-se também aqui que a memória é tanto social quanto individual e essa constituição social e individual é muito importante para a constituição de um lugar e da identidade desse. A relação do lugar com a identidade é estreita, pois, sempre se reporta a um determinado lugar em referência aos múltiplos vetores da identidade (CASTRO, M. G., 2000).

Isso demonstra que a questão social ainda é um dos principais problemas no turismo, pois, normalmente uma minoria da comunidade local faz uso dos benefícios que o turismo traz para uma localidade e, pior que isso, acaba por conhecer apenas os malefícios ocasionados por esta atividade, que ainda ocasiona uma desconstrução da identidade local em prol de um apego maior – o econômico.

O que parece ser bastante difícil para os gestores públicos e privados do turismo entenderem é que o cotidiano dos lugares, ainda que muito simples e pouco inóspito é sempre mais representativo do que as exceções, e ainda oportunizam o entendimento de uma determinada realidade (YÁZIGI, 2001).

Nesse contexto, cabe ainda ressaltar que não é pela aparência que se intitula um lugar; para tal, é preciso investigar sua história e sua relação com os espaços a sua volta; o que poderá vir a caracterizá-lo como um ou outro será o valor cultural que este representa para a população local.

Mesmo não sendo a aparência que vai torná-lo um lugar, acreditou-se ser necessário estabelecer uma discussão sobre imagens turísticas no contexto desta tese, mais especialmente as urbanas, por se tratar da identidade cultural e imagem turística projetada da cidade de Campo Grande. Isto ocorre por entender-se que os lugares são divulgados, vendidos e conhecidos principalmente pelas imagens que

são divulgadas. Nesse sentido, faz-se, nesse momento da pesquisa, o início da discussão sobre cidades: imagens turísticas projetadas e marcas urbanas.

2.7 CIDADES: IMAGENS TURÍSTICAS PROJETADAS E MARCAS URBANAS

Por este subtópico, enfatizar a discussão sobre as imagens turísticas projetadas e marcas urbanas, considerou-se apropriado fazer inicialmente uma discussão sobre o significado de cidade, mais especialmente cidade mercadoria, assim designada por Sánchez, F. (2010). Tal discussão se justifica por se entender que as imagens turísticas são criadas dentro e para essas cidades mercadorias, fazendo uso da cultura local, assim sendo, posteriormente a essa discussão preliminar sobre cidade, será possível discutir tais imagens turísticas projetadas e as marcas urbanas, levando à comercialização das cidades, por meio delas.

No mundo atual, o espaço urbano passa a ser carregado de novos significados, gerados pelo processo de globalização da sociedade e da economia, assumindo grande importância, já que a natureza se transforma, em seu todo, numa forma produtiva e contribui para as especializações dadas ao espaço, onde cada lugar recebe um novo papel, ganhando um novo valor (SANTOS, M., 1997).

As cidades em geral são cenários físicos, complexos e integrados, com imagens por vezes bem definidas, mas que, enquanto espaços, interagem com a sociedade, assumindo também um papel social.

Portanto, uma cidade é um trabalho objetivado, materializado, que aparece através da relação entre o construído (casas, ruas, avenidas, estradas, edificações, praças) e o não construído (o natural) de um lado, e do movimento, de outro lado, tanto no que se refere ao deslocamento de homens e mercadorias bem como ao que diz respeito às marcas que representam momentos históricos diferentes produzidos na articulação entre o novo e o velho (CARLOS, 1994).

> A cidade é a mediação entre as mediações. Contendo a ordem próxima, ela a mantém; sustenta relações de produção e de propriedade; é o local de sua produção. Contida na ordem distante, ela se sustenta; encana-a; projeta-a sobre um terreno (o lugar) e sobre um plano, o plano da vida imediata; a cidade inscreve esta ordem, preserva-a, escreve-a, texto num contexto mais amplo e inapreensível como tal e não ser para a meditação. (LEFEBVRE, 2001, p. 46).

Dessa maneira, entende-se que a cidade tem uma história, além de ser obra de uma história, isso é, de pessoas e de grupos que realizam essa obra de acordo com as condições históricas (LEFEBVRE, 2001).

Nesta lógica, entende-se a grande cidade capitalista como o lugar onde o homem realiza a forma mais concreta de alterações no espaço geográfico. Não é sem pretensão que as grandes cidades tornaram-se, nas últimas décadas, grandes objetos de estudo, tanto empíricos quanto conceituais. As cidades transformaram-se em importantes elementos da reprodução do capital, pois é nelas que ocorrem com mais intensidade as trocas de bens, serviços e informações, o que faz com que a paisagem natural se modifique a cada dia, conforme os diferentes interesses dos agentes sociais, e do capital como os dos citadinos e dos governos municipal e estadual que nelas atuam direta e indiretamente.

A complexidade das ações dos agentes sociais inclui mudanças na produção espacial das cidades, proporcionando deterioração de algumas áreas, renovação urbana, relocação diferenciada da infraestrutura e mudança, coerciva ou não, do conteúdo social e econômico de determinadas áreas. Porém, mesmo com alterações constantes na paisagem, o espaço urbano, apesar de se manter fragmentado, consegue se articular entre si por intermédio das ações do homem.

A cidade pode ser analisada por diferentes formas, e uma delas é a cultural, que ganhou maior destaque no campo científico a partir da década de 1960. “E a cultura resulta da capacidade de os seres humanos se comunicarem entre si por meio de símbolos [...]” (WAGNER; MIKESELL, 2003, p. 28).

Uma cidade é um mundo de representações. Por meio das pessoas que nela vivem, possui vida e constitui uma identidade que lhe é própria.

A reestruturação do espaço mundial está relacionada ao padrão das cidades, e mesmo possuindo suas singularidades políticas, culturais e urbanísticas, as cidades vêm sendo “vendidas” em sua grande maioria, de modo semelhante. Tal semelhança pode ser verificada nas imagens por meio das quais são promovidos determinados projetos de cidade, pelos poderes público e privado.

As novas formas de ação sobre as cidades vêm criando os “espaços de renovação”, cada vez mais homogêneos, semelhantes entre tantos outros de diversas outras cidades. Criticamente se faz uma leitura negativa dessa homogeneização, uma vez que se entende que o diferente, o singular torna-se mais

atraente aos olhos do visitante e/ou turista. Refere-se nesse momento, à própria cidade enquanto mercadoria, um movimento de maior intensificação a partir de 1990 (SÁNCHEZ, F., 2010).

Assim posto, julga-se pertinente, a partir deste momento, discutir-se a temática da imagem e nesse sentido concorda-se com Claval (2008) quando menciona que a comunicação tem um papel central na vida social por permitir a transmissão de cultura de gerações em gerações, proporcionando acesso às informações que lhe são necessárias no momento de tomada de decisão e por meio dela faz emergir em cada um fortes emoções.

Uma das formas de realização dessa comunicação é a imagem, mas a *priori,* já se faz necessário enfatizar que toda imagem possui uma história (NEIVA JÚNIOR, 2002).

A imagem possui perante a Geografia um papel fundamental, assim como para o Turismo, e tem em um primeiro momento o sentido de transmitir informações sobre os espaços desvendados e uma forma de comunicação e representação do espaço físico mensurável ou do espaço vivido subjetivo (KOZEL, 2007).

O que tem parecido bastante evidente nesses últimos anos é o apelo visual e a publicidade turística fazendo da exploração da imagem seu grande atrativo e ainda, a publicidade turística tem levado ao turista/consumidor “o que ver” e, sobretudo, “como ver”, o que se apresenta como preocupação a ponto de parecer que o turismo está sendo embalado como mera mercadoria tangível, quando na verdade, o turista deve ter o direito de selecionar, com a ajuda de sua cultura e de seus próprios interesses os aspectos da cidade que ele se propõe a conhecer (FERRARA, 2002).

A esse respeito contribui Sánchez, F. (2010, p. 504), comentando que:

> Como construção social a produção da imagem da cidade está intrinsecamente ligada a representações de valores. Encontra-se, portanto, subordinada à visão de mundo daqueles atores que se impõem nos processos de produção do espaço e que são, ao mesmo tempo, aqueles que ocupam posição privilegiada para enunciar uma intenção de cidade.

A construção de imagens e do marketing de cidades é tratada como parte dos processos políticos e culturais dinâmicos que devem ser apreendidos na compreensão da comercialização das cidades enquanto mercadorias.

O apelo visual caracteriza o sistema cultural do tempo vigente, e a publicidade turística explora a imagem, fazendo dela um grande atrativo.

Observa-se que a mídia turística descreve lugares, bens e comunidades sob o ponto de vista dos gestores públicos e privados, que determinam o que é “importante” e deve ser destacado e o que “não interessa” e deve ser obliterado. Uma seleção e combinação de imagens emblemáticas, que nem sempre consideram a história e a identidade local, tornam-se, por vezes, um espetáculo de imagens sem significado e que nem sempre representam o que o turista gostaria de conhecer sobre aquela cidade.

Sánchez, F. (2010), a esse respeito, manifesta-se mencionando que as cidades passam a ser vendidas dentro das políticas do Estado, que, no atual estágio do regime de acumulação capitalista, procura cumprir com uma agenda estratégica de transformações exigidas para inserção econômica das cidades nos fluxos globais. Prossegue ainda afirmando que não basta renovar as cidades, é preciso vendê-las, e ao fazê-lo, vende-se a imagem da cidade renovada.

Colocar as cidades no mapa de mídia do mundo passou a ser uma meta recorrente dos governos locais, concentrando na cidade-mercadoria a possibilidade de arrecadação de divisas econômicas. No Brasil, podem-se citar as cidades do Rio de Janeiro no Estado do Rio de Janeiro, Curitiba capital do Paraná e Bonito no Mato Grosso do Sul, as quais procuram se manter na mídia global com esforços de seus governantes locais para atrair divisas oriundas especialmente da atividade turística.

Cunha-se do entendimento de que como a maioria das demais cidades brasileiras, as três cidades acima citadas possuem problemas de infraestrutura, saneamento, segurança, saúde e educação, entre outros, os quais interferem na qualidade da atividade turística comercializada. Porém, seus gestores, ao divulgá-las para a atividade turística, focam em suas belezas, sobretudo as naturais, e com isso apresentam ao turista, por intermédio do marketing turístico, uma cidade praticamente perfeita.

A mídia turística caracteriza-se por uma linguagem descritiva e adjetivada, introduzindo a espetacularização, utilizando-se de uma dinâmica criada para realçar aspectos que correspondam às expectativas dos turistas, e consequentemente, gerar lucros.

Em se tratando de cidade turística, a imagem é característica do produto turístico e determinante no processo de decisão de compra do consumidor. Para tanto, as imagens projetadas para diferentes públicos devem ter o cuidado de ter um

planejamento estratégico elaborado de tal maneira que não venham a ser distorcidas e que passem para as pessoas, realmente, sua verdadeira identidade.

A população local pode vir a identificar e divulgar uma imagem que não existe, ou que não seja a mais apropriada. Isso se dá pelo envolvimento dela com a cidade, não se dando a oportunidade de analisar a cidade sem interferências comerciais. Para Corrêa, R. (2006), isso é resultado do homem na sociedade capitalista e o homem-peça da cidade-máquina, máquina de fazer réplicas, fato esse ocorrido nos últimos anos sobre as cidades que desenvolvem a atividade turística. Segundo esse autor, é fato também que as réplicas nem sempre agradam aos olhos, aos desejos e sonhos de quem as compra – os turistas, o que acaba contribuindo para a insatisfação dos mesmos em relação ao visitado, porque o que realmente atrai os turistas é o inusitado, as especificidades de cada cidade.

Ainda sobre a questão das cidades réplicas, Sauer (2004) menciona que toda paisagem tem uma individualidade, bem como uma relação com outras paisagens; dessa forma, explica-se que aquelas cidades que buscam suas construções pautadas nas semelhanças de outras cidades, dificilmente conseguiram se tornar uma réplica exata da outra cidade, pois, não basta copiar as paisagens, também se faz necessária uma relação entre elas.

Neste momento, cabe o questionamento feito por Neiva Júnior (2002, p. 69): “O objetivo da imagem publicitária seria simplesmente vender um produto?”.

A esse respeito entende-se que o objetivo da imagem publicitária é o de vender um produto, mas, principalmente, buscar representar por meio da imagem publicitária sua história.

A globalização da cultura oportunizou *creole culture*, conceito que envolve a diversidade, interconectividade e inovação, gerando inovações mercantilizadas. A globalização cultural tem duas vertentes: uma é a de reforçar algumas características locais e a outra consiste em diluir determinadas características.

Em termos de marketing turístico, pode-se afirmar que o consumidor, durante o seu processo de decisão de compra, irá avaliar o produto a partir de informações que ele adquiriu nos variados processos de conhecimento como, por exemplo, pela leitura de folhetaria, por meio de anúncios publicitários, artigos de reportagens, entre outros (BIGNAMI, 2002).

No que concerne à promoção turística, buscou-se Yázigi (2001), quando afirma que a atividade turística não é só publicidade, mas, sobretudo constituída em longo prazo pela sua história e pela sua cultura. Isso significa que para alcançar resultados satisfatórios no turismo, não é suficiente uma campanha promocional ou publicitária apenas. Para o autor é necessário compreender que o marketing é uma forma de gestão de recursos voltada para o mercado, cuja função principal é direcionar as decisões estratégicas para a satisfação das necessidades de consumo. Porém, nem o marketing nem a promoção devem substituir o amplo processo de políticas estratégicas do Estado, essas sim, capazes de gerar eficientes resultados para a Nação.

Acredita-se que para as cidades que desenvolvem a atividade turística, o mais próximo do ideal é que seus gestores e planejadores, principalmente os ligados ao setor público do turismo, devem ter como meta cuidar para não confundir o olhar dos turistas/espectadores, e sim, efetivar um planejamento turístico, sobretudo no setor de marketing, que simultaneamente não iluda o olhar e a inteligência do público alvo.

Dessa forma, parece oportuno fazer uma associação entre dois autores que abordam o conceito de *city* marketing: o primeiro seria Sánchez, J. (1994), que entende esse conceito como um mecanismo institucional de promoção e vendas das cidades. Ressalta-se, nesse momento, que o *city* marketing nem sempre leva em consideração as singularidades de uma determinada cidade; considera, sobretudo, as atividades urbanas que possuam mais proximidade com a demanda de clientes-alvo para a cidade.

Destaca-se ainda, segundo os estudos realizados por Sánchez, F. (2010), que o *city* marketing consiste na manipulação de padrões comportamentais de públicos seletos, por exemplo, os públicos de cada segmentação turística, como turistas de negócios, turistas da melhor idade, entre outros, de modo a interferir nas decisões locacionais das empresas, nas decisões de consumo ou nas decisões relativas a destinos de viagem. Assim, alguns autores se referem à necessidade de adequar a cidade enquanto “mercadoria” aos diversos possíveis mercados, como por exemplo: o mercado cultural, o mercado de turismo de negócios e o mercado financeiro internacional, entre outros.

Para Scherer (2002), que assim se manifesta sobre *city* marketing, mencionando que existem duas vertentes de reflexão e de práticas urbanísticas para o planejamento turístico: uma seria o *city* marketing – que acaba produzindo a caracterização da cidade-espetáculo, que se propõe como instrumento eficiente na competição interurbana pela captação de capitais de toda ordem. Já a segunda, seria a vertente da especificidade. Esta é a que busca entender a paisagem urbanística incorporada mais incisivamente em suas especificidades locais; não busca transformar a cidade numa marca, mas, fazer do cotidiano de seus habitantes o ponto de partida para o planejamento. E é esta segunda vertente que se acredita ser o melhor caminho, com várias alternativas para a economia do turismo, sem esquecer a importância cultural para o seu desenvolvimento; é neste sentido que esta pesquisa trabalhou incisivamente.

Mas, julga-se necessário ressaltar que o setor turístico, assim como os demais setores de uma cidade, tais como transporte, educação, saúde e todos os demais, mesmo com planejamento, dificilmente conseguem funcionar perfeitamente. Sendo assim, a atividade turística pode vir a causar danos para a cidade receptora, porém, para esta tese, trabalhou-se com o entendimento de que o planejamento dessa atividade deve ser o mais próximo do ideal possível, para que se gere o menor número de impactos negativos possíveis.

Esclarece-se ainda que não foi objetivo desta tese analisar os impactos causados pela atividade turística nos núcleos receptores; trabalhou-se especialmente com a cidade de Campo Grande, a qual já desenvolve a atividade turística e dessa maneira, buscou-se apenas analisar a imagem turística projetada desse núcleo receptor e sua devida relação com a identidade cultural.

Na América Latina em geral, e no Brasil em particular, o planejamento estratégico e o marketing de cidades têm sido os melhores instrumentos para lidar com as questões provocadas pelo movimento de globalização da economia. (SÁNCHEZ, F., 2010).

Ressalta-se que as cidades ao serem vendidas como mercadorias quando não focam sua imagem turística projetada na especificidade, acabam por produzir uma semelhança, ou ainda, uma repetição de imagens entre elas, e com isto, entende-se que, nesses casos, não está sendo trabalhada a especificidade das “cidades mercadorias” e sim a padronização e homogeneização, conforme já citado

anteriormente. Na verdade, é o específico que deve se tornar uma mercadoria, por representar uma característica particular local, consequentemente um lugar e por fim, possuindo maiores chances de ser atraente para o mercado consumidor.

Os crescentes deslocamentos, bem como a comunicação nas sociedades cosmopolitas, trazem à tona a necessidade de identidade e, aparentemente, isso não tem ocorrido com tanta frequência na população campo-grandense, conforme será demonstrado mais adiante nesta tese.

Trabalhar focando a identidade cultural de uma cidade seria uma das maneiras ideais para atrair um público turístico, e, além disso, haveria grandes possibilidades de satisfazer o turista apresentando a ele a especificidade da cidade.

É por isso, que se pode afirmar que a imagem turística projetada não deve se distanciar muito da realidade local. Em outras palavras, quanto melhor o produto, ou seja, quanto mais próximo de sua especificidade, mais atraente pode vir a se tornar a cidade. Além disto, uma imagem construída sem bases sólidas poderá captar clientes infiéis que, com o tempo, irão influenciar negativamente os clientes em potencial. Ainda, a imagem é o que, em termos de marketing, vem a refletir o posicionamento adotado para um produto, ou seja, é aquela idéia que se tem de um produto que o diferencia de outro.

A esse respeito, Yázigi (2001) acrescenta aqui a necessária relação com a “marca urbana” que é a identidade de uma cidade; é ela que redefine as relações entre as pessoas, grupos, lugares, coisas, porém historicamente ela está muito mais voltada à ideologia, remetendo à ambiguidade. A questão do tempo colabora para o esquecimento de algumas ações que contribuíram para a construção identitária da cidade, prevalecendo o campo econômico como fator de maior importância.

A problemática se estabelece na medida em que emergem cidades que desempenham o papel de transformação cultural, pois, a cultura é dinâmica, mas o problema está em construir novas marcas urbanas destoadas da especificidade, constituindo dessa maneira, outras cidades, alterando o mapa cultural e contribuindo para que essas cidades fiquem sem suas “reais marcas urbanas focadas na especificidade”.

As cidades parecem estar em um concurso, disputando quem chega mais próximo da imitação perfeita. Num determinado momento, talvez isso resolva em termos de número de turistas recebidos e divisas deixadas no receptivo, mas com o

passar do tempo, com a diversidade de destinos turísticos cada vez maior, os turistas optarão por aquelas que se destacarem por suas especificidades e que ultrapassarem a barreira até então considerada única – a econômica, e passar a considerar em termos de planejamento turístico outros setores e suas devidas interligações como o social, cultural, ambiental, além do econômico.

Em dado momento a imagem urbana representa uma cidade e a ela soma-se a percepção, dela busca-se extrair informações capazes de formar uma imagem representativa, agregada de valores que variam de acordo com o percepto. As imagens urbanas despertam percepções dos citadinos, bem como dos visitantes. A diferença se estabelece, principalmente, nas informações e conteúdos que marcam a rotina desses citadinos, levando-os à agregação de diversos e diferentes significados sobre uma determinada imagem, a qual para o turista certamente terá uma outra conotação, visto que ele ao observá-la poderá vir a considerá-la nua, por não possuir informação alguma sobre tal (FERRARA, 1993).

As representações sobre a natureza e o espaço socialmente construído incluem inúmeras figuras de linguagem. Os estudos sobre as cidades também estão impregnados de metáforas, metonímias e sinédoques, revelando que cidade pode ser interpretada como um texto (CORRÊA, R., 2006). Para o autor, uma cidade pode ser interpretada, interpretando-se, porém, a história de seu povo, de sua construção, apresentando suas raízes.

As imagens, sob a análise geográfica, podem estar centradas em dois focos: identidade e poder. Face aos modernos meios eletrônicos de comunicação, que instantânea e simultaneamente produzem imagens impregnadas de intenções, estas imagens criadas têm papel fundamental na criação e permanência de algumas paisagens urbanas, substituindo e ainda atribuindo alguns valores às imagens. (CORRÊA, R., 2005). Isso porque, as sociedades contemporâneas, onde a globalização contribui para a desordem das formas tradicionais de comunidades e também para as modernas de identidade, colocam-nas em crise. Isso se dá principalmente porque as mais recentes, pode-se assim dizer, precisam ser afirmadas e já as mais tradicionais se impõem pela sua presença ou pelos símbolos que contribuem para sua representação nos espaços públicos. Diante deste jogo da globalização, então é possível explicar o porquê dos afrontamentos culturais.

Quando o assunto é imagem utilizada para o marketing turístico, nesse estudo, especialmente no foco do turismo urbano, há de se ter uma atenção bastante especial na seleção das imagens a serem utilizadas. Acima, foi mencionado que a imagem possui uma história, porém no momento da visualização das imagens turisticas, em princípio, o espectador/ turista sabe apenas o que está sendo visto, portanto, a imagem imediata, enquanto que a história a qual ela possui, não consegue chegar até o turista juntamente com a imagem, salvo exceções. Assim sendo, Neiva Júnior (2002, p. 61) afirma que "[...] a história é irrelevante porque a fotografia se propõe como uma experiência radical do momento [...]".

A esse respeito Lefebvre (1986) contribui ao explicar que a imagem da cidade, vendida e comprada como coisa, esconde o que ela incorpora e dissimula como as relações sociais, bem como a forma como se dão essas relações.

Deve-se levar em consideração que vender uma cidade implica, imprescindivelmente, na adoção de diretrizes estimuladoras da competitividade urbana dos quais o planejamento estratégico, junto à construção de imagens de marca e ao marketing da cidade emergem como os mais significativos (SÁNCHEZ, F., 2010).

Tornar as cidades competitivas implica, especialmente, em renovação da infraestrutura física, a qual tenha ficado sob encargo do Estado, em especial, com a modernização dos sistemas de comunicação e mobilidade. Contudo, na constituição de novos mercados, não basta renovar os espaços das cidades, é preciso, juntamente com a renovação urbana, vender apropriadamente uma cidade; daí a importância de estratégias e instrumentos voltados para tal objetivo: o *city* marketing e o planejamento estratégico, cuja importância já foi devidamente apontada acima. Com efeito, as campanhas de promoção das cidades são uma das partes de abrangentes processos de reestruturação que compreendem a renovação de infraestruturas de mobilidade e de telecomunicações, tais como: a renovação de áreas para fins residenciais e de lazer, o incentivo ao crescimento de atividades de serviços, a promoção do turismo, o desenvolvimento de atrações culturais, a realização de convenções e de grandes eventos esportivos, culturais ou de negócios e todas essas aqui apresentadas são iniciativas baseadas no consumo do espaço (SÁNCHEZ, F., 2010).

O outros fatores insistentemente utilizados por parte dos governos locais como peças fundamentais das estratégias de marketing de uma cidade, são: a qualidade de vida, localização estratégica, infraestrutura e potencial de consumo na cidade e na região (SÁNCHEZ, F., 2010).

Destaca-se que o crescimento do mercado de turismo evidencia um dos aspectos mais tangíveis do processo de mercantilização das cidades. Isto se dá, sobretudo, porque nas políticas de promoção de turismo, as cidades são, cada vez mais, sinônimo de mercadoria reconhecidamente vendável. A produção de imagem de uma cidade ganha uma dimensão econômica estratégica para assegurar uma posição competitiva da mesma na divisão do consumo turístico (SÁNCHEZ, F., 2010).

A autora ainda chama a atenção para a questão de que a produção e a difusão de imagens turísticas projetadas envolvem a seleção de partes da realidade urbana e a construção de uma linguagem publicitária própria e assim estas imagens procuram demonstrar uma cidade quase perfeita.

De acordo com o acima citado, Sánchez, F. (2010) apresenta dois exemplos específicos: o primeiro seria a cidade de Barcelona na Espanha, onde a referida autora verificou que a política de turismo fomenta uma imagem de metrópole atraente devido a sua qualidade de vida, além de localização estratégica e qualidade na infraestrutura da cidade. O segundo exemplo, é o caso da cidade de Curitiba, capital do Paraná – Brasil, em que destaca os espaços e serviços urbanos da cidade planejada, os parques e áreas verdes e atrações culturais, procurando demonstrar como viver no espaço urbano com qualidade de vida.

As questões acima citadas se dão, principalmente, porque os gestores públicos e privados das cidades turísticas estariam sendo insensatos nos volumes gastos com produção e veiculação de anúncios se estes não trouxessem um retorno de capital para a cidade (NEIVA JÚNIOR, 2002).

Porém, ao mesmo tempo, a imagem publicitária ilustra algo mais do que um produto e é sustentada pelo sucesso ou não que a imagem atinge, pois, na publicidade a imagem é obrigatória, uma vez que quase não há anúncios sem figuração (NEIVA JÚNIOR, 2002).

Abordando a questão da imagem turística, faz-se necessária a devida relação com a fotografia, uma vez que esta também se torna imagem, mesmo que

de propriedade particular, mas acaba sendo divulgada pelos turistas a possíveis clientes potenciais, até porque, não se pode omitir o fato de que uma das funções da fotografia é a de confirmar a imagem que ela apresenta. Assim sendo, o turista, ao conhecer o lugar que a imagem projetada, seja por meio do material publicitário ou ainda de fotografias que apresentam e vendem o lugar, passará a conhecer mais sobre aquele lugar, a ponto de já conseguir julgar se tal imagem é fidedgna ou não de sua representação.

> A imagem publicitária não se dirige simplesmente aos objetos. A publicidade envolve a mercadoria e é por ela envolvida, a ponto de indiferenciação mútua: a imagem publicitária é o produto e este é organizado por sua imagem publicitária. A publicidade é uma antecipação sinalizada de trocas econômicas. A imagem clama por nossa atenção para que, então, moeda e mercadorias possam circular. (NEIVA JÚNIOR, 2002, p. 70).

Ainda nesse sentido, o autor enfatiza que as imagens que atingem o grande público se caracterizam por seguir um modelo fotográfico: isso resulta em imagens padronizadas, com poucas variações e fascinam por serem expressões puras de uma técnica.

Dessa forma, é possível a “mercadoria cidade”, produto aparentemente terminado e traduzido em imagem urbana, pronta para entrar em circuitos e fluxos de informação e comunicação internacional, não permitindo identificar como se deu sua construção, de forma que sua história aparece velada e sua gênese esquecida e nesse processo, cidades qualitativamente distintas podem se tornar equivalentes ou semelhantes em suas imagens de marca, no modo como são promovidas no mercado (SÁNCHEZ, F., 2010).

Isso ocorre, principalmente, porque no mercado de cidades o diferente é tornado igual, porque os projetos de cidade e os modelos de desenvolvimento construídos pelos governos locais junto a agentes privados com interesses localizados parecem guardar, de fato, semelhanças significativas.

As cidades são reinventadas numa solução sedutora que pressione a cultura urbana em direção principalmente do presente ao imediato, em muitos casos desvalorizando a história e a cultura da cidade. Dessa forma, algumas cidades são pastiches de uma ideia de cidade, com data de validade, tornando-se descartáveis (SÁNCHEZ, F., 2010).

O mercado de turismo tem fortes imbricações com o mercado de cidades, e apoiado nessa relação, constrói suas segmentações e grupos-alvo no mercado, como o turismo urbano (SÁNCHEZ, F., 2010).

De acordo com a mesma autora, identifica-se ainda que a promoção da cidade como destino turístico implica criar produtos e serviços que permitam diferentes escolhas, de acordo com as demandas de cada um dos segmentos de visitantes-consumidores.

Diante do exposto, esta tese se estrutura na afirmação de que o que deve ser atrativo ao turista é o diferente, sendo esse, resultado de uma história, por certo, produto representativo de uma cultura que se fortalece em sua identidade cultural e, dessa forma, cria uma marca urbana.

Retomando a discussão sobre marca urbana e fundamentando-se em Sánchez, F. (2010, p. 455), a qual apresenta que o desenho da marca de uma cidade, também representa

> [...] uma afirmação política da hegemonia do pensamento e da ação sobre as cidades, contra a qual alguns sujeitos coletivos e movimentos se afirmam, no tempo e no espaço, a desafiar a aparente inexorabilidade dos cenários que aponta.

Chama-se a atenção, ainda, para o fato de que o poder político por meio da mídia parece exercer um crescente domímio sobre a vida coletiva das cidades, dificultando os canais de debate entre público e privado, que vem transformando as paisagens urbanas.

Considera-se que uma das bases para a reconversão das políticas urbanas contemporâneas está no encontro entre cultura e economia e nesse encontro é construído o campo favorável para a cidade-espetáculo. Já se prenunciava que a cultura seria a fomentadora do turismo nas cidades enquanto destino turístico, trata-se a cultura como parte decisiva do mundo dos negócios, considerando-a como grande negócio (SÁNCHEZ, F., 2010).

Em se tratando de imagem de destinos turísticos urbanos, há de se enfatizar que o sucesso do marketing deve estar associado a boas práticas de desenvolvimento urbano a longo prazo. Com isso, compactua-se com Beni (2002), entendendo que o turismo é um sistema, e que para o sucesso de seu funcionamento toda a cidade deve funcionar como uma engrenagem.

Desta forma, uma cidade funcionando de maneira ideal em todos os setores ou em grande parte deles, servirá por si só de imagem turística e assim sendo fará uso de sua própria singularidade para a formação de sua imagem turística projetada e, por conseguinte, de sua marca urbana.

Sobre o mencionado acima, esclarece-se que isso se torna relativamente mais fácil naquelas cidades que não dependem unicamente do turismo como gerador de renda e emprego, isso porque nas cidades em que o turismo se torna atividade econômica principal, mesmo na alta temporada sendo um sucesso enquanto núcleo receptor, enfrentará vários problemas na baixa temporada, como por exemplo, dificuldade de renda para a população local que depende exclusivamente do turismo como gerador de emprego e renda.

Certamente, a imagem é o elemento que, em termos de marketing, irá servir para criar um vínculo entre o público e o produto. A imagem, em termos de marketing, vem refletir o posicionamento adotado para um produto, ou seja, é a ideia que se tem de um produto que o diferencia de outro. Dessa forma, ressalta-se a importância das cidades turísticas serem comercializadas sobretudo por sua identidade.

Não é de interesse para esta tese recompor a história das imagens turísticas projetadas de Campo Grande e sim, a de mostrar a ação do passado e do presente nas representações que estão sob o olhar do turista na cidade, divulgadas por intermédio dos prospectos turísticos no âmbito municipal.

O urbano pode ser estudado por diversas dimensões e a dimensão cultural é uma delas, e é por essa razão que esta pesquisa buscou encontrar respostas, por intermédio da representação social da população campo-grandense e do entendimento dela na construção de sua identidade cultural e na construção das imagens turísticas projetadas da cidade de Campo Grande.

Dando continuidade a esta tese, o capítulo seguinte tratará, mais especialmente sobre o seu objeto de estudo, a população da cidade de Campo Grande, procurando dar subsídios para entendimento da identidade cultural e imagem turística projetada desta cidade.

3 CONTEXTUALIZANDO CAMPO GRANDE, SOB O VIÉS GEOGRÁFICO E TURÍSTICO

Este capítulo tratará sobre os dados gerais do município de Campo Grande, sua história, seus marcos urbanos, suas imagens turísticas projetadas pela municipalidade e ainda apresentará seus atrativos turísticos, com o propósito de fornecer subsídios para maior conhecimento sobre a história da construção da cidade que, consequentemente, resultou na cultura campo-grandense, objeto de estudo da tese em proposição.

3.1 DADOS GERAIS SOBRE O MUNICÍPIO

A área de estudo desta tese é a cidade de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, localizada na região Centro-Oeste do Brasil (FIGURA 1).

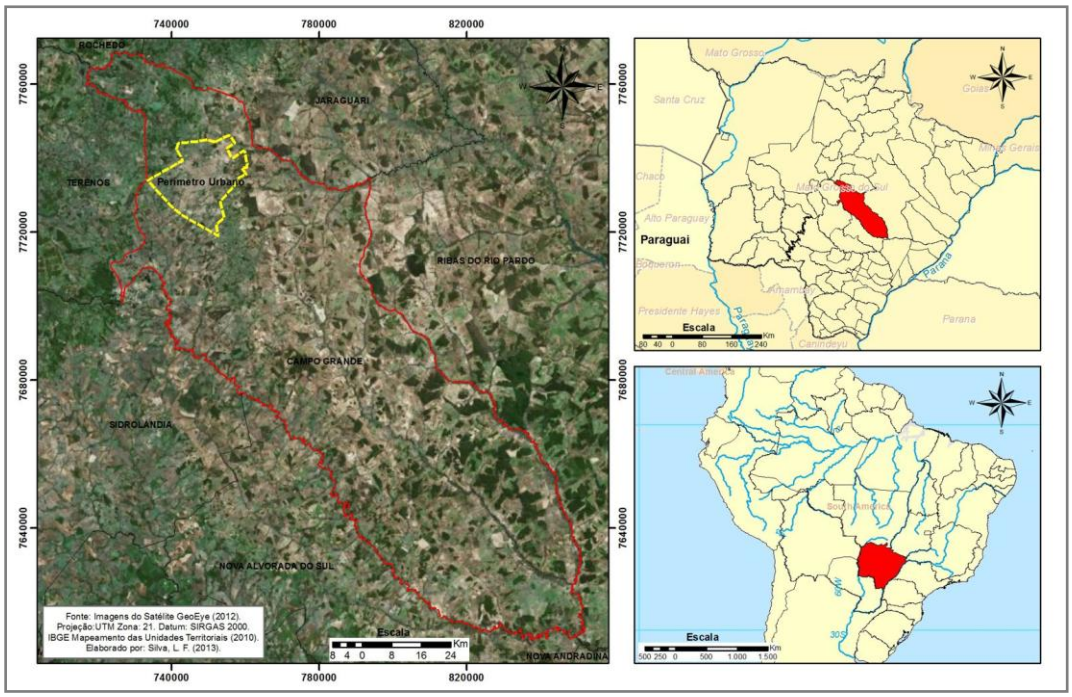


FIGURA 1 - LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DO MUNICÍPIO DE CAMPO GRANDE, MS
FONTE: IMAGEM DO SATÉLITE GEOEYE, 2012

De acordo com Ayres (2009), o município de Campo Grande está localizado no Planalto Sedimentar do Paraná, além de ter proximidade com o divisor de águas das Bacias do Paraná e Paraguai. Segundo o autor, suas altitudes variam entre 500 a 675 metros no Planalto da Serra de Maracaju, entre o Ribeirão do Lontra e os rios Anhanduí e Botas.

Seu território é delimitado pelas latitudes de 20° e 13’ Norte: 21º e 34’ Sul e, as longitudes de 53° 36’15” Leste e, 54° 38 47” Oeste, limitando-se com os municípios de Jaraguari, Rochedo, Terenos, Sidrolândia, Nova Alvorada do Sul e Ribas do Rio Pardo (SALGADO, 2001).

O Rio Anhanduí nasce da confluência dos córregos Prosa e Segredo, que em seus percursos recebem outros cursos de água e passam a constituir o principal afluente do Rio Pardo, sendo que parte de seu curso separa o município de Campo Grande dos municípios de Sidrolândia e de Nova Alvorada do Sul; os córregos Lageado e Guariroba são abastecedores de água para a população campo-grandense (CAMPO GRANDE, 2002a).

De acordo com a Lei Complementar Municipal n. 94, de 6 de outubro de 2006, que institui o Plano Diretor de Campo Grande, os distritos de Anhanduí e Rochedinho – que fazem parte do município – passaram a ser considerados como regiões urbanas para fins de planejamento.

Atualmente Campo Grande possui uma área total de 8.092,951 km^2, uma área urbana de 154,45 km^2, e ocupa 2,26% da área total do Estado (CAMPO GRANDE, 2012a).

Segundo o Censo Demográfico 2010, Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, é um município com 786.797 mil habitantes, localizado geograficamente na porção central do Estado; destes, 776.242 mil são habitantes urbanos (IBGE, 2011).

Portanto, a taxa de urbanização em Campo Grande é de 98,66% e a taxa média geométrica de crescimento anual da população é de 1,72% (CAMPO GRANDE, 2012a).

Ainda de acordo com a classificação do Censo 2010, Campo Grande enquadra-se como uma cidade grande, pois possui mais de 500 mil habitantes (IBGE, 2012a). Destaca-se ainda que, no Estado de Mato Grosso do Sul, é a única cidade que atinge essa classificação.

Em termos geológicos, o município de Campo Grande é abrangido pelas formações Serra Geral e Botucatu do Grupo São Bento, e Caiuá do Grupo Bauru. (CAMPO GRANDE, 2012a). Os solos são: Latossolo Vermelho Escuro, Latossolo Roxo, Areias Quartzosas, além da presença em pequena extensão de solos Litólicos (CAMPO GRANDE, 2012a).

O relevo é levemente ondulado, de forma tabular, localizado entre as bacias dos rios Paraná e Paraguai (CAMPO GRANDE, 1998a).

O sítio natural onde surgiu a cidade possui grande influência na configuração atual da cidade, pois foi o grande facilitador da ocupação espraiada da cidade, tendo em vista suas características praticamente planas, com suaves ondulações e baixa declividade, permitindo o crescimento da cidade em todas as direções (CAMPO GRANDE, 2012a).

A cidade de Campo Grande localiza-se na zona neotropical pertencente aos domínios da região fitogeográfica do cerrado, constituindo-se em um conjunto de formas de vegetação que se apresenta segundo um gradiente de biomassa, diretamente relacionado à fertilidade do solo, sendo suas principais fisionomias: Campo Limpo, Campo Sujo, Cerrado, Cerradão, além da presença da Floresta Aluvial (mata ciliar) e áreas de Tensão Ecológica representada pelo contato Cerrado/Floresta Estacional Semidecidual e áreas das formações antrópicas utilizadas para agropecuária (CAMPO GRANDE, 2012a).

A cobertura vegetal remanescente identificada para o ano de 2007 somou 168.113 hectares dos 810.000 hectares do território municipal, correspondendo a 20,7% de sua área (CAMPO GRANDE, 2012a).

> Nas cidades, as árvores contribuem para a qualidade de vida das pessoas, além de constituírem-se em elementos de beleza, elas são elementos integrantes e essenciais no planejamento de uma cidade. Absorvem ruídos, atenuam o calor do Sol, produzem sombra e abrandam enchentes. Agem sobre o lado físico e psicológico do homem, favorecendo a paz e a alegria. Abrigam e alimentam espécies variadas, tais como: aves e insetos. Estes fatores são primordiais para uma preocupação constante de todo cidadão para o meio onde vive (CAMPO GRANDE, 1998a, p. 51).

Nesse sentido a cidade de Campo Grande é privilegiada pela sua vegetação que contribui para dar à capital um aspecto de cidade interiorana, por ser possível encontrar em seu espaço urbano animais da fauna silvestre, como capivaras, araras, entre outros.

No que se refere ao clima da cidade, Campo Grande possui clima tropical úmido, apresentando duas estações bem definidas: um verão com temperaturas altas e chuvoso, e um inverno sem chuvas com temperaturas amenas (CAMPO GRANDE, 2012a).

O predomínio dos ventos em Campo Grande é na direção leste, superior a 30%, existindo também uma frequência bastante significativa na direção norte e nordeste, sendo que nas outras direções os ventos ocorrem com menor intensidade (CAMPO GRANDE, 2012a).

Atualmente a cidade de Campo Grande está dividida em sete regiões, seis delas com denominação de cursos d'água que contam a história da cidade: Segredo, Prosa, Bandeira, Anhanduizinho, Lagoa e Imbirussu. Na região urbana do centro está a confluência dos córregos Prosa e Segredo, com importantes referências históricas em suas imediações (ARQUIVO HISTÓRICO DE CAMPO GRANDE [ARCA], 2011).

Pode-se considerar que a cidade possui uma localização estratégica em relação ao Mercado Comum do Sul e aos grandes centros consumidores do país.

3.2 CAMPO GRANDE E SEU TERRITÓRIO

Em se tratando da criação do município de Campo Grande, a Guerra da Tríplice Aliança contribuiu para a intensificação de migrações para o sul do Estado de Mato Grosso, sobretudo porque os egressos do conflito, especialmente os oficiais militares, informaram o governo imperial da necessidade de ocupação no sul de Mato Grosso (atual Mato Grosso do Sul), o que garantiria a posse desse território (WEINGARTNER, 2005).

O fato acima descrito possivelmente foi um dos motivos que contribuíram para a vinda de uma pequena caravana comandada pelo mineiro José Antônio Pereira[4], com seus dois filhos Joaquim e Antônio Luís e mais quatro agregados, em março de 1872, que partiu de Minas Gerais, mais precisamente de Monte Alegre no

[4] A história escrita e a municipalidade de Campo Grande fazem menção ao fundador da cidade pelo nome de José Antônio Pereira, porém, encontrou-se um documento de cartório, com a assinatura dele da seguinte maneira: Joze Antonio Pereira, conforme se verifica no Anexo A. Esclarece-se que esta tese fará uso do nome de José Antônio Pereira.

Triângulo Mineiro, trilhando os caminhos deixados pelos soldados que combateram a invasão do território brasileiro na Guerra do Paraguai (WEINGARTNER, 1995). Ainda de acordo com a autora, atravessaram o rio Paranaíba, entrando no sul de Mato Grosso e passando por Sant'Ana do Parnaíba e pelo Rio Sucuriú, transpondo os cerradões do Rio Pardo e acampando nas terras onduladas da Serra de Maracaju.

José Antônio Pereira encontrou nesta região o poconeano João Nepomuceno e algumas famílias camapuanas fixadas ao longo do córrego Prosa, onde cultivavam suas roças (WEINGARTNER, 1995). A autora relata ainda que José Antônio Pereira, ao constatar a fertilidade do solo, a amenidade do clima, a existência de boas pastagens e a boa aguada, convenceu-se em não prosseguir viagem e ali fixar-se, iniciando uma roça.

Por volta de 1873 foi necessário José Antônio Pereira regressar à terra natal e durante sua ausência João Nepomuceno permaneceu como guardião de sua roça; porém, sem informações e desesperançado pela demora do retorno de seu companheiro José decidiu, com a chegada de outro mineiro Manuel Vieira de Souza, negociar a transferência da posse, mas ressaltou os direitos de posse de José Antônio Pereira (WEINGARTNER, 1995).

Em fevereiro de 1875 José Antônio Pereira veio definitivamente, acompanhado de sua esposa Maria Cândida de Oliveira, de seus filhos Antônio Luís, Joaquim Antônio, Francisca Presciliana, Constança, Ana, Rita, Maria, de três tutelados e ainda das famílias de João Pereira Martins, Antônio Ferreira, Joaquim Olivério de Souza, Manoel Gonçalves Martins e mais algumas outras pessoas, aproximadamente sessenta e dois companheiros, providos de onze carros mineiros partidos de Monte Alegre, Minas Gerais (WEINGARTNER, 1995).

Ainda para essa autora, o assentamento original da localidade ocorreu às margens dos atuais córregos Prosa e Segredo e em seguida a sua chegada José Antônio Pereira se entendeu com Manuel Vieira de Souza e se juntaram para organizar a ocupação da vila.

Julga-se necessário ressaltar que a história oral admite que José Antônio Pereira não foi o primeiro desbravador a instalar moradia na confluência dos córregos Prosa e Segredo; ela aponta também a existência de uma comunidade negra, no Cascudo, que atualmente é o Bairro São Francisco, contemporânea à

chegada dos primeiros desbravadores descendentes dos portugueses (WEINGARTNER, 1995).

Porém essa história oral também reconhece que José Antônio Pereira[5] influenciou nos primeiros tempos a sistematização da ocupação do povoado, dirigiu e orientou as demarcações das posses, procurando harmonizar os interesses daqueles que pretendiam se fixar no lugarejo (WEINGARTNER, 1995).

> Entre as demarcações efetivadas por José Antônio Pereira destacam-se: fazenda Bom Jardim, reservada para si, fazenda Bandeira, para seu filho Joaquim Antonio; fazenda Lageado para Manuel Vieira de Souza; fazenda três Barras para seus genros, Antonio e Manoel Gonçalves; e fazenda Bálsamo, legada a seu filho Antonio Luiz (WEINGARTNER, 1995, p. 5).

Desta maneira, o fundador, após haver traçado os limites do povoado, denominou-o Arraial de Santo Antônio do Campo Grande, em homenagem ao santo de sua devoção (BRASIL, T., 2005). Em 1879 José Antônio Pereira, o fundador, ergue a primeira igreja do arraial, a qual passou por reformas e, por imposição de arruamentos, foi demolida em 1909 para dar lugar à outra, de alvenaria, construída em 1930 em nova localização, passando a ser conhecida a partir de então como Santo Antônio do Campo Grande (ARCA, 2002a). O autor afirma ainda que esta edificação, por apresentar problemas estruturais, foi demolida no final da década de 1970 e que em 1989 foi inaugurada a atual Igreja Santo Antônio, em moderno complexo arquitetônico que apresenta, além da nave central, outros espaços destinados a atividades da comunidade religiosa e, em visita a Campo Grande, o Papa João Paulo II consagrou o templo como Catedral de Nossa Senhora da Abadia (FIGURA 2). Essa Paróquia atualmente faz parte do roteiro turístico apresentado pelo *city tour.*

---

[5] José Antônio Pereira morreu em 11 de janeiro de 1900, meses depois do Município de Campo Grande ser criado.

FIGURA 2 - PARÓQUIA SANTO ANTÔNIO/CATEDRAL NOSSA SENHORA DA ABADIA, REPRESENTA A PRIMEIRA IGREJA DE CAMPO GRANDE, MS

FONTE: CAMPO GRANDE (2006)

Diferente do que aconteceu com a maioria das grandes cidades brasileiras, Campo Grande não nasceu se aglutinando ao redor de uma igreja: os primeiros moradores foram construindo seus ranchos um ao lado do outro, formando assim a primeira rua (OLIVEIRA NETO; SOUZA, 2001). Para os autores a vontade da população do pequeno povoado em dispor de seus ranchos com um mínimo de simetria, diferenciava-os da forma tradicional como os portugueses foram construindo as cidades no Brasil colônia.

Em 1866, Joaquim Silvério Ornellas, natural do município de Miranda, MS, proprietário de vastas terras na região sul de Mato Grosso, com cerca de 1.000.000 hectares, constituído pelas fazendas São João do Varadouro e Lageado, cujas áreas contíguas abrangiam desde Miranda até atingir a região do Anhanduy, atualmente Campo Grande, tendo reconhecido em José Antônio Pereira a legitimidade de sua ação povoadora e por ser devoto de Santo Antônio, Ornellas resolveu fazer a doação das terras para o povoado (RIBEIRO, 1993).

O governo da província do Mato Grosso, através da Lei Provincial n. 792, de 23 de novembro de 1889, criou no município de Nioaque o Distrito da Paz de Campo Grande (WEINGARTNER, 1995).

Posteriormente denominado Campo Grande, o município foi criado no dia 26 de agosto de 1899, pela Lei Estadual n. 225, enquadrado na categoria de município em 1902 (SALGADO, 2001). O município possuía uma área superior a 100.000 km^2, abrangendo os atuais municípios de Rio Brilhante, Nova Alvorada do Sul,

Bataguassu, Ribas do Rio Pardo, Rochedo, Terenos, Sidrolândia, Jaraguari e Camapuã (CAMPO GRANDE, 2012a).

A cidade foi planejada em meio a uma vasta área verde, com ruas e avenidas largas. Relativamente arborizada e com diversos jardins por entre as suas vias, ainda possui forte relação com a cultura indígena e suas raízes históricas.

Suas ruas ainda sem calçamento, no inverno lançavam uma poeira avermelhada, e por causa da cor de sua terra (roxa ou vermelha), Campo Grande também ficou conhecida por Cidade Morena (CABRAL, 1999).

O lugarejo tinha uma localização geográfica privilegiada e essa prerrogativa se dava por ser um lugar central equidistante das fronteiras ao norte, ao sul, ao leste e ao oeste da imensa província de Mato Grosso, ficava num entroncamento, o que propiciou que o lugar fosse usado como ponto de parada e de reunião do gado comprado nas fazendas das redondezas e até mesmo do Pantanal, e posteriormente fosse vendido aos boiadeiros mineiros e paulistas (OLIVEIRA NETO; SOUZA, 2001).

Os autores complementam que essa grande circulação de gado e solo fértil nessa região contribuiu como argumentação, por parte da intendência, da necessidade de elaboração de uma planta para a cidade.

A partir de 1902 efetivou-se todo um processo normativo, o qual seguiu o modelo de transformações ocorridas nos centros urbanos mundiais, materializado na elaboração do Código de Posturas de 1905, promulgado pela Câmara Municipal e nos projetos de planificação urbana, a exemplo do apresentado em 1909 pelo engenheiro Nilo Javari Barém, aprovado pela Câmara do município em 18 de junho daquele ano (BENJAMIN, 1985; BRESCIANI, 1985; OLIVEIRA NETO, 2005).

A respeito desse primeiro projeto de planificação urbana informa Oliveira Neto (2005, p. 31-32):

> Em 1909, sob encomenda da Prefeitura, o engenheiro Nilo Javari Barém desenhou a primeira planta da cidade. Era, na verdade, um projeto de expansão urbana, caracterizado, principalmente, por projetar ruas e calçadas bastante largas e retilíneas, formando um tabuleiro de xadrez, num quadrilátero de nove logradouros no sentido leste-oeste e outros cinco no sentido norte-sul. Ficava bastante clara a intenção do projeto, de facilitar o trânsito de pessoas, animais e veículos, encampando as preocupações burguesas e incorporando as novas preocupações urbanísticas.

A implantação da planta de 1909 foi a primeira intervenção estatal no espaço urbano de Campo Grande; esta tinha como preocupação principal facilitar a

circulação de pessoas e veículos e o arejamento e a sanitarização do lugar (OLIVEIRA NETO; SOUZA, 2001).

Nessa ocasião a principal avenida da cidade denominava-se Marechal Hermes e a primeira via pública na margem do Córrego Prosa, a Rua Velha, tinha o nome de Afonso Pena. A mudança do nome da Rua Marechal Hermes e da Avenida Afonso Pena ocorreu no dia 18 de janeiro de 1916, após ser aprovado o projeto do vereador Francisco Vidal, que sugeriu o nome de Afonso Pena para a avenida central da então vila; dessa forma pretendia-se homenagear o Presidente Afonso Pena, que aprovou o traçado definitivo da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil (EFNOB), e que beneficiou a cidade de Campo Grande, e a Rua Velha ficou denominada Rua 26 de Agosto (MACHADO, P., 1990).

Em 1911, a cidade foi elevada à categoria de sede de comarca (COSTA, 1999). A planta da cidade, em forma de xadrez, modelo utilizado em grande parte do mundo, sofreu ao longo dos anos ligeiras modificações com incorporações de novos bairros, vilas e loteamentos, que respeitam, entretanto, os prolongamentos das artérias principais, sendo que, na periferia, porém, houve certa ocupação desordenada.

Nesse mesmo período, chegaram a Campo Grande os trabalhadores encarregados da construção da EFNOB, registrando-se a primeira viagem oficial do trem, vindo de Porto Esperança, estação próxima de Corumbá, no ano de 1914 (COSTA, 1999). Para este autor, a inauguração da Estrada de Ferro acentuou ainda mais o fluxo migratório na cidade.

A decisão da inclusão de Campo Grande no trajeto da ferrovia construída e inaugurada em 14 de outubro de 1914, e o aumento do comércio de gado naquele período, provocado pela ligação com São Paulo, foram importantes para que a necessidade de uma ordenação no crescimento da então vila fosse cada vez mais premente.

Faz-se importante ainda ressaltar outros fatores, como o fortalecimento do capital monopolista paulista que buscava a sua expansão através da incorporação do território mato-grossense ao seu mercado e ainda as ações geopolíticas do governo central do Brasil na busca da consolidação do Estado Republicano (OLIVEIRA NETO, 2005).

Cunha (1975), ao escrever sobre EFNOB, preocupava-se exclusivamente com a questão econômica trazida pela construção de uma ferrovia que ligava os dois oceanos a partir do Porto de Santos. Para esse autor, a estrada de ferro ligava o centro econômico do Brasil à fronteira com a Bolívia, sendo esta a contraposição brasileira à linha transcontinental com origem no porto de Buenos Aires, ao mesmo tempo em que abriria para a economia brasileira possibilidades para a absorção de novos mercados, tanto no Paraguai quanto na Bolívia.

Alves (1984) aponta novas possibilidades para as versões econômicas e estratégicas dos motivos que levaram à construção da EFNOB. Havia a imposição pelo imperialismo de uma nova divisão regional do trabalho para Mato Grosso que passou a lhe determinar o papel de produtor de gado em pé para o mercado de São Paulo, em substituição à produção de charque para exportação.

Diante do exposto é possível observar visões bastante distintas sobre os motivos que levaram à construção da EFNOB, mas não é objetivo desta tese o aprofundamento neste tema, ressalta-se apenas que em 1908, com a definição da cidade de Corumbá às margens do rio Paraguai, na divisa com a Bolívia, como ponto final da ferrovia, a construção da EFNOB passou a ter objetivos econômicos mais evidentes (OLIVEIRA NETO, 2005).

A ferrovia provocou ainda o afluxo de imigrantes e migrantes, sendo que entre estes últimos estão os funcionários da EFNOB (WEINGARTNER, 1995). Eles vieram para atender os diferentes serviços, e de acordo com os interesses da EFNOB alguns funcionários permaneceram definitivamente na cidade e outros foram remanejados. Ainda de acordo com essa autora, esse intercâmbio permitiu constante renovação de ideias, porque esses funcionários se envolveram com a vida socioeconômica e política da cidade e do Estado.

Destaca-se que no início do século XX Campo Grande era apenas uma pequena vila de uma única rua, que tinha no gado vacum a sua principal atividade comercial (OLIVEIRA NETO, 2005). De acordo com o mesmo autor, Campo Grande na época era uma pequena produtora de charque para exportação e uma grande beneficiária do comércio de gado em pé. Ainda para o autor acima citado, naquele momento ainda era o porto de Corumbá a origem da maior parte das mercadorias que chegavam até o comércio campo-grandense e era também para aquele porto que se destinava todo o charque produzido na região. O autor conclui que foi num

contexto de incremento da economia local e de mudanças sociais provocadas pelo aumento do comércio de gado e pela incorporação de novas ideias que o trem chegou em 1914 a Campo Grande.

Foi o incremento da exportação de gado, via ferrovia, que contribuiu para o crescimento do rebanho e da renda dos fazendeiros, o que consequentemente levou ao favorecimento e aumento de casas comerciais, como hotéis, bares e restaurantes, e ainda os espaços de lazer passaram a ser mais valorizados (ARCA, 2011).

Yonamine (2004) é bastante categórico ao afirmar que, diante de uma perspectiva histórica, a cidade de Campo Grande inevitavelmente nasceria ou por motivo da chegada do trem ou até mesmo antes dela, porque seu sítio estava no meio do caminho dos bandeirantes, das monções que subiam os rios da Bacia do Pardo, ou ainda porque a Guerra do Paraguai inviabilizava a ocupação de muitos sítios em outras regiões, expulsando muita gente de suas casas. Ou até mesmo surgeria depois, porque os gaúchos que estavam viajando para o norte do país, com o saturamento da atividade agrícola nos pampas sulistas teriam grandes possibilidades de parar no sítio das vacarias, se estivesse disponível e não na região de São Gabriel, Rondônia e outros mais isolados, mais ao norte, como ocorreu mais tarde.

Outro fato ainda que contribuiu para a aceleração urbana de Campo Grande foi a crise que rodeava as plantações de café na região de São Gabriel, como o alto custo para exportação, falta de incentivos e do apoio ao cafeicultor, falta de armazéns para guardar a colheita e por fim o transporte rodoviário e as estradas de rodagem que eram deficitários para transportar o café até a estação de trem mais próxima (WEINGARTNER, 2005).

Os fatos acima citados consequentemente encareciam a produção cafeeira e outras, como o arroz, o feijão e amendoim, fazendo com que o produtor vendesse sua safra agrícola nas localidades mais próximas e na cidade de Campo Grande (WEINGARTNER, 2005).

Concomitante a essas mudanças no sul do Estado de Mato Grosso, atual Mato Grosso do Sul, no contexto nacional acelerava-se o processo de urbanização e com isso surgiam os problemas sociais, como desemprego, baixos salários, falta de infraestrutura social e básica. Campo Grande e demais cidades sul-mato-grossenses

viviam essas dificuldades que, somadas às crises do campo, aumentavam as reclamações contra o governo de Cuiabá, e esse, por sua vez, não atendia tais reclamações (WEINGARTNER, 2005).

A falta de investimento no sul de Mato Grosso atrasava o desenvolvimento local e contribuía para a campanha divisionista, ou seja, os sul-mato-grossenses desde 1889 lutavam por sua emancipação (WEINGARTNER, 2005).

Segundo esse autor, muitos dos fazendeiros da antiga região de Camapuã residiam em Campo Grande e acompanhavam atentamente os acontecimentos econômicos e políticos locais, estaduais e nacionais.

Weingartner (1995) afirma que, após a ferrovia, Campo Grande, gradativamente, centraliza no sul de Mato Grosso as principais atividades econômicas e políticas. Assim, Campo Grande propicia outra condição, além da de entreposto comercial: a de polo irradiador de ideias, isso porque sua localização facilitava à ferrovia o atendimento a seus objetivos econômicos e estratégicos. Foi quando então a EFNOB passou a atender seus objetivos, estabelecendo em Campo Grande uma Diretoria Regional, que abrangeria todo o sul de Mato Grosso. A autora destaca ainda que concomitante a esse fato, o governo federal transferiu de Corumbá para Campo Grande o comando da Circunscrição Militar; com isso Campo Grande assumiu em Mato Grosso o *status* de Capital Militar.

Com a regularização das viagens ferroviárias, Campo Grande além de ser capital econômica do sul de Mato Grosso, passou a ser o principal entreposto comercial da região (WEINGARTNER, 2005). Esta autora ainda relata que entre tantas vantagens trazidas pela ferrovia à cidade de Campo Grande, ela ainda propiciou a transferência do eixo econômico Cuiabá – Corumbá, que via Rio Paraguai era ligado à economia platina, para o eixo econômico Campo Grande – São Paulo, liderado pela incipiente economia paulista.

Desta forma, após a EFNOB, Corumbá perde para Campo Grande sua condição de liderança econômica e política no sul de Mato Grosso (OLIVEIRA NETO, 2005). Portanto, a ligação ferroviária além de realizar seus objetivos estratégicos e econômicos, abre à civilização e à colonização novas extensões de território e liga as terras interioranas ao Porto de Santos (WEINGARTNER, 2005).

Além disso, a chegada do trem contribuiu sobremaneira para a formação e consolidação da cidade de Campo Grande, e ainda nesse contexto dois outros

elementos importantes na constituição da economia e da cultura campo-grandense tomam corpo com a chegada do trem: os imigrantes japoneses e árabes, os quais serão discutidos posteriormente nesta tese.

A Companhia EFNOB atraiu migrantes, indústrias, principalmente pastoril, e impulsionou o intercâmbio socioeconômico e político entre o sul de Mato Grosso, São Paulo e Rio de Janeiro (WEINGARTNER, 2005). Também interferiu, segundo essa mesma autora, na organização das cidades, elaborando para aquelas situadas no traçado ferroviário um planejamento para disciplinar a ocupação urbana e sugerindo, às Intendências Municipais um Código de Postura, no qual, além de estabelecer diretrizes de ocupação, definiram-se algumas medidas de higiene e saúde pública.

Em Campo Grande, por exemplo, o planejamento urbano sugerido pela EFNOB estabeleceu um centro onde se localizam as casas comerciais, residências, sede de alguns órgãos públicos, previu a criação de bairros, entre eles o Amambaí, destinado a abrigar as residências e unidades militares da Circunscrição Militar, e para abrigar o conjunto de serviços e residências de seus trabalhadores, a EFNOB criou um bairro ferroviário (WEINGARTNER, 1995).

A construção de estradas ligando Campo Grande com praticamente todas as outras localidades do sul do Mato Grosso e a facilidade do transporte de gado para o centro consumidor, proporcionado pelo trem, contribuiram cada vez mais para que Campo Grande fosse o local escolhido para a concentração e o embarque de reses (OLIVEIRA NETO, 2005). O autor afirma que o trem também passou a ser o principal meio pelo qual os comerciantes da cidade passaram a importar as mercadorias vindas de Corumbá.

Mas, certamente, um dos principais elementos de todo esse processo acima citado tenha surgido em 1929, quando da construção da estrada que, chegando até Cuiabá, foi estabelecendo aos poucos a definitiva substituição dos rios pelas rodovias na ligação com o norte do Estado, promovendo maior rapidez na comunicação da capital do Estado com os centros políticos e econômicos da República, ao mesmo tempo que fez de Campo Grande a estação onde deveriam ser desembarcadas as mercadorias com destino a Coxim e Cuiabá (OLIVEIRA NETO, 2005). Foi então que a cidade transformou-se no grande entreposto comercial de Mato Grosso, capturando a função exercida até então por Corumbá.

Esse novo fato contribuiu para o deslocamento do eixo econômico, fazendo de Campo Grande a principal cidade do sul do Estado para o comércio, para o transporte de mercadorias e discussões políticas e ainda tornou-se a cidade que na ocasião recebeu a população numerosa e heterogênea.

Sobre esse respeito Oliveira Neto (2005, p. 99) assim tratou:

> A inauguração da ferrovia instaurou, inexoravelmente, na região, uma nova relação social, ditada, dessa vez, pelo capital monopolista de São Paulo, ao mesmo tempo em que estabeleceu, no imaginário dos habitantes do lugar, novos paradigmas em relação ao tempo e às distâncias.

Ainda a respeito das distâncias estabelecidas entre Campo Grande e os demais centros urbanos, Arruda, G. (2000, p. 192, grifo do autor) relata que:

> A construção da divisão “cidades” e “sertões”, que se estava consolidando no início do século, produzia reações por parte de habitantes da cidade de Campo Grande, exatamente um lugar que se encontrava no meio dos dois termos, nem era cidade, como São Paulo, nem era totalmente “sertão”.

Na verdade, sua extensão de terras não ocupadas, a sua qualidade para a cultura e criação de gado e, sobretudo o clima, foram elementos seguros de prosperidade, que contribuíram para atrair muitas pessoas, vindas não só de Minas Gerais, como de São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e outras províncias.

Um fato que também contribuiu para o fortalecimento de Campo Grande foi a sede do comando das forças militares, que até 1908 era instalada em Cuiabá. Desse ano até 1921 em Corumbá, e a partir de então em Campo Grande. Nesse período, em 1918, Campo Grande é elevada à cidade, na época com 45 anos (GOMES, A., 2004).

Durante a década de 1940 aconteceu uma nova intervenção do Estado na produção do espaço urbano de Campo Grande: a instituição do seu código de obras (OLIVEIRA NETO; SOUZA, 2001). Segundo os autores, o Decreto-Lei n. 39, de 31 de janeiro de 1941 – Plano Diretor de Campo Grande – determinava o zoneamento no perímetro urbano e proibia a reforma das antigas edificações existentes na zona transformada em comercial. Essas edificações poderiam ser acrescidas, reformadas, reconstruídas parcialmente, desde que isso não contribuísse para aumentar a duração natural do edifício em questão. Com isso pretendia-se forçar os proprietários a substituírem as antigas construções. Essa lei também buscava o ordenamento da expansão urbana, à medida que determinava a quantidade de

espaços que deveriam ser destinados a ruas e calçadas nos novos loteamentos, e também, a largura das ruas destes novos loteamentos.

Ainda nesse ano Gardin (1999, p. 76) aponta que a cidade ganhou:

> Concessão de serviço de fornecimento de energia elétrica; iluminação pública, estabelecimento da zona urbana para 222 hectares e seus limites; regulamentação das construções e reconstruções de prédios, numeração, obrigatoriedade de calçadas; novos impostos de patente e predial; nivelamento da cidade como base para as construções e melhoramentos futuros.

A cidade está localizada em região de planalto, no centro do Estado de Mato Grosso do Sul e equidistante dos seus extremos norte, sul, leste e oeste, fator que facilitou a construção das primeiras estradas da região, contribuindo para que se tornasse a grande encruzilhada ou ainda o desenvolvimento de uma vasta área (OLIVEIRA NETO, 2005).

A localização geográfica também contribuiu para que na década de 1960 Campo Grande tivesse um novo impulso de crescimento, agora exercido pelo êxodo rural, devido à fronteira agrícola no sul do Estado de Mato Grosso, resultando em mais uma sequência de intervenções estatais na cidade (OLIVEIRA NETO, 2005).

Em 1965 uma nova lei de uso do solo e em 1970 a elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Município de Campo Grande foram dois exemplos marcantes de como o Estado se fazia presente na produção no espaço urbano da cidade (OLIVEIRA NETO; SOUZA, 2001).

Já em 1977, nova tentativa de planejamento e ordenação de crescimento da cidade foi feita com um Plano de Complementação Urbana, elaborado pelo escritório do urbanista Jaime Lerner; o projeto fazia um estudo da cidade, levando em consideração alguns itens, como: expansão urbana, áreas de bloqueio, grandes equipamentos, uso do solo, minianel rodoviário, vias pavimentadas e linhas de transporte coletivo urbano, e para isso dividiu a cidade em cinco zonas – central, norte, leste, sul e oeste (OLIVEIRA NETO; SOUZA, 2001).

De acordo com Oliveira Neto (2005), no mesmo ano de 1977 o então Estado de Mato Grosso foi dividido em dois Estados, por meio da Lei Complementar n. 31, de 11 de outubro de 1977, criando na parte sul o Estado de Mato Grosso do Sul e a parte norte permanecendo como Estado de Mato Grosso. A capital do Estado de Mato Grosso do Sul ficou sendo a cidade de Campo Grande, sendo instalada oficialmente em 1º de janeiro de 1979. A elevação de Campo Grande a capital do

Estado, ocorreu devido a alguns fatores favoráveis, entre os quais, podem-se destacar: posição geográfica estratégica, com as iguais distâncias às fronteiras sul, norte, leste ou oeste, o formato da cidade quadriculado com ruas largas e retas, em consonância com as preocupações de higienização e sanitarização das principais cidades brasileiras e europeias, a sua função de entreposto comercial, o estabelecimento do comércio e da pecuária de gado bovino para corte como principais bases da sua economia, e ainda a inclusão de Campo Grande no traçado definitivo da EFNOB (OLIVEIRA NETO, 2005).

É válido ressaltar que a busca pela divisão do Estado iniciou-se em 1930, conforme relata Weingartner (1995, p. 9).

> A partir de 1930, Campo Grande, tendo em vista sua importância sócio – econômica e política, concentra as discussões sobre a divisão do Estado. Os campo-grandenses, objetivando apoio para o movimento divisionista, participam, ativamente, da Revolução de 1930, liderada por Getúlio Vargas e da Revolução Constitucionalista de 1932, esta ultima é uma reação dos paulistas contra o governo ditatorial de Getúlio Vargas. Bertoldo Klinger, comandante da Circunscrição Militar em Mato Grosso e um dos líderes da Revolução Constitucionalista, institui o Estado de Maracaju e nomeia Vespasiano Barbosa Martins para governador. Este ato eleva Campo Grande à condição de capital político-administrativa do novo Estado. A derrota dos constitucionalistas contribui para a extinção do Estado de Maracaju, consequentemente, Campo Grande perde o “status”de capital político – administrativa.

A derrota não arrefere o ânimo dos campo-grandenses, que continuam na caminhada pela conquista da divisão do Estado, mantendo-se fiéis ao movimento divisionista até 1977, quando após 47 anos de luta em busca da divisão do Estado em Mato Grosso, o Presidente Ernesto Geisel promulgaou a Lei Complementar n. 31/1977.

A localização estratégica e as riquezas oriundas da soja e do gado bovino trouxeram mudanças nas relações empresariais da cidade, atraindo para Campo Grande migrantes de todas as partes do país.

A transformação de Campo Grande em capital do novo Estado trouxe como consequências um novo fluxo migratório, ganhando obras produtoras de uma nova configuração de seu espaço urbano, além de ter despertado interesse nas demais regiões do país, fato que resultou em, após sete anos de sua criação como capital, a quase triplicação de sua população (CALADO, 2010).

Desde a criação de Mato Grosso do Sul até a atualidade a capital é a cidade mais populosa do Estado, o que contribui para que ofereça uma melhor

infraestrutura urbana e turística. Pela sua posição geográfica e por ser a capital de Mato Grosso do Sul, Estado onde está localizada a maior parte do Pantanal, tornou-se passagem obrigatória para os turistas que se destinam àquela região.

> Possui a maior área verde urbana contígua do mundo. São aproximadamente 500 hectares, compostos pelo Parque dos Poderes, Parque das Nações Indígenas e Reserva Ecológica, além do Horto Florestal, praças, jardins e ruas arborizadas por todos os cantos da cidade. Do ponto de vista logístico está situada entre duas das maiores hidrovias do mundo: a do rio Paraguai e a do Paraná/Tietê. (HEBERLE, 1999, p. 289).

A construção da cidade em busca de ordenação urbana fez com que o ambiente natural se transformasse rapidamente, ocultando em certos lugares formas naturais marcantes. Algumas alterações são visíveis, por exemplo, onde existiam riachos de águas cristalinas encontram-se atualmente ruas e avenidas, devido à realização de canalizações (CAMPO GRANDE, 1998a).

Porém, certas mudanças são passíveis de entendimento, uma vez que não é possível se construir um território sem a adequação deste às necessidades de quem nele vive.

Pesquisando-se a história de Campo Grande e a criação de seu território, ficou evidente a contribuição da EFNOB e a instalação do Comando Militar em Campo Grande para o recebimento de uma diversidade de culturas vindas de diversas regiões do Brasil e do mundo trazendo seus hábitos, costumes e instalando na cidade importantes contribuições culturais.

3.3 CAMPO GRANDE SOB A ANÁLISE DA PAISAGEM CULTURAL URBANA

Dos diferentes conceitos sobre território, esta pesquisa buscou elucidar as abordagens que melhor contribuam para a análise do território de Campo Grande, na perspectiva da identidade cultural e imagem turística projetada desta cidade, por entender que a análise territorial cotidiana do espaço urbano torna-se instrumento para a compreensão da diversidade cultural e identitária da cidade.

Nesta tese, *a priori*, evidencia-se que a cultura a ser trabalhada, sendo ela a da população de Campo Grande, caracteriza-se como cultura residual, por entender-se que a cultura local construída há décadas está se alterando, em detrimento de uma cultura mais atual.

Assim sendo, a paisagem pode contribuir por representar a cultura de uma sociedade; portanto, assim como a cultura, ela é dinâmica e ainda pode influenciar na cultura. Sendo a paisagem constituída pelo homem historicamente, levanta-se aqui a questão sobre a paisagem de Campo Grande, que apresenta por meio dela a história que vem sendo construída há mais de um século na cidade, e que constitui ou deveria constituir os interesses de seu povo, sejam eles de ordem política, econômica, social ou somente pelo viés cultural.

Parece oportuno lançar um olhar mais crítico sobre a cultura alternativa, e nesta tese trabalha-se com a possibilidade da cultura de Campo Grande estar classificada como cultura residual, por perceber que estão sendo desvalorizados certos traços culturais construídos nos primórdios da cidade.

A história da cidade juntamente com a migração e imigração ocorridas na sua ocupação refletem diretamente na cultura campo-grandense, pois Campo Grande cresceu com um número significativo de imigrantes de várias regiões do mundo, 26 diferentes etnias foram identificadas na cidade de Campo Grande, as quais vivem ou já viveram na cidade (informação verbal)[6]. A imigração contribuiu para a construção dos traços culturais adotados por sua população e dentre as várias colônias que contribuíram para que isso ocorresse, algumas serão apresentadas:

A Colônia Japonesa – a crise que abalou o Japão com suas guerras, desemprego e superpopulação fez com que criassem a Companhia Imperial de Imigração e, através dela, no dia 18 de junho de 1908, o navio chamado Kasato Maru chegou ao Porto de Santos, trazendo aproximadamente oitocentos imigrantes, sendo que algumas famílias vieram para o então Mato Grosso, pois foram informados de que suas terras eram férteis, pouco exploradas e de clima agradável (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005).

Os japoneses, tão patrioticamente repelidos pelos Estados Unidos devido à propaganda feita do Brasil no Japão sempre procuraram muito essas terras para viver e trabalhar e sempre foram muito bem recebidos (GOMES, A., 2004).

A notícia da necessidade de mão-de-obra para a construção da ferrovia no Estado de Mato Grosso, com remuneração muito boa na época, exaltou os ânimos

---

[6] Informação verbal fornecida pelo pesquisador Edson Carlos Contar, em Campo Grande, em 1º de junho, baseado nos dados resultantes do levantamento para o seu livro “Babel” a ser publicado.

daqueles imigrantes que se desiludiram nas fazendas de café de São Paulo e Minas Gerais e partiram com destino ao sul de Mato Grosso (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005).

Em 1909 um grupo de 75 imigrantes, a maioria de Okinawa, partiu de Santos em um cargueiro fretado pela construtora da ferrovia. Esses imigrantes vieram pelo sul até o estuário do Rio da Prata, percorreram parte do território argentino até o Rio Paraguai, seguindo seu curso até seu destino em Porto Esperança, na base das obras da ferrovia já em Mato Grosso e outros vieram pelo Peru, também informados sobre os serviços da EFNOB (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005).

As dificuldades também eram desanimadoras, pois tiveram que enfrentar mosquitos, febre amarela, ataque dos índios, ocasionando a morte de muitos imigrantes, obrigando alguns a desistirem do trabalho na construção da ferrovia. Com o final da construção da EFNOB, entre 1914 e 1915 muitos japoneses se fixaram em Campo Grande, isso porque, as condições para se estabelecerem eram tentadoras, pela oferta de lotes a preços baixos, com a condição de que neles construíssem algum imóvel (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005).

Como havia deficiência na produção de hortifrutigranjeiros na região e os preços dos alimentos eram exorbitantes, um grupo de sete famílias formou um núcleo de colonização que se chamou Mata do Segredo, sendo esses os pioneiros que impulsionaram o surgimento de outros núcleos de japoneses na região (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005).

A comercialização de frutas e verduras permanece concentrada, em sua maioria nas mãos dos japoneses no Mercado Municipal e na Feira Central[7], esta última com quase 90 anos de existência e transformada também em atrativo turístico da cidade, com suas barracas estilizadas, do *sobá*[8], do *yakisoba*, do espetinho de carne, entre outros alimentos comercializados (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005).

---

[7] De acordo com registros documentais, a Feira Central foi legalmente registrada pelos poderes públicos do município pelo Ato n. 7 de 4 de maio de 1925, na administração do Prefeito Arnaldo Estevão de Figueiredo (CALADO, 2010).

[8] Sobá – prato típico japonês, feito de macarrão próprio para sobá, omelete, carne suína ou bovina e cebolinha verde (CAMPO GRANDE RECONHECE..., 2006).

Os japoneses também atuaram como cabeleireiros, hoteleiros, comerciantes, taxistas, alfaiates, fotógrafos, marceneiros, carpinteiros, parteiras, comerciantes de bares, lavanderia, profissionais da área médica, entre outras atividades (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005).

Gerações de nisseis escolheram profissões liberais como a medicina, odontologia, engenharia, política, entre outras, dando continuidade ao crescimento econômico e cultural de Campo Grande (CALADO, 2010).

Destaca-se ainda que as primeiras barbearias instaladas em Campo Grande eram em sua maioria de propriedade de japoneses; desta forma evidencia-se, certa variedade de serviços oferecidos pela população japonesa ao desenvolvimento da cidade (MACHADO, P., 1991).

Uma peculiaridade significativa da comunidade japonesa de Campo Grande consiste no fato de que 70% da sua população são da província de Okinawa (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005). Importante ressaltar que na capital os japoneses preservaram tradições culturais que na própria ilha acabaram esquecidas pela segunda grande guerra mundial e pela evolução dos tempos, como o *sobá*, por exemplo, pois, Campo Grande foi a primeira cidade do Brasil a dispor de sobarias, restaurantes típicos japoneses que servem *sobá*.

A esse respeito destaca-se também que o s*obá* tornou-se bem cultural de natureza imaterial ou intangível de Campo Grande pelo Conselho Municipal de Cultura, comercializado há mais de cinco décadas pelos imigrantes japoneses oriundos de Okinawa e seus descendentes que residem em Campo Grande. O registro do *sobá* foi norteado pelo Decreto n. 9.685, de 18 de julho de 2006, que institui normas para reconhecimento do patrimônio cultural do município. É o principal prato comercializado no espaço das feiras e nos restaurantes japoneses da cidade, considerado como atração pelos turistas que visitam Campo Grande (CAMPO GRANDE RECONHECE..., 2006).

A cultura japonesa é tão significante para o progresso e tem tamanha contribuição cultural no desenvolvimento de Campo Grande que ganhou um monumento denominado Monumento da Imigração Japonesa, localizado na área central da Praça do Rádio, e representa a maquete de uma casa típica japonesa (ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA, 2005), conforme se apresenta na FIGURA 3.

FIGURA 3 - MONUMENTO DA IMIGRAÇÃO JAPONESA, LOCALIZADO NA PRAÇA DO RÁDIO CLUBE, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

Esse monumento marca a chegada da colônia japonesa ao Estado no início do século XX, a obra é de autoria de Choji Oykawa e foi doado à municipalidade pela Associação Esportiva Cultural Nipo-Brasileira. O monumento foi inaugurado no dia 26 de agosto de 1979, em homenagem aos 70 anos da imigração japonesa (CAMPO GRANDE, 2006b). Ele também está inserido no roteiro turístico do *city tour.*

Nos 80 anos de imigração japonesa, foi instalado o Espaço Monumento Infinito, essa obra é do artista plástico Yutaka Toyota, também localizado na Praça da República (CAMPO GRANDE, 2006b).

A colônia dos sírios libaneses – também teve importante contribuição no desenvolvimento de Campo Grande e fugindo das guerras sangrentas que assolavam o Oriente, sírios, libaneses, turcos e armênios chegavam ao Porto de Santos, em busca de paz e estabilidade, diante dos conflitos políticos, econômicos e religiosos em seus territórios no Oriente Médio (ARCA, 2004). Sendo que do Porto de Santos partiram para o Porto de Corumbá, que era o portal de entrada para o Centro Oeste e o polo comercial de Mato Grosso.

Esses imigrantes no início mascateavam pelo interior do Estado, levando suas mercadorias aos mais distantes vilarejos ou fazendas. Posteriormente o mascate virou comerciante, e começaram a montar suas lojas fartas de mercadorias

das mais variadas categorias nas Rua 14 de Julho e Avenida Calógeras e adjacências (ARCA, 2004).

Amim Scaff foi um dos que chegaram a Campo Grande em 1894. (MACHADO, P., 1990). Ainda para o mesmo autor, foi a partir daí que outros imigrantes foram chegando e instalando suas lojas comerciais, sendo eles: Salomão e Felipe Saad, Moisés Maluf e Marão Abalem, Moisés Sadalla, Salim Maluf, Felix Abdalla, Eduardo Contar, João Siufi, Chaia Jacob, Aikel Mansour, Abrão Julio Rahe, Elias Bacha, entre outros. Esse autor complementa ainda que essa colônia continuou contribuindo para o crescimento de Campo Grande, de geração em geração, atuando nas mais variadas atividades comerciais, liberais e políticas da capital de Mato Grosso do Sul.

Na entrada do século XX, outros imigrantes vieram, residiam ou comercializavam em suas lojas localizadas principalmente na Rua 26 de Agosto; cita-se como exemplo o comerciante Abrão Julio Rahe (BITTAR, 2004).

A respeito dessa imigração, Bittar (2004) complementa que a maior corrente é a libanesa, e entre as diversas contribuições dadas por essa colônia de emigrantes para Campo Grande, em 1972 foi construído o busto de José Antônio Pereira, localizado no canteiro central da Avenida Afonso Pena, no cruzamento com a Avenida Calógeras, apresentado na Figura 4.

FIGURA 4 - BUSTO DE JOSÉ ANTÔNIO PEREIRA, FUNDADOR DE CAMPO GRANDE, MS, LOCALIZADO NO CANTEIRO CENTRAL, NA CONFLUÊNCIA DAS AVENIDAS AFONSO PENA E CALÓGERAS

FONTE: A autora (2012)

O monumento foi uma homenagem da colônia libanesa liderada, na época pelo cônsul Assaf Trad, tendo como inspirador o fotógrafo libanês Jorge Sayegh, cônsul do Líbano na época (PEREIRA, 2002). Bittar (2004) relata que em 1928 chegou o sírio Naim Dibo e que em meados dos anos de 1920, em menor número, vieram os palestinos, turcos e armênios, citando como exemplo o turco Paulo Siufi.

Sobre os palestinos, esses também entraram em processo de emigração e chegaram ao Brasil e posteriormente a Campo Grande fugindo da guerra após a criação do Estado de Israel. Bittar (2004) cita como exemplo Mohamed Salem Handam, vindo da Palestina, o qual inicialmente começa a trabalhar em Campo Grande na feira e também como mascate, sendo que posteriormente é fundada por sua família a Casa Palestina, instalada na Avenida Calógeras.

Em Campo Grande, por volta de 1937, também chegaram os armênios, inicialmente representados pela família Muxeque Chinzarian (BITTAR, 2004).

Além das colônias já citadas, o desenvolvimento da cidade de Campo Grande também foi influenciado pela colônia paraguaia, sendo os primeiros imigrantes da vila, trazendo sua cultura pastoril e depois trabalhando no entreposto comercial. A partir de 1905 eles formaram um núcleo de moradores, preservando

entre seus membros o idioma guarani, a religiosidade e algumas manifestações culturais (ARCA, 2004).

A Vila Carvalho era formada em sua maioria por paraguaios que se estabeleceram próximo ao matadouro municipal, que os empregava pela habilidade que tinham com a carneada e na charqueada. Introduziram-se nas mais variadas atividades do comércio, colocando em prática conhecimentos adquiridos no seu país: uns trabalhando com o couro nas selarias e sapatarias, outros como barbeiros ou proprietários de bares, restaurantes e lanchonetes e também eram conhecidos por serem excelentes carpinteiros (QUEVEDO, 1999).

Quevedo (1999) traz diversos depoimentos de imigrantes, um deles do paraguaio Juan Hernando Quevedo, o qual relata que chegou a Campo Grande no ano de 1947, com 17 anos e dirigiu-se à Vila Carvalho, onde inicialmente trabalhou nas mais variadas atividades, como: limpeza de terrenos, ajudante de pedreiro e pintor, ajudante de sapateiro, gerente da sapataria Relâmpago de propriedade do italiano Pedro Talamini e depois na Sapataria Zaz-Traz. Após alguns anos de trabalho e com alguma poupança acumulada, abriu a Sapataria Quevedo, na Rua 7 de Setembro e com a prosperidade de seu comércio Quevedo transferiu sua sapataria para a Avenida Calógeras, entre a Rua 7 de Setembro e 26 de Agosto. O autor ainda relata que tempos mais tarde fechou a sapataria e ingressou no ramo de jardinagens e paisagismo.

Bittar (2004) relata que apesar de serem os primeiros imigrantes, eles não participaram da elite dirigente, bem como, não amealharam grandes fortunas.

Para Tonelli (2000), a influência cultural paraguaia tornou-se a mais marcante no cotidiano do campo-grandense, com as rodas de tereré[9]; ainda na bebida típica, o mate quente[10], danças como a polca paraguaia[11], a guarânia[12] e o

---

[9] Bebida feita de erva-mate preparada em guampa com água fria ou gelada e servida por meio de uma bombilha (SIGRIST, 2008).

[10] Erva mate com água quente, tradicionalmente tomado pela manhã ao acordar e a tarde após o banho (SIGRIST, 2008).

[11] Polca paraguaia é um gênero surgido no meio rural do Paraguai e que foi sendo lentamente configurado no século XIX, a partir do sistema musical barroco-clássico. Em sua configuração musical destaca-se a singular convivência dos ritmos sobrepostos: o compasso binário composto sobre a base ternária (HIGA, 2005). Tornando-se uma das preferências musicais de fazendeiros e peões em festanças, junto à rasqueados e chamamés, e sob o som do violão e da sanfona. (ARCA, 2005). Com presença marcante em Campo Grande (HIGA, 2005).

[12] É mais compassada que a polca paraguaia, classificada como música clássica (HIGA, 2010).

chamamé[13]; a festa de Nossa Senhora de Caacupê com missas, terços, comida e danças típicas. Ainda para a autora, na alimentação a chipa[14] e a sopa paraguaia[15] trazidas da culinária paraguaia fazem parte do cardápio campo-grandense.

Outro hábito paraguaio é o uso de ervas medicinais e este também influenciou no comércio campo-grandense, sendo as ervas comercializadas nas principais esquinas do centro da cidade por vendedores de ervas conhecidos como "raizeiros", esses também são encontrados nos mercados e feiras (SIGRIST, 2008).

Outra significativa colônia de imigrantes no desenvolvimento de Campo Grande foi a de portugueses, que inicia sua imigração em Campo Grande em 1913 com a chegada de Antonio Secco Thomé e seus filhos Manoel e Joaquim Maria Secco Thomé (GOMES, E., 1999). A mesma autora informa ainda que eles eram especialistas na arte da marcenaria e carpintaria, por isto logo conseguiram trabalho e em seguida abriram seu próprio negócio.

Gomes, E. (1999) relata que em março de 1924 os irmãos Manoel, Joaquim e Antonio constituíram a firma Thomé & Irmãos, sendo que o parque industrial dessa empresa era formado por uma serraria, carpintaria, marcenaria, fundição e oficina mecânica, tornando-se a mais importante do município, e nas décadas de 20 e 30 os sócios fizeram obras para a cidade e para vários municípios do Estado de Mato Grosso. Afirma ainda que uma das maiores obras foi a ponte sobre o Rio Coxim, inaugurada em 1939.

Faz-se importante mencionar algumas obras construídas pela firma Thomé & Irmãos em Campo Grande, entre as quais destacam-se: os quartéis do Bairro Amambaí; as vilas dos oficiais do Exército, localizadas nas ruas Barão do Rio Branco, Avenida Duque de Caxias e Praça Newton Cavalcanti; a reforma e ampliação do Quartel General da 9º Região Militar; o Colégio Newton Cavalcanti; o Educandário Getúlio Vargas; o Hospital São Julião; a Santa Casa de Misericórdia; os Correios e Telégrafos; o Cine Santa Helena; a Associação dos Criadores; o Hotel Colombo e o Obelisco (GOMES, E., 1999).

---

[13] Deve-se considerar o chamamé como gênero musical derivado da tradicional polca *syryry*, da qual difere apenas em sua característica expressiva (HIGA, 2010).

[14] Feita de polvilho e queijo, é uma espécie de pão de queijo, cujo formato assemelha-se a uma ferradura (SIGRIST, 2008).

[15] Espécie de torta assada feita com milho, óleo, queijos, cebola, leite ou água. De sopa, apenas o nome, seu aspecto é semelhante a uma polenta no ponto de cortar (SIGRIST, 2008).

Outros portugueses se estabeleceram na cidade e deram sua participação no desenvolvimento de Campo Grande. Como exemplo cita-se Manoel Estevão Júnior, residente em Campo Grande desde a década de 1920, proprietário da carpintaria São José, onde atualmente é a Rua Joel Dibo e onde produzia carroças, charretes, carretas e carrocerias para autos (ARCA, 2000). Esse português foi também o construtor da primeira jardineira que circulava pelos municípios vizinhos, onde tornou-se referência no segmento e prosperou em seu negócio.

Manoel Estevão Júnior tornou-se grande empresário e metalúrgico, oportunizando o aprendizado de seu segmento a muitos que queriam aprender sobre o ofício da carpintaria (ARCA, 2000). Esse português trouxe patrícios de Portugal para trabalhar em Campo Grande e também foi um dos fundadores da Seleta Sociedade Caritativa e Humanitária, também do Serviço Social da Indústria e Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial e do Centro Português de Campo Grande. Manoel Estevão Júnior foi naturalizado brasileiro em 1948 e faleceu em agosto de 1994 (ARCA, 2000).

Em se tratando ainda dos portugueses, destaca-se que a família Gaspar foi pioneira no ramo da hotelaria em Campo Grande e que seus descendentes permanecem até a atualidade neste segmento hoteleiro na capital de Mato Grosso do Sul (ARCA, 2000).

A maioria dos portugueses que residiam em Campo Grande até meados do século XX eram oriundos das regiões do Sul do Algarve, da região Central, além de Tejo e Estremadura. Naquela época faziam reuniões dos patrícios no Centro Português, fundado em 1929, sediado na Rua Barão do Rio Branco. Com a mudança de seu estatuto, o Centro Português deu origem à Associação Luso – Brasileira, mantenedora do Clube Estoril (ARCA, 2000). Atualmente esse clube localiza-se no Jardim Autonomista e serve de ponto de referência da colônia portuguesa em Campo Grande.

Há outros exemplos de portugueses que se instalaram em Campo Grande no século XX, como os Cardoso Ramalho, Carvalho, Vendas, Vavas, Oliveira, Cação, Figueira, Figueiredo, Pereira, Fonseca, Pedrosa, Duarte, Gonçalves, Cardoso, Mateus, Marques, os Dias Barreira e muitos outros (ARCA, 2000).

Nas primeiras décadas do século XX os espanhóis chegaram a Campo Grande: Os Cubel, os Vasques, os Blanco Xavier, os Gomes, Sobral, Pettengil,

Caminha, Perez, Torres Cintra, Mirales, Cetara e outros (ARCA, 2000). A esse respeito o autor informa que os bisnetos dos imigrantes que para cá vieram, na atualidade trabalham em diversos ramos das atividades sociais, políticas e comerciais da cidade.

Exemplificando alguns espanhóis que buscaram trabalho em Campo Grande, cita-se a família Cubel, na pessoa de Francisco Cubel Pastor, o qual estabeleceu residência em Campo Grande em 1923, e abriu a Padaria Moderna Hespanhola; em seguida seus filhos Gabriel e Manoel tornaram-se sócios de seu pai em tal comércio (ARCA, 2000). O mesmo autor complementa que Francisco faleceu em 1928, ocasião em que, a administração desta padaria ficou com seu filho Gabriel, e Manoel abriu a Padaria Elite.

O mesmo autor ainda contribui que Gabriel Cubel teve importante participação na vida social e esportiva de Campo Grande onde fundou em 1929 o Internacional Sport Club e como membro da Liga Esportiva Campo-grandense iniciou a construção do Estádio Belmar Fidalgo, participando ainda da criação da Associação Comercial de Campo Grande e da diretoria do Hospital Santa Casa. Presidiu o Centro Espanhol em 1941 e foi considerado o maior filatelista do então Estado de Mato Grosso, tendo realizado a primeira exposição filatélica de Campo Grande (ARCA, 2000).

Outro exemplo é Lorenzo Torres Cintra, o qual chegou a Campo Grande em 1958, casado com Adolfina Arce Gomes, natural de Campo Grande, tendo os dois se conhecido no Paraguai, país visinho do Brasil, onde ambos residiam anteriormente (ARCA, 2000). Sendo que, ao chegar a Campo Grande, esse espanhol iniciou seus trabalhos na reciclagem de sucata de ferragens e materiais elétricos, na eletro Maracanã, localizada na Avenida Calógeras, firma que se tornou de sua propriedade em 1971 e em 1974 a transferiu para a Avenida Bandeirantes. Lorenzo Torres Cintra foi naturalizado brasileiro em 1988 e faleceu em 1998, ocasião em que era presidente do Centro Espanhol (ARCA, 2000).

Em se tratando do Centro Espanhol acima citado, a Sociedade Centro Beneficente Espanhol foi fundada em Campo Grande em 8 de janeiro de 1928, com a finalidade de cooperação e apoio mútuo na acolhida de conterrâneos. Inicialmente funcionou na Rua 13 de Maio e depois na Rua Trindade, na Vila Progresso (ARCA, 2000). A mesma matéria complementa que outra atividade do centro Espanhol é a

promoção da paella[16] amiga, comida típica espanhola que motiva reuniões em prol de entidades filantrópicas da região, além da aproximação dos membros da colônia espanhola e seus descendentes.

A colônia italiana, assim como a portuguesa e a espanhola vieram para Campo Grande em busca de trabalho diretamente na EFNOB ou indiretamente, atuando em atividades da construção, indústria, comércio e serviços (ARCA, 2000).

Machado, P. (1990) explica que foi por meio de Bernardo Franco Baís que se iniciou a imigração italiana em Campo Grande, ele que foi o primeiro italiano a chegar à cidade no século XIX. Procedendo de Lucca, Itália, sua terra natal, penetrou em Mato Grosso por Corumbá e dedicou-se ao comércio ambulante por muitos anos, para depois fundar um estabelecimento na Rua 26 de Agosto; já em 1913 levantou um sobrado para residência, na Avenida Afonso Pena, abaixo dos trilhos da EFNOB. Aqui constituiu uma grande família que contribui até os dias atuais para o desenvolvimento político, econômico e social de Campo Grande. Ainda conforme Machado, P. (1990), a história oral admite que Bernardo por residir muito próximo dos trilhos do trem com o passar do tempo ficou surdo, devido a sua surdez foi atropelado e morto pelo trem.

Depois, influenciado por Bernardo, vários outros imigrantes italianos aportaram no Sul de Mato Grosso em busca de novas terras, como é o caso de Francisco Giordano que em 1912, junto com sua família, fixou-se na cidade (MACHADO, P., 1990).

Houve a participação de outros italianos no desenvolvimento econômico de Campo Grande, como a família Sarubbi, a qual se destacou no desenvolvimento econômico da cidade, especialmente na década de 1930, pela prestação de serviços e comércio. Nicodemo Sarubbi era alfaiate e proprietário da alfaiataria Colombo (ARCA, 2000).

Outro exemplo é a família Mandetta, que após contato com a Prefeitura Municipal de Campo Grande, em 1923 instalou a primeira indústria de refrigerantes e gelo da cidade, em terreno doado pela municipalidade ao lado do atual Horto Florestal, na Rua 26 de Agosto (ARCA, 2000).

---

[16] Prato típico espanhol, feito de arroz com frango e pescados (TONELLI, 2000).

O proprietário, Antonio Mandetta, com problemas de saúde, mudou-se para São Paulo, deixando a administração da indústria para seu filho Hércules Mandetta, recém-chegado da Itália, onde concluiu seus estudos, profissionalizando-se como químico industrial. Com o falecimento de seu pai em 1927, Hércules Mandetta juntamente com seus irmãos passaram a dirigir a empresa (ARCA, 2000).

Hércules Mandetta teve intensa participação comunitária, fundando e dirigindo entidades como a Associação das Indústrias, Associação Comercial de Campo Grande, Rotary Club, Sociedade Beneficente Santa Casa, União Democrática Nacional, Circulo Militar, Clube Libanês, Clube Surian e Asilo São João Bosco; Hércules faleceu em 1991, aos 86 anos de idade (ARCA, 2000).

A família Letteriello também contribuiu com o desenvolvimento de Campo Grande e serve de exemplo desta imigração italiana na cidade esta se radicou definitivamente em Campo Grande em 1940, na pessoa de Miguel Letteriello, o qual tornou-se pioneiro no ramo da indústria, sendo fundador das Fábricas Paulistas Ltda e em 1942 implantou na cidade a primeira fábrica de massas alimentícias em escala industrial (ARCA, 2000). Sendo que as duas fábricas de Letteriello empregavam mais de 80 funcionários, com isso contribuindo para o desenvolvimento econômico daquela época.

Miguel Letteriello foi um dos fundadores da Associação das Indústrias de Campo Grande, coordenador da área industrial da Exposição Agropecuária e Feira de Amostra de Mato Grosso, foi um dos presidentes da Associação dos Proprietários de Imóveis de Campo Grande, diretor da Sociedade Esportiva Campo-grandense e diretor da Escola de Artes e Ofícios da Seleta Sociedade Caritativa e Humanística (ARCA, 2000).

Miguel Letteriello faleceu em 1986, porém, um de seus cinco filhos, o Rêmolo Letteriello permanece atuante no desenvolvimento da cidade, pois tornou-se desembargador e já ocupou importantes cargos, como corregedor-geral da Justiça do Estado e Presidente do Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul (ARCA, 2000).

Mais um exemplo é a família Mônaco que por intermédio de Carlos Miguel Mônaco, se instalou em Campo Grande na década de 1950, e de 1960 a 1980 assumiu a diretoria da Rede Ferroviária (ARCA, 2000).

Esclarece-se ainda que se a intalação da EFNOB favoreceu a imigração de diversas etnias, a divisão do Estado foi um fator que acelerou o processo migratório

no novo Estado de Mato Grosso do Sul (ARCA, 2000). No processo de desenvolvimento econômico de Campo Grande, chegaram também as culturas trazidas por migrantes de outros estados brasileiros, sobretudo os de Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro.

Observa-se que os migrantes mencionados contribuíram para o desenvolvimento econômico, social e cultural de Campo Grande, por meio de suas colônias. Mas seria impossível fazer uma análise total da miscigenação existente em Campo Grande desde seus primóridos, sem abordar a influência dos indígenas.

De inicío, faz-se a devida menção à população indígena do Estado de Mato Grosso do Sul, onde a presença deles é uma das maiores do Brasil (MARTINS, 2000).

Em seguida, em se tratando do município de Campo Grande, Martins (2000, p. 27) explica: “[...] não há índios, exceto aqueles que vivem na cidade, na condição de desaldeados, sobretudo índios terenas, mas que sabidamente não são originários da área municipal.”

Complementa o autor, que não há nenhuma fonte segura que indique quais foram os índios que viveram no vasto planalto arenítico-basáltico Maracaju-Campo Grande antes da chegada dos pioneiros mineiros, no século XIX. Para Martins (2000), isso não significa que não existiram índios na região antes da chegada dos “brancos”. O que de fato ocorre é que as pesquisas são insuficientes para se esclarecer o aspecto da ocupação humana nesse espaço.

O problema em definir o perfil cultural dos habitantes nativos de Campo Grande está na insuficiência das pesquisas referentes a contextos passados, anteriores ao século XIX (MARTINS, 2000).

Com efeito, a cidade apesar de ainda recente enquanto capital, possui perfil de metrópole. A população de diversas origens mescla-se num caldeamento que se manifesta na cultura e na movimentação social.

Destaca-se também que num Estado novo, como é o caso do Estado de Mato Grosso do Sul, o qual recebeu um contingente significativo de diferentes culturas, que consequentemente influenciaram nos hábitos da população campo-grandense, não há como não modificar em parte as raízes de seu povo.

Aos cablocos de todos os quadrantes do país, aos negros, aos remanescentes de índios terenas vieram juntar-se os imigrantes paraguaios,

bolivianos, japoneses, italianos, espanhóis, alemães, árabes, libaneses, armênios, gregos, sírios, poloneses, palestinos, turcos e portugueses, entre outros.

Campo Grande participou do processo migratório ocorrido no Brasil, e pensar nessa migração direciona a discussão sobre os desencontros sociais, culturais, étnicos e espaciais resultantes dos processos migratórios, e que mais à frente, ainda neste trabalho, poderá servir de contribuição para o aprofundamento dos estudos sobre a identidade cultural da cidade.

Espera-se dessa forma que a cidade, ao longo da formação de sua história, constitua por meio dela traços identitários, os quais esta tese pretende relatar.

Devidamente apresentada Campo Grande na perspectiva, geográfica cultural e social, transfere-se a discussão desta cidade para o viés do desenvolvimento econômico, sobre o qual Oliveira Neto (2005, p. 100-101) destaca:

> No período que compreendeu desde a fundação de Campo Grande em 1872, até as duas primeiras décadas do século XX, houve o início do processo de incorporação do território mato–grossense ao mercado nacional, a expansão da área de abrangência do mercado monopolista paulista, a construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil e a posição geográfica privilegiada de Campo Grande, como alguns dos motivos locais, regionais e internacionais que propiciaram a sua elevação ao posto de principal entreposto comercial do estado. A união de todos esses fatores contribuiu também, para o início de um processo que a levaria à situação de mais importante cidade do sul de Mato Grosso, em substituição a Corumbá.

Relacionam-se os fatos acima mencionados por Oliveira Neto (2005) com o mencionado por Corrêa, A. (1999), o qual explica que Campo Grande tornou-se um centro de comercialização de gado, de onde partiam comitivas conduzindo boiadas para o Triângulo Mineiro e o Paraguai, por meio da estrada boiadeira, construída por Manoel da Costa Lima no século XX. A estrada ligava Campo Grande às barrancas do Rio Paraná, e por meio dela as boiadas passaram a dirigir-se também para São Paulo, abrindo novo mercado para o gado da região, além de novas oportunidades de intercâmbio comercial para o povoamento.

Metello (1999) esclarece que no começo da pecuária campo-grandense o gado europeu predominou nos campos, porém, os animais mal suportavam o clima tropical, e para se adaptarem ao meio, degeneraram, transformando-se nos chamados tucura, de pequeno porte e pouco rendimento de carcaças.

O autor explica ainda que depois chegou a era do zebu, esse com grande influência dos mineiros na sua comercialização, mas ressalta que foi o nelore, com a

rusticidade, fertilidade, resistência ao calor e aos parasitas, que predominou, promovendo o aneloramento do rebanho por meio da possibilidade de cruzamento.

Esclarece Metello (1999), que tal cruzamento aumentou o rendimento de carcaças e o número de bois nos campos, a ponto de tornar Mato Grosso do Sul detentor do maior rebanho de corte do Brasil e, possivelmente, o melhor.

O fato de Mato Grosso do Sul ter o maior rebanho de corte do país, com participação vigorosa de Campo Grande, como polo econômico e comercial que a cidade representa reflete na economia local por meio das indústrias e do comércio que têm sua origem e funcionamento ligados à pecuária (METELLO, 1999).

Em se tratando de pecuária e de serviços de infraestrutura básica, fatos marcantes e importantes ocorreram por volta de 1918, destacando-se a criação, pelo governo municipal, dos serviços veterinários para exame do gado abatido no matadouro municipal (MACHADO, P., 1990).

Machado, P. (1990) destaca que o precursor do comércio de gado entre o Triângulo Mineiro e o sul de Mato Grosso foi o mineiro Lucas Borges. De acordo com esse mesmo autor, foi o gado que fez a base econômica do então Mato Grosso. Espalhou-se pelas campinas da vacaria, possibilitando na época, a formação das fazendas e o aparecimento dos núcleos urbanos.

Ainda em se tratando de pecuária, Laucídio de Souza Coelho muito contribuiu para o progresso de Campo Grande e até mesmo do Estado de Mato Grosso do Sul. Destarte, entende-se ser necessário relatar sobre este pecuarista.

Salgado (2001) relata que Laucídio Coelho, assim conhecido, foi um dos pecuaristas mais importantes de sua época. A marca de seu gado, LS, era muito famosa e tal pecuarista chegou a ser o maior proprietário rural do mundo. Este mesmo autor explica que foi Laucídio quem fundou o primeiro frigorífico, o Frigorífico Matogrossense S/A – FRIMA, além da Cooperativa LS e, juntamente com uma equipe de amigos, fundou ainda o Banco Financial de Mato Grosso.

Por esses significativos motivos, o Parque de Exposições de Campo Grande recebe o nome de Parque de Exposições Laucídio Coelho (SALGADO, 2001).

No concernente à pecuária da cidade, evidenciou-se sua contribuição econômica para o início do desenvolvimento de Campo Grande. Diante do exposto, aponta-se que na década de 1930 o Tenente César Bacchi de Araújo, de família corumbaense, revolucionário, também foi prefeito da capital de 2 de dezembro de

1930 a 19 de janeiro de 1931, e naquela época teve a iniciativa de fundar o Centro de Criadores, transformado depois em Associação dos Criadores de Mato Grosso do Sul (MACHADO, P., 2000).

Devidamente mencionada a importância do setor pecuário nos primórdios da economia campo-grandense, relata-se, de acordo com Cabral (1999), que mais recentemente a economia campo-grandense está centrada nas atividades do setor terciário, com ênfase para o comércio e serviços. Esse autor ainda explica que o advento da criação de Mato Grosso do Sul fez crescer o contingente de servidores públicos estaduais lotados na capital Campo Grande.

3.4 DESCORTINANDO A IDENTIDADE CULTURAL DE CAMPO GRANDE

Baseando-se na história da imigração das diversas etnias que para Campo Grande vieram, observou-se que possivelmente novas identidades tenham surgido entre os que chegaram e os que na cidade estavam, ou ainda, que houve uma reconstrução de identidades e pertencimentos. Sobre o acima exposto, Haesbaert (1999) explica que alguns grupos culturais migrantes podem levar consigo sua territorialidade, tentando reproduzi-las nas áreas para onde se dirigem.

Ainda em se tratando da identidade cultural de Campo Grande, não se pode deixar de enfatizar que os imigrantes que chegaram desde a colonização da cidade fazem parte da “tradução”, assim denominada nesta tese e fundamentada por Robins (1991), pois, juntamente com eles trouxeram para a cidade a cultura de seus povos, por intermédio de suas vestimentas, culinária e costumes, entre outros.

No sentido de produção de novas identidades ou destruição de outras é que se deu a investigação na pesquisa de campo desta tese, analisando a população comum que pouca ou nenhuma influência teve sobre o desenvolvimento de Campo Grande e a população de autoridades que influenciou diretamente no desenvolvimento da capital, como, por exemplo, seus governantes públicos e o *trade* turístico local.

Com o resultado da pesquisa buscaram-se respostas para a questão da segmentação ou da transversalidade abordadas por Serpa (2007), verificando se a população comum está sendo ocultada em detrimento da imposição da população

de autoridades, e ainda, se isso ocorre com o intuito de produzir ou destruir a identidade local. Pondera-se ainda que para o estudo da identidade cultural de Campo Grande levar-se-á em conta a identidade coletiva de sua população.

Mas, ainda se pergunta se seria a afirmação da identidade cultural a ser resolvida sobre a cultura de Campo Grande, ou seria a falta dessa identidade?

Nesse sentido, esta tese pretendeu elucidar alguns acontecimentos que ao longo da história de Campo Grande contribuíram para o desenvolvimento político, econômico, social e cultural da cidade, bem como na construção de sua identidade cultural.

Na perspectiva acima indicada, julgou-se necessária a apresentação de alguns aspectos da cidade de Campo Grande, sobretudo aqueles relacionados à educação, comunicação, arquitetura, hospedagem, aspectos culturais, especialmente os relacionados à música, dança e festas tradicionais; apresentam-se ainda os espaços culturais e de lazer, e por fim, discorre-se sobre a infraestrutura viária da cidade.

A educação em Campo Grande iniciou-se quando José Rodrigues Benfica, no ano de 1889, fundou uma escola e coube a esse professor a responsabilidade de educar a primeira geração de campo-grandenses, vindo o mesmo a falecer em 1905 (WEINGARTNER, 1995).

Nos anos de 1930 os salesianos adquirem a Escola Pestalozi, fundando mais tarde o Colégio Dom Bosco e o Colégio Nossa Senhora Auxiliadora (CABRAL, 1999).

Cabral (1999) discorre ainda sobre a educação campo-grandense, com a informação de que a colônia japonesa criou sua própria escola em 1918 na área suburbana da cidade, em 1924 transferiu-a para a zona urbana, e em 1937 passou a denominá-la Escola Visconde de Cairu. Assim como essas escolas anteriormente citadas, o Colégio Osvaldo Cruz, o Grupo Escolar Joaquim Murtinho, a Escola Estadual Maria Constança Barros Machado, Moderna Associação Campo-grandense de Ensino, a Mace, também foram precursores e contribuíram para o desenvolvimento educacional de Campo Grande (CABRAL, 1999).

Sobre a arquitetura do Colégio Osvaldo Cruz ressalta-se que esse prédio foi construído em 1918 em estilo eclético e com sólida estrutura em sua edificação; inicialmente destinado para atividades comerciais teve suas instalações adaptadas

em 1929 para funcionar como estabelecimento de ensino, e foi tombado pela Lei n. 3.387 de 27 de outubro de 1997 (CAMPO GRANDE, 2006b).

Em se tratando da arquitetura da Escola Estadual Maria Constança de Barros Machado esta foi projetada, em 1953, pelo arquiteto Oscar Niemeyer; sua construção sugere um livro aberto em seu bloco principal e a caixa d'água tem a forma de um giz; foi tombada por meio da Resolução, de 3 de julho de 1997, da Secretária Estadual de Cultura e Esporte de Mato Grosso do Sul, e a denominação do prédio é uma homenagem a Maria Constança por sua trajetória de vida, sendo referência na educação regional (CAMPO GRANDE, 2006b).

Ainda no segmento da educação, no ano de 1961 foi criada na cidade a Faculdade Dom Aquino, Faculdade de Filosofia Ciências e Letras e que em 1962 começou a funcionar (ROSA, 1999). A mesma autora explica que posteriormente chamou-se Faculdades Unidas Católicas de Mato Grosso, transformada em Universidade Católica Dom Bosco em novo endereço, com infraestrutura mais ampla.

Universidade Católica Dom Bosco estendeu sua contribuição à capital com a criação do Museu Dom Bosco, sendo esse um grande signo emblemático da Cultura Indígena, no setor de Antropologia que abrange as tribos Bororo, Ianomâmi e Tucano de Alto Rio Negro, sendo considerado de singularidade ímpar (ROSA, 1999).

Em novembro de 2006 o acervo deste Museu foi transferido para o Parque das Nações Indígenas passando a ser denominado Museu das Culturas Dom Bosco e em 2009 abriu oficialmente as portas das exposições de longa duração (FIGURA 5), dos setores de Arqueologia e Etnologia à visitação pública e está inserido no roteiro oficial do *city tour.*

FIGURA 5 - MUSEU DAS CULTURAS DOM BOSCO, SITUADO DENTRO DO PARQUE DAS NAÇÕES, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

Ainda na década de 1960 é criada a Universidade Estadual de Mato Grosso, com um de seus *campi* instalado em Campo Grande, onde se concentraram cursos nas áreas de saúde e ciências exatas e tecnológicas (CABRAL, 1999). O mesmo autor explica que após a criação do Estado, ela se federalizou, tornando-se Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Destaca-se que a Universidade Estadual atuou de forma muito positiva na cidade, enriquecendo seu padrão cultural, trazendo migrantes de outras regiões do país, contribuindo para a entrada de capital econômico e de um fluxo de vida nova na população campo-grandense (ROSA, 1999).

Sobre a criação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Arruda, Â. (2006) explica que em 1967 o governador do então Estado de Mato Grosso, Pedro Pedrossian, também engenheiro, resolveu, entre outras coisas, criar duas universidades: uma na capital Cuiabá e outra em Campo Grande, delegando essa tarefa a seu secretário de Planejamento, Roberto Galvão. Ainda de acordo com o autor, no caso de Campo Grande, a área escolhida para ser adquirida deveria ser grande, para abrigar um campus completo. Inicialmente foram adquiridos 49 hectares, posteriormente mais 10 hectares para implantação do Hospital Universitário e Lago do Amor, além de mais 101 hectares para o setor veterinário e

por último 16 hectares para a Reserva Biológica, totalizando 176 hectares, localizados na saída para São Paulo.

Nos anos de 1970, criou-se o Centro de Ensino Superior “Professor Plínio Mendes dos Santos”, antecessor da Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal, mais recentemente transformada em Anhanguera (CABRAL, 1999).

Na década de 1990, surgem a Sociedade de Ensino e Informática Campo Grande, mais tarde transformada em Faculdade Estácio de Sá, a Faculdades Integradas de Campo Grande, transformada em União da Associação Educacional Sul-Matogrossense e o Instituto de Ensino Superior da Funlec (CAMPO GRANDE, 2012a).

Na década de 2000 surgem o Instituto Campo-grandense de Educação, passando depois a se chamar Faculdade de Campo Grande, a Faculdade Unigran Capital e o Centro Universitário Claretiano (CAMPO GRANDE, 2012a).

A Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, criada pela Constituição Estadual de 1979 e ratificada pela Constituição Estadual de 1989, foi instituída pela Lei Estadual n. 1.461, de 20 de dezembro de 1993. Com sede e foro na cidade de Dourados, atualmente possui quinze unidades, tendo sido uma delas instalada em Campo Grande no ano de 2001, em caráter temporário, a partir de um único curso: Normal Superior (CAMPO GRANDE, 2012a). A criação definitiva da unidade de Campo Grande se deu em 2009, quando foram criadas medidas de fortalecimento da unidade na capital com a criação de novos cursos, funcionando ainda em prédios cedidos pelo governo estadual.

Referindo-se ao setor de comunicação, a cidade de Campo Grande recebeu no início do século XX, mais precisamente no ano de 1900, a primeira agência dos correios e anos depois foi instalada em Campo Grande a diretoria dos Correios e Telégrafos, transferida de Corumbá por exigência dos comandos militares da região (MACHADO, P., 1990).

Relata-se que em relação à emissora de rádio, foi fundada em Campo Grande a PRI-7, em 1939, pelo médico e animador cultural Peri Alves Campos (ROSA, 1999).

O rádio também serviu como importante meio de comunicação entre o urbano e o rural, em um período onde não se tinha telefone e nem televisão. Por

meio de um programa intitulado *A Hora do Fazendeiro*, da Rádio Educação Rural, sob a direção de Ailton Guerra, era possível fazer a comunicação entre a cidade e a fazenda (ROSA, 1999).

Atualmente a cidade é contemplada por sete rádios AM e dez FM, além de cinco emissoras de televisão (CAMPO GRANDE, 2012a).

Sobre a telefonia na cidade, no final da década de 1920, Campo Grande obteve este serviço, com os telefones de magneto, com pilhas e manivelinha (MACHADO, P., 1990).

O perfil socioeconômico de Campo Grande, baseado no Censo Demográfico 2010, afirma que até o referido ano a capital de Mato Grosso do Sul possuía, entre telefone fixo e móvel, um total de 107.632 linhas telefônicas (CAMPO GRANDE, 2012a).

Sobre a arquitetura na cidade, em 1912, na esquina da Avenida Afonso Pena com a Calógeras, que se denominavam Marechal Hermes e Santo Antônio, respectivamente, foi inaugurado o segundo prédio de alvenaria da cidade, para servir de sede à Intendência Municipal, nome designado às Prefeituras naquele tempo (MACHADO, P., 2000).

Porém, a população da cidade cresceu e com isso ampliaram-se as responsabilidades públicas, e ao tornar-se esse espaço da prefeitura bastante exíguo, algumas repartições tiveram que ser deslocadas (MACHADO, P., 2000). Esse autor complementa a informação de que esse fato contribuiu para que no início da década de 1970 o prefeito Antônio Canale vendesse o prédio para a firma Construmat e com o dinheiro adquirido com a venda pagou parte das obras do atual Paço Municipal, na própria Avenida Afonso Pena, entre as ruas Arthur Jorge e 25 de Dezembro. Na atualidade esse prédio abriga parte do poder municipal.

Em se tratando de arquitetura destaca-se que abaixo dos trilhos, na Avenida Afonso Pena, em 1914, logo após a inauguração da ferrovia, foi iniciada a construção do sobrado de alvenaria de propriedade de Bernardo Franco Baís para sua residência, considerado o primeiro sobrado de alvenaria na Afonso Pena e o segundo no contexto urbano e que existe até a atualidade (SILVA, S., 1995).

Na trajetória dessa edificação, relata-se que ela passou por dois incêndios. (MACHADO, P., 2000).

Silva, S. (1995) esclarece que no período de 1918 a 1938 essa edificação foi residência da família Baís; de 1938 a 1979 foi pensão, administrada inicialmente por Nominando Pimentel e depois por Deoclesiano Pimentel, Cenira Lanzarine, Amélia Hildebrand e Olga Queiróz. De 1979 a 1984 recebeu atividades diversas administradas por pequenos comerciantes e prestadores de serviços. Ainda para a mesma autora, por volta de 1985 este prédio foi desocupado, com exceção da parte utilizada por uma sapataria no lado da Avenida Noroeste. Sendo que por volta de 1992 ficou em posse de herdeiros da família Baís e em 1993 esse prédio foi incorporado ao patrimônio da Prefeitura Municipal de Campo Grande.

Na década de 1990, no ano de 1994, esta edificação recebeu uma restauração, com patrocínio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e transformada na Morada dos Baís, que foi entregue à população em 17 de maio de 1995 (SILVA, S., 1995). Considerada ponto turístico da cidade, comporta em seu interior, espaço para exposições temporárias, restaurante regional e um centro de reservas do *city tour* oficial. A Morada dos Baís também faz parte do roteiro do *city tour.* Na Figura 6 apresenta-se a Morada dos Baís.

FIGURA 6 - MORADA DOS BAÍS, UM DOS PRIMEIROS SOBRADOS EDIFICADOS EM ALVENARIA EM CAMPO GRANDE, MS.

FONTE: A autora (2012)

A Morada dos Baís foi tombada por meio do Decreto Municipal n. 5.390, de 9 de setembro de 1986 (CAMPO GRANDE, 2006b).

No final da Segunda Guerra Mundial foi construído o Edifício Olinda, sendo um edifício com elevador e, na ocasião, o mais alto da cidade, com cinco pavimentos e cobertura, construído na esquina da Avenida Afonso Pena com a Rua 14 de Julho (MACHADO, P., 1991).

De acordo com Machado, P. (1991), nos anos 1940 a Câmara de Vereadores votou a lei que proibia reformas de casa na rua principal. O mesmo autor esclarece que o sentido do decreto municipal era para que demolissem as velhas casas para ensejar novas construções, altas, modernas e vistosas. Mas como era de se esperar, o ordenamento teve curta duração, revogou-se a lei e surgiram reformas que propiciaram rápido melhoramento do aspecto do comércio.

Em se tratando da arquitetura pública da cidade a mesma é privilegiada, e isso se deve em grande parte à importância econômica de Campo Grande ainda antes de ser capital de Mato Grosso do Sul (ARRUDA, Â., 2006).

Dentre essa arquitetura destaca-se um dos mais importantes conjuntos arquitetônicos modernos: O Parque dos Poderes, sede central da administração estadual, projetado por diversos arquitetos locais, é um dos espaços urbanos brasileiros mais imponentes, com localização privilegiada, cercado de uma gigantesca mata urbana de cerrado, e os prédios são afastados uns dos outros, circundados de muita área verde (ARRUDA, Â., 2006). Este autor relata que esta construção foi decisão do governador Pedro Pedrossian, em 1981.

Arruda, Â. (2006) aborda que o Parque dos Poderes é bastante utilizado para a prática de caminhadas e para visitação turística; a reserva florestal é protegida com mais de 60 hectares e abriga a nascente do Córrego Prosa, o Centro de Recuperação de Animais Silvestres e uma trilha. O Parque dos Poderes está inserido no roteiro turístico do *city tour.*

Em se tratando de hospedagem, esta se inicia em Campo Grande no final do século XIX, localizada perto de onde atualmente é o Mercado Municipal, de propriedade de João Alves (MACHADO, P., 1990). Por volta de 1912, segundo esse mesmo autor, foi inaugurada a Pensão Bentinho, na esquina da atual Rua Rui Barbosa, defronte à Praça Costa Marques, onde estacionavam os carros-de-boi.

Em 1912 foi aberto o Hotel Globo, na esquina da Rua 13 de Maio com a Avenida Afonso Pena, na frente do Jardim e também na frente de onde se elevou o prédio do Banco do Brasil; de propriedade da família Maluf, o hotel foi vendido mais

tarde para os Irmãos Vasquez. Em 1915 foi vendido para os Irmãos Suares e passou a ser uma hospedaria mais confortável (MACHADO, P., 2000).

Na data de 1919 é registrado o Hotel Colombo, localizado na Rua 14 de Julho, n. 53, o qual em 1921 foi transferido para seu prédio próprio na Rua Dom Aquino (MACHADO, P., 1991).

Em 1954 foi inaugurado o Hotel Gaspar, localizado na esquina da Avenida Mato Grosso com a Avenida Calógeras, ao lado da Estação Ferroviária, na época o mais luxuoso da cidade, com cinco andares, projetado e construído pelo engenheiro Joaquim Teodoro (ARRUDA, Â., 2006).

O Hotel Gaspar prosseguiu sua trajetória no ramo hoteleiro, porém em 1978, com a morte de seu proprietário, o português Antonio Gaspar, o hotel foi administrado por parentes, em outro período foi arrendado e nos últimos anos está sendo administrado por uma de suas netas (ARCA, 2000).

Na Figura 7 apresenta-se o Hotel Gaspar, e ressalta-se que ele mantém seus traços arquitetônicos originais.

FIGURA 7 - HOTEL GASPAR, O MAIS ANTIGO DA CIDADE AINDA EM FUNCIONAMENTO

FONTE: A autora (2012)

No final dos anos de 1950 a família Coelho, motivada pelo desenvolvimento econômico da cidade, na época proprietária do Banco Financial de Mato Grosso

Ltda, inicia a construção do mais importante hotel da cidade, o Campo Grande, localizado na Rua 13 de Maio, com 13 andares de apartamentos luxuosos (ARRUDA, Â., 2006). O mesmo veio a ser desativado no ano de 2001.

Na sequência vieram outros hotéis, como o Concord e o Fenícia (ARRUDA, Â., 2006).

Com a divisão do Estado, a cidade, por ser a capital, necessitou de novos investimentos na área hoteleira para atender o fluxo de pessoas que visitavam Campo Grande por motivos de comércio e outros, por isto, no final dos anos de 1980 o antigo Cine Alhambra é demolido para dar espaço a um hotel, porém até a atualidade não foi finalizada esta obra (ARRUDA, Â., 2006).

No início dos anos de 1990, a Avenida Afonso Pena torna-se o local preferido pelos investimentos hoteleiros, principalmente no bairro Amambaí, inicialmente com a construção do Hotel Exceler, na sequência o Indaiá, depois o Vale Verde, posteriormente o Gally, o Brumado, e o Advanced, este na Avenida Calógeras (ARRUDA, Â., 2006).

Os hotéis mais recentes construídos em Campo Grande foram: o Novotel, em janeiro de 1998, na Avenida Mato Grosso, n. 5.555; o Metropolitan, em agosto de 1998, localizado na Avenida Ernesto Geisel, n. 5.100, Grand Park Hotel, fevereiro de 2011, na Avenida Afonso Pena, n. 5.282, em frente ao Shopping Campo Grande; e o Hotel Ypê, na Avenida Ceará, n. 1.834, em maio de 2012; (informação verbal)[17].

Os hotéis acima citados não são os únicos, além deles existem outros localizados em diversas regiões da cidade. Ainda sobre a rede hoteleira de Campo Grande, de acordo com levantamento realizando pela ABIH-MS no ano de 2012, a capital possui aproximadamente 4.589 leitos (informação verbal)[18].

Passa-se a discutir sobre os aspectos culturais, especialmente os relacionados à música e à dança campo-grandense, por considerá-las como expressivas formas de manifestação da riqueza e diversidade cultural.

Observa-se por meio das bibliografias consultadas que em Campo Grande o som da moda de viola, do rasqueado, da polca paraguaia e, mais recentemente, da polca-rock revela uma herança musical que tem raízes em grupos indígenas do

---

[17] Informação verbal fornecida pelos gerentes dos hotéis, visitado *in loco*, em Campo Grande, MS, no dia 17 de janeiro de 2013.

[18] Informação verbal fornecida pela funcionária da ABIH-MS, Nicolle Ignacio, em Campo Grande, MS, no dia 17 de janeiro de 2013.

tronco tupi-guarani e influências de migrações de toda parte que emergem em compassos musicais e lembram diversos sotaques (ARCA, 2005).

Das primeiras danças destacavam-se a quadrilha, a santa-fé, a polca paraguaia, o xote, a catira ou cateretê paulista, o “sapateado”, entre outras. Com exceção da polca paraguaia e do xote, estas danças não fazem mais parte da cultura campo-grandense (MACHADO, P., 1990).

Além das músicas acima citadas, em 1914 também com o advento da ferrovia, chega a Campo Grande transferido de Corumbá o samba, evidenciando dessa forma a música dos negros e suas origens africanas (ARCA, 2005).

Ainda no início do século XX, na rotina do meio urbano e rural evidencia-se uma preferência cada vez maior pela música sertaneja, que recebia diversas influências além da sua origem indígena. A música aliou-se a modinha trazida pelos colonizadores portugueses, e mais tarde formou gêneros como a catira e o caruru (ARCA, 2005).

Por volta de 1920, por intermédio dos diversos imigrantes que em Campo Grande adentraram consigo também trouxeram o gosto musical de suas regiões de origem europeia, mas, esses ritmos conviveram de forma harmoniosa com a chamada música caipira, tocada ao som da sanfona, prevalência local da época (ARCA, 2005).

Foi a partir desse período que a cidade teve como atração os chamados saraus, reuniões de familiares e amigos para ouvir música, conversar, dançar e fazer novas amizades. Com a promoção dos saraus houve em Campo Grande maior interesse pelo estudo da música. Foi então, quando Emygdio de Campos Widal implantou o ensino regular de música, e seus jovens formandos passaram a se apresentar não só nos saraus, mas também em serestas e cinemas, como o Cine Trianon (ARCA, 2005).

Sobre música em Campo Grande, a ARCA realizou uma mesa redonda com 15 pessoas com expressiva contribuição em diversos segmentos ligados à área musical na cidade, o resultado dessa mesa redonda foi publicado, em sua revista, no artigo intitulado *Origens e Tendências da Música em Campo Grande* (ARCA, 2005).

Nessa mesa redonda, Lenilde Ramos, cantora regional, assim resume as influências sofridas na música campo-grandense:

> [...] no século passado essa terra de Vacaria já recebia reflexos das Entradas e Bandeiras que por aqui passaram e deixaram a semente da

> música lusitana abrasileirada, ou seja, a música caipira trazida pelos bandeirantes. Na sequência, aconteceu a Guerra do Paraguai que foi uma primeira tomada de consciência de que nós temos vizinhos próximos e que, apesar do sofrimento, deixou caminho aberto para um país muito próximo que se misturava totalmente conosco, como fala a música "Sonhos Guaranis", de Almir Sater e Paulo Simões. Depois chegaram os mineiros que, à moda deles, reforçam a identidade caipira na época em que Campo Grande começa a se colocar como núcleo social e, a partir daí, se configura toda essa história [...] (ARCA, 2005, p. 16, grifo do autor).

Evidencia-se, assim, como a cultura campo-grandense, a música local também recebeu influências diversas.

Transferindo agora a discussão para as festas tradicionais de Campo Grande, de acordo com Sigrist (2008), a cidade comemora as seguintes:

a) A Festa de São Benedito: realizada no mês de maio, cujo dia principal é 13, data que marca a abolição da escravatura e reforça a etnia, pois São Benedito, em todo o Brasil, é o santo protetor dos negros;
b) Festa dos Santos Reis: pertence ao ciclo natalino, comemorada no dia 06 de janeiro, data em que os Reis Magos chegaram a Belém para visitar o Menino Deus. Em Campo Grande essa festa geralmente acontece nos bairros, pois guarda características das zonas rurais e do interior;
c) Festa de Nossa Senhora de Caacupé: santa trazida da cultura religiosa paraguaia, que equivale à Nossa Senhora da Conceição dos brasileiros. É cultuada no dia 8 de dezembro. Sua principal manifestação acontece entre os membros da Associação da Colônia Paraguaia;
d) Festa *Bon-Odori*: festa realizada pela Associação Esportiva e Cultural Nipo-Brasileira, comemorada no dia 26 de agosto, data de aniversário da Campo Grande.

Por meio destas festividades apresentadas acima, percebe-se que uma tem relação com a cultura negra, outra com a religião católica, uma com a cultura paraguaia e outra com a cultura japonesa. Destarte, aponta-se também que as festas tradicionais de Campo Grande possuem relação direta com as diferentes culturas que habitam a capital.

Passando a discutir os espaços destinados à cultura e ao lazer em Campo Grande, esses iniciaram-se no começo do século XX, quando em 1913 foi construído um cinema em recinto fechado e de caráter permanente, na Rua 7 de Setembro (MACHADO, P., 1997). O autor ainda ressalta que foi com a inauguração

do Cine Alhambra no ano de 1937, no dia 19 do mês de julho, que os residentes conheçeram o requinte dos cinemas e o transformou em ponto de encontro.

Destaca-se que entre as décadas de 1950 e 1970 acontecia entre o Cine Alhambra na Avenida Afonso Pena e o Cine Santa Helena na Rua Dom Aquino o *footing*, uma caminhada para conversar, fazer amizades, tomar sorvete, hábito que marcou aquela época (MACHADO, P., 1990). Por tudo o que o Alhambra representou para a cultura campo-grandense, entende-se que junto à sua demolição foi destruída também parte da história e da cultura de Campo Grande, que por meio dele era representada (FIGURA 8).

FIGURA 8 - CINE ALHAMBRA, O CINEMA MAIS IMPORTANTE DE CAMPO GRANDE ATÉ A METADE DO SÉCULO XX

FONTE: ARCA (2002, p. 8)

Porém, registra-se aqui a existência anterior a ele de outros cinemas como: Brasil, Ideal, Rio Branco, Guarani, Central, Cine Rialto, Cine Teatro Santa Helena, além do Cine Trianon e Cine Campo Grande (ARCA, 2011).

Na atualidade existem os cinemas Cinemark no Shopping Campo Grande e Cinépolis localizado no Shopping Norte Sul Plaza, e o Cine Plaza Center, com a apresentação apenas de filmes pornográficos, em funcionamento no antigo Terminal Rodoviário Eduardo Laburu.

Ainda sobre os espaços culturais demonstra-se que os migrantes e imigrantes moradores de Campo Grande construíram na cidade, clubes de suas respectivas colônias, como é o caso do Centro de Tradições Gaúchas, Clube Estoril – Associação Luso Brasileira de Campo Grande, Clube Libanês e Surian, de propriedade de árabes, sírios, libaneses, turcos, armênios e palestinos, Clube da Associação Paraguaia, os japoneses que instituíram a Associação Esportiva e Cultural Nipo-Brasileira, o Clube Cruzeiro e a Associação Okinawa, entre outros (CABRAL, 1999).

Sobre os espaços gastronômicos e de lazer, na década de 1910 foi inaugurada a Sorveteria Central, na esquina da Rua 14 de Julho com a Rua Dom Aquino, a primeira sorveteria da cidade, pois até então só existiam vendas de raspadinhas nas esquinas (MACHADO, P., 1991).

Já na década de 1940, foi inaugurado para a população campo-grandense o Bar e Restaurante Lusitano, localizado na Avenida Calógeras, entre as ruas Cândido Mariano e a Maracaju (MACHADO, P., 1991). O restaurante era de propriedade do mesmo português proprietário do Hotel Gaspar – Antonio Gaspar, inicialmente em sociedade com Manoel Secco Thomé, depois tornando-se seu único proprietário (ARCA, 2000).

O quarteirão mais nobre da Rua 14 de Julho, sempre foi o que se localizava entre as Ruas Barão do Rio Branco e Dom Aquino; essa reputação se deu de início, com a abertura de dois atraentes estabelecimentos públicos: O Bar Bom Jardim e o Bar Bom Gosto (MACHADO, P., 1991). O autor complementa, Campo Grande sempre teve ares de cidade rica, com a circulação do dinheiro proveniente dos negócios de gado.

Em se tratando dos marcos urbanos, Arruda, Â. (2006) relata que em 26 de agosto de 1933, comemoração do 34º aniversário de emancipação política de Campo Grande, o prefeito Ytrio Corrêa da Costa inaugurou dois monumentos em seu espaço urbano: um relógio central de quatro faces, com aproximadamente cinco metros de altura em alvenaria, na esquina da Rua 14 de Julho com a Avenida Afonso Pena, projetado pelo comandante militar da região na época, Coronel Newton Cavalcanti. A partir desta data, o “Relógio da 14”, assim conhecido, passa a ser marco urbano e ponto de referência.

Na Figura 9 apresenta-se o Relógio da 14, que com o tempo deixou de ser um monumento e passou a ser uma obra que atrapalhava o tráfego na área central, o que fez com que no ano de 1970, mais precisamente no dia 7 de agosto, durante a administração de Antônio Mendes Canale, o Relógio fosse demolido em nome do “progresso” (ARRUDA, Â., 2006).

Ao redor do Relógio davam-se as principais manifestações políticas, culturais e sociais da cidade, todos os eventos tinham o Relógio da 14 como testemunhar (OLIVEIRA NETO, 2005).

Por toda sua representatividade, décadas mais tarde, em 1999, em comemoração ao centenário de emancipação política do município, a Prefeitura Municipal de Campo Grande construiu uma réplica do Relógio da 14, uma quadra abaixo de sua primeira localização, no canteiro central da Avenida Afonso Pena com Calógeras (ARRUDA, Â., 2006).

Julga-se necessário mencionar que tal réplica não representa o simbolismo que o Relógio da 14 representou para a população campo-grandense entre as décadas de 1930 e 1970. Na Figura 10 apresenta-se a réplica do Relógio da 14.

FIGURA 9 - ANTIGO RELÓGIO DA 14, LOCALIZAVA-SE NA RUA 14 DE JULHO ESQUINA COM AVENIDA AFONSO PENA, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: MACHADO (1995, p. 18)

FIGURA 10 - RÉPLICA DO ANTIGO RELÓGIO DA 14, ATUALMENTE LOCALIZADO NA AVENIDA AFONSO PENA ESQUINA COM AVENIDA CALÓGERAS, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

A outra obra foi o Obelisco na esquina da Rua José Antônio, onde se localiza ainda (MACHADO, P., 2000). Essas obras foram promovidas pelo General Newton Cavalcanti, e o construtor responsável foi Manoel Secco Thomé (GIUGNI, 2003). Na Figura 11 exibe-se o Obelisco, atualmente restaurado.

A Estação Ferroviária da antiga EFNOB, localizada na Avenida Calógeras, número 3045, foi erguida na década de 1930 pelo engenheiro Aurélio Ibiapiana. (ARRUDA, Â., 2003). A Figura 12 mostra a Estação Ferroviária restaurada.

FIGURA 11 - OBELISCO – ERIGIDO EM HOMENAGEM AOS FUNDADORES DE CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

FIGURA 12 - PRÉDIO DA ESTAÇÃO FERROVIÁRIA DE CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

Foi construído em 1939 o Armazém de Cargas da EFNOB, o maior de todos os prédios da Esplanada Ferroviária (ARRUDA, Â., 2006). Depois de reformado, foi reinaugurado em 15 de setembro de 2004, o local denominado Armazém Cultural (FIGURA 13). Esse galpão atualmente serve de espaço para exposições, *shows* e eventos de diversas naturezas. De acordo com a Lei Municipal n. 4.357, de 27 de setembro de 2005, sua denominação passa a ser Armazém Cultural “Helena Meireles”. Destaca-se ainda que o Armazém Cultural está inserido no roteiro do *city tour* (ARRUDA, Â., 2006).

FIGURA 13 - ARMAZÉM CULTURAL DE CAMPO GRANDE, MS, PERTENCE AO SÍTIO HISTÓRICO TOMBADO EM 1996

FONTE: A autora (2012)

Em outubro de 1989 foi construído o Shopping Campo Grande, que serve de atrativo para os turistas que visitam a capital. Mais recentemente recebeu uma ampliação em sua construção para receber novas lojas, totalizando 200, mais vagas de estacionamento completando 2.400 vagas, além de um maior número de restaurantes em sua praça de alimentação, e ampliando o espaço para 860 lugares, além de possuir supermercado e 10 salas de cinema administradas pelo Cinemark (SHOPPING CAMPO GRANDE, 2012). A Figura 14 apresenta a visão paranorâmica Shopping Campo Grande. Ele também faz parte do roteiro do *city tour*.

FIGURA 14 - SHOPPING CAMPO GRANDE, INAUGURADO EM 1989
FONTE: A autora (2012)

Anterior a outubro de 1989, a cidade possuía apenas o Shopping Marrakesh, localizado na Rua Antônio Maria Coelho (MACHADO, P., 2000). Atualmente o mesmo está desativado da atividade de shopping.

No primeiro semestre de 2011, foi inaugurado o Shopping Norte Sul Plaza, localizado na Avenida Ernesto Geisel, n. 2.300, no Bairro Aero Rancho, com sete salas de cinema administradas pela Cinépolis, lojas, praça de alimentação com oferecimento de mil lugares e 25 operações, supermercado, além de estacionamento para 1.400 lugares (SHOPPING NORTE SUL PLAZA, 2012).

A Figura 15 mostra a entrada principal do Shopping Norte Sul Plaza. Ele faz parte do roteiro do *city tour.*

FIGURA 15 - SHOPPING NORTE SUL PLAZA, INAUGURADO EM 2011
FONTE: A autora (2012)

Sobre as casas teatrais existentes em Campo Grande, as principais são: o Teatro Dom Bosco, da Universidade Católica Dom Bosco; o Teatro Aracy Balabanian; da Secretaria de Estado de Cultura e Esporte, o Teatro Glauce Rocha da UFMS, o Teatro Fernanda Montenegro, da Unaes, o Teatro Sesc/Horto e o auditório Manoel de Barros, do Centro de Convenções Rubens Gil de Camilo (MENEGAZZO, 1999).

O Centro de Convenções Rubem Gil de Camilo (FIGURA 16), primeiramente denominado Palácio Popular da Cultura, é uma das principais referências como espaço de atividades culturais de Campo Grande e do Estado (MENEGAZZO, 1999). O mesmo autor ainda explica que este prédio foi projetado por Rubens Gil de Camilo, por isso o espaço recebeu posteriormente tal nome.

O prédio foi implantado em uma área de 66.000 m^2, com muita área verde nativa em seu redor; tendo uma área construída de 8.200 m^2, abriga o Auditório Manoel de Barros, com capacidade para 1.050 lugares, além de outros três auditórios menores que somados ao Manoel de Barros totalizam 1.489 lugares com tecnologia de palco, som e iluminação, possui um amplo salão para exposições, restaurante e outros (MARINHO; COELHO NETO, 1999).

FIGURA 16 - CENTRO DE CONVENÇÕES RUBENS GIL DE CAMILO – COM MAIS DE 8 MIL METROS QUADRADOS DE ÁREA CONSTRUÍDA, SENDO O MAIOR CENTRO DE CONVENÇÕES DE CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

Por fim, esta tese trata sobre a estrutura viária da cidade, e sobre este aspecto aponta-se que no final dos anos de 1920 a Rua 14 de Julho recebeu seu primeiro calçamento, embora não seja a rua mais antiga da capital, sempre foi e assim permanece sendo a principal artéria comercial de Campo Grande. (MACHADO, P., 1991). Ainda de acordo com o mesmo autor, com o advento da EFNOB ao norte da cidade, esta rua passou a ser caminho para a estação, tornando-se motivo principal para que os comerciantes preferissem instalar suas lojas neste logradouro.

Em 1945 a Avenida Calógeras foi pavimentada, e em 1947 a Rua Marechal Rondon e a Avenida Calógeras em frente à EFNOB foram as primeiras a receber paralelepípedos como pavimentação (CAMPO GRANDE, 2012a). De acordo com a mesma fonte, dois anos depois toda a área do quadrilátero compreendido entre a Rua 14 de Julho, Avenida Mato Grosso, Rua Rui Barbosa e Rua 15 de Novembro e das transversais até a Avenida Calógeras receberam pavimentação asfáltica.

Fazendo uso dos dados do perfil socioeconômico de Campo Grande, o total de vias na área urbana atingiu, em 2011, 3.966,356 km, sendo que destas ruas, aproximadamente 65,27% estão pavimentadas (CAMPO GRANDE, 2012a).

A política de urbanização asfáltica de Campo Grande influenciou, entre outras coisas, na modernização das vias existentes e na implantação de novas vias, visando principalmente à fluência e à segurança no trânsito da cidade. Estes motivos acima mencionados influenciaram na retirada dos 17,7 km de trilhos existentes no espaço urbano da capital, obra iniciada em 30 de junho de 2004, pelos gestores públicos municipais (REIS, 2004).

No leito desativado da linha férrea está previsto para ser implantado um projeto chamado Orla Ferroviária, que será transformado em espaço de lazer, contribuindo para a preservação da história da ferrovia e para a dinamização da atividade comercial do local (ESPINOZA, L.; ECHEVERRIA, 2009). O projeto será implantado em área de 19 mil metros quadrados, entre as avenidas Afonso Pena e Mato Grosso e incluirá calçadas com mosaico português, paisagismo, mobiliário urbano com pórticos, bancos, arborização, quiosques, bicicletário e nova iluminação. Também estão previstos painéis com a história dos imigrantes e adequação do espaço ao uso de pessoas portadoras de necessidades especiais (ESPINOZA, L.; ECHEVERRIA, 2009).

Observa-se com o acima exposto a criação de mais um espaço público para o lazer na cidade de Campo Grande. Mas, com este tema devidamente tratado por esta tese, transfere-se a discussão para os símbolos oficiais e marcos urbanos da cidade.

3.4.1 Campo Grande – seus símbolos oficiais e marcos urbanos

Neste subcapítulo da tese, apresenta-se Campo Grande por meio de seus símbolos oficiais como o Hino de Campo Grande e sua Bandeira. Serão apresentados ainda os marcos instalados em seu espaço urbano, considerados atrativos turísticos pela SEDESC.

Esta tese também tratará da Festa das Nações (Festa das Nações), organizada pelo poder público na esfera municipal, ora considerada por esta pesquisa como um marco cultural campo-grandense.

3.4.1.1 Hino de Campo Grande

O Hino de Campo Grande foi composto por Trajano Balduíno de Souza e apresentado em 7 de setembro de 1918. Naquela época o autor era vereador, já havia sido vice-presidente da Câmara Municipal (1918) e presidente do Legislativo Municipal (1919) (ARCA, 2005).

Por meio da Lei Municipal n. 2.831, 25 de setembro de 1991, essa composição foi oficializada como Hino de Campo Grande pelo prefeito. Em 1996, por sanção de lei, foi alterada a última estrofe do hino oficial; isso ocorreu para adaptar a letra à introdução do nome de Mato Grosso do Sul, além da substituição da palavra “tríade” por “trindade”, do texto original.

A partitura musical foi reescrita pelo maestro Vitor Marques Diniz no ano de 1999, por ocasião da gravação do álbum duplo *Cem Anos de Sucessos*, produzido no centenário da emancipação política e administrativa de Campo Grande (ARCA, 2005). Ficou então o Hino de Campo Grande da seguinte maneira:

Campo Grande que outrora um deserto,
Transformou-se em cidade primor,
É de jóias escrínio aberto,
É uma gema de fino louvor!

A cidade onde todos vivemos,
Aprendamos fiéis defender!
Nosso afeto a ela sagremos
E felizes assim hemos ser.

Quanta luz, quanto gozo sem par!
Nos legou nosso amado país!
Oh! Que terra ditosa é meu lar!
Campo Grande é feliz, é feliz!

ESTRIBILHO

Mato Grosso do Sul, Campo Grande,
E Brasil eis a tríade sagrada,

Em louvá-los minha alma se expande
Morrerei pela Pátria adorada.

ESTRIBILHO

3.4.1.2 Bandeira de Campo Grande

O município de Campo Grande tem a sua bandeira desde 1967 a qual apresenta-se na Figura 17.

FIGURA 17 - BANDEIRA DE CAMPO GRANDE, MS
FONTE: BANDEIRA... (1999, p. 363)

Sobre esta bandeira explica-se que no centro desse símbolo encontra-se um brasão que simboliza o governo municipal; a coroa mural que está acima do brasão classifica a cidade como sede da comarca; a águia ao centro é o símbolo do poder, prosperidade e altruísmo; as faixas representam o poder municipal e, por fim, as figuras geométricas simbolizam as propriedades rurais existentes no município.

3.4.1.3 A Festa das Nações

Campo Grande sofreu e ainda sofre forte influência de culturas externas, que aos poucos foram se integrando aos campo-grandenses, e de certa forma tornando-

se parte deles, como a migração dos paraguaios, bolivianos, japoneses, italianos, portugueses, espanhóis, turcos, sírios, árabes, gaúchos, mineiros, paranaenses, paulistanos, entre tantos outros que contribuíram na construção e desenvolvimento desta cidade.

Para homenagear essas diferentes colônias foi idealizada a Festa das Nações, em 1997, pelo então vice-prefeito, Sr. Oswaldo Possari, com o intuito de fortalecer, valorizar e difundir a miscigenação dos costumes e tradições dos países e culturas representadas pela sociedade sul-mato-grossense (CAMPO GRANDE, 1997).

Esse evento de aporte festivo, mas, sobretudo cultural, aparentemente conquistou um grande espaço na memória da população campo-grandense e no calendário festivo do município.

Desde sua primeira edição, o evento foi organizado pela Prefeitura Municipal de Campo Grande, por meio da Coordenadoria de Turismo, na época gerenciada pela Sra. Rosangela França (CAMPO GRANDE, 1997). Em análise aos documentos das Festas das Nações, verificou-se que a responsável pela organização do evento em todas as edições foi a Sra. Maritssa Camargo (CAMPO GRANDE, 1997, 1999, 2000, 2001, 2002, 2004).[19]

A Festa das Nações, em todas as suas edições, tinha como atrativo a gastronomia típica de cada colônia que integrava o evento, a arte, o artesanato, o folclore, a música, o teatro, além do desfile para escolha da Rainha da Festa das Nações e apresentação de danças típicas de cada etnia.

Em todas as suas edições, iniciou-se com o tradicional desfile e o concurso das delegações com a apresentação da música e do vestuário típico de cada país ou representação. Os mesmos relatórios acima citados indicam que o evento contou em todas as suas edições com o concurso rainha da Festas das Nações.

Do ponto de vista político, esse evento ocorreu apenas sob o mandato do então Prefeito André Puccinelli (CAMPO GRANDE, 1997).

O palco escolhido para a realização do evento foi o Parque de Exposições Laucídio Coelho, onde acontecem anualmente as exposições rurais de Campo

---

[19] A Prefeitura Municipal de Campo Grande mantém arquivados, em pastas A-Z, os documentos de divulgação e coordenação de todas as Festas das Nações, documentos esses que funtamentou praticamente toda esta seção (3.4.1.2) deste Capítulo 3.

Grande, com os salões de exposição de gado e de objetos comercializados na exposição (como carro, maquinário agrícola, rações, entre outros). Os espaços foram reorganizados e utilizados por cada colônia para ser o palco individual de cada cultura (CAMPO GRANDE, 1997).

Todas as edições da Festa das Nações tiveram um regulamento único para todas as edições, alterando apenas as informações particulares de cada edição, como por exemplo o período de realização.

Sua primeira edição, entre os dias 10 e 14 de setembro de 1997, contou com a participação de dez colônias, sendo elas: a japonesa, italiana, portuguesa, espanhola, paraguaia, africana, boliviana, alemã, libanesa e indígena, além de representações de cinco Estados, sendo eles: Rio Grande do Sul, Minas Gerais, São Paulo, Bahia e Mato Grosso do Sul. Essas colônias e representações de Estados não participaram de todas as edições, o que fez com que cada edição não tivesse obrigatoriamente as mesmas colônias (CAMPO GRANDE, 1997).

A segunda edição da Festa das Nações aconteceu entre os dias 10 e 13 de setembro de 1998, com a participação das colônias afro-brasileira, libanesa, italiana, latino-americana, portuguesa, japonesa, alemã e espanhola, além dos representantes dos Estados da Bahia, Rio Grande do Sul, São Paulo, Minas Gerais e dos povos indígenas, bem como os estandes de Corumbá e Campo Grande (FESTA DAS NAÇÕES..., 1998).

A terceira edição, realizada entre os dias 5 a 8 de agosto de 1999, ganhou uma série de novidades, entre elas a abertura do espaço para a participação de prefeituras de municípios de Mato Grosso do Sul, com a participação de Bela Vista, além de Feiras das Flores, da Moda, do Livro e da Criança, e *shows* musicais. Essa edição também fez parte da programação das comemorações do centenário de Campo Grande. As colônias participantes foram: libanesa, italiana, portuguesa, paraguaia, alemã, espanhola e japonesa. Foram estas as representações de Estados que se fizeram presentes: Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Bahia, Ceará, Rio Grande do Sul e Minas Gerais. (CAMPO GRANDE, 1999).

A quarta edição da Festa das Nações reuniu um público estimado em 90 mil pessoas, que prestigiaram o evento durante os dias 10 a 13 de agosto de 2000. Nesta edição teve a participação das colônias: alemã, espanhola, italiana, japonesa, libanesa, paraguaia, polonesa e portuguesa. A festa contou ainda com

representações dos Estados da Bahia, Ceará, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Mato Grosso do Sul. (CAMPO GRANDE, 2000a).

No período de 4 a 7 de outubro de 2001 aconteceu a quinta edição da Festa das Nações, que atingiu o maior público de todas as anteriores, estimado em 150 mil pessoas durante os quatro dias. No dia 7 foi realizado o *show* musical da dupla sertaneja Bruno & Marrone, 80 mil pessoas compareceram ao evento. As colônias participantes nessa edição foram a: italiana, japonesa, afro-brasileira, paraguaia, portuguesa, libanesa e boliviana. Ainda houve representantes dos Estados da Bahia, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, além da representação do município de Ponta Porã. (CAMPO GRANDE, 2001).

Nessa edição a comitiva de Mato Grosso do Sul teve como tema o turismo. O *stand* teve como decoração os atrativos turísticos de Campo Grande e de outras cidades do Estado. Foi montado um barco fazendo alusão ao principal meio de transporte dos turistas que vão passear no Pantanal. (CAMPO GRANDE, 2001).

Quanto às iguarias de Mato Grosso do Sul, foram apresentados o tradicional churrasco com mandioca, o caldo de piranha, o arroz com pequi e o frango com palmito guariroba (CAMPO GRANDE, 2001).

A sexta Festa das Nações foi realizada entre os dias 12 a 15 de setembro de 2002. As colônias participantes nessa edição foram as dos países: Líbano, Itália, Portugal, Japão, México, Paraguai, Bolívia, além da representação da colônia afro-brasileira e dos Estados de Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Bahia (CAMPO GRANDE, 2002b).

A sétima Festa das Nações aconteceu entre os dias 11 e 14 de setembro de 2003, contou com a participação das colônias dos Estados Unidos, Afro-Brasileira, Paraguai, Portugal, Itália, Líbano, Inglaterra, Japão e Bolívia, além dos representantes dos Estados do Rio Grande do Sul, Bahia, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, da região Nordeste e dos povos nativos.

Assim como as anteriores, a sétima Festa das Nações teve como finalidade a realização de apresentações culturais e a comercialização da gastronomia típica e do artesanato, sendo que a apresentação cultural e a gastronomia típica foram obrigatórias (EVENTO COMEÇA..., 2003). Os *stands* estavam devidamente decorados e foram avaliados pelos seguintes requisitos: criatividade, equilíbrio, praticidade e alegria.

No que se refere à oitava Festa das Nações, esta edição ocorreu entre os dias 9 e 12 de dezembro de 2004, assim como as demais edições, no Parque de Exposições Laucídio Coelho. Essa Festa das Nações teve como tema: *Oito Anos que Mudaram Campo Grande*, e teve como novidade a participação do parque de diversões Ita Center Park, além da participação de nove municípios, (Alcinópolis, Cassilândia, Chapadão do Sul, Costa Rica, Coxim, Pedro Gomes, Rio Verde, São Gabriel do Oeste e Sonora), por meio de suas Secretarias de Turismo, divulgando o Projeto de Roteirização do Turismo, chamado Rota Norte. Além dos municípios acima citados, também estiveram expondo as colônias: Estados Unidos, Paraguai, Portugal, Itália, Líbano, Bolívia, Japão, e as representações: do Nordeste, da Bahia, a Afro-Brasileira, do Rio Grande do Sul, do Mato Grosso do Sul, dos Povos Nativos, de Minas Gerais (CAMPO GRANDE, 2004).

Os *shows* musicais desta edição foram com os cantores Gilson e Junior e Charlie Brown Jr., Jads e Jadson, Chico Rey e Paraná e Detonautas, distribuídos nos quatro dias de festa (CAMPO GRANDE, 2004).

Ainda se tratando da oitava edição da Festa das Nações, observou-se que grande parte da população campo-grandense (49,0%) e uma porção significativa da população de outros Estados (29,0%), do interior de Mato Grosso do Sul (9,0%) e de outros países (3,0%), prestigiaram o evento. Pode ser percebido que os participantes buscavam se divertir, conhecer a cultura representada pelas diversas colônias e levar sua família para apreciar as diferentes culinárias, folclores, danças e músicas. (CAMPO GRANDE, 2004).

De acordo com Campo Grande (2004), a Festa das Nações em suas oito edições marcou Campo Grande como a capital realizadora de um dos maiores eventos culturais do Centro-Oeste brasileiro.

No Quadro 1 apresenta-se a evolução das Festas das Nações, sob a análise de número de visitantes, nações participantes, quantidade de expositores e repercussão na mídia local.

QUADRO 1 - EVOLUÇÃO DA FESTA DAS NACÕES ENTRE A 4ª E A 7ª EDIÇÕES

Quesitos analisados	**Edição (ano)**			
	4º (2000)	**5º (2001)**	**6º (2002)**	**7º (2003)**
Número de visitantes	83.000	91.000	100.000	110.000
Quantidade de Nações participantes	12	13	13	15
Quantidade de expositores	92	107	120	92
Quantidade de repercussão na mídia local	2 semanas	2 semanas	3 semanas	5 semanas

FONTE: CAMPO GRANDE (2004)

Observando os dados do Quadro 1, com exceção dos expositores, os outros três itens avaliados foram crescentes em relação aos anos anteriores da festa. Esses dados possibilitam destacar que a Festa das Nações obteve sucesso quantitativo no decorrer de suas edições, o que representa, de certa maneira, a aceitação dessa festa como forma de representação cultural de Campo Grande, possibilitando considerá-la uma marca urbana de Campo Grande durante os anos de 1997 e 2004.

Do ponto de vista cultural, ainda dialogando com os dados acima apresentados, não se pode negar que as heranças étnicas que coroam o simbolismo da sociedade contemporânea continuam alimentando as estratégias de como divulgar e comercializar determinado produto. Nesse sentido a Festa das Nações utilizou-se dessas heranças de forma a divulgar e vender a identidade local.

A Festa das Nações representou durante o período de sua realização a influência das diversas colônias de imigrantes que contribuíram para o desenvolvimento econômico, social e cultural na cidade de Campo Grande, além dos grupos de outros Estados que migraram e que têm representantes residindo na capital do Estado de Mato Grosso do Sul.

Sob a análise econômica, durante sua realização, a festa foi considerada um atrativo turístico para a população do interior do Estado bem como de outros estados brasileiros, além de servir de lazer para os campo-grandenses que, durante quase uma década, tiveram oportunidade e motivos para conhecê-la, visitá-la e privilegiá-la a cada ano. Durante esse tempo o evento se consagrou como mais uma opção de lazer e de turismo para as populações campo-grandense e sul-mato-grossense.

Porém, esse evento foi interrompido e sua última edição ocorreu em 2004 (informação verbal)[20]. Tal interrupção de certa forma representa também a interrupção de uma possibilidade de manifestação cultural de Campo Grande.

Diante do exposto, entendeu-se ser pertinente mostrar que a Festa das Nações se constituiu em representação cultural para Campo Grande e teve um ritual para seus organizadores e para as diferentes colônias participantes.

De acordo com Yázigi (2001), quem mais do que os homens temperam o lugar? Homens que, com sua cultura e personalidade, queiram ou não, são muito diferentes entre si.

A partir deste momento inicia-se a apresentação de Campo Grande por meio de um olhar turístico.

3.5 CONHECENDO CAMPO GRANDE PELO VIÉS TURÍSTICO

Após essa tese ter fundamentado seu objeto de pesquisa pelo viés geográfico, torna-se o momento de fundamentá-lo sob o viés turístico.

3.5.1 A atividade turística

Segundo Moretti e Rodrigues (2001), no Estado de Mato Grosso do Sul a atividade turística teve seus primórdios na década de 1970 com o segmento do turismo de pesca, tendo os turistas como principal destino a região do Pantanal Sul-matogrossense, sobretudo as cidades de Aquidauana, Miranda, Corumbá, Porto Murtinho, Coxim e Rio Verde de Mato Grosso. Desta maneira, percebe-se que a cidade de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, não era tratada como um destino turístico, atuando mais como cidade de escala, de conexão ou como “cidade dormitório”.

---

[20] Informação verbal fornecida por Maritssa Camargo, organizadora das oito edições da Festa das Nações, servidora municipal da Fundação de Cultura, em março de 2009.

Os turistas de pesca apenas passavam pela cidade de Campo Grande, sem nela desenvolverem programações turísticas, supondo-se que tal situação está relacionada à sua posição geográfica por se situar no itinerário dos pesqueiros.

Porém, mesmo sendo passagem para o fluxo de turistas, também serviu de suporte, dada a sua infraestrutura urbana e de oferta de equipamentos de hospedagem, alimentação, transporte e até mesmo pelo comércio, direcionado para pesca, como foi o caso das “casas de caça e pesca” localizadas com maior concentração na Avenida Salgado Filho, à época via de acesso obrigatório para o Pantanal Sul-matogrossense.

Com a criação do primeiro material publicitário pela municipalidade de Campo Grande, na década de 1990, acredita-se que foi a partir desse momento que seus gestores públicos tiveram interesse em captar turistas também como um destino de maior permanência ou final, e nesse momento histórico então direciona-se, ainda que timidamente, seu marketing institucional turístico especialmente para a cidade. Sendo essa uma iniciativa de tentar atrair fluxos turísticos para a cidade de Campo Grande, na época, vindos principalmente pelo Pantanal Sul-matogrossense, que naquele momento possuía um forte apelo comercial.

Desde então os gestores públicos e privados do turismo de Campo Grande têm trabalhado no sentido de fixar uma atividade turística na cidade que possa incentivar a vinda dos turistas para a capital sul-matogrossense. Das tentativas realizadas, verifica-se que o turismo de eventos e negócios tem tido um melhor resultado, em termos quantitativos de divisas arrecadadas por esses dois tipos de turismo na cidade.

3.5.2 O departamento de turismo na esfera municipal

Atualmente o Departamento de Turismo municipal é composto em sua hierarquia administrativa conforme apresentrado na Figura 18.

FIGURA 18 - ORGANOGRAMA DA SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA, TURISMO E DO AGRONEGÓCIO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2012

FONTE: Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio (2011).

Verificou-se que a Diretoria de Turismo, está subordinada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio, fato que possibilita crítica em razão da falta de uma Secretaria de Turismo, que possivelmente viabilizaria os projetos e o desenvolvimento da atividade turística na capital.

Como já exposto, essa tese busca verificar qual a identidade cultural de Campo Grande e analisar se a imagem turística comercializada da cidade possui relação com sua identidade cultural. Com esse propósito julga-se pertinente apresentar e analisar o material publicitário de Campo Grande.

3.5.3 Material publicitário de Campo Grande

Neste tópico será apresentado o material publicitário de turismo com seus respectivos *slogans* utilizados para divulgação da cidade no período de 1998 a 2012

pelo poder público municipal. Ressalta-se que atualmente a Prefeitura Municipal de Campo Grande não possui plano de marketing específico para o setor de turismo.

Por meio deste tópico buscar-se-á analisar se a imagem turística que vem sendo comercializada pelos gestores, em nível municipal, possui relação direta com a identidade cultural desta cidade.

Nas últimas décadas os representantes institucionais do turismo de várias cidades brasileiras têm buscado, com maior intensidade, inseri-las no rol dos roteiros turísticos nacionais e de seus Estados ou de tornar as cidades por si só um destino turístico diferenciado dentre os demais municípios (YÁZIGI, 2002).

Mas, para alcançar o posicionamento de destinação turística, as cidades precisam, de comprometimento público e privado na execução de atividades promocionais. Contudo, o poder público em suas três esferas: municipal, estadual e federal, necessita de um trabalho interligado que se alinhe num mesmo objetivo.

Isso deveria ser uma tarefa óbvia e simples, porém, o nível de complexidade é bem maior do que possa transparecer, devido às dificuldades enfrentadas pelo poder público, geradas por vários motivos; um deles, por exemplo, no âmbito do turismo, é a frequente substituição das políticas públicas de turismo. Seja em qualquer esfera, a cada novo governante, altera-se todo o plano de trabalho e dessa forma fica-se sem metas a serem cumpridas em longo prazo.

Essa inconstância de planos de trabalho implica diretamente no marketing institucional turístico executado na divulgação das cidades. Na tentativa de captar cada vez mais um número maior de turistas, seus governantes não dão continuidade aos planos anteriores de marketing institucional, e em muitas vezes, os substituem de forma injustificada.

Sob esse viés foi que esta pesquisa fez uma análise dos *slogans* divulgados nos materiais promocionais institucionais da cidade de Campo Grande, elaborados pelo poder público na esfera municipal, no intuito de identificar qual marca turística tem sido agregada e comercializada pelos gestores da capital ao longo dos últimos anos e se essa marca comercializada possui relação com sua identidade cultural.

Para alcançar o proposto, foi feita uma análise de todos os prospectos promocionais institucionais elaborados e divulgados pela Prefeitura Municipal de Campo Grande, por intermédio da SEDESC. Pela análise desses prospectos verificou-se que no período de 1998 a 2012, a Prefeitura Municipal de Campo

Grande, por intermédio da SEDESC, lançou cinco *slogans* com diferentes chamadas para a cidade de Campo Grande.

Diante do exposto, apresenta-se o material promocional elaborado pela Prefeitura Municipal, em que se evidencia que ao longo desse período de 14 anos o poder público municipal mudou os *slogans,* objetivando delinear uma marca urbana para a cidade. A divulgação da cidade como destino turístico iniciou-se em 1998 com o *slogan Campo Grande – Capital do Ecoturismo* (FIGURA 19).

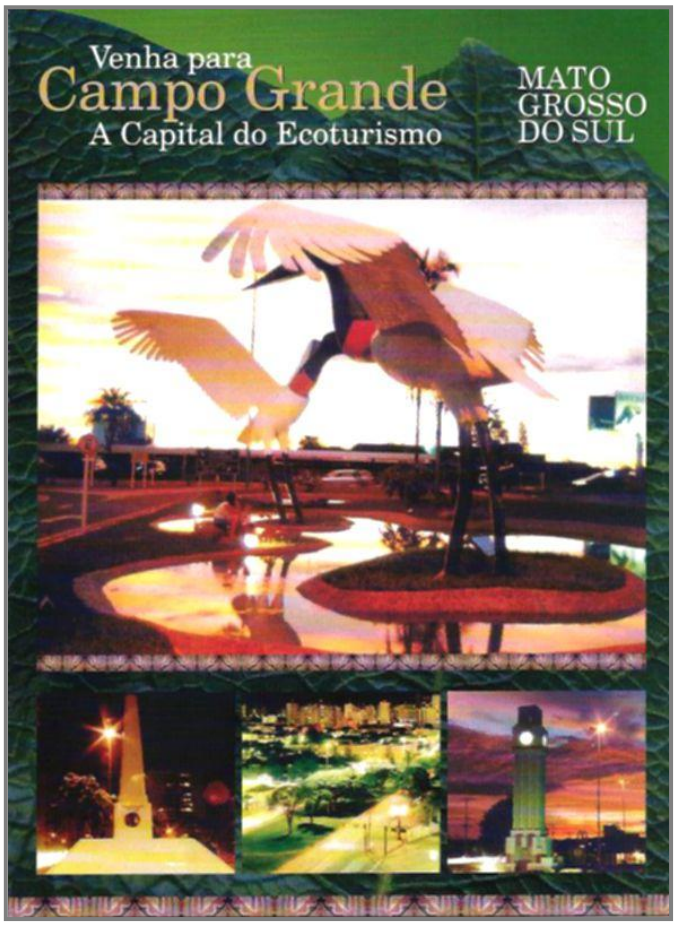


FIGURA 19 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 1998

FONTE: CAMPO GRANDE (1998b)

Entende-se que esse *slogan* divulgado possui relação com o comentário exposto anteriormente, quando à época Campo Grande tentava atrair seus turistas principalmente com o apelo focado no Pantanal; por ser a capital de Mato Grosso do Sul, Estado onde se situa a maior parte do Pantanal, portanto, poderia ser considerada como “capital do ecoturismo”.

A esse respeito, Sottili (2005), em sua dissertação intitulada *O Imaginário do Pantanal no Espaço Urbano de Campo Grande*, apresentou uma concentração de elementos urbanísticos em Campo Grande que remetem à lembrança do Pantanal, com maior incidência na Avenida Afonso Pena e adjecências, e demonstrou ainda que os gestores públicos e privados do setor turístico de Campo Grande, naquela ocasião, incorporaram essa marca para a capital.

Deve-se assinalar que tal tipo de apelo não coincide com a oferta de atrativos de Campo Grande, uma vez que a cidade não tem e não tinha atrativos turísticos naturais de grande hierarquia que justificasse essa chamada.

Em um período seguinte, a partir de 2000, a cidade foi divulgada utilizando-se o *slogan*: *Conheça Campo Grande – Ecoturismo, Cultura e Eventos em uma só Capital* (FIGURA 20). Nesse caso, agregou-se ao *slogan* do ecoturismo a ideia da cultura e de eventos, ampliando-se o seu cabedal de enfoques.

FIGURA 20 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2000

FONTE: CAMPO GRANDE (2000b)

O próximo material promocional desenvonvido foi no ano de 2007, esse por sua vez com uma nova chamada *Grande Campo Grande MS: Emoções do Tamanho dos Seus Sonhos* (FIGURA 21).

FIGURA 21 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2007

FONTE: CAMPO GRANDE (2007a)

No ano de 2010 foi lançado um novo material promocional com a seguinte chamada *Campo Grande Mato Grosso do Sul Conheça os Encantos da Cidade Morena* (FIGURA 22).

FIGURA 22 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2010

FONTE: CAMPO GRANDE (2010)

No ano de 2011, a SEDESC lançou um novo material, desta vez sem uma chamada específica: o material apresenta a cidade por meio de alguns atrativos turísticos como: a Feira Central, o Museu Dom Bosco, a Casa da Ferrovia, o Parque das Nações Indígenas, o Centro de Convenções, a Praça das Araras, a Morada dos Baís, e o itinerário do *city tour* (FIGURA 23).

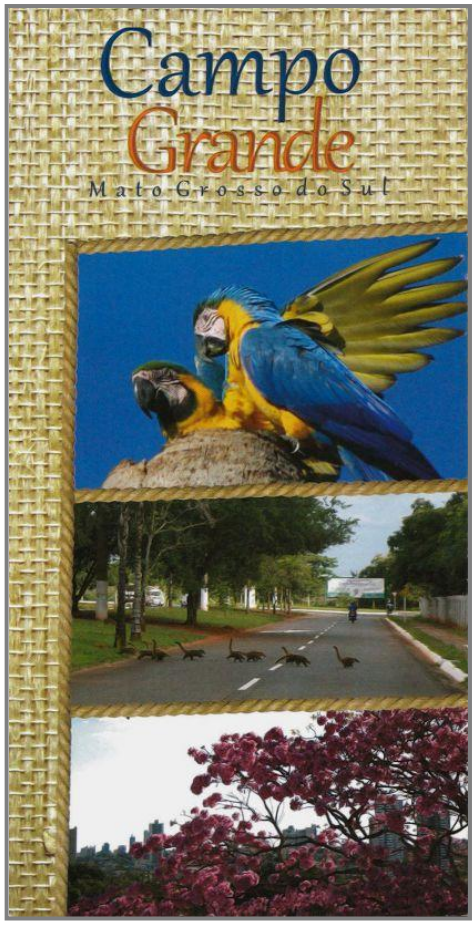


FIGURA 23 - MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL TURÍSTICO MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, MS, 2011

FONTE: CAMPO GRANDE (2011a)

Por meio deste *slogan*, é possível verificar que a SEDESC também pretendeu chamar a atenção para os parques urbanos instalados na cidade e que, a *priori*, são referencia de singularidade na cidade de Campo Grande.

Verifica-se que em pouco mais de uma década, o governo municipal de Campo Grande se utilizou de cinco *slogans* diferentes em seu material promocional turístico, fato este que demonstra a ausência de uma imagem turística focada na especificidade da cidade, ora apresentada como cidade de ecoturismo, ora cidade

de eventos, ora cidade com diversidade cultural, ora Cidade Morena e ora simplesmente Campo Grande. Essas diferentes chamadas permitem afirmar que a cidade ainda não tem uma imagem turística projetada bem definida ou consolidada.

No ano de 2012 a Prefeitura Municipal de Campo Grande, por intermédio da SEDESC, lançou um vídeo institucional sobre a capital, o qual enfatiza aspectos da cidade relacionados com a área verde existente na cidade, destacando as ruas largas, os espaços de lazer como teatros, centro de convenções e shopping (CAMPO GRANDE, 2012c).

O mesmo vídeo destaca Campo Grande como um destino turístico de eventos. Apresenta a Feira Central e Mercado Municipal como pontos turísticos tradicionais, enquanto mostra a Orla Morena como um novo atrativo turístico.

O vídeo ainda exibe o *sobá* – iguaria japonesa comercializado em Campo Grande. Apresenta a diversidade da fauna no espaço urbano, com a presença de araras e tucanos, e dá destaque ao pôr do sol local.

Por fim, o vídeo fala da privilegiada localização geográfica de Mato Grosso do Sul, que faz fronteira com o Paraguai e a Bolívia, e divisa com os Estados de Mato Grosso, Minas Gerais, São Paulo, Goiás e Paraná. Está distante apenas 250 km de Bonito, 200 km de Miranda – planície pantaneira e 330 km de Ponta Porã, principais destinos turísticos do Estado.

As políticas promocionais das cidades como um todo estão diretamente ligadas à ideia de inovação; isto é percebido nos diversos *slogans* criados para a cidade de Campo Grande, conforme se apresentou acima. Essas políticas apresentam a cidade como o lugar onde se concretiza o espírito de inovação e o lugar de onde as novidades são irradiadas.

Observa-se que no último material promocional de Campo Grande, apresentado na Figura 23 e no vídeo institucional promovido pela municipalidade nos anos de 2011 e 2012, respectivamente, eles relacionam a capital a uma marca de cidade planejada com destaque à arborização, parques e praças existentes no espaço urbano.

Porém, compreende-se que há uma necessidade política de reciclar permanentemente a imagem, agregando novos significados a ela, contudo, ressalta-se que essa reciclagem deve ser cautelosa. Ela deve resgatar e manter marcas da cidade que devem ser memoriáveis.

É certo que toda população se dota de imagens de outros mundos, de outros lugares e que com isso iluminam o sentido da vida terrestre (CLAVAL, 1999). Mas, nem por isso os gestores públicos e privados de Campo Grande podem estar relacionando as imagens turísticas da cidade com aquelas destoadas da cultura local.

Entende-se ser importante a imagem turística projetada da cidade estar relacionada com a identidade local, pois isso facilitará a construção de uma marca urbana.

3.5.4 Conhecendo Campo Grande através do *city tour* oficial

O *city tour* regular e oficial de Campo Grande foi implantado no ano de 2004 por meio de uma parceria da Prefeitura Municipal com o Pantanal Convencion & Visitors Bureau (CAMPO GRANDE, 2012e).

A central de reservas do *city tour* está localizada na Morada dos Baís, o passeio é oferecido de terça a domingo, sendo realizado em ônibus *double deck*, panorâmico, com serviço de guia bilíngue e com duração aproximada de 3 h (CAMPO GRANDE, 2012e).

Por sua vez, o material de divulgação da Prefeitura Municipal de Campo Grande, por meio da SEDESC, considera 84 atrativos turísticos na cidade, destacando-se que, desse total o ônibus *city tour* apresenta 45 atrativos turísticos, e a parada para visitação acontece no Memorial da Cultura Indígena diariamente, e aos sábados, além do Memorial, acrescentou-se uma parada no Museu Dom Bosco (CAMPO GRANDE, 2012e).

Na Figura 24 é possível verificar o itinerário percorrido pelo *city tour*.

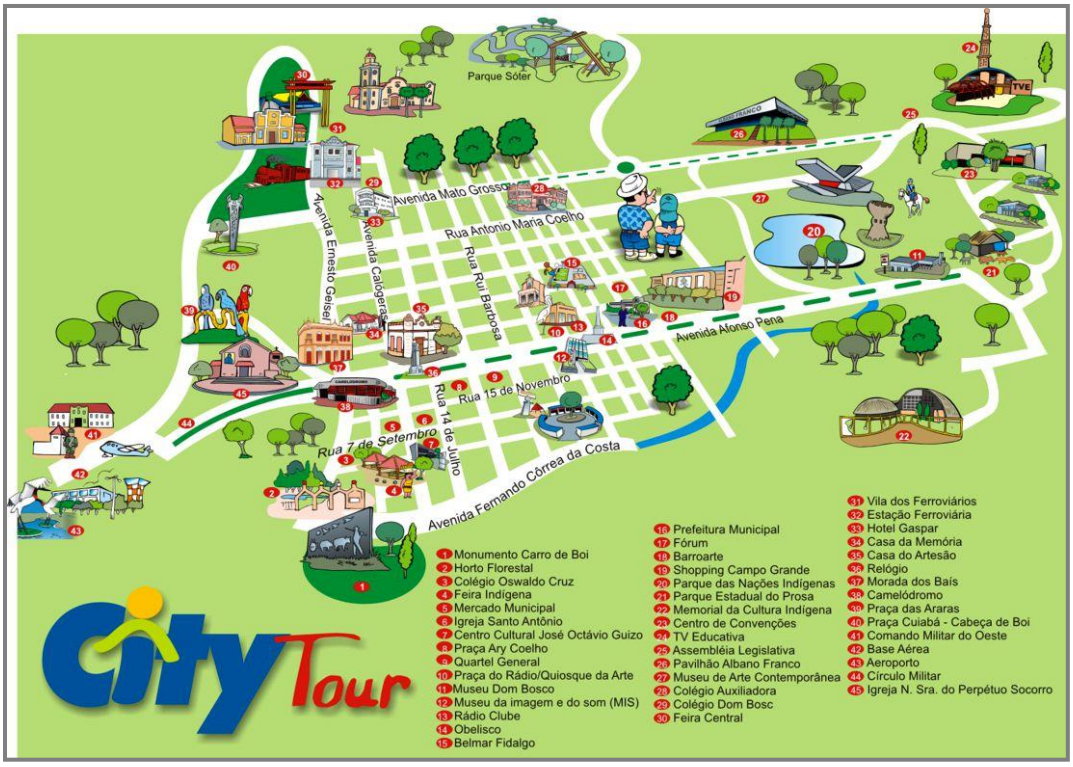


FIGURA 24 - ROTEIRO DO CITY TOUR DE CAMPO GRANDE, MS
FONTE: CAMPO GRANDE (2012d)

Os atrativos turísticos apresentados pelo *city tour* foram demonstrados com objetivo de exibir os marcos e elementos urbanos de Campo Grande utilizados pelo poder público na esfera municipal para divulgação da cidade como destino turístico. Posteriormente, ainda nesta tese, quando verificada a identidade cultural deste destino turístico, esta listagem dos atrativos turísticos será analisada com o intuito de verificar qual deles tem relação direta com a identidade local.

Esta tese tratará de parte dos atrativos turísticos apresentados no roteiro turístico do *city tour*, a ordem de apresentação será a mesma seguida pelo trajeto feito pelo ônibus. Explica-se ainda que até o presente momento desta tese já existiu a necessidade de citar e apresentar alguns atrativos turísticos que fazem parte do roteiro e que naquela ocasião já foram devidamente apontados como pertencentes ao roteiro do *city tour*, portanto não serão reapresentados, embora estejam constando no roteiro.

3.5.4.1 Monumento aos desbravadores

Entre as Avenidas Fernando Corrêa da Costa e Ernesto Geisel foi construído um monumento em homenagem aos fundadores (PEREIRA, 2002). Este mesmo autor ainda informa que este monumento foi construído na gestão do Prefeito Juvêncio César da Fonseca, está situado na confluência dos córregos Prosa e Segredo, próximo ao local onde José Antônio Pereira levantou o primeiro rancho, em 1872.

Vindos de carros de boi, os percursores iniciaram ali a formação do povoado, construindo seus primeiros ranchos no local então conhecido como Mato Cortado (CAMPO GRANDE, 2006b).

O Monumento, medindo 10 x 5 m, foi inaugurado em 1996 junto com a Implantação do Parque Florestal Antônio Alburquerque (FIGURA 25). Essa obra foi idealizada pela artista plástica Neide Ono e Marisa Oshiro Tibana, e é composta por peças fundidas em alumínio e metal dourado sobre fundo de granito preto; um detalhe de vazado no painel permite que a luz do sol e da lua interfira na paisagem proporcionando aspectos múltiplos no contexto trabalhado que pode ser visto sob vários ângulos (CAMPO GRANDE, 2006b).

FIGURA 25 - MONUMENTO AOS DESBRAVADORES, CONSTRUÍDO EM HOMENAGEM AO FUNDADOR DE CAMPO GRANDE, MS LOCALIZADO NA CONFLUÊNCIA DOS CÓRREGOS PROSA E SEGREDO

FONTE: A autora (2012)

3.5.4.2 Praça Oshiro Takimori – Feira Indígena

Conhecida pela população campo-grandense como Praça do Mercadão, localizada entre as Ruas 7 de Setembro e 26 de Agosto, em frente ao Mercado Municipal Antonio Valente, foi inaugurada em 28 de agosto de 1960 com o nome de Praça João Pedro de Souza (CAMPO GRANDE, 2012f).

A partir de 1964 recebe o nome de Praça Oshiro Takimori, em homenagem a um dos grandes impulsionadores do desenvolvimento do Estado e com a reforma efetivada em 2000, ampliou-se a área destinada à venda de produtos agrícolas oriundos de colônias indígenas, ali comercializados (CAMPO GRANDE, 2012f).

A Figura 26 apresenta a Feira Indígena, a qual foi terceirizada pela Prefeitura Municipal para ser administrada pela Associação dos Mercadistas (MARINHO; COELHO NETO, 1999).

FIGURA 26 - PRAÇA OSHIRO TAKIMORI – FEIRA INDÍGENA, ÁREA DESTINADA À VENDA DE PRODUTOS AGRÍCOLAS ORIUNDOS DE COLÔNIAS INDÍGENAS

FONTE: A autora (2012)

3.5.4.3 Mercado Municipal Antônio Valente (Mercadão)

O Mercado Municipal Antônio Valente, inaugurado em agosto de 1958, tem sua origem numa feira livre, um ponto de venda de carnes e verduras que ocupava

uma grande área margeando os trilhos da Noroeste, entre a Avenida Afonso Pena e a Rua 7 de Setembro. A feira funcionou até o final dos anos 1950, quando o terreno foi doado à municipalidade. O chamado Mercadão passou a ser referência na comercialização de produtos hortifrutigranjeiros, peixes e especiarias tendo sido por longo tempo um dos poucos locais de comércio aberto ao público nos domingos pela manhã (CAMPO GRANDE, 2012f).

Demonstra-se na Figura 27 o Mercadão, assim conhecido pela população campo-grandense.

FIGURA 27 - MERCADO MUNICIPAL ANTÔNIO VALENTE – MERCADÃO, PONTO DE REFERÊNCIA NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS, PEIXES E ESPECIARIAS

FONTE: A autora (2012)

Em 6 de janeiro de 1998, o Mercado Municipal, assim como a Feira Indígena foram terceirizados pela Prefeitura Municipal para serem administrados pela Associação dos Mercadistas (MARINHO; COELHO NETO, 1999).

3.5.4.4 Praça Ary Coelho

A Praça Ary Coelho localiza-se no quarteirão entre as Ruas 14 de Julho, 13 de Maio, 15 de Novembro e Avenida Afonso Pena. A praça possui 10 mil metros

quadrados (ARCA, 2002b). Quando a cidade era chamada de Arraial de Santo Antonio, nesse local funcionou o primeiro cemitério da cidade, tornando-se praça em 1909. Inicialmente essa praça se chamava Praça 2 de Novembro, em 1915 passou a se chamar Jardim ou Praça Municipal, em 1920 foi Praça da Independência, no início dos anos de 1930 Praça da Liberdade, e em 1954 a praça recebeu o nome do ex-prefeito Ary Coelho, assassinado em 1952, nome que permanece até a atualidade (ARCA, 2002b).

Ao longo dos anos a Praça Ary Coelho recebeu várias reformas e modificações, a última no ano de 2012, sendo reinaugurada em 22 de setembro (BENEDITO, 2012).

A praça atualmente é cercada com grades, possuí cinco entradas, é aberta ao público das 5h às 22h. Recebeu de volta um coreto. Possui um chafariz com sistema eletrônico de iluminação e sonorização (CAMPO GRANDE, 2012b). No local ainda existe um parque infantil com novos brinquedos, a areia foi substituida por piso e para os idosos foi construída uma área com academia ao ar livre e mesinhas de dama e xadrez, banheiro público, além de uma pérgula para namorados.

Na Figura 28 é possível verificar como se encontra atualmente a Praça Ary Coelho.

FIGURA 28 - PRAÇA ARY COELHO – A PRAÇA MAIS ANTIGA DA CIDADE, LOCALIZADA NO CENTRO, ENTRE A AVENIDA AFONSO PENA E RUAS 14 DE JULHO, 13 DE MAIO E 15 DE NOVEMBRO

FONTE: A autora (2012)

3.5.4.5 Quartel General

Na década de 1920 a municipalidade assumiu um compromisso com o Ministério da Guerra, estabelecendo a cedência da área para construção do antigo Quartel General, o qual foi edificado entre os meses de fevereiro e setembro de 1922, sendo ampliado e reformado em 1934. Foi declarado Patrimônio Histórico Estadual pela Lei Municipal n. 1.526, de 26 de julho de 1994 (CAMPO GRANDE, 2006b).

Na Figura 29 exibe-se a fachada do Quartel General.

FIGURA 29 - QUARTEL GENERAL, NA AVENIDA AFONSO PENA, APRESENTANDO AINDA AS CARACTERÍSTICAS ORIGINAIS SENDO ATUALMENTE OCUPADO PARA OUTRAS DESTINAÇÕES DA VIDA MILITAR

FONTE: A autora (2012)

Em suas instalações funciona o Museu da Força Expedicionária Brasileira, com exposição de armamentos, cartas topográficas, fotografias e reproduções de documentos e imagens (CAMPO GRANDE, 2006b).

3.5.4.6 Obelisco

As administrações públicas de Campo Grande construíram ao longo da história da cidade alguns monumentos em homenagem a seu fundador José Antônio

Pereira, como o Obelisco, inaugurado em 26 de agosto de 1933, data do aniversário da cidade pelo então prefeito Ytrio Corrêa da Costa e projetado pelo Engenheiro Newton Cavalcanti (MACHADO, P., 2000).

Esse monumento é considerado o Marco Zero do Estado de Mato Grosso do Sul, localiza-se no cruzamento entre a Avenida Afonso Pena e a Rua José Antônio Pereira, rua essa que também foi nomeada em homenagem ao fundador da cidade (PEREIRA, 2002). Esse autor salienta que nesse mesmo Monumento foi assentada solenemente a efígie de José Antônio Pereira, na gestão do Prefeito Antônio Mendes Canale.

No ano de 1999, nas comemorações em homenagem ao centenário de emancipação política e administrativa de Campo Grande, o Obelisco foi escolhido como símbolo do centenário; esclarece-se ainda que o monumento foi apontado como marco da cidade na maioria das propostas apresentadas em concurso seletivo para o evento (CAMPO GRANDE, 2006b).

Acrescenta-se ainda que este monumento foi tombado pela Lei Legislativa 100, de 9 de setembro de 1975 (CAMPO GRANDE, 2006b).

Esclarece-se também que a foto existente neste e nos demais monumentos em homenagem ao fundador foi inspirada na foto do filho de José Antônio Pereira, Antônio Luiz Pereira, pois não existiam fotos do fundador, e por serem pai e filho muito parecidos foi feito o aproveitamento da imagem do filho (informação verbal)[21] (FIGURA 30).

---

[21] Informação verbal fornecida pelo pesquisador Edson Carlos Contar, no dia 1º de junho de 2012, em Campo Grande, MS.

FIGURA 30 - EFÍGIE DE JOSÉ ANTÔNIO PEREIRA, IMPLANTADA NO MONUMENTO OBELISCO, CONSIDERADO MONUMENTO HISTÓRIDO DE CAMPO GRANDE, MS

FONTE: PEREIRA (2002)

3.5.4.7 Parque das Nações Indígenas

O Parque foi criado pelo Decreto Estadual n. 7.082, de 26 de fevereiro de 1993, e denominado Parque das Nações Indígenas pelo Decreto Estadual n. 7.354, de 17 de agosto de 1993, está localizado na região urbana do Prosa, é o maior parque urbano de lazer de Campo Grande, estando inserido no itinerário do *city tour* (CAMPO GRANDE, 2012f).

Possui uma área de 119 ha e 4.810,6773 m^2, com 4.000 m de pista para caminhada, além de lanchonetes, sanitários, policiamento, córrego, que atravessa o parque formando um lago, além de espaço destinado a *shows* e apresentações (CAMPO GRANDE, 2012f).

Na Figura 31 exibe-se um painel com quatro diferentes pontos deste Parque.

FIGURA 31 - PARQUE DAS NAÇÕES INDÍGENAS, LOCALIZADO NOS ALTOS DA AVENIDA AFONSO PENA, OCUPA CERCA DE 119 HA E PRESERVA UMA RESERCA ECOLÓGICA

FONTE: A autora (2012)

3.5.4.8 Parque Estadual do Prosa

O parque criado pelo Decreto Estadual n. 1.229, de 18 de setembro de 1981, como reserva ecológica do Parque dos Poderes, sendo reclassificado em maio de 1992 para Parque Estadual do Prosa, atendendo as recomendações da Lei n. 9.985, de 18 de junho de 2000 (Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza) (FIGURA 32).

FIGURA 32 - PARQUE ESTADUAL DO PROSA, QUE FAZ PARTE DA RESERVA ECOLÓGICA DO PARQUE DOS PODERES

FONTE: A autora (2012)

3.5.4.9 Parque dos Poderes

O Parque dos Poderes é o centro político-administrativo do Poder Estadual, seu planejamento teve início em 1977, porém suas instalações só foram ocupadas em 1979, quando o governo definitivamente lá se instalou. Um aspecto interessante a se destacar sobre sua implantação é que esta respeitou a vegetação nativa do cerrado existente naquela região (CAMPO GRANDE, 2012f).

Em numa área de 285 hectares está localizada a reserva ecológica do Parque dos Poderes, assim denominado por abrigar os principais órgãos dos poderes executivo, judiciário e legislativo do Estado, totalizando oito edificações administrativas do poder executivo situados em meio à uma reserva florestal (CAMPO GRANDE, 2012f).

A Figura 33 demonstra uma vista aérea desse conjunto que revela em seu contorno uma elipse, tendo numa de suas extremidades o Palácio Popular da Cultura – Centro de Convenções Rubens Gil de Camilo, prevendo-se no projeto original a construção do Palácio do Governo. Em área ainda disponível na outra extremidade, em suas proximidades, estão instalados os prédios da Assembleia Legislativa, Tribunal de Justiça, Palácio das Comunicações, Tribunal Regional

Eleitoral, Tribunal de Contas e Quartel da Policia Militar, além de sede para clubes de servidores (CAMPO GRANDE, 2012f).

FIGURA 33 - VISTA AÉREA DO PARQUE DOS PODERES, NUMA ÁREA DE 285 HA ESTÁ LOCALIZADA A RESERVA ECOLÓGICA DO PARQUE DOS PODERES

FONTE: PARQUE DOS PODERES... (2013)

As Avenidas Afonso Pena e Mato Grosso dão acesso à reserva que além de abrigar a nascente de córregos, apresenta extensa área de vegetação nativa onde espécies da fauna regional são preservadas em seu habitat natural (CAMPO GRANDE, 2012f).

3.5.4.10 Estação Ferroviária

A Lei Municipal n. 3.249, de 13 de maio de 1996, dispõe sobre o tombamento do Sítio Histórico da cidade, localizado na Vila Noroeste,

compreendendo o espaço da Estação Ferroviária na Rua 14 de Julho, Rua dos Ferroviários, travessa Dr. Temístocles e Rua Dr. Ferreira, pertencentes à Rede Ferroviária Federal (ARCA, 2002b).

Construída em projeto de concepção européia e inaugurada em 1914, a Estação Ferroviária é o núcleo principal do Sítio Histórico que possui ainda a atual Feira Central, o Armazém Cultural Helena Meireles, o Conjunto residencial Ferroviário (FIGURA 34) (CAMPO GRANDE, 2006b).

FIGURA 34 - ESTAÇÃO FERROVIÁRIA, FAZ PARTE DO SÍTIO HISTÓRICO TOMBADO EM 1996

FONTE: A autora (2012)

3.5.4.11 Casa do Artesão

Foi construída entre 1918 e 1922 por Francisco Cetaro, proprietário e autor do projeto, para utilização residencial e comercial. Na década de 1920 foi vendida ao Banco do Brasil que ali instalou sua primeira agência em Campo Grande. Com transferência de posse para o Governo do Estado de Mato Grosso do Sul, de 1939 a 1974 abrigou a Recebedoria de Rendas Estadual (CAMPO GRANDE, 2006b).

Em 1975 foi instalada a Casa do Artesão, que em 1988 passou por um processo de revitalização de seus espaços e fachada, sendo reinagurada em setembro de 1990. Este prédio está situado na área central da cidade, na esquina da Avenida Afonso Pena com Avenida Calógeras e é um dos principais espaços disponíveis para mostra e comercialização de produtos do artesanato local (CAMPO GRANDE, 2006b).

Exibe-se a Casa do Artesão na Figura 35 e faz-se a devida menção ao tombamento deste prédio pelo Decreto Estadual n. 7.863, de 13 de julho de 1994 (CAMPO GRANDE, 2006b).

FIGURA 35 - CASA DO ARTESÃO, O IMÓVEL SITUADO NA CONFLUÊNCIA DAS AVENIDAS AFONSO PENA E CALÓGERAS, FOI CONCEBIDO PELO CONSTRUTOR FRANCISCO CETARO, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

3.5.4.12 Praça das Araras

No início da década de 1960 foram inaugurados o Mercado Municipal Antonio Moreira Alves e a então conhecida Praça da União, em área entre as Ruas João Rosa Pires e Terenos. Com a construção do complexo Cabeça de Boi em 1996, a praça foi totalmente remodelada, com a instalação de espelho d'água, quadra polivalente, parque infantil e um monumento para estimular a preservação da

arara azul em extinção e que passa a ser atração, conforme se verifica na Figura 36, denominado o novo local: Praça das Araras (CAMPO GRANDE, 2012f).

FIGURA 36 - PRAÇA DAS ARARAS, LOCALIZADA ENTRE A RUA JOÃO ROSA PIRES E RUA TERENO, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

As esculturas das araras foram instaladas numa elevação do terreno da praça; as araras têm dez metros de altura, foram idealizadas pelo artista plástico Clair Ávila e feitas em argamassa armada. A inauguração do conjunto de aves ocorreu em 22 de outubro de 1996 (CAMPO GRANDE, 2006b).

3.5.4.13 Praça Cuiabá – Cabeça de Boi

O ponto de confluência das Ruas Dom Aquino, Marechal Rondon, Sargento Cecílio Yule e Avenida Duque de Caxias teve traçado topográfico para sediar um

logradouro em 1923, sendo ali instalado um coreto, em 1925 (FIGURA 37) (CAMPO GRANDE, 2012f).

Em 1960 foi construída a praça conhecida como Cabeça de Boi, nome dado pela população desde que um açougueiro colocou uma caveira de bovino na porta do seu estabelecimento. Esse local também serviu para atividades culturais, tornando-se para fazendeiros ponto de comercialização de seus rebanhos de gado e em 1996 a Praça Cuiabá passou por uma remodelação adequando-se o espaço para o lazer (CAMPO GRANDE, 2012f).

O coreto da praça que foi inaugurado por volta de 1925, e é considerado o único marco remanescente do traçado topográfico elaborado na década de 1920, quando o local era ponto de intercessão de várias ruas para acesso à região dos quartéis e vila militar (CAMPO GRANDE, 2006b).

FIGURA 37 - CORETO DA PRAÇA CABEÇA DE BOI, INSTALADO EM 1925, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

Na atualidade a alusão ao antigo marco do local – denominado de cabeça de boi é evidenciada por uma escultura de aço inoxidável que tem o nome de Monumento Cabeça de Boi, a qual foi instalada na Praça Cuiabá e essa escultura foi criação do artista plástico Humberto Espíndola (CAMPO GRANDE, 2006b).

3.5.4.14 Monumento Pantanal Sul

Em frente ao Aeroporto Internacional de Campo Grande encontram-se esculturas de tuiuiús numa analogia ao voo, pouso e decolagem das aves e aeronaves (FIGURA 38). Esse monumento é exibido logo abaixo, e esclarece-se que o tuiuiú é ave símbolo da região do Pantanal (CAMPO GRANDE, 2006b).

FIGURA 38 - MONUMENTO PANTANAL SUL, GRANDES TUIUIÚS CARACTERIZAM A FAUNA REGIONAL, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

Essas esculturas foram trabalhadas em argamassa armada com seis metros de altura por 12 metros de envergadura, com suas asas abertas, idealizadas pelo artista plástico Cleir D'Avila. Foram instaladas em maio de 2000, após a remodelação das instalações do aeroporto e reurbanização da área adjacente (CAMPO GRANDE, 2006b).

Além dos atrativos mencionados acima, pertencentes ao roteiro do *city tour*, acrescenta-se a apresentação de mais dois atrativos turísticos da cidade, os quais,

ao longo desta pesquisa, verificou-se que fazem parte da história de Campo Grande e representam traços culturais campo-grandenses. Assim sendo, foram homenageados pela municipalidade, porém são apenas citados no mapa turístico de Campo Grande (ANEXO B) e não fazem parte do roteiro do *city tour*. São eles: a Praça dos Imigrantes, que representa a acentuada imigração existente na história desta capital e o Museu José Antônio Pereira, no qual inicialmente era a fazenda Bálsamo, de propriedade do fundador da cidade e posteriormente foi transformada no Museu.

3.5.4.15 Praça dos Imigrantes

Localizada entre as Ruas Rui Barbosa, Joaquim Murtinho e Barão de Melgaço, o logradouro recebe espaços adequados para permanente exposição e venda de produtos artesanais (CAMPO GRANDE, 2012f).

Inicialmente essa praça foi denominada de Praça Costa Marques, em homenagem à autoridade mato-grossense e, posteriormente Praça dos Imigrantes, porque tornou-se local de reunião dos que em Campo Grande se fixaram (CAMPO GRANDE, 2012f). Conforme se apresenta na Figura 39.

FIGURA 39 - PRAÇA DOS IMIGRANTES, O LOGRADOURO OFERECE ESPAÇO PARA EXPOSIÇÕES E VENDA DE PRODUTOS ARTESANAIS, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: A autora (2012)

3.5.4.16 Museu José Antônio Pereira

A sede da fazenda Bálsamo foi construída em 1880, formada originalmente de três edificações. Tal conjunto arquitetônico atualmente abriga o Museu José Antônio Pereira, um dos poucos documentos da época da fundação de Campo Grande, que tem como função principal homenagear José Antônio Pereira (PEREIRA, 2002). Está localizado na Avenida Guaicurus, no bairro Jardim Monte Alegre, o qual foi restaurado em 1999, pelo Prefeito André Puccinelli (FIGURA 40).

No museu existe o monumento a Antônio Luiz Pereira, filho do fundador, que veio com o pai na primeira viagem-fundação, tornando-se co-fundador da cidade (PEREIRA, 2012). O Museu José Antônio Pereira foi tombado pelo Decreto Municipal n. 4.934, de 20 de abril de 1983 (CAMPO GRANDE, 2006b).

FIGURA 40 - MUSEU JOSÉ ANTÔNIO PEREIRA, INSTITUÍDO NA PRIMITIVA MORADA DA FAZENDA BÁLSAMO, DE PROPRIEDADE DE JOSE ANTONIO PEREIRA, EM CAMPO GRANDE, MS

FONTE: PEREIRA (2002)

Esgotando-se este capítulo, por meio das discussões nele apresentadas, demonstrando os dados gerais do município, o território campo-grandense, a cidade sob a análise da paisagem cultural urbana, a identidade cultural da cidade, além dos marcos e símbolos de Campo Grande e sua atividade turística, especialmente pelo

foco do poder público na esfera municipal, é que se encontrou fundamentação para analisar e discutir os resultados da pesquisa de campo, que serão tratados no capítulo seguinte da tese em proposição.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Este capítulo trata dos procedimentos metodológicos, da apresentação, da análise e da discussão dos dados obtidos por meio das entrevistas realizadas com os grupos da população comum e de autoridades da cidade de Campo Grande que serviram de aporte para se buscar atingir o objetivo proposto por esta tese.

4.1 PERCORRENDO O CAMINHO METODOLÓGICO

A seguir constam os procedimentos metodológicos da pesquisa em questão, sendo apresentado o local do estudo, a base teórico-metodológica, o tipo de estudo, o instrumento de coleta de dados, a população e amostra referencial, os procedimentos de coleta de dados e, por fim, a análise de dados.

4.1.1 Local do estudo

A pesquisa foi realizada na cidade de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul.

4.1.2 Base teórica

Moscovici (2009) definiu a Psicologia Social como a ciência do conflito entre o indivíduo e a sociedade. Para o autor, o indivíduo só existe dentro da rede social e toda sociedade é resultado da interação de milhares de indivíduos. Afirma o autor, que os fenômenos da ideologia (cognição e representações sociais) além dos fenômenos de comunicação são objetos de estudo da Psicologia Social.

O fundamental em entender no estudo da Psicologia Social é que ela questiona a separação entre o individual e o coletivo, sem deixar de entendê-los como campos interdependentes (MOSCOVICI, 2009).

Dessa forma, a representação social torna-se um instrumento da Psicologia Social na medida em que articula como processo dinâmico o social e o psicológico.

Em se tratando da teoria das representações sociais, seu conceito situa-se nas fronteiras entre a sociologia e a psicologia. A origem do conceito de representação social provém do termo “representação coletiva” desenvolvida por Durkheim (1974), ao entender que o conhecimento só pode ser encontrado na experiência social.

Para Moscovici (2009), o indivíduo tem papel ativo e autônomo no processo de construção da sociedade; da mesma forma que é criado por ela, o indivíduo também tem participação na sua construção.

Entende-se que as representações sociais são um conjunto de conceitos, frases e explicações originadas na vida diária durante o curso das comunicações interpessoais.

As representações sociais são fenômenos sociais que têm de ser entendidos a partir do seu contexto de produção, isto é, a partir das funções simbólicas e ideológicas a que servem e das formas de comunicação onde circulam.

Moscovici (2009) menciona que a representação social é uma preparação para a ação, tanto por conduzir o comportamento, como por modificar e reconstituir os elementos do meio ambiente em que o comportamento deve ter lugar. Para o autor, o ser humano é um ser pensante, o qual formula questões e busca respostas, ao mesmo tempo em que compartilha realidades por ele representadas.

Buscou-se resposta nas representações sociais dos grupos: população comum e autoridades, para responder o objetivo geral desta tese que foi o de verificar qual a identidade cultural de Campo Grande.

4.1.3 Tipo de estudo

A pesquisa aqui proposta é bibliográfica, descritiva, exploratória e também de campo, com abordagem qualitativa.

Como a proposta final desta pesquisa foi a de captar a soma de pensamentos individuais sobre o tema aqui tratado, materializados na consciência coletiva, optou-se por trabalhar com a pesquisa qualitativa, com o uso do método de

análise de dados do Discurso do Sujeito Coletivo. A escolha por esse tipo de pesquisa se deu na tentativa de realizar a pesquisa sob análise da percepção da população campo-grandense.

Uma vez que se trabalhou com a tese de que Campo Grande não possui uma cultura evidenciada, buscou-se por meio da identificação da representação social dos respondentes, saber de onde poderia ser retirada a sua identidade cultural para aprimoramento da imagem turística comercializada pelos gestores públicos da cidade, considerando-se que tal pesquisa fosse a mais pertinente.

Trabalhou-se com a hipótese de que a imagem turística projetada de Campo Grande, MS, não representa a identidade cultural da cidade, porque essa não está bem definida e apesar de a cidade já possuir mais de um século de existência, sua identidade cultural não é tão evidente.

4.1.4 Instrumento de coleta de dados

Para fins de coleta de dados utilizou-se como instrumento a entrevista estruturada (APÊNDICE A). Tal instrumento, de acordo com Marconi e Lakatos (2010), tem como proposta seguir um roteiro previamente estabelecido, de maneira que as perguntas feitas ao indivíduo são pré-determinadas, realizadas de acordo com o uso de um formulário. Para as autoras, a entrevista estruturada não permite adaptar suas perguntas a uma determinada situação, nem alterar a ordem dos tópicos ou fazer outras perguntas, de maneira que o roteiro pré-estabelecido é seguido na sua íntegra, tendo como foco apenas as perguntas nele contidas.

4.1.5 População e amostra referencial

A população investigada composta por residentes urbanos de Campo Grande foi dividida em dois grupos assim denominados: população comum (Grupo C) e população de autoridades (Grupo A). Nos Quadros A1 e A2 encontram-se o perfil dos entrevistados dos dois grupos (APÊNDICE B).

O Grupo C foi definido como sendo o dos citadinos que vivenciaram o crescimento e desenvolvimento de Campo Grande, mas que pouca ou nenhuma voz

ativa tiveram no desenvolvimento político e administrativo da cidade, com o intuito de destacar a percepção deles sobre a identidade da capital.

Os critérios de inclusão para participação do estudo foram:

a) Indivíduos do sexo feminino e masculino;
b) Residentes urbanos de Campo Grande, excluindo com isso os moradores dos distritos de Anhanduí e Rochedinho;
c) Inseridos na faixa etária acima de 50 anos;
d) Residentes na cidade há pelo menos três décadas;
e) Inseridos em qualquer nível de escolaridade;
f) Os que concordaram em participar do estudo;

Considerando os critérios acima estipulados, determinou-se para esse grupo uma amostra elegível de 20 pessoas.

O grupo de população de autoridades foi assim definido por serem moradores de Campo Grande que representam e formam a classe de domínio político-social e econômico da cidade, como ex-prefeitos, prefeito, ex-governadores, governador, secretário ou ex-secretário de turismo do município e do Estado, presidentes de associações do *trade* turístico, professores e pesquisadores que possuem pesquisas relacionadas à cidade de Campo Grande. De acordo com os interesses desta tese, para esse grupo considerou-se uma amostra elegível de 26 pessoas.

Após eleger a amostra de ambos os grupos, algumas dificuldades foram encontradas, sobretudo no grupo da população de autoridades.

Apesar de iniciar o contato com os gabinetes municipal e estadual em meados de março de 2012, não foi possível conseguir um agendamento de horário com o Prefeito Municipal de Campo Grande, Nelson Trad Filho, assim como com o governador do estado de Mato Grosso do Sul, André Puccinelli. Em ambos os casos, seus assistentes de imprensa alegaram que por ser ano de eleição municipal, as agendas dos mesmos estavam preenchidas.

Inúmeros contatos foram feitos via telefone na tentativa de se conseguir aplicar a entrevista com o prefeito e com o governador, até se obter a resposta definitiva de que seria impossível o agendamento de um horário antes das eleições que ocorreram em outubro daquele ano. A data se tornou inviável para a pesquisa em questão, fato que levou a abortar a entrevista com o Prefeito e Governador.

A representação populacional da pesquisa foi a população campo-grandense escolhida de acordo com os critérios estabelecidos para os dois grupos anteriormente mencionados, porém, baseando-se nos estudos de Driessnack, Sousa e Mendes (2007, p. 3), adotou-se o método de saturação, entendido como “O estado onde nenhum outro dado novo e relevante para o estudo emerge e os elementos de todos os temas, conceitos e teoria já foram considerados [...]”.

De acordo com Fontanella, Ricas e Turato (2008), o fechamento amostral por saturação teórica é operacionalmente definido pela suspensão de inclusão de novos participantes quando os dados obtidos passarem a apresentar, na avaliação do pesquisador, certa redundância ou repetição, não sendo considerado relevante persistir na coleta de dados. Para estes autores, a saturação é considerada como uma ferramenta prática para o fechamento do tamanho da amostra.

Entende-se que os novos participantes passam a responder as mesmas coisas, ou seja, não acrescentam respostas diferentes, concluindo-se dessa forma, que ocorreu a saturação da resposta, ou seja, mesmo que a pesquisa entrevistasse toda a amostra populacional, não haveria respostas diferentes a acrescentar.

Considerando o método de saturação, esta pesquisa suspendeu entrevistas no Grupo C em 12 entrevistados e no Grupo A em 15 entrevistados.

4.1.6 Procedimento de coleta de dados

Para a realização dessa pesquisa, em um primeiro momento os entrevistados pertencentes ao grupo da população comum foram eleitos por meio de suas associações de classe, sendo essas de professores, comerciantes, e ainda de donas de casa. Essas últimas foram ouvidas com a intenção de também trazer para esta tese uma percepção de quem se situava em seu espaço privado. Os sujeitos acima citados também indicaram outras pessoas, que contemplavam as características previstas pela pesquisa.

Já as pessoas pertencentes ao grupo de autoridades foram selecionadas de acordo com a participação deles no *trade* turístico local. Em um segundo momento as pessoas foram contatadas via telefone ou pessoalmente, a fim de agendar um encontro com a finalidade de convidá-los para fazer parte da população investigada.

As entrevistas foram realizadas individualmente de acordo com a disponibilidade dos sujeitos, que escolheram horário e local para a sua realização. Foi também solicitada autorização para gravação da entrevista e não foi percebido em nenhum caso constrangimento por parte dos entrevistados pelo fato de a entrevista estar sendo gravada.

Após o aceite das pessoas em fazer parte da população investigada foi efetuada a aplicação da entrevista estruturada que foi transcrita literalmente logo após o seu término.

4.1.7 Análise de dados

Os dados resultantes das entrevistas foram analisados ponderando-se o método de Análise do Discurso do Sujeito Coletivo, proposto por Lefèvre e Lefèvre (2003, 2007). Ressalta-se, que para esta pesquisa, foram utilizadas três figuras metodológicas: a expressão-chave – E-Ch, a ideia central – IC, e o discurso do sujeito coletivo – DSC.

Para Lefèvre e Lefèvre (2003, 2007), a expressão-chave é a figura metodológica que revela a essência do depoimento, é o que o sujeito falou sobre determinado tema. Sendo a ideia central a descrição do sentido presente na expressão-chave.

O DSC é uma técnica de tabulação e organização dos dados qualitativos, apresentado através do discurso síntese redigido na primeira pessoa do singular e elaborada com os mais significativos extratos de depoimentos de sentido semelhante. Fundamenta-se na Teoria das Representações Sociais e consiste em analisar as ideias centrais e expressões-chave semelhantes, presentes nos discursos individuais. No caso desta tese, isso foi realizado separadamente para cada grupo entrevistado (LEFÈVRE; LEFÈVRE, 2003, 2007).

Para chegar ao discurso síntese foram utilizados dois instrumentos de análise de discurso – IAD-1 e IAD-2.

No IAD-1 foram transcritas as E-Ch identificadas em cada entrevista, que expressam os eixos definidos para análise. Após essa transcrição foram destacadas as IC de cada E-Ch, conforme modelo:

MODELO DE INSTRUMENTO DE ANÁLISE DE DISCURSO – IAD-1

SUJEITO	EXPRESSÃO-CHAVE – E-Ch	IDEIA CENTRAL – IC
1	Bom primeiro lugar do campo- grandense nata, nasci e me criei aqui, então eu amo Campo Grande né, e eu gosto muito de Campo Grande, conheço várias cidades outras capitais, gosto de Campo Grande porque é um grande centro, tem tudo que você precisa e de fácil acesso, num instantinho você está no trabalho, você já está aqui em casa, você sobra tempo pro teu, pra tua vida pessoal. E quais aspectos que chamam mais a minha atenção é o lazer, por exemplo, tem bastante atividades de lazer, proporciona teatros, tem shows né, por exemplo toda sexta-feira na Praça do Rádio Clube tem aquele show cultural, se você procurar você vai achar muito o que fazer né, tem tudo que você precisa, tem museus, tem esporte, tem lazer, tem teatro, sempre promovendo teatro né, então se você perceber você é sempre, tem sempre alguma coisa pra você fazer culturalmente, tem boas bibliotecas, bons livros né, boas editoras pra você fazer as suas compras de livros também, e o que eu gosto muito também desse aspecto, repetindo, é isso que tudo aqui é mais ou menos perto em vista de São Paulo né, você tem uma qualidade de vida melhor porque dá tempo de você trabalhar, voltar pra sua casa que nem todos podem fazer né, as via de acesso são hoje bem modernas, Campo Grande melhorou muito né, quanto a via de transporte então eu valorizo muito isso em Campo Grande, qualidade de vida, um grande centro com acessibilidade de cidade menor.	Cidade limpa, planejada, com boa infraestrutura urbana, ruas largas, contribuindo para o embelezamento da cidade, para a qualidade de vida e a fluência do trânsito.

No IAD-2 foram agrupadas e transcritas literalmente as E-Ch de todas as entrevistas que se referem às IC destacadas, sendo possível assim formular um DSC para cada IC. Para a formulação do DSC foram agrupadas as E-Ch de maneira que formassem um discurso coerente. Para tanto, foram utilizados conectores para dar sentido ao DSC, sem que isso alterasse a estrutura da frase apresentada por cada participante:

MODELO DE INSTRUMENTO DE ANÁLISE DE DISCURSO – IAD-2

IC: Cidade limpa, planejada, com boa infraestrutura urbana, ruas largas, contribuindo para o embelezamento da cidade, para a qualidade de vida e a fluência do trânsito.

EXPRESSÃO-CHAVE – E-Ch	**DSC**
1. É um grande centro, tem tudo que você precisa e de fácil acesso, num instantinho você está no trabalho, você já está aqui em casa, você sobra tempo pro teu, pra tua vida pessoal. Você tem uma qualidade de vida melhor porque dá tempo de você trabalhar, voltar pra sua casa que nem todos podem fazer né, as via de acesso são hoje bem modernas, Campo Grande melhorou muito né, quanto a via de transporte então eu valorizo muito isso em Campo Grande, qualidade de vida, um grande centro com acessibilidade de cidade menor. 2. Relativa tranquilidade, é uma capital, ela tem vários recursos, recursos de grandes centros, que me chamou muito atenção é você poder fazer várias coisas ao mesmo tempo né, embora o trânsito ter aumentado um pouco mais, agora a gente perde mais minutos do que antes se perdia pra chegar em determinado lugar, você começa calcular o tempo necessário pra ir da sua casa ao seu compromisso, mais ainda assim não é tanto quanto São Paulo e o Rio. 3. É uma cidade limpa, bem cuidada né, cresceu muito e isso ai, né, enche a gente de, enche a bola.	O que chama mais a atenção é a evolução, é uma ótima cidade, relativa tranquilidade, é uma capital, ela tem vários recursos, recursos de grandes centros o que me chamou muito atenção é você poder fazer várias coisas ao mesmo tempo né, embora o trânsito ter aumentado um pouco mais, agora a gente perde mais minutos do que antes se perdia pra chegar em determinado lugar, você começa calcular, o tempo necessário pra ir da sua casa ao seu compromisso.

Por fim, foram agrupados os DSC de cada IC em um único DSC, conforme demonstrado na segunda coluna do Modelo IAD-2.

4.2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA POPULAÇÃO COMUM E DE AUTORIDADES DE CAMPO GRANDE

Os dados foram colocados por meio das falas individuais dos sujeitos entrevistados sintetizadas de onde surge o discurso síntese do DSC, sendo seguido da sua análise e da discussão. Porém, apresentam-se os dois grupos entrevistados.

4.2.1 Apresentação do grupo da população Comum – Grupo C

O Grupo C é composto pela população que não participou diretamente do desenvolvimento político e administrativo de Campo Grande.

De acordo com o método adotado de saturação, foram entrevistadas doze pessoas, com média de idade de 70,42 anos, a maioria na faixa etária de 61 a 70 anos, sendo nove do sexo feminino e três do sexo masculino.

4.2.2 Apresentação do grupo da população de Autoridades – Grupo A

O Grupo A é composto pela população que participou ou ainda participa diretamente na gestão do desenvolvimento político, econômico, social e cultural de Campo Grande.

Fazendo uso do método de saturação, foram entrevistadas quinze pessoas, com média de idade de 54 anos, a maioria na faixa etária de 50 a 56 anos, sendo sete do sexo feminino e oito do sexo masculino.

4.3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS DA PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE SOBRE A CIDADE E SEUS ASPECTOS CULTURAIS

Os dados apresentados a seguir são discutidos com o fim de verificar e correlacionar a maneira como dois diferentes grupos sociais de citadinos perceberam a identidade cultural e a imagem turística projetada da sua própria cidade; isso se deu por meio de opiniões diversas, captadas na entrevista estruturada e imbuídas no DSC.

Cada DSC foi decodificado e apresentado nas Tabelas 1 a 6, que apresentam os DSC identificados, mencionam a população que representa, e o número de pessoas que responderam para cada um deles, sendo para o Grupo C (comum) e para o Grupo A (autoridades).

Os DSC oriundos das falas da população do Grupo C responderam a primeira pergunta apresentando quatro diferentes DSC, enquanto o grupo da população do Grupo A apresentou seis DSC (TABELA 1).

TABELA 1 - PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE SOBRE A CIDADE E SEUS ASPECTOS CULTURAIS

Discurso do Sujeito Coletivo	**População**		**Total (N=27)**
	Grupo C (N=12)	**Grupo A (N=15)**	
1.1 Miscigenação cultural	8	14	22
1.2 Cidade limpa, planejada, com boa infraestrutura urbana, ruas largas, contribuindo para o embelezamento da cidade, para a qualidade de vida e a fluência do trânsito	7	8	15
1.3 Cidade bem arborizada, com diversidade de parques urbanos e praças, favorecendo a presença significativa de uma fauna diversificada no espaço urbano	5	6	11
1.4 Campo Grande oferece bons espaços destinados à cultura e ao lazer, bom nível educacional e ainda possui um número significativo de cantores e poetas despontando em nível nacional	5	-	5
1.5 A contribuição da ferrovia para o desenvolvimento da cidade e a importância cultural e econômica da Rua 14 de Julho	-	4	4
1.6 A influência da pecuária no modo de vida do campo-grandense, refletindo características de cidade interiorana	-	4	4
1.7 A divisão do Estado e sua posição geográfica favoreceram o desenvolvimento de Campo Grande	-	3	3

FONTE: A autora (2012)

Para a construção dos DSC – 1.1, do total de amostra do Grupo C, 8 entrevistados abordaram a questão da miscigenação cultural existente em Campo Grande como aspecto cultural que mais chama a atenção. No que se refere ao Grupo A, 14 entrevistados abordaram a questão como fator preponderante em Campo Grande (QUADRO 2).

QUADRO 2 - MISCIGENAÇÃO CULTURAL

População	**DSC – 1.1**
Grupo C	Miscigenação. Ah eu acho que sim porque essa cidade está sendo procurada porque é um lugar bom né, tem perspectiva de vida né, de emprego tudo é bom, eu vejo isso como um ponto positivo né. Aberta para os que estão aqui que estão em busca de crescimento e aberta para as pessoas que estão também migrando pra cá, então é uma característica de Campo Grande que tem um aspecto de uma miscigenação de culturas né, há uma forte influência paraguaia e boliviana, sobretudo pela proximidade com a fronteira, na música na alimentação, nós temos também uma influência de várias raças, as japonesas, libaneses, trouxeram suas culturas, o japonês veio com a cultura de... no campo, verduras, legumes, essa coisa, o libanês veio no comércio, o sírio também no comércio e tem várias outras raças, os paraguaios vieram, trabalharam muito na construção civil, essa coisa toda e assim por diante. Eu acho bonito permanecer essa cultura indígena né, a cultura do mato-grossense, o matuto né, ainda tem muito né, e tem muito assim das pessoas que vêm de fora, é gaúcho, paranaense né, de São Paulo, mesmo do nordeste né, mineiro, é tem muita gente assim e que eles permanecem nas raízes deles né, convive e eles não fazem separação assim da, do modo de vida das pessoas, né. Você tem várias culturas dentro da cidade que você se surpreende cada vez que as pessoas que vêm de fora, principalmente muitas vezes saem daqui, saem daqui é encantado com a diversidade de música, de cultura, de culinária, eu acho que isso é uma parte boa hoje, né.
Grupo A	Campo Grande, até por conta da divisão do Estado, recebeu um volume muito grande de pessoas de outros Estados que vieram com as suas experiências, com as suas visões, com as suas culturas e se entrelaçaram muito harmoniosamente com a nossa população. É Campo Grande é um caldeirão cultural muito vivo, muito efervescente, onde a gente percebe essa presença é além das influências é fronteiriças que a gente não pode esquecer em momento algum. Bolívia e Paraguai e que já tiveram inclusive uma força muito maior aqui dentro e que hoje é pelo menos os que estão no comando da cultura e os artistas de um modo geral percebe que a gente precisa retomar e olhar com mais cuidado, com mais atenção, com mais carinho pra essa nossas relações de fronteira e o que essas culturas se entrelaçam, como elas se influenciam mutuamente e como elas revelam do que somos, da nossa identidade também, então no bonde dessa chamada identidade que todo mundo né ah... Campo Grande não tem uma identidade, Campo Grande tem uma identidade que está sendo construída. Características, a nossa gastronomia cada dia mais está tomando uma cara muito própria, você está entendendo, mostrando que aqui não é apenas o arroz carreteiro, não é apenas a mandioca com carne, não é apenas o churrasco que são influências que nós recebemos de todas essas, da fronteira dos gaúchos que aqui estão hã... é dos outros, das outras pessoas que aqui vieram, mais é a nossa forma de comer de produzir aquilo que nós é queremos como o nosso sustento que é a nossa cultura gastronômica e por ai vai né, quando a gente vê a sopa paraguaia aí presente a gente sabe que muita gente se espanta, mais é o que nada mais é do que uma é dádiva né, digamos assim entre aspas que a gente, veio... a nós através dos paraguaios né, saltenha, e o próprio sobá que vem da presença dos japoneses, então essa riqueza de cultura de povos aqui ela está fomentando a nossa própria identidade e ai vai né, a música nossa também

População	DSC – 1.1
	tem essa influência né, é muito claro isso no Brasil o pessoal já sabe que a polca, o chamamé né, inclusive com características muito próprias diferenciadas do chamamé que você vê em outros lugares, quer dizer, é chamamé é, mais tem a batida ou o formato muito próprio do sul-mato-grossense, então nós temos sim a nossa cultura, que é essa cultura que está se constituindo, se formatando, mais que já evidencia traços muito próprios, e eu vejo que é uma cultura muito interessante. Além dos negros, muitos paulistas né, muito paranaense, colônia árabe, japonesa, colônia espanhola, portuguesa, libanesa, do Paraguai, da Bolívia, a questão do indígena, essa situação do indígena mesmo e os libaneses, até mesmo a catarinense, hoje nós temos aqui uma quantidade muito grande de corumbaenses, né. Então aí a influência do Pantanal. Esses dias me falaram que tem em torno de uns setenta mil corumbaenses morando em Campo Grande, então é um polo importante de corumbaenses, e do restante do Pantanal também, né, Miranda, Aquidauana, Porto Murtinho, então também tem uma influência pantaneira na cidade, e temos também uma outra emigração interessante que é a de paulistas, que foram comprando fazendas, desde há muitos anos, no município, fazendas grandes, mas que com a sucessão familiar, essas fazendas foram sendo divididas, ficando em maior tamanho e obrigando os proprietários a morarem mais próximos das fazendas. Então nós temos uma boa parcela da elite do nosso Estado formada por esses paulistas. Quando eu falo paulista, nesse mesmo caso, você encontra goianos, você encontra mineiros que vieram pra cá há muitos anos e mais no sul do Estado, mas, você encontra também aqui em Campo Grande. Eu localizei aqui nas minhas pesquisas quase 26 nacionalidades formando essa população, isso fora brasileiros de outros estados, mas a grande influência que nós sentimos na nossa cultura principalmente, tá aí, patente né; é o Paraguai, ele é uma força muito grande aqui na nossa cultura, queira ou não a gente, eu que faço música, vai fazer uma música, a gente cai, escuta, escorrega e vai para o ritmo paraguaio, vai para aquela sonoridade paraguaia; na área da culinária o Paraguai é muito conhecido aqui, o costume do tereré, que é uma coisa que nós até tentamos criar a imagem de que o tereré é daqui, quando a gente sabe que é uma bebida paraguaia, de tal maneira hoje ela faz parte do nosso dia-a-dia que já se confunde de onde é o tereré. Tudo que sei, aprendi nessa interação com imigrantes, campo-grandenses natos ou por adoção. Nós tínhamos um evento aqui chamado Festa das Nações que representava essa diversidade de culturas existentes em Campo Grande.

FONTE: A autora (2012)

Primeiramente, um aspecto relevante é o de que o DSC – 1.1 (miscigenação cultural) foi o mais apontado por ambos os grupos entrevistados, demonstrando que essa questão é perceptível pela população e visível na cidade.

Em se tratando de Campo Grande, desde sua formação, a cidade recebeu imigrantes de várias partes do mundo, bem como brasileiros de outros Estados e regiões do Brasil; esse fato contribuiu sobremaneira para que a população campo-

grandense fosse formada com a diversidade de culturas e hábitos dos povos que em Campo Grande chegaram para morar, trabalhar e constituir família.

É certo que o espaço urbano se constitui em um território complexo onde se mesclam e se separam diversas identidades, e a miscigenação cultural é evidenciada em Campo Grande, contribuindo para que aos poucos a população campo-grandense nata fosse convivendo com os hábitos de outras culturas e gradativamente aderindo a alguns hábitos, alterando outros e constituindo um modo próprio de viver e trabalhar, criando dessa forma uma cultura diferenciada das demais capitais brasileiras.

Analisando os DSC – 1.1 dos Grupos, os quais apresentam o fato de Campo Grande receber um número significativo de outras etnias e populações de outros Estados também chama a atenção e permite às representações sociais afirmarem que é uma capital adequada para se morar, trabalhar e constituir família, pois, se isso não fosse verdade não seria uma cidade procurada por migrantes e imigrantes.

A respeito da miscigenação, Claval (2007, p. 63) opina que:

> Os contatos entre povos de diferentes culturas são algumas vezes conflitantes, mas constituem uma fonte de enriquecimento mútuo. A cultura transforma-se, também sob o efeito das iniciativas ou das inovações que florescem no seu seio.

Um aspecto encontrado nos DSC – 1.1 dos Grupos, é que se supõe não ter havido intolerância do campo-grandense ao receber todos os povos sem distinção de raças, entrelaçando-se muito harmoniosamente com a cultura de cada um, podendo-se considerá-lo como um povo hospitaleiro, pois, na história de Campo Grande, até o momento, nunca houve relatos de que ocorreu algum conflito entre diferentes colônias; ao contrário, o campo-grandense soube utilizar as influências recebidas em beneficio de seu próprio desenvolvimento cultural.

Dois aspectos devem ser apresentados na discussão da miscigenação cultural: um é a implantação da estrada de ferro em Campo Grande e o outro é a criação do Estado de Mato Grosso do Sul (ARCA, 2004).

Sobre o primeiro, a implantação da EFNOB em Campo Grande interferiu diretamente no afluxo de migrantes e imigrantes, inclusive os que vieram trabalhar na instalação da EFNOB e que por motivos diversos, alguns permaneceram em Campo Grande (ARCA, 2004). Dessa forma, verifica-se que a EFNOB também teve influência direta na questão da miscigenação cultural de Campo Grande.

No início da década de 1980, data que se seguiu à designação de Campo Grande como capital do novo Estado, a cidade passou a receber pessoas oriundas de outras regiões do país, principalmente do Centro-Oeste, Sudeste e Nordeste; nessa ocasião, passou para 60% a participação dos migrantes na população campo-grandense (ARCA, 2004).

Analisando ainda o DSC – 1.1 do Grupo A, observa-se que o mesmo faz referência à Festa das Nações, evento que por quase uma década ocorreu em Campo Grande com o intuíto principal de apresentar os hábitos culturais das diferentes etnias e representações de Estados que habitam Campo Grande e esse evento apresentou exatamente essa diversidade intensa de culturas na cidade.

Claval (2001) aborda que a Nova Geografia Cultural explora categorias ignoradas antecedentes a ela, e a miscigenação cultural que está construindo a cultura campo-grandense está nela inserida. A Nova Geografia Cultural tem como uma de suas características explorar a experiência vivida pelas pessoas e descrever a diversidade de comportamentos, situação em que essa tese se encontra.

Ainda no viés da Nova Geografia Cultural, Cosgrove (2004) afirma que um dos seus principais focos é o estudo da cultura, e observa-se que a miscigenação cultural relatada nos DSC – 1.1 dos Grupos também pode ser assim fundamentada de acordo com esse autor.

Ainda nesse contexto, esta tese baseou-se em Claval (1999), quando o autor afirma que as culturas individuais se acham integradas nos sistemas simbólicos, dando sentido à vida de cada indivíduo e constituindo o coletivo e ainda, permitindo que se comuniquem e formem grupos unidos.

Além disso, sobre os DSC – 1.1, pode-se ainda trazer as contribuições feitas por Cosgrove (2004), pois essa miscigenação cultural na cidade aponta para a cultura residual a que o autor se reporta.

Diante do exposto, evidencia-se que a miscigenação cultural existente em Campo Grande é um aspecto cultural destacado pela percepção social de seus moradores. Salienta-se ainda que a miscigenação cultural influenciou diversos setores econômicos, sociais e culturais de Campo Grande, e que se caracteriza não apenas por ser um aspecto cultural evidente, mas, pode-se considerar, a *priori*, como um traço identitário cultural da capital.

O Quadro 3, DSC – 1.2, demonstra a opinião dos entrevistados quanto ao aspecto que mais chama a atenção em Campo Grande é a situação de a cidade ser limpa, planejada, com boa infraestrutura urbana, ruas largas, aspectos que contribuem para o embelezamento da cidade e a qualidade de vida, bem como para a fluência do trânsito.

No Grupo C, 7 entrevistados apontaram essa situação como um aspecto importante a ser mencionado sobre Campo Grande. No Grupo A, 8 dos entrevistados abordaram tal questão.

QUADRO 3 - CIDADE LIMPA, PLANEJADA, COM BOA INFRAESTRUTURA URBANA, RUAS LARGAS, CONTRIBUINDO PARA O EMBELEZAMENTO DA CIDADE, PARA A QUALIDADE DE VIDA E A FLUÊNCIA DO TRÂNSITO

População	**DSC – 1.2**
Grupo C	O que chama mais a atenção é a evolução né, é uma ótima cidade, relativa tranquilidade, é uma capital, ela tem vários recursos, recursos de grandes centros, o que me chamou muito atenção é você poder fazer várias coisas ao mesmo tempo né, embora o trânsito ter aumentado um pouco mais, agora a gente perde mais minutos do que antes se perdia pra chegar em determinado lugar você começa calcular, o tempo necessário pra ir da sua casa ao seu compromisso.
Grupo A	Ruas largas, é uma cidade organizada, plana, é uma cidade limpa, é uma cidade que você transita ainda com tranquilidade, na questão da característica da cidade em si de cuidado de preservação, é na parte do aspecto da cidade de cuidado com a cidade. Então aí tem esse peso comercial, a cidade se tornou um grande polo de abastecimento do Estado, uma cidade de boa qualidade, isso faz com que as pessoas de maior poder aquisitivo do Estado acabe tendo residência em Campo Grande. Porque é uma cidade agradável, onde as pessoas são de boa índole, onde tem um trânsito que é tranquilo.

FONTE: A autora (2012)

Observando os DSC – 1.2 dos Grupos C e A, verifica-se que ambos os grupos constituíram em suas falas uma percepção social de que Campo Grande é uma cidade planejada, plana, limpa, com trânsito relativamente tranquilo e que proporciona vários recursos.

Esses DSC também revelam que mesmo Campo Grande sendo considerada uma cidade grande é uma cidade tranquila, calma, que teve um considerável crescimento populacional e econômico nas últimas décadas, que evoluiu no oferecimento de diversos recursos existentes somente em cidades de maior porte, mas, de acordo com a representação social dos dois grupos entrevistados, manteve

sua característica de cidade interiorana, sobretudo na questão da tranquilidade e do trânsito.

A esse respeito é possível trazer para discussão as contribuições de Oliveira Neto e Souza (2002), por mencionarem que a cidade de Campo Grande teve sua primeira planta em 1909, de autoria do engenheiro Nilo Javari Barém. Constata-se com isso que seus gestores públicos municipais, desde aquela época tinham a preocupação de facilitar a circulação de pessoas e veículos bem como atentavam para a questão da sanitarização e arejamento. Essa planta é em formato de xadrez, modelo utilizado em grande parte do mundo, e que ao longo do tempo sofreu alterações que não interferiram no seu traçado principal. A utilização desse traçado urbano, em parte, possibilita o trânsito fluente citado pelas representações sociais.

Oliveira Neto (2005, p. 142) apresenta que

> A nova lógica de distribuição dos fluxos de ônibus, implementada com o Sistema Integrado de Transporte – SIT permitiu a diminuição do número de linhas e passageiros que circulam pelo núcleo central da cidade de Campo Grande.

Pode-se considerar que esse foi um fator que contribuiu, em parte, para a fluência do trânsito na cidade, questão abordada no DSC – 1.2 dos Grupos C e A.

Há uma relação desses DSC acima mencionado com a chamada do vídeo institucional lançado pelo SEDESC, em 2012, pois observa-se que o vídeo utiliza essa chamada de cidade com ruas largas e planejadas, como características de Campo Grande (CAMPO GRANDE, 2012c).

Sánchez, F. (2010) cita alguns aspectos urbanos existentes na cidade de Barcelona na Espanha os quais se destacam porque além de apresentarem boas características urbanas para seus moradores, também se tornam atraentes para receber turistas na cidade, sendo: qualidade de vida, localização estratégica e boa infraestrutura urbana. Tais aspectos foram identificados nos DSC – 1.2 dos Grupos C e A, possibilitando fazer a relação de que Campo Grande, mesmo que em parte, assim como Barcelona, possui características atraentes para se morar e receber turistas na cidade.

Destarte, esses aspectos favoráveis da cidade podem ser mais utilizados na imagem turística projetada da capital pelo poder público. Observa-se que o vídeo institucional da SEDESC, de 2012, também faz uso desses aspectos urbanos como chamariz para Campo Grande.

Por essas razões, é possível mencionar que Campo Grande possui características básicas necessárias para bem receber o turista, tais como essas acima citadas, que pela representação social de cada grupo investigado representam um aspecto da cidade a se destacar.

Conclui-se a discussão dessa representação social em questão, fundamentando-se na paráfrase a partir de Castro, M. (2004). O autor menciona que Campo Grande, com certeza, tem ruas largas, casas e edifícios cercados de muito verde, o brilho de um céu azul e cintilante dos reflexos do sol.

Os DSC – 1.3, apresentados no Quadro 4, monstram que o aspecto que mais chama a atenção em Campo Grande é a questão da arborização, com diversidade de parques urbanos e praças, favorendo a presença significativa da fauna diversificada no espaço urbano.

Da amostra do Grupo C, 5 entrevistados abordaram o item da arborização na cidade como sendo um aspecto que chama a atenção e a diferencia de outras capitais. No Grupo A, 6 entrevistados mencionaram a situação da arborização da cidade como fator a ser destacado.

QUADRO 4 - CIDADE BEM ARBORIZADA, COM DIVERSIDADE DE PARQUES URBANOS E PRAÇAS, FAVORECENDO A PRESENÇA SIGNIFICATIVA DE UMA FAUNA DIVERSIFICADA NO ESPAÇO URBANO

População	**DSC – 1.3**
Grupo C	Nós temos reservas naturais aqui, as ruas arvorizadas, nosso sol maravilhoso... o pôr do sol fantástico, o céu belíssimo à noite, então nós não temos a poluição também, nós somos livres de poluição, com um ar gostoso. Beleza, a beleza natural, parques, avenidas, é uma cidade que tem nos proporcionado assim, um quer dizer fruto do desenvolvimento né, de alguns anos pra cá ela tem se tornado uma cidade diferente, vamos dizer assim do que era por conta dessa, desse embelezamento que existe né.
Grupo A	Quais os aspectos culturais da cidade que chamam a atenção: Ruas largas, arborizadas, só num passado muito recente que eu fui entender que essa arborização da cidade, ela tinha, tem um objetivo de respeitar o direcionamento dos ventos, nós pensávamos que fosse só ornamental, as ruas largas da cidade ela tinha também e tem, que era um objetivo, no passado, no começo do século XX que era um objetivo sanitarista, esse é um aspecto cultural de que nós hoje observamos de que não está sendo respeitado, com a remoção das árvores que tanto enfeitavam as ruas né. Então nos tínhamos um ditado, vá pela sombra, não era no sentido de ir na sua sombra, era andar debaixo das árvores, isso foi uma coisa que foi ficando pra trás. Uma cidade com algumas características que Campo Grande tem, de ruas limpas, é uma cidade plana, muito bem conservada muito limpa, com praças. Das áreas verdes enormes que nós temos aqui os

População	DSC – 1.3
	parques é, percebo também que a cidade tem uma certa identidade com o Centro – Oeste, principalmente pela parte vegetal e também pela parte animal, é eu percebo Campo Grande também uma cidade que eu valorizo Campo Grande pela sua modernidade, pela qualidade de vida que oferece à população e essa, um particular que a gente pouco vê, nas cidades do porte de Campo Grande no Brasil, uma cidade limpa, muito bem arborizada e urbanizada no geral.

FONTE: A autora (2012)

Se Campo Grande foi planejada em meio a uma vasta área verde, com ruas e avenidas largas, relativamente arborizadas e com diversos jardins por entre as suas vias, este aspecto físico da cidade foi identificado pelas representações sociais e por elas foi valorizado.

Desde o início da concepção do espaço urbano, houve uma preocupação com a arborização da cidade. Em 1913 foi instituido um programa de arborização para as ruas do centro: a intendência solicitou ao Ministério da Agricultura mudas para tal empreitada, destacando-se que foram solicitadas mudas de árvores européias, o que evidenciou, de certa forma, que a elite da época tentou representar uma mentalidade européia na cidade (OLIVEIRA NETO, 2005).

Nessa mesma época, a elite campo-grandense buscava um controle maior da população, pois solicitou através de um telegrama da intendência para a capital do Estado, o aumento do número de praças onde haveria mais policiamento, alegando que a chegada de grande quantidade de trabalhadores da EFNOB fez aumentar os casos de roubos e assassinatos (OLIVEIRA NETO, 2005).

O número significativo de praças e parques urbanos foi mantido proporcionalmente ao crescimento da cidade. Atualmente são mais de cinquenta e são valorizados por sua população, conforme demonstrado nesses DSC em questão. Dentre as principais praças e parques destacam-se: Praça Ary Coelho, Praça do Rádio, Belmar Fidalgo, Horto Florestal, Parque Ayrton Senna, Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes, Parque Itanhangá e Orla Morena (CAMPO GRANDE, 2012b).

De acordo com o perfil socioeconômico de Campo Grande, de 2012, existem na cidade algumas unidades de conservação distribuiídas na região urbana do município: Anhanduizinho: Parque Ecológico do Anhanduí e a Reserva Particular do Patrimônio Natural da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul; Bandeira:

Estação Ecológica do Damha; Centro: Parque Florestal Antônio Alburquerque; Prosa: Parque das Nações Indígenas, Parque Estadual do Prosa, os parques municipais Cônsul Assaf Trad e o Parque Ecológico do Sóter; Segredo: Parque Estadual das Matas do Segredo e o Parque Municipal Água Limpa (CAMPO GRANDE, 2012a).

A busca e a preocupação pela arborização, desde a formação do território da cidade, refletem até a atualidade, pois, de acordo com o IBGE (2012a), atualmente Campo Grande é a capital mais arborizada do país. Segundo tal pesquisa, o índice da capital sul-mato-grossense é de 0,96, ou seja, de cada 100 residências 96 são arborizadas. Essa arborização tem sido valorizada pelos moradores, conforme se identifica nos DSC – 1.3, Grupos C e A, constituído por meio da pesquisa de campo realizada por esta tese.

Nesse momento, julga-se oportuno fazer uma relação de Campo Grande com a cidade de Curitiba, Paraná, relatada por Sánchez, F. (2010), na qual apresenta características sobre os aspectos e serviços urbanos da cidade planejada, destacando os parques e áreas verdes, procurando demonstrar como é possível viver no espaço urbano com qualidade de vida. É nesse sentido, que se entende ser possível estabelecer relação com Campo Grande, também com a particularidade de uma capital de Estado que conseguiu manter em seu espaço urbano uma significativa área verde, por meio de seus parques e praças.

A questão da arborização presente em Campo Grande e a presença siginificativa de praças e parques em seu espaço urbano são aspectos relevantes para uma cidade em busca do desenvolvimento da atividade turística, aspecto que inclusive, poderá vir também futuramente, servir de identidade cultural para a capital.

Essa arborização existente em Campo Grande contribui significativamente para a ocorrência de diversificada avifauna, tais como arara canindé (*Ara ararauna*), pássaro pretos (*Gnorimopsar chopi*), bem como a presença de outros animais que se aproximam do espaço urbano, sendo comum encontrar capivaras (*Hidrochoerus hidrochaeris*), quatis (*Nasua nasua*), entre outros (SICK, 1997).

Em seguida, no Quadro 5, seguem os DSC – 1.4, que identificam em Campo Grande bons espaços destinados à cultura e ao lazer, um bom nível educacional, e ainda um número significativo de cantores e poetas despontando em nível nacional. Da população do Grupo C, 5 participantes apontaram esse aspecto a ser destacado.

QUADRO 5 - CAMPO GRANDE OFERECE BONS ESPAÇOS PARA EVENTOS CULTURAIS E DE LAZER, BOM NÍVEL EDUCACIONAL E AINDA POSSUI NÚMERO SIGNIFICATIVO DE CANTORES E POETAS DESPONTANDO EM NÍVEL NACIONAL

População	**DSC – 1.4**
Grupo C	Minha filha, aqui tem tudo, a cultura aqui tem tudo, não falta, e cada vez abrindo mais, é um grande centro, tem bastante atividades de lazer, proporciona teatros, tem shows né, por exemplo toda sexta-feira na Praça do Rádio Clube tem aquele show cultural, se você procurar você vai achar muito o que fazer né, tem tudo que você precisa, tem museus, tem esporte, tem lazer, tem teatro, então se você perceber você é sempre, tem sempre alguma coisa pra você fazer culturalmente, tem boas bibliotecas, bons livros né, boas editoras pra você fazer as suas compras de livros também, e o que eu gosto muito também desse aspecto repetindo é isso que tudo aqui é mais ou menos perto em vista de São Paulo né. A Feira, o Parque Indígena que é tão falado né, que diz que é muito bonito, eu acho que são duas coisas assim que chama muito atenção né, tanto a Feira como o Parque Indígena, o mercadão que todo mundo que vem aqui dos seus lugares que procuram né pra ir lá visitar. Antigas construções né, como por exemplo, aquele... aquele...dos como é que chama?..ali que fica na Pimentel, Morada do Bais, tem um ali na Calógeras na esquina do Barão do Rio Branco que foi inclusive a casa do (fala Daniela: Arnaldo Figueiredo) isso do Arnaldo e têm várias outras coisas, antigamente tinha um relógio, por exemplo, que tava no 14 de Julho, esquina com Afonso Pena. Agora o que cresceu em termo de cultura, antigamente não tinha nada né, até lá nos 1970, o primeiro teatro que apareceu o teatro o Glauce Rocha lá na... lá depois que fizeram a construção da Universidade Federal né, hoje já tem... tem mais um que é na Balabanian, aquela Aracy Balabanian né, tem outro aqui que era.. vários eventos culturais né, éééé... tem por exemplo o campo de futebol que antigamente não tinha, o Pedro... Pedrossian hoje o Estádio Pedrossian é um símbolo, tinha... tinha antigamente era só Belmar Fidalgo e tinha mais uma lá na área da bandeirantes, ali né... e acho que o crescimento das Escolas, das Universidades aqui em Campo Grande.
Grupo A	-

FONTE: A autora (2012)

Os espaços fechados para eventos culturais em Campo Grande tiveram início no século XX, mais precisamente em 1913, com a construção do primeiro cinema e depois com a construção do Cine Alhambra, em 1937 (ARCA, 2011). Esses dois foram os iniciais, depois deles diversos outros surgiram, alguns já desativados, outros ainda existentes na cidade.

Percebe-se que, proporcionalmente ao crescimento da cidade, foram surgindo espaços para lazer, como cinemas, teatros, centros de convenção, praças, parques, clubes sociais, que proporcionam espaços culturais e de lazer e refletem na satisfação da população campo-grandense, conforme observou-se na representação social apresentada pelo grupo.

Ainda no DSC – 1.4, Grupo C, os entrevistados abordaram a satisfação no nível educacional da cidade; pode-se afirmar que esse processo se deu com a implantação de um número considerável de escolas particulares de qualidade e a diversidade de boas universidades implantadas na cidade desde 1961, de acordo com Rosa (1999).

Sobre os artistas, como poetas, cantores e atores de Campo Grande que se destacaram em nível nacional, por meio de observação direta apontam-se os mais recentes no segmento musical: Maria Cecília e Rodolfo, Luan Santana, Michel Teló, Marco Aurélio e Paulo Sergio, Munhoz e Mariano, João Bosco e Vinícius.

Os pioneiros são representados por Délio e Delinha, Helena Meireles, Almir Sater, Marcelo Loureiro e a família Espíndola, representada individualmente pelos irmãos Humberto, Sérgio, Geraldo, Tetê, Celito, Alzira e Jerry Espíndola, e ainda os grupos Alma Serrana e Tradição (ARCA, 2005).

Já entre os poetas destaca-se Manoel de Barros, e na primeira geração de compositores estão: Geraldo Espíndola, Paulo Simões, Geraldo Roca e Almir Sater (ROCA, 2004).

Entre as atrizes e atores destacam-se Aracy Balabanian, Glauce Rocha e Sidney Sampaio (BITTAR, 2004). A autora ainda complementa que Balabanian é de descendência armênica, e em sua homenagem há um teatro com o nome dela – Teatro Aracy Balabanian, localizado na Rua 26 de Agosto, n. 453, no centro de Campo Grande. Sobre Glauce Rocha, foi construído em sua homenagem o Teatro Glauce Rocha, nas dependências da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Tratando-se dos territórios culturais da cidade, que no caso de Campo Grande, abrange os cinemas, teatros, entre outros, é possível relacioná-los com o conceito de território de Bonnemaison (2002), que trata da relação culturalmente vivida entre um grupo humano e uma trama de lugares hierarquizados e interdependentes.

O DSC – 1.5 apresenta a contribuição da ferrovia para o desenvolvimento da cidade e a importância econômica e cultural da Rua 14 de Julho, sendo abordado por 4 pessoas do Grupo A (QUADRO 6).

QUADRO 6 - A CONTRIBUIÇÃO DA FERROVIA PARA O DESENVOLVIMENTO DA CIDADE E A IMPORTÂNCIA CULTURAL E ECONÔMICA DA RUA 14 DE JULHO

População	**DSC – 1.5**
Grupo C	-
Grupo A	Outra coisa que eu vivi intensamente foi o movimento da Rua 14 de Julho, onde era o centro de encontro, onde os jovens vinham passear ali, encontrar os seus namorados. A prefeitura está recuperando a rua 14 de Julho, tudo aquilo eu acho que faz parte da cultura que veio acompanhando o crescimento da cidade. Uma outra data muito importante foi a chegada dos trilhos do trem na década de 1914. A ferrovia, o exército também com essas duas instituições de origem federal e principalmente a ferrovia, o ir e vir do passageiro e do cargueiro estimulou o desenvolvimento do comércio, estimulou também a chegada de muitos imigrantes vindos de várias partes do mundo, os japoneses, os sírios, os libaneses de várias nacionalidades, espanhóis, portugueses, além daqueles que já eram, foram a base dessa cidade, os paraguaios, maior número, os bolivianos também, mas aqui também a colônia paraguaia era grande, então, essa convivência cultural ela evoluiu, quando nós íamos na domingueira da União, nós dançávamos ao som dos boleros, o samba canção, mas aquela música que a gente chamava de limpa banco, era polca paraguaia, então essa lembrança cultural ela foi evoluindo, porque todo contato que a gente vai, só com o decorrer da idade que a gente vai percebendo, não é que nós perdemos, mas ele evolui, quando nós vamos adquirindo novos olhares e ainda falando do Campo Grande de outrora.

FONTE: A autora (2012)

O DSC – 1.5, Grupo A, expressa a importância da ferrovia para o desenvolvimento de Campo Grande e sua relação com a Rua 14 de Julho no aspecto científico, econômico, social, político e cultural.

Sobre a importância da Rua 14 de Julho para a cidade, destaca-se sua devida relação com a pesquisa e a ciência, por já ter sido tema de diversas matérias e pesquisas, especialmente as publicadas na *ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande,* em diferentes edições.

A esse respeito pode-se destacar a tese de doutorado realizada pelo professor Dr. Antônio Firmino de Oliveira Neto, a qual resultou no livro intitulado *A Rua e a Cidade: Campo Grande e a 14 de Julho* (2005). Essa pesquisa se destaca, entre outras coisas, pelos seus três recortes analíticos principais: cotidiano social, estrutura urbana e economia.

Sobre a Rua 14 de Julho, economicamente, sua importância se estabeleceu por meio do desenvolvimento do comércio. O autor acima apresenta que a instalação da EFNOB ao norte da cidade, fez das ruas posicionadas no sentido

norte-sul os caminhos naturais de comércio, ou seja, a Rua Velha (atualmente Rua 26 de Agosto) foi perdendo sua posição de rua do comércio para as Ruas 14 de Julho e Santo Antônio (atual Avenida Calógeras), as duas ruas que davam acesso à estação ferroviária, estruturando, dessa maneira o centro comercial e de sociabilidade da cidade (OLIVEIRA NETO, 2005).

Ainda para Oliveira Neto (2005), consequentemente o comércio foi sendo transferido da Rua Velha para a Rua 14 de Julho, ficando as residências restritas aos fundos das lojas e as fachadas com predominância de comércio.

De acordo com o mesmo autor, em 1918 a Rua 14 de Julho já abrigava a maior parte do comércio da cidade e era a rua preferida para os novos investimentos. Era ainda na 14 de Julho a rua onde as mais importantes figuras da sociedade local se reuniam para discutirem negócios, sobretudo o de gado, e sobre os problemas da cidade.

Do ponto de vista social, essa rua proporcionou encontros de lazer realizados nas primeiras sorveterias e bares da cidade ali instalados, bem como na Praça Ary Coelho. Essa por sua vez, diferenciava a Rua 14 de Julho da Avenida Calógeras, por possuir o passeio público que, na planta de Nilo Barém, fora projetado para ser o ponto de maior sociabilidade (OLIVEIRA NETO, 2005).

Sobre o aspecto político, o autor afirma que essa rua também abrigou por alguns anos o Relógio da 14 de Julho, local onde ocorriam comícios e reuniões públicas de négocios.

Por fim, ocorreu o desenvolvimento cultural, através da vinda de inúmeros imigrantes trazidos para Campo Grande por intermédio da EFNOB, e também pela existência de espaços proporcionados nesta rua para o desenvolvimento cultural de sua população.

Porém, segundo Oliveira Neto (2005), foi somente em 1941, por meio da aprovação do Decreto-Lei n. 39/1941 – Plano Diretor de Campo Grande –, que ficou oficialmente consolidada a supremacia da Rua 14 de Julho como a rua principal da cidade, pois no documento estava definido o centro comercial localizado entre essa rua, as suas paralelas Calógeras e 13 de Maio e suas transversais, desde a antiga Rua Velha (atual Rua 26 de Agosto) até a estação ferroviária.

Sobre a importância das ruas para as cidades, Lefebvre (1978, p. 94) assim se posiciona:

> A rua de uma grande cidade pode representar um cenário quase completo da vida cotidiana, ela tem o poder de oferecer publicamente o que em outros lugares está oculto, transformando-se em palco de um teatro quase espontâneo. [A rua] Nada mais é do que o lugar de passagem, de interferências, de circulação e de comunicação. É, portanto, o todo ou quase todo [...].

A citação do autor possibilita relacionar a importância da Rua 14 de Julho para a cidade de Campo Grande.

Sobre a importância da EFNOB, a partir de sua instalação em Campo Grande no ano de 1914, o trem por muitas décadas representou para os campo-grandenses, desenvolvimento e ligação social e econômica com o grande centro econômico de São Paulo (OLIVEIRA NETO, 2005).

De acordo com esse mesmo autor, a construção da estrada de ferro em Campo Grande entre o período de 1910 e 1913, trouxe para a cidade um grande crescimento populacional e econômico, sua população aumentou em quatro vezes e a arrecadação municipal aumentou consideravelmente.

Mesmo depois da desativação da ferrovia, com a retirada dos trilhos do centro da cidade em 2004 (REIS, 2004), a Rua 14 de Julho permanece instalando o centro econômico da cidade e o passeio público – Praça Ary Coelho, que fora restaurado por diversas vezes, a última no ano de 2012 (CAMPO GRANDE, 2012b).

O crescimento e a importância dessa rua para a cidade se deu, sobretudo, pela instalação da ferrovia, fato que explica a relação da rua com a ferrovia serem indissociáveis, até mesmo do ponto de vista dos DSC – 1.5, Grupo A.

Atualmente a Rua 14 de Julho e seu entorno passam por uma revitalização, de acordo com o Decreto Municipal n. 11.510, de 23 de maio de 2011, que tem como objetivo controlar a poluição visual na Zona Especial de Interesse Cultural do Centro isso possibilita que as fachadas do comércio da Rua 14 de Julho fiquem mais bonitas, apresentando suas características arquitetônicas.

Finalizando essa discussão, torna-se importante mencionar a relação da Rua 14 de Julho com a EFNOB no desenvolvimento de Campo Grande e na representação social dos campo-grandenses, relacionando-a como aspecto destacável na cidade.

O DSC – 1.6, no Quadro 7, apresenta a influência da pecuária no modo de vida do campo-grandense, refletindo na capital características de cidade interiorana. Esse aspecto foi identificado por 4 entrevistados do Grupo A.

QUADRO 7 - A INFLUÊNCIA DA PECUÁRIA NO MODO DE VIDA DO CAMPO-GRANDENSE, REFLETINDO CARACTERÍSTICAS DE CIDADE INTERIORANA

População	**DSC – 1.6**
Grupo C	-
Grupo A	O campo-grandense é eu vejo o campo-grandense é um cidadão do interior né, uma capital com característica de interior. O aspecto mais importante da cultura campo-grandense é o boi, as coisas relacionadas com o boi, então é uma cultura da caminhonete, da bota, do chapéu, isso faz parte, mesmo as pessoas que não têm boi terminam usando desses aspectos como um aspecto cultural. E Campo Grande, na verdade, é uma cidade muito ligada à pecuária, muito mais a pecuária do que a agricultura.

FONTE: A autora (2012)

É possível estabelecer uma relação do DSC – 1.6 com a própria história e fundação da cidade, a qual se desenvolveu inicialmente pelo comércio de gado, ou seja, com a circulação do dinheiro proveniente dos negócios de gado (MACHADO, P., 1991).

Se Campo Grande possui uma localização geográfica estratégica, a sua formação contribuiu como ponto de parada e de reunião do gado comprado nas fazendas das redondezas e até mesmo da região do Pantanal (OLIVEIRA NETO; SOUZA, 2001). Por ser uma cidade diretamente ligada ao comércio de gado, até mesmo na atualidade conserva no modo de vida de sua população hábitos ligados à atividade pecuária, como a utilização de chapéus, botas e camionetas; isso também contribui para o fato de que apesar de ser uma capital, ela possui características que as relacionam com cidades interioranas.

No DSC – 1.6 propugna-se com o conceito de território de Raffestin (1993), o qual aborda que o território é onde ocorrem as relações e está vinculado ao controle e dominação social; diante de tal afirmação, é possível estabelecer uma ligação com o território campo-grandense que se forma a partir das relações sociais, culturais e econômicas, e de todas essas, a cultural será analisada com maior profundidade por esta tese.

Sendo concludente, a pecuária tornou-se aspecto de relevância no desenvolvimento da cidade, conforme se apresentou na representação social do grupo de autoridades e na história da formação de Campo Grande; portanto, é possível apontar uma relação da identidade cultural com a pecuária.

Se Campo Grande tem sua economia fortemente ligada à pecuária, a relação também se estende ao artesanato local, por meio dos arreios, berrantes e agroprodutos, e há algum tempo este artesanato rural recebeu um espaço para exposição e venda na Morada dos Baís (CAMPO GRANDE, 2012c).

No Quadro 8, DSC – 1.7, demonstra respostas de 3 entrevistados do Grupo A, destacando a divisão do Estado e sua posição geográfica como fatores que contribuíram para o desenvolvimento de Campo Grande.

QUADRO 8 - A DIVISÃO DO ESTADO E SUA POSIÇÃO GEOGRÁFICA FAVORECERAM O DESENVOLVIMENTO DE CAMPO GRANDE

População	**DSC – 1.7**
Grupo C	-
Grupo A	E finalmente terminou com a divisão do Estado, é minha família é teve um interesse muito grande em vim morar em Campo Grande a partir da divisão do Estado, nós mudamos pra cá em 78. Campo Grande tem uma situação geográfica dentro do Estado de Mato Grosso do Sul muito favorável.

FONTE: A autora (2012)

Analisando o DSC – 1.7, do Grupo A, verifica-se que a divisão do Estado e a posição geográfica de Campo Grande foram fatores determinantes no desenvolvimento da cidade.

Se de acordo com Yonamine (2004), a cidade de Campo Grande inevitavelmente nasceria algum dia, isso se deu, em grande parte, por ter uma posição geograficamente privilegiada em relação às demais cidades do Estado, confirmando a representação social estabelecida no DSC – 1.7, do Grupo A.

O Estado de Mato Grosso do Sul por estar localizado na região central do país, equidistante das fronteiras ao norte, ao sul, ao leste e ao oeste, tornando-se privilegiado por sua posição geográfica, favoreceu, entre outras coisas, a instalação da EFNOB, e a condição de Campo Grande como capital do Estado.

Além da migração de gaúchos, que passavam por aqui com outros destinos e convenceram-se de que a terra aqui era fértil para a agricultura, permanecendo no município; e ainda a residência em Campo Grande de fazendeiros que possuíam terras aos arredores da cidade, sobretudo os do município de Camapuã, contribuíram para a circulação de divisas na cidade (WEINGARTNER, 2005).

Destaca-se ainda, DSC – 1.7, do Grupo A, que a divisão do antigo Estado de Mato Grosso em dois estados: Mato Grosso do Sul e Mato Grosso, acelerou o crescimento e desenvolvimento da cidade de Campo Grande, tirando o posto de eixo econômico de Cuiabá – Corumbá, transferindo-o para Campo-Grande – São Paulo (WEINGARTNER, 1995).

Manifesta-se que Campo Grande é uma capital recente, se comparada às demais do país, porém pode-se afirmar que esses dois fatores, um de cunho político que foi a divisão do Estado e outro de cunho geográfico que é sua posição privilegiada, contribuíram para alavancar o desenvolvimento, sobretudo o econômico.

Destaca-se ainda, que "O exército e José Antônio Pereira, fundador de Campo Grande foram fundamentais no desenvolvimento e organização da cidade" sendo citado como um DSC por 2 participantes do Grupo A, porém, para esta tese, entendeu-se que esse número não teria representatividade.

4.4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE

Verificou-se por meio dos DSC oriundos a partir das falas da população comum (Grupo C) que a segunda pergunta apresentou dois DSC, enquanto o grupo da população de autoridades (Grupo A) apresentou três DSC, conforme descritos na Tabela 2.

TABELA 2 - CARACTERÍSTICAS DA POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE

Discurso do Sujeito Coletivo	**População**		**Total (N=27)**
	Grupo C (N=12)	**Grupo A (N=15)**	
2.1 O campo-grandense é hospitaleiro, alegre e amigo	9	8	17
2.2 O campo-grandense é inicialmente fechado ou sempre fechado	5	6	11
2.3 A população campo-grandense é culta, convive com diferentes culturas o que a torna cosmopolita	-	7	9

FONTE: A autora (2012)

O campo-grandense é hospitaleiro, alegre e amigo foi o DSC (2.1) mais apresentado pelos dois grupos entrevistados; no Grupo C, 9 participantes apontaram o DSC – 2.1, e no Grupo A, 8 participantes apontaram o DSC – 2.1 (QUADRO 9).

QUADRO 9 - O campo-grandense é hospitaleiro, alegre e amigo

População	**DSC – 2.1**
Grupo C	Muito, muito hospitaleiro. Receptivo eu vejo isso no campo- grandense sabe, é muito alegre na medida em que vai pegando confiança, tem amigos fiéis e solidários. Os campo-grandenses são muito legal, são muito como que diz, simpático né, apesar de ele ser um pouco aparentemente bairrista mais é ele acaba sendo acolhedor.
Grupo A	Um povo hospitaleiro, e que tem uma característica muito grande no âmbito da solidariedade, é acolhedor. A forma de ser do campo-grandense, alegre, festivo, um povo amigo, é uma pessoa é extremamente receptiva, generosa.

FONTE: A autora (2012)

Por meio dos DSC – 2.1 dos Grupos C e A, verificou-se que o campo-grandense é considerado hospitaleiro, alegre e amigo, caracterizando-se como uma pessoa receptiva e generosa.

Verifica-se que o DSC – 2.1 foi o mais apontado pelos dois grupos de entrevistados; por meio disso, pôde-se considerar que o campo-grandense é um indivíduo predominantemente hospitaleiro, característica importante, sobretudo em uma população que almeja o desenvolvimento do turismo em sua cidade.

Nessa perspectiva da hospitalidade apresenta-se a citação de Grabner (2006, p. 107):

> [...] torna-se importante destacar a relação intrínseca do Turismo com a Hospitalidade, por se tratar de um tema que envolve o deslocamento das pessoas para lugares distintos de sua residência habitual, e ao mesmo tempo, por envolver as interações entre anfitrião e hóspede e a forma como se dá esse acolhimento nos destinos turísticos.

No caso da população campo-grandense é fundamental que essa seja hospitaleira, pois, apresentando essa característica, seus munícipes estarão contribuindo para a acolhida do turista na cidade e consequentemente para fomentar uma imagem da capital sul-mato-grossense relacionada com uma cidade acolhedora. Diante do exposto, pode-se supor que a hospitalidade dos campo-

grandenses estará contribuindo direta e indiretamente para o desenvolvimento da atividade turística desta capital.

Ainda quanto à característica da população campo-grandense, foi apontado o DSC – 2.2, descrevendo os habitantes campo-gradenses como inicialmente fechados ou sempre fechados; o DSC – 2.2 foi formulado a partir de 5 participantes do Grupo C e 6 participantes do Grupo A (QUADRO 10).

QUADRO 10 - O CAMPO-GRANDENSE É INICIALMENTE FECHADO OU SEMPRE FECHADO

População	**DSC – 2.2**
Grupo C	Não são receptivos, não são hospitaleiros eu vejo dessa forma que cada um toca a sua vida né. É um povo meio fechado. O campo-grandense nato é muito fechado. Mais assim procuramos também ser hospitaleiros de certa forma, mais um pouco mais reservado né.
Grupo A	São pessoas atenciosas, educadas, mas de relacionamento mais difícil. E o campo-grandense hoje, no início, era um pouco difícil porque, porque as pessoas campo-grandenses mesmo eles tinham aquela mania de, por ser de uma capital as pessoas que vinham do interior era muito difícil você conversar. Já tinha aquela característica de serem arredios, você esta entendendo? Arredios ao novo, ou a quem chega como que é, sabe uma pitada de desconfiança nas relações né, depois que se conhecem aí se abrem mais. O campo-grandense eu acho que eles são muito fechados.

FONTE: A autora (2012)

A análise quantitativa dos DSC – 2.2, dos Grupos C e A, apresenta certa controvérsia com o DSC – 2.1 dos mesmos grupos. Isso se dá porque o DSC – 2.2 – campo-grandense é inicialmente fechado ou sempre fechado – foi o segundo mais apontado pelos dois grupos. Parte significativa da população dos dois grupos entende que o campo-grandense é hospitaleiro, porém, outra parte também significativa, percebe exatamente o oposto, caracterizando-o como um indivíduo pouco ou nada hospitaleiro, característica nada atraente para uma cidade que busca investimentos de pessoas de fora e pretende desenvolver a atividade turística em seu município.

Diante do exposto, fica a preocupação e o alerta para se levar em conta que os moradores de Campo Grande devem se tornar mais hospitaleiros com os que à cidade chegam, seja para residir, trabalhar ou para o lazer e turismo.

Sobre tal controvérsia buscou-se fundamentação teórica em Cabral (2004), que explica sobre esse caráter, aparentemente contraditório: talvez isso se dê

porque apesar de arredios e ariscos, desde sempre os campo-grandenses estiveram abertos a receber sucessivas colônias de diferentes etnias, que aos poucos foram se incorporando à cidade; mas para permitir que essas colônias se radiquem, é preciso antes sondá-las ao longe, saber quem são elas e depois trazê-las para a convivência.

Segundo Baptista (2007), entende-se que a hospitalidade é um acontecimento ético por excelência. Já de acordo com Augé (1994), a hospitalidade torna o espaço construído, ou seja, a cidade, um lugar mais humano, um lugar antropológico.

Seguindo o entendimento de Augé (1994), transpõe-se para a cidade de Campo Grande a necessidade de mais hospitalidade na acolhida dos turistas por parte dos moradores, pois a acolhida hospitaleira tornará a cidade mais atraente do ponto de vista da atividade turística.

Outro aspecto foi identificado por 7 entrevistados do Grupo A (DSC – 2.3), que descreveram o campo-grandense como sendo culto, e que por conviver com diferentes culturas constitui-se em uma população cosmopolita (QUADRO 11).

QUADRO 11 - A POPULAÇÃO CAMPO-GRANDENSE É CULTA, CONVIVE COM DIFERENTES CULTURAS O QUE A TORNA COSMOPOLITA

População	**DSC – 2.3**
Grupo C	-
Grupo A	O campo-grandense é uma mistura de tudo, um pouco de cada nacionalidade, um pouco de cada brasileiro e por isso talvez um povo diferente, foi feito por ondas imigratórias, por isso o cidadão campo-grandense é de uma riqueza cultural muito grande, né? Extremamente inteligente porque ele soube aproveitar cada um desses grupos que vieram pra Campo Grande pra melhorar a sua cidade, pra melhorar a sua educação. Abertos né pra receber é informações e essa variedade de cultura que existe é um povo que é não provoca nenhum constrangimento as culturas que existe no Estado que de uma certa forma foram inseridas em Campo Grande, então é um povo que é especial.

FONTE: A autora (2012)

Baseando-se na análise dos DSC – 2.3 do Grupo A, identificou-se a representação social de que a miscigenação cultural existente na cidade contribuiu, entre outras coisas, para que o campo-grandense se tornasse um indivíduo rico culturalmente e um povo diferente.

O DSC – 2.3 ainda apresenta que o campo-grandense foi inteligente sabendo aproveitar a diversidade de culturas existentes em sua cidade em benefício próprio. E que essa população possui em sua cultura influências de diversas outras etnias existentes em sua cidade.

Conclui-se essa discussão fundamentando-se na afirmação de que pela mistura de povos e culturas em Campo Grande, foi imposto a sua população um espírito cosmopolita (ARCA, 2004).

Também foram encontrados outros dois DSC: um deles aborda que o campo-grandense antigo é saudosista, e o novo campo-grandense precisa valorizar mais a sua prória cultura. O outro entende que a população campo-grandense é simples, com características do interior relacionadas à cultura sertaneja, porém cada um desses DSC foi apontado por apenas 2 entrevistados do grupo de autoridades (Grupo A), o que não caracterizou uma representação social para esta tese.

4.5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS SOBRE OS MARCOS/MONUMENTOS DESTRUÍDOS, RETIRADOS OU APAGADOS EM CAMPO GRANDE

A seguir apresentam-se os DSC elaborados a partir das falas da população comum e de autoridades que responderam a terceira pergunta da entrevista estruturada, apresentando três DSC, conforme descritos na Tabela 3.

TABELA 3 - MARCOS/MONUMENTOS DESTRUÍDOS, RETIRADOS OU APAGADOS EM CAMPO GRANDE

Discurso do Sujeito Coletivo	**População**		**Total (N=27)**
	Grupo C (N=12)	**Grupo A (N=15)**	
3.1 O Relógio da 14 de Julho	8	9	17
3.2 Antigas casas/ edifícios residenciais ou de comércio com arquitetura antiga, destacando-se a Igreja Santo Antônio, os antigos cinemas e o primeiro prédio da Prefeitura Municipal	4	6	10
3.3 Os trilhos	5	4	9

FONTE: A autora (2012)

Observou-se que ambos os grupos apontaram que o Relógio da 14 de Julho foi o marco destruído em Campo Grande; esse relógio foi o mais ressaltado por eles.

No Quadro 12 apresentam-se os DSC – 3.1, constituídos pelos dois grupos. Do Grupo C foram 8 entrevistados e do Grupo A foram 9 entrevistados.

QUADRO 12 - RELÓGIO DA 14 DE JULHO

População	**DSC – 3.1**
Grupo C	Eu acho que não devia ser tirado era o Relógio que tinha na 14 de Julho né. E eu acho que isso também dizia muito de Campo Grande era ali que se fazia os comícios, esse ai foi lá pra Calógeras, né?
Grupo A	O Relógio da 14, olha eu acho que foi uma, digamos assim uma coisa muito triste que fizeram com a derrubada do Relógio. Olha, eu acho que uma coisa que eu não teria feito jamais era tirar o Relógio da 14 né. Porque não é que ele contribuiu para o desenvolvimento, mas ele simbolizou o desenvolvimento, ele simbolizou a evolução cultural.

FONTE: A autora (2012)

Os DSC – 3.1 trazem a importância que o Relógio da 14 de Julho teve para sua população, simbolizando o desenvolvimento e a evolução cultural.

O Relógio da 14 de Julho também representou para a população campo-grandense entre as décadas de 1930 e 1970 uma importância política, social e cultural (ARRUDA, Â., 2006). O mesmo autor explica que no início da década de 1970 alegou-se que o relógio estava atrapalhando a fluência do trânsito no centro da cidade e com isso o Relógio da 14 de Julho foi demolido.

Mais tarde, precisamente no aniversário do centenário de Campo Grande, em 1999, a Prefeitura Municipal construiu uma réplica desse relógio, em outra localização (OLIVEIRA NETO, 2005), porém, verificou-se por meio dos DSC – 3.1 apresentados pelos dois grupos, que a réplica não conseguiu representar a importância que o antigo Relógio da 14 de Julho tinha para os campo-grandenses.

Os entrevistados dos dois grupos apontam que o antigo Relógio da 14 de Julho foi considerado pela população um lugar e que, de acordo com Carlos (1996), esse é entendido como a produção das relações humanas e sociais construindo uma rede de significados que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade, a qual foi adotada por esta tese.

Por fim, conclui-se que o Relógio da 14 de Julho se tornou um marco para Campo Grande, e que sua demolição até os dias atuais é sentida pela população campo-grandense.

No DSC – 3.2 apresentam-se antigas casas/edifícios residenciais ou de comércio com arquitetura antiga, destacando-se a Igreja Santo Antônio, os antigos cinemas e o primeiro prédio da Prefeitura Municipal, considerados marcos destruídos em Campo Grande. O DSC – 3.2 foi apontado por 4 participantes do Grupo C e 6 participantes do Grupo A (QUADRO 13).

QUADRO 13 - ANTIGAS CASAS/EDIFÍCIOS RESIDENCIAIS OU DE COMÉRCIO COM ARQUITETURA ANTIGA, DESTACANDO-SE A IGREJA SANTO ANTÔNIO, OS ANTIGOS CINEMAS E O PRIMEIRO PRÉDIO DA PREFEITURA MUNICIPAL

População	**DSC – 3.2**
Grupo C	Tinha a prefeitura também que era ali embaixo mais a prefeitura foi uma coisa que tiraram, depois construíram lá em cima né, porque quando eu mudei aqui a prefeitura era esquina da Calógeras com a Afonso Pena, né ali.
Grupo A	É uma casa com características arquitetônicas muito interessantes, é ao onde Getúlio Vargas ficou quando esteve aqui no Estado, e anoiteceu e não amanheceu né, outras a própria casa, uma outra casa que tinha aqui, é na esquina ali da Calógeras com a Quinze né, uma casa também com um patrimônio histórico importante de famílias pioneiras aqui é com traçados arquitetônicos muito próprio de uma época da nossa cidade onde hoje também é um estacionamento, outras por aí a fora, é incontáveis é foram é destruídas né. E alguns outros monumentos, e uma outra coisa que me chama atenção é você olhar atrás do ali na rua 14 de Julho por exemplo, e na 13 mais na 14, atrás daqueles outdoor ou atrás dos, a das como que chama, das lojas tem o, pra divulgar o nome da loja aquela coisa toda, as placas de frente, as luminárias quando você olha atrás você vê a cidade velha, você vê os monumentos. Eu acho que os prédios antigos. Aquelas fachadas principalmente na Calógeras. A própria Igreja Santo Antônio, ela foi construída nos anos 20 e depois foi demolida em nome do progresso, era uma construção extremamente interessante. Também foi destruído o Alhambra né, o Cine Alhambra.

FONTE: A autora (2012)

O DSC – 3.2 foi o segundo mais citado, tanto pelo Grupo C quanto pelo Grupo A. Pode ser percebido que os dois grupos consideram como monumento destruído, retirado ou apagado o primeiro prédio da Prefeitura Municipal, o primeiro prédio da Igreja Santo Antônio, os antigos e primeiros cinemas de Campo Grande, como por exemplo o Cine Alhambra, e ainda as antigas casas residenciais, com arquitetura expressiva que foram demolidas, assim como os prédios comerciais escondidos atrás dos letreiros e placas comerciais.

A esse respeito a Prefeitura Municipal de Campo Grande, por meio da Lei Complementar Municipal n. 161, de 2010, implantou o Plano de Revitalização do

Centro, chamado *Reviva o Centro*, que foi regulamentado pelo Decreto Municipal n. 11.510, de 23 de maio de 2011. O Decreto Municipal n. 11.510/2011 tem como finalidade preservar a memória cultural e histórica, facilitar a visualização das características dos logradouros públicos (controlar a poluição visual) e valorizar o ambiente natural e construído, em especial o patrimônio arquitetônico na Zona Especial de Interesse Cultural do Centro.

O Plano de Revitalização é um exemplo de atividades que possibitam o resgate da memória local, tal resgate é mencionado por Bahl (2004) como sendo importante para as cidades, especialmente para aquelas que desejam desenvolver o turismo cultural.

Segundo a conceituação de patrimônio, este refere-se ao legado herdado do passado e transmitido às gerações futuras (SILVA, R., 2005). O autor leva o conceito de patrimônio além da materialidade, entendendo que os bens imateriais, por meio da cultura, também se tornam patrimônio.

Com o acima exposto, conclui-se que a retirada ou ainda, a demolição dos prédios e casas citados no DSC – 3.2, Grupos C e A, significam para a representação social de ambos os grupos entrevistados uma interrupção da herança cultural que poderia ser repassada para as próximas gerações, sobretudo de campo-grandenses.

Quanto ao DSC – 3.3, no Grupo C, 5 participantes responderam que os trilhos foram um monumento retirado da capital sul mato-grossense, sendo que no Grupo A, 4 participantes mencionaram os trilhos como monumento destruído (QUADRO 14).

QUADRO 14 - OS TRILHOS

População	**DSC – 3.3**
Grupo C	Outro item que eu queria dizer, que eu esqueci de dizer pra você o que foi removido a linha de trem de Campo Grande, esse realmente era... era também até 1970 era um marco né. A retirada dos trilhos foi uma agressão muito grande né ao patrimônio né. Eu acho que sim porque tudo é progresso né, foi tirado uma coisa que podia crescer mais ali, mais facilidade para o povo, uma condição preço menores né, e de repente acabou tudo né. O marco maior foi a ferrovia né.
Grupo A	A única coisa assim que eu vejo mais que foi, foram os trilhos. Eu acho que o trem tirar os trilhos, tirar o trem de Campo Grande é como perder um pouco da identidade, né?

FONTE: A autora (2012)

Se a ferrovia representou para a população campo-grandense desenvolvimento, progresso, e ainda, crescimento populacional e econômico para sua cidade, é possível fazer uma relação com os DSC – 3.3, Grupos C e A, os quais apresentam um sentimento de perda dos trilhos, considerado pela representação social dos dois grupos entrevistados como um monumento.

O DSC – 3.3, Grupo A, faz uma relação direta da retirada dos trilhos e do trem da cidade com a perda da identidade local, mencionando que o trem representava a identidade campo-grandense.

A EFNOB foi fundamental no desenvolvimento de Campo Grande, seja pelo aspecto do transporte, seja pela ligação que estabelecia com os maiores centros comerciais como São Paulo, ou ainda, pela influência que teve na vinda dos primeiros imigrantes para Campo Grande.

Entre tantos outros aspectos que poderiam ser mencionados, o DSC – 3.3, Grupo A, evidencia que o “trem” que pelos “trilhos” passava fez, por muitas décadas, parte da história da cidade, possibilitando concluir com isso que ele teve relação com a identidade de Campo Grande, tornando-se marco/monumento.

Também foram encontrados outros dois DSC, sendo eles: a revitalização da Praça Ary Coelho e a Festa das Nações, porém cada um deles foi abordado apenas por dois entrevistados do grupo de autoridades, não sendo considerado como uma representação social.

4.6 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE A IMAGEM TURÍSTICA DE CAMPO GRANDE

Entre os dois grupos entrevistados, foram identificados cinco DSC, quatro dos quais foram abordados pelo grupo da população comum e quatro DSC foram abordados pelo grupo de autoridades, conforme apresentado na Tabela 4.

TABELA 4 - IMAGEM TURÍSTICA DE CAMPO GRANDE DE ACORDO COM A PERCEPÇÃO SOCIAL

Discurso do Sujeito Coletivo	**População**		**Total (N=27)**
	Grupo C (N=12)	**Grupo A (N=15)**	
4.1 O conjunto do Parque das Nações Indígenas, a Avenida Afonso Pena e o Parque dos Poderes	6	6	12
4.2 Turismo de eventos e negócios	3	7	10
4.3 Turismo cultural (Miscigenação Cultural, polo de Educação e a Feira Central)	4	4	8
4.4 Corredor turístico para o interior do Estado	5	-	5
4.5 Diversidade da fauna no espaço urbano relacionando Campo Grande com o Pantanal	-	5	5

FONTE: A autora (2012)

O conjunto do Parque das Nações Indígenas, a Avenida Afonso Pena e o Parque dos Poderes foi o DSC (4.1) mais considerado pelos entrevistados do Grupo C, tendo sido respondido por 6 participantes. Quanto ao Grupo A, o DSC (4.1) foi o segundo mais apontado, sendo identificado em 6 entrevistas (QUADRO 15).

QUADRO 15 - O CONJUNTO DO PARQUE DAS NAÇÕES INDÍGENAS, A AVENIDA AFONSO PENA E O PARQUE DOS PODERES

População	**DSC – 4.1**
Grupo C	A seria lá o Parque das Nações Indígenas né, eu vejo que é o cartão postal da cidade né, mas eu acho que Afonso Pena e o Parque Indígena é uma imagem turística bem presente. É a imagem do Parque ali do né da Afonso Pena, qual seria outro lugar, essa Via Parque e o Parque dos Poderes.
Grupo A	Parque das Nações Indígenas, mais as araras voando e tal que eu acho que a gente pode agregar isso muito na nossa imagem, quer dizer você ter um ambiente urbano mais com uma preservação ambiental, quer dizer qual é o Parque é do Brasil que se tem capivara correndo enquanto você está fazendo um cooper ou andando de bicicleta, então isso eu acho que a gente pode conviver bem e pode dar exemplo pro mundo. O diferencial de Campo Grande é a própria Avenida Afonso Pena pela beleza que ela representa e a gente percebe que os fotógrafos usam muito né a Afonso Pena como destaque. Por exemplo, os parques, por exemplo, né, coisas ainda inexploradas pela maioria da população, mais embelezam a cidade, criam condições de se desenvolver shows artísticos caminhadas esportivas, enfim.

FONTE: A autora (2012)

Analisando o DSC – 4.1, os quais trazem a percepção social dos dois grupos entrevistados (Grupos C e A), é possível verificar que esse conjunto: Parque das Nações Indígenas, a Avenida Afonso Pena e o Parque dos Poderes forma uma imagem turística de Campo Grande que agrada aos entrevistados que a elegeram como sendo uma imagem turística a ser projetada da cidade para atrair turistas.

Segundo o DSC – 4.1, por meio dessa imagem é possível demonstrar uma beleza natural presente no espaço urbano de Campo Grande, a qual é admirada e destacada pelas representações sociais de ambos os grupos entrevistados, além de possibilitar a todos uma fauna presente e diversificada.

Heberle (1999) informou que a área composta pelo Parque dos Poderes, Parque das Nações Indígenas e Reserva Ecológica é a maior área verde urbana contígua do mundo, são mais de 500 hectares, localizada no espaço urbano da capital do Mato Grosso do Sul.

O Parque das Nações Indígenas também abriga a Cidade do Natal (FIGURA 41) o Museu Marco e ainda em fase de implantação o Aquário do Pantanal.

FIGURA 41 - CIDADE DO NATAL, LOCALIZADA NO PARQUE DAS NAÇÕES INDÍGENAS, ABERTA AO PÚBLICO SOMENTE NO PERÍODO PRÓXIMO AO NATAL

FONTE: A autora (2012)

De acordo com Verbisck (2012), o Aquário do Pantanal é um empreendimento que vai aliar turismo, lazer, educação ambiental e pesquisa científica. Ainda de acordo com a mesma fonte, o Aquário do Pantanal será o maior

de água doce do mundo, o prédio terá 24 tanques com volume de mais de 6,5 milhões de litros de água para abrigar sete mil animais e cerca de 260 espécies diferentes, além de abrigar em seu espaço um centro de conferências, laboratórios e biblioteca para livros e teses sobre o Pantanal, instalações que foram desenhadas lado a lado com os 24 tanques de peixes, jacarés, sucuris, entre outros. O projeto é do arquiteto Ruy Ohkate e a implantação da obra é da Secretaria de Estado de Meio Ambiente, do Planejamento, da Ciência e Tecnologia.

O principal acesso a essa região dos parques anteriormente citados é feito pela Avenida Afonso Pena, por isso as representações sociais mencionaram a importância de tal avenida a qual é larga e em toda a sua extensão possui canteiro central. Devido à última revitalização recebida, a Avenida Afonso Pena possui, em sua grande parte, canteiros com jardim e no trecho na frente do Parque das Nações Indígenas possui pista com canteiro central a qual é utilizada para prática de caminhadas, além de parada para pessoas de todas as idades tomarem uma água de coco ou o tradicional tereré (SOTTILI, 2005).

Na Avenida Afonso Pena é encontrado um comércio variado, como: lanchonetes, agências bancárias, grande parte dos hotéis da cidade, agências de viagem, galerias comerciais, residências, edifícios residenciais, áreas de lazer como as praças Ary Coelho e Praça da República, os parques Estadual do Prosa e Parque das Nações Indígenas, os shoppings Campo Grande e Pátio Avenida, a Morada dos Baís, o Relógio Central, o Obelisco, além de abrigar também a sede do poder municipal, o que a caracteriza como uma das avenidas locais com a maior diversidade de usos e serviços (SOTTILI, 2005).

A Avenida Afonso Pena também serve de cartão-postal para Campo Grande, é a principal via de circulação entre o leste e o oeste da cidade. À noite é ela que serve de passagem para as pessoas de todas as idades passearem de carro, sem compromisso, e também para os que buscam o lazer noturno, pois esta avenida também concentra bares e restaurantes (OLIVEIRA NETO, 2005).

A diversidade de usos e serviços existentes nesta avenida serve como justificativa e fundamentação para a sua representatividade citada perante ambos os grupos entrevistados.

Finaliza-se a discussão desses DSC abordando que o conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena representam

para a população campo-grandense um lugar, apresentado por esta tese como sendo um lugar de pertencimento, entendido pela tríade: habitante, identidade, lugar, pois se percebe a população local se identificando por meio desse lugar.

Três participantes de Grupo C apontaram que atualmente a imagem turística da cidade de Campo Grande está relacionada ao turismo de eventos e negócios; no Grupo A, 7 participantes apontaram essa mesma resposta e possibilitaram a formação dos DSC – 4.2 (QUADRO 16).

QUADRO 16 - IMAGEM TURÍSTICA RELACIONADA AO TURISMO DE EVENTOS E NEGÓCIOS

População	**DSC – 4.2**
Grupo C	Realiza alguns eventos importantes, congressos. Acho que comercial né, turismo de negócio.
Grupo A	Por ser capital é e isso faz com que muitas pessoas venham pra cá e circulam e buscam negócios e eventos. Então Campo Grande ele é um destino pra realização de eventos, né. Considerado o segundo melhor destino pra realização de eventos, então Campo Grande é um destino pra realização de eventos e de negócio.

FONTE: A autora (2012)

Analisando ainda os DSC – 4.2, identificou-se que ambos os grupos entrevistados apontaram que Campo Grande possui uma imagem turística projetada relacionada ao turismo de eventos e negócios.

Abaixo apresentam-se alguns aspectos que contribuem para o fortalecimento da capital sul-mato-grossense no segmento de eventos e negócios, sendo que um deles é a infraestrutura hoteleira de qualidade, que comporta o turismo de eventos e ou de negócios em Campo Grande; outro é sua posição geográfica estratégica, que contribui para que esta cidade seja procurada como destino de eventos e negócios; além de ser a cidade mais populosa e abrigar a maior infraestrutura do Estado, fator que também favorece o desenvolvimento de eventos e reuniões de negócios.

Os folders promocionais sobre a cidade apresentam a capital sul-mato-grossense com estrutura para realização de eventos de expressão local, nacional e até internacional, consolidando-se a cada dia como um centro adequado à realização de eventos (CAMPO GRANDE, 2012e, 2012f).

A imagem turística de Campo Grande relacionada ao turismo cultural foi o novo DSC (4.3) apontado, apresentado por 4 entrevistados do Grupo C e outros 4 entrevistados do Grupo A (QUADRO 17).

QUADRO 17 - TURISMO CULTURAL (MISCIGENAÇÃO CULTURAL, POLO DE EDUCAÇÃO E A FEIRA CENTRAL)

População	**DSC – 4.3**
Grupo C	Campo Grande, talvez é, talvez é cultural. A Universidade também tem agora as culturas é que já falei, por exemplo, a cultura japonesa que tem a feira que as pessoas gostam de ir, a Feirona, a feira, né.
Grupo A	Então é o lugar que todas as culturas se encontram na construção dessa história da cidade. Essa é a identidade cultural de Campo Grande no sentido de monumento turístico, é o centro de agregação de várias culturas. Nós temos em Campo Grande hoje a Feira que hoje é muito importante.

FONTE: A autora (2012)

Analisando os DSC – 4.3, dos Grupos C e A, identifica-se que Campo Grande possui uma imagem turística relacionada com o turismo cultural. Nesta perspectiva entende-se que a cidade possui grandes Universidades e que serve de polo de educação e isso se fundamenta pela diversidade de Universidades particulares e públicas atuando em Campo Grande na atualidade.

Outro fator identificado nos DSC 4.3 é a questão da miscigenação cultural latente em Campo Grande, contribuindo para a criação da imagem turística da cidade relacionada ao turismo cultural.

Ainda em observação aos DSC 4.3, esses apresentam também a Feira Central como exemplo de atrativo turístico que representa a miscigenação cultural existente em Campo Grande, principalmente por meio da culinária e da comercialização de hortifrutigranjeiros.

Retoma-se Santos, R. (2008), quando aborda a relação dos movimentos migratórios com o entendimento das questões ligadas à cultura e, por conseguinte, à identidade. Por meio desse entendimento fundamenta-se que a diversidade de etnias existentes em Campo Grande contribuiu, entre outras coisas, para o fortalecimento de uma imagem turística da cidade relacionada ao turismo cultural, estabelecida especialmente por essa diversidade de culturas.

O DSC – 4.4 apresentou que Campo Grande possui uma imagem de corredor turístico para o interior do Estado, sendo apresentado por 5 entrevistados do Grupo C (QUADRO 18).

QUADRO 18 - CORREDOR TURÍSTICO PARA O INTERIOR DO ESTADO

População	**DSC – 4.4**
Grupo C	Ponto de apoio pra turismo em volta, né, no Estado. Primeiro por ser um ponto de passagem, o Estado hoje ele oferece várias atrações turísticas, você fala em Bonito, você fala em Corumbá, você fala em Aquidauana, e turismo de pesca, turismo ecológico. Sempre conhece Campo Grande como ponto de passagem para outros lugares, Bonito e Ponta Porã pra fazer as compras, Paraguai quer dizer assim. Então a imagem turística de Campo Grande eu penso assim é acolhida mesmo porque até porque ela é um lugar de onde as pessoas, até onde as pessoas chegam pra depois irem para outros pontos.
Grupo A	-

FONTE: A autora (2012)

Perante o DSC – 4.4, Grupo C, analisa-se que Campo Grande serve de corredor turístico para destinos turísticos do interior do Estado, sobretudo, para Bonito, Pantanal e Ponta Porã, alguns fatores corroboram para isso. Um desses fatores seria a posição geográfica estratégica de Campo Grande, e equidistante das fronteiras ao norte, ao sul, ao leste e ao oeste (OLIVEIRA NETO; SOUZA, 2002).

Outro aspecto destacável a ser considerado, é o de a cidade ser importante centro catalizador de toda a atividade econômica e social do Estado, posicionando-se como o de maior expressão e influência cultural, sendo que alguns fatores relacionados à infraestrutura urbana contribuem diretamente para isso; soma-se a isso o fato de possuir um aeroporto internacional considerado o maior do Estado – Aeroporto Internacional de Campo Grande, nominado pela Lei Federal n. 1.909, de 21 de julho de 1953 (CAMPO GRANDE, 2012a).

Outro aspecto que influencia é o de que as principais rotas de ônibus estaduais e nacionais passam por Campo Grande, utilizando-se do Terminal Rodoviário de Campo Grande Senador Antônio Mendes Canale, além de ser único na realização de baldeações para certos destinos (CAMPO GRANDE, 2012a).

As características acima mencionadas influenciam diretamente no fato de Campo Grande ser um corretor turístico para o interior do Estado.

Porém, discordasse do ponto de vista, de que essa seria a imagem turística da cidade, pois, entendesse que a cidade possui atrativos turísticos próprios com maior poder de atração turística, capazes de atrair turístas para Campo Grande, os quais evidenciou-se ao longo dessa tese.

Prosseguindo com a análise, foi identificado o DSC – 4.5 apresentando a imagem turística de Campo Grande ligada à diversidade da fauna no espaço urbano, relacionando Campo Grande com o Pantanal, sendo esse apontado por 5 entrevistados do Grupo A (QUADRO 19).

QUADRO 19 - DIVERSIDADE DA FAUNA NO ESPAÇO URBANO RELACIONANDO CAMPO GRANDE COM O PANTANAL

População	**DSC – 4.5**
Grupo C	-
Grupo A	Mais o fato de Campo Grande ser muito arborizada isso atrai muito as pessoas gostam muito e a situação dessas aves que vieram morar aqui na cidade. Mais que ele nunca viu em lugar nenhum é essa, essa convivência do homem, carro, movimento, desenvolvimento e araras. Então elas têm se tornado hã... um símbolo de Campo Grande, e Campo Grande realmente é muito bonito, o entardecer de Campo Grande é único, né? Capital privilegiada que, por exemplo, você tem é tucanos, araras, pássaros de todas as espécies, você no centro da cidade, você para o teu carro, tá lá pousando um tucano, né, no quintal da sua casa, então as pessoas não se deram conta de que isso é um privilégio é já há um movimento, impressionante a quantidade de araras que estão vindo pra cidade, as árvores, né, você cada vez mais as pessoas plantando e é uma cidade verde, é aqui dentro do Parque a quantidade de bichos quem tem aqui, inclusive capivaras que você é pode observar de muito perto, às vezes eu estou aqui no Parque, aqui na minha frente, na minha sala vem Cotia né, daqui eu estou vendo a Coruja então, sabe assim tem vez que fica preto aqui a grama de pássaros preto, então é eu acho que é essa natureza que é muito pujante em Campo Grande. A imagem de Campo Grande querendo ou não está conectada à imagem do Pantanal, e as pessoas quando vêm aqui acabam é tendo essa referência por conta de algumas obras de arte que a gente tem, a arara, e o próprio tuiuiú no aeroporto, que não é uma coisa de Campo Grande, mais é uma coisa vamos dizer do Estado, que é um símbolo do Pantanal.

FONTE: A autora (2012).

O DSC – 4.5 trouxe a diversidade da fauna existente no espaço urbano de Campo Grande, supondo-se que esse fato possa ser favorecido pela arborização existente na cidade. Por meio da representação social aqui apresentada, salienta-se que a mesma também demonstrou haver uma relação de Campo Grande com a região do Pantanal Sul-mato-grossense; essa relação se estabelece principalmente

pela existência de alguns ícones instalados no espaço urbano de Campo Grande em forma de imagens de animais da fauna pantaneira.

A esse respeito destaca-se Sottili (2005), pois sua pesquisa apresentou uma concentração de elementos no espaço urbano de Campo Grande que remetem à lembrança do Pantanal, com maior incidência na Avenida Afonso Pena e adjacências.

Ainda para a autora acima citada, a tentativa de estabelecer uma relação da imagem turística de Campo Grande com a do Pantanal Sul-mato-grossense se deu principalmente pela criação de símbolos do Pantanal, baseados em marcos urbanos, expressados no desenho das cabines telefônicas, das lixeiras públicas, e ainda, posicionando estátuas de animais característicos da fauna pantaneira nas ruas e praças, além de pinturas de animais da fauna pantaneira nas laterais de edifícios.

Relaciona-se ainda ao fato com a imagem comercializada de Campo Grande na década de 1990, por meio do *slogan*: *Venha para Campo Grande, a Capital do Ecoturismo*, que provavelmente deixou influências na imagem turística projetada desta cidade e percebida pelas representações sociais do grupo de autoridades.

Buscando findar a discussão do DSC – 4.5 percebe-se que seja pela diversidade da avifauna existente no espaço urbano de Campo Grande, ou ainda, pelos simbolos do Pantanal instalados na cidade, caracteriza-se uma relação da imagem de Campo Grande com a imagem do Pantanal.

A Morada dos Baís e o Obelisco também foram considerados como imagem turística de Campo Grande, porém não foram considerados como percepção social nesta tese, porque cada um deles foi apontado apenas por duas pessoas do grupo de autoridades.

4.7 A IDENTIDADE CULTURAL CAMPO-GRANDENSE PERCEBIDA PELOS CITADINOS

Verificou-se por meio das falas dos entrevistados que a quinta pergunta estruturada apresentou três DSC. O grupo da população comum (Grupo C) apontou dois DSC, e o da população de autoridades (Grupo A) apresentou outros dois, conforme descritas na Tabela 5.

TABELA 5 - REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA IDENTIDADE CULTURAL DE CAMPO GRANDE

Discurso do Sujeito Coletivo	População		Total (N=27)
	Grupo C (N=12)	Grupo A (N=15)	
5.1 Conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena	4	5	9
5.2 O aspecto cultural por meio dos prédios históricos, sobretudo os localizados na Rua 14 de Julho	5	-	5
5.3 Miscigenação cultural	-	3	3

FONTE: A autora (2012)

Os DSC – 5.1, identificados por 4 intrevistados do Grupo C, é o de que a imagem de Campo Grande que representa sua identidade é o conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena. No Grupo A, 5 entrevistados responderam ser o conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena (QUADRO 20).

QUADRO 20 - CONJUNTO DO PARQUE DAS NAÇÕES INDÍGENAS, PARQUE DOS PODERES E AVENIDA AFONSO PENA

População	DSC – 5.1
Grupo C	Ah eu acho que os parques mesmo né, a questão natural que é que gente convive hoje com a migração de pássaros, de arara, você vê aqui você pega o Lago do Amor, por exemplo, você e pega o Parque das Nações Indígenas, é porque ali é um ponto de encontro dos jovens, tem shows né, onde tem hoje é a parte cultural assim mais diversificada eu acho que se encontra ali porque, eu utilizaria a imagem né, tem outros detalhes, mas eu acho que essa imagem é a que mais está, que ali já engloba tudo. E até ali por exemplo, a parte de animais né, porque já se refere ao Pantanal, tem os animais tem o lago, tem a natureza e ainda o ponto humano né que seria o encontro das pessoas né, nos show, caminhada, você vê que beleza que é o Parque dos Poderes né, viu acho que aquilo lá é um ponto turístico até, porque não é todo o lugar que existe isso né, parece que está saindo da cidade de repente estamos no centro da cidade com muita arborização, prédio no meio, bonito de ver.
Grupo A	Eu sou apaixonado pelo Parque das Nações né, eu acho que ele é ainda muito mal cuidado e tem muita pouca opção pra que o campo-grandense possa se divertir na verdade, né. Eu gosto muito da imagem de Campo Grande, a imagem aérea dela né tem uma foto que retrata que pega o lago da daqui do Parque dos Poderes com a Campo Grande no fundo é que eu acho fantástico o pôr do sol né. A natureza, do alto do Afonso Pena é muito linda, então a gente já tem aquele, aquela rotina do, da caminhada com uma água de coco, pôr do sol. Olha, eu acho que seria alguma coisa relacionada assim com verde, arara, entendeu? Porque é uma cidade aonde você vê a presença de uns 100 números de espécies que geralmente você não vê em outra cidade brasileira, né.

FONTE: A autora (2012)

Percebe-se, por meio dos DSC – 5.1, que o conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena, já citado pela representação social campo-grandense considerado imagem turística da cidade, volta a ser citado por entenderem que ele representa a identidade cultural da capital de Mato Grosso do Sul. Percebe-se que o conjunto tem uma representatividade para a população campo-grandense a ponto de ser mencionado em duas das seis perguntas da entrevista estruturada.

Observa-se nos dois casos que os entrevistados gostam da imagem do conjunto, entendem que ele representa bem o dia-a-dia da população local, que naquela região podem observar uma diversidade de pássaros, fazer *cooper,* observar o lago, além do local servir também de ponto de encontro das pessoas e de espaço para *shows* artísticos; apresenta ainda um belo pôr do sol e fornece a possibilidade das pessoas sentarem, tomarem uma água de coco e fazer a observação da natureza inserida no espaço urbano da capital sul-mato-grossense.

Fazendo a devida relação da identidade cultural de Campo Grande com a imagem turística projetada, destaca-se ainda que o material impresso promocional institucional turístico municipal de Campo Grande, lançado em 2011 utilizou-se do Parque das Nações Indígenas para divulgar a cidade. Isso possibilita afirmar que o poder público, na esfera municipal já fez uso desse atrativo de lazer e de turismo para tentar atrair novos turistas para Campo Grande e, sobretudo, afirmar que a imagem projetada possui relação com a identidade cultural compreendida pela representação social da população.

Para finalizar, esclarece-se ainda que esse conjunto também foi utilizado pelo vídeo institucional de Campo Grande, lançado em 2012.

O aspecto cultural de Campo Grande por meio do artesanato local e dos prédios históricos, sobretudo os localizados na Rua 14 de Julho, cria uma imagem que representa a identidade cultural de Campo Grande. O DSC – 5.2 foi formulado a partir das respostas de 5 entrevistados do Grupo C (QUADRO 21).

QUADRO 21 - O ASPECTO CULTURAL POR MEIO DOS PRÉDIOS HISTÓRICOS, SOBRETUDO OS LOCALIZADOS NA RUA 14 DE JULHO

População	**DSC – 5.2**
Grupo C	Está relacionada ao cultural, eu vejo assim a cidade em si, se você buscar aqui lazer você sempre vai ter uma opção de lazer muito boa, o comércio, têm as casas antigas né, tem até prédio tombado deve ter ali né então eu acho que aquilo lá representa também aquela Rua Barão do Rio Branco, o calçadão né também.
Grupo A	-

FONTE: A autora (2012)

O DSC – 5.2, Grupo C, apresenta a identidade cultural de Campo Grande relacionada ao aspecto cultural existente na cidade por meio dos seus prédios históricos, principalmente os localizados na Rua 14 de Julho. O DSC – 5.2 apresenta Campo Grande com a particularidade da identidade cultural relacionada ao patrimônio histórico. Torna-se importante destacar, que Campo Grande possui pouco mais de um século de história, uma capital bastante nova, se comparada a outras como Salvador, São Paulo e Rio de Janeiro. Apesar disso, observa-se nas representações sociais que atualmente a população campo-grandense evidencia e valoriza seu patrimônio histórico.

Discutindo a questão do patrimônio histórico que o DSC – 5.2, Grupo C, aborda, fundamenta-se tal temática em Tonelli (1995), a qual menciona que Campo Grande, devido à intensa especulação e ao anseio da modernidade, já não possui um patrimônio arquitetônico representativo, de vez que o estilo foi substituído por modernas construções.

Pelegrini Filho (1997) destaca a importância da necessidade de recuperar edifícios antigos e abandonados para melhor desempenharem suas funções originais ou ainda serem adaptados a novos usos.

Tonelli (1995) aponta algumas construções antigas disseminadas pela cidade que se encontram preservadas, como a Casa do Artesão e a Morada dos Baís, além de algumas residências privadas. Ainda nesse sentido, o Decreto Municipal n. 11.510/2011 contribui para a preservação da arquitetura local.

Bahl (2004) explica que um aspecto a ser considerado nos planos de turismo está relacionado a medidas que devem ser tomadas para se evitar a perda da identidade cultural, pois, ela por si só pode ser trabalhada como o próprio atrativo ou motivo referencial das localidades.

Findando esta discussão sobre o aspecto cultural, os prédios históricos, mencionados no DSC – 5.2 fazem referência ao primeiro aspecto básico do turismo cultural mencionado por Bahl (2004), devem ser tratados como elementos que podem ser trabalhados como atrativos de uma localidade e que possuam uma conotação cultural.

Também foi encontrado o DSC – 5.3 de que a imagem da cidade de Campo Grande que representa a sua identidade é a miscigenação cultural, apontada por 3 entrevistados do Grupo A (QUADRO 22).

QUADRO 22 - MISCIGENAÇÃO CULTURAL

População	**DSC – 5.3**
Grupo C	-
Grupo A	Miscigenação é, eu acho isso. Hospitalidade, alguma coisa assim de bem receber, exato porque você encontra pessoas aqui de vários locais. Então essa miscigenação, todo esse grupo tem toda essa situação, é o meu olhar em cima disso. Eu acho bacana isso aí, eu acho isso importantíssimo, esse mix entre essa cultura que vem de fora com a nossa, essa mistura como polca paraguaia, por exemplo, você vê executada por alguns conjuntos daqui, com cantores daqui, você vê que essa mistura é fantástica.

FONTE: A autora (2012)

Analisando o DSC – 5.3, é possível identificar a naturalidade com que o campo-grandense trata a miscigenação cultural existente em sua cidade, a ponto de atribuir-lhe, uma relação com a identidade cultural local.

Conforme já visto por esta tese, Corrêa, A. (2005) contribui para o entendimento da identidade cultural em cidades com diversas possibilidades identitárias. Assim sendo, a contribuição desse autor permite afirmar que no caso da cidade de Campo Grande a latente miscigenação cultural existente na cidade, possibilita de certa maneira, inúmeras formas de identificação.

A contribuição antropológica de Augé (1994) mais uma vez é pertinente, para enfatizar que a identidade criada pelo indivíduo no lugar onde ele nasce é importante, porém, mais do que isso, onde ele vive parte de sua vida, tempo necessário para criar raízes com o lugar e criar sua identidade individual. Transportando essa definição para os imigrantes que residem em Campo Grande, torna-se possível verificar que eles, com o passar dos tempos, inserem sua cultura na cidade onde residem, aceitam alguns hábitos culturais locais, e vão criando uma

mistura cultural, que permite, inclusive, afirmar que são aspectos que criam uma nova identidade cultural local.

Isso vem ao encontro com a citação de Haesbaert (1999, p. 184), na qual ele comenta que:

> Determinados grupos culturais migrantes podem não apenas entrecruzar sua identidade no confronto com outras culturas, mas, também, levar sua territorialidade consigo, tentando reproduzi-la nas áreas para onde se dirigem.

Ao contrário do que trouxe Feldman-Bianco (2000), sobre o embate de identidades, é possível afirmar que em momento algum a população residente em Campo Grande, seja ela nata ou de imigrantes, presenciou um embate com os imigrantes que à cidade chegaram e se estabeleceram. O que ocorreu foi exatamente o oposto, a população local recebeu as diversas etnias que escolheram a capital para residir, e ainda, de maneira inteligente, pode-se assim considerar, utilizam, cruzam e valorizam os hábitos culturais dessas diferentes culturas.

A miscigenação cultural pode ser considerada consistente na cidade de Campo Grande; tal afirmação embasa-se, sobretudo, na situação de que a miscigenação cultural foi identificada como DSC em três das seis perguntas da entrevista estruturada desta tese (1- como um aspecto cultural na cidade; 4- considerando-a como imagem turística da cidade; 5- relacionando-a de forma direta com a identidade cultural de Campo Grande).

A miscigenação cultural também foi apontada de forma indireta em outras duas perguntas (2- onde entenderam que a miscigenação cultural refletiu em considerar a população campo-grandense culta e cosmopolita; 6- inúmeras etnias existentes em Campo Grande e as contribuições no âmbito cultural, social e econômico trazidas por cada uma delas).

Conclui-se que a população campo-grandense, seja representada pelo grupo da população comum (Grupo C), seja pelo de autoridades (Grupo A), destaca sobremaneira a miscigenação cultural na cidade, o que permite considerar uma estreita ligação dessa diversidade na identidade cultural de Campo Grande.

Ressalta-se ainda que dois entrevistados do Grupo C apontaram a Feira Central como imagem que representa a identidade cultural de Campo Grande, e dois entrevistados do Grupo A responderam que a identidade cultural campo-grandense

está relacionada à pecuária, porém o número infímo não foi considerado como representação social para esta tese.

Parte-se agora para a análise e discussão dos DSC encontrados a partir da pergunta de número seis da entrevista estruturada desta tese.

4.8 A INFLUÊNCIA DE DIVERSAS CULTURAS SOBRE A CULTURA CAMPO-GRANDENSE

Sobre a influência de diversas culturas sobre a cultura campo-grandense, a sexta pergunta, identificou-se quatorze DSC. No entanto, o Grupo C indicou sete deles e o Grupo A apontou todos os quatorze DSC, conforme descritos na Tabela 6.

TABELA 6 - ASPECTOS QUE RELACIONAM O CAMPO-GRANDENSE A OUTRAS CULTURAS

Discurso do Sujeito Coletivo	**População**		**Total (N=27)**
	Grupo C (N=12)	**Grupo A (N=15)**	
6.1 Aspectos relacionados à colônia paraguaia. Atribui à influência na gastronomia, na dança, na música, no modo de vida, na pecuária e na relação com a EFNOB.	8	14	22
6.2 Aspectos relacionados à colônia japonesa. Principalmente pela influência dela na gastronomia, na dança, na música, no comércio de hortifrutigranjeiros e na relação com a EFNOB.	8	13	21
6.3 Aspectos relacionados à colônia árabe. Principalmente por meio da gastronomia, da dança, da música, da religião, do comércio, no modo de vida e na relação com a EFNOB.	5	10	15
6.4 Aspectos relacionados à colônia boliviana. Influência na gastronomia, na dança, na música e no modo de vida.	4	11	15
6.5 Aspectos relacionados à cultura portuguesa. Influenciando na gastronomia, no modo de vida e na arquitetura local.	-	5	5
6.6 Aspectos relacionados à colônia espanhola. Com influência na música, na dança, na gastronomia, no modo de vida e na arquitetura local.	-	4	4

Discurso do Sujeito Coletivo	População		Total (N=27)
	Grupo C (N=12)	Grupo A (N=15)	
6.7 Aspectos relacionados à cultura italiana. Com influência na gastronomia.	-	4	4
6.8 Aspectos relacionados às colônias da região sul do país, sobretudo a gaúcha. Atribui a influência da cultura sulista, por meio da pecuária, CTG, gastronomia, dança, música, modo de vida e na relação com a EFNOB.	7	9	16
6.9 Aspectos relacionados à cultura paulista. Sobretudo pela influência no modo de vida e na pecuária.	4	5	9
6.10 Aspectos relacionados à cultura mineira. Com influência na pecuária e no modo de vida.	-	4	4
6.11 Aspectos relacionados à cultura do Centro-Oeste, principalmente mato-grossense e goiana. Influenciando no modo de vida, na música e na dança.	-	3	3
6.12 Aspectos relacionados à cultura nordestina. Principalmente pela influência no modo de vida.	-	3	3
6.13 Aspectos relacionados à cultura indígena. Atribuem a influência no comércio de hortifrutigranjeiros e no modo de vida.	4	5	9
6.14 Aspectos relacionados à cultura pantaneira. Sobretudo ao modo de vida e à gastronomia.	-	4	4

FONTE: A autora (2012)

Quanto a construção do DSC – 6.1, analisando a amostra total do Grupo C, quando questionados sobre quais aspectos eles identificam nos moradores de Campo Grande que os relacionam a outros grupos populacionais, 8 entrevistados relataram que são os aspectos relacionados à colônia paraguaia, no Grupo A, a relação com a colônia paraguaia foi apontada por 14 entrevistados (QUADRO 23).

Ainda nessa mesma pergunta questionou-se a que eles atribuem isso, os mesmos responderam que à influência na gastronomia, na dança, na música, no modo de vida, na pecuária e na relação com a EFNOB.

QUADRO 23 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA PARAGUAIA. ATRIBUI À INFLUÊNCIA NA GASTRONOMIA, NA DANÇA, NA MÚSICA, NO MODO DE VIDA, NA PECUÁRIA E NA RELAÇÃO COM A EFNOB

População	**DSC – 6.1**
Grupo C	Tem os paraguaios né, é forte. Tipo de danças, o chamamé, a polca, essas coisas assim tem muito do Paraguai. Ah, eu acho que sim, como o Paraguai é divisa aqui próxima a gente acabou herdando muito da cultura também da fronteira né. A questão do tereré, por exemplo, que é acabou ficando uma coisa como do campo-grandense que ela é de uma influência direta do Paraguai, as pessoas faziam o churrasco e a mandioca, então a gente tem a sopa paraguaia que é tão comum, a chipa também que já faz parte de todas as gastronomias sul-mato-grossense, essa é uma coisa que veio do Paraguai talvez e que a gente cultivou. Então esse trem era o que nos unia né, diretamente eu acho que foi um grande responsável por essa principalmente dos paraguaios.
Grupo A	Influência muito importante do Paraguai na questão da dança é uma manifestação né cultural deles, através da dança e da gastronomia, que eles têm influenciado na nossa gastronomia de forma muito forte que a presença deles reflete isso. Além daqueles que já eram, foram a base dessa cidade, os paraguaios, mas aqui também a colônia paraguaia era grande, então, essa convivência cultural ela evoluiu, quando nós íamos na domingueira da União, nós dançávamos ao som dos boleros, chamamé, o samba canção, mas aquela música que a gente chamava de limpa banco, era polca paraguaia, então essa lembrança cultural ela foi evoluindo, nós comemos a sopa paraguaia e a saltenha como se fosse uma coisa é nossa, é ainda na área da culinária, o mate, tereré. Integrando com relativa facilidade né, embora entre nós haja um problema da guerra do Paraguai, que é uma coisa marcante né, mais estão se integrando à sociedade. A música nossa também tem essa influência né, é muito claro isso no Brasil, o pessoal já sabe que a polca, o chamamé né, inclusive com características muito próprias diferenciadas do chamamé que você vê em outros lugares, quer dizer, é chamamé é, mais tem a batida ou o formato muito próprio do sul-mato-grossense. Identidade fronteiriça principalmente, você está entendendo assim, que aglutina essas influências aqui em todos os aspectos, na nossa maneira de escrever, na nossa maneira de cantar, na nossa maneira de produzir as nossas músicas, na nossa maneira de dançar, na nossa maneira de falar né o nosso sotaque, nossa forma de nos relacionarmos, de resolvermos os nossos problemas em todas as áreas, na área econômica, na área social, na área política né, temos o nosso jeito sim. Enfim, é o Paraguai, ele é uma força muito grande aqui na nossa cultura, queira ou não a gente, eu que faço música, vai fazer uma música, a gente cai, escuta escorrega e vai para o ritmo paraguaio, vai para aquela sonoridade paraguaia, Os paraguaios migraram muito pra cá em determinado momento, era uma mão de obra muito utilizada principalmente nas fazendas, sempre foram muito famosos por serem bons carpinteiros, então faziam cercas, faziam (mangueiros) então, esse trabalho nas fazendas eram feito por paraguaios. E essa parte de couro, a forma com que nós usamos, por exemplo, para arriar os cavalos tudo é muito parecida com o Paraguai, o Paraguai aqui é muito próximo.

FONTE: A autora (2012)

De acordo com os relatos, evidencia-se que a relação do campo-grandense com a cultura paraguaia é intensa; por meio da representação social dos dois grupos entrevistados, essa colônia pode ser classificada como a que possui maior relação com o campo-grandense, apresentando influência em vários aspectos.

Observa-se no DSC – 6.1, nos dois grupos, a influência paraguaia na gastronomia, pois sua culinária é utilizada no dia-a-dia da população campo-grandense. Um exemplo forte disso é o tereré, tomado por grande parte de sua população e que é um hábito adquirido do Paraguai, país que faz fronteira com o Estado de Mato Grosso do Sul, distante 330 km de sua capital. Outro exemplo é o próprio mate, menos utilizado, mas que facilmente encontram-se pessoas consumindo-o em Campo Grande (ARCA, 2004). A chipa, a sopa paraguaia, o pucheiro e o churrasco com mandioca são outros três exemplos da gastronomia paraguaia influenciando os hábitos alimentares do campo-grandense (ARCA, 2004).

Prosseguindo na análise desses DSC, na dança e na música a influência paraguaia continua a se fazer presente e ao se observar na capital as músicas tocadas e ouvidas, percebe-se que elas têm relação com as músicas do Paraguai. Cita-se como exemplo, a guarânia, o chamamé e a polca paraguaia, também dançadas pela população campo-grandense e que são oriundas do Paraguai.

A influência também é presente no modo de vida e a cultura paraguaia apresenta uma estreita relação com o modo de vida campo-grandense, seja na forma de se relacionar, de resolver os problemas em todas as áreas, na área econômica, na área social, ou até mesmo na área política.

Diante do que já se abordou sobre a colônia paraguaia, os DSC ainda trazem, não menos importante, a influência desta colônia na pecuária, na forma de lidar com o gado, na forma de arriar os cavalos, trazendo suas experiências para lidar com o couro, e até mesmo como carpinteiros, pois de acordo com Quevedo (1999), os paraguaios eram conhecidos por serem bons carpinteiros.

Ainda de acordo com as representações sociais apresentadas, os paraguaios ainda contribuíram e trabalharam na construção de mangueiros em propriedades rurais desde os primórdios da imigração paraguaia em Campo Grande e região, bem como na construção da EFNOB.

Julga-se pertinente iniciar a discussão da relação Brasil – Paraguai, pela disputa entre os dois países por terras sul-mato-grossenses, fato que levou à Guerra

do Paraguai (1864-1870), vencendo o Brasil, cuja vitória levou o país à posse dos ricos ervais guaranis e dos campos propícios à criação de gado (TONELLI, 2000).

Mencionou-se essa guerra no intuito de destacar que nem mesmo o embate político-territorial foi capaz de abalar a convivência harmoniosa entre povos brasileiros e paraguaios, a qual estendeu-se entre campo-grandenses e paraguaios. Foi possível constatar, por meio das representações sociais acima apresentadas e ora discutidas, a imigração paraguaia em Campo Grande e a influência da colônia em diversos momentos, como na música, na dança, na pecuária, no ramo da carpintaria, no modo de vida, na lida com o gado e na contribuição deles na construção da EFNOB.

Destaca-se que a cultura paraguaia influencia também nos hábitos alimentares, esses já destacados nas representações sociais anteriormente trazidas, tais como o alto consumo da infusão de erva-mate, da mandioca, da sopa paraguaia, entre outros (TONELLI, 2000).

Na música e na dança a influência é difundida nos bares e restaurantes de Campo Grande, variando de churrascaria a pizzaria, e estendendo-se ainda para os festejos populares regionais (TONELLI, 2000).

Quevedo (1999) contribui para fundamentar a influência paraguaia na pecuária de Campo Grande e nos serviços de carpintaria. Esse autor afirma que a mão-de-obra dos paraguaios teve participação na pecuária no início do desenvolvimento de Campo Grande, sendo raro um fazendeiro de grande porte que não tivesse a seu serviço peões, campeiros e boiadeiros guaranis; raros também os que não tivessem mangueiros, cercas e galpões construídos pelos paraguaios experientes nesse ramo da carpintaria.

Os paraguaios ainda foram representativos em Campo Grande na arte de trabalhar o couro, produzindo selas, arreios, botas, sapatos, laços, entre outros (QUEVEDO, 1999).

Destarte, evidencia-se que a cultura paraguaia exerce grande influência, seja por via direta ou indireta, na composição cultural de Campo Grande, e isso também foi demonstrado na análise quantitativa obtida nas respostas da pergunta de número seis, sendo o Paraguai considerado pelas representações sociais de ambos os grupos entrevistados, o país com maior influência sobre a cultura campo-grandense.

Prosseguindo na análise dos DSC apresentados, verificou-se que a partir da pergunta de número seis, estabeleceu-se o DSC – 6.2 de que os moradores de Campo Grande apresentam aspectos relacionados à colônia japonesa, principalmente pela sua influência na gastronomia, na dança, na música, no comércio de hortifrútigrangeiros e na EFNOB. O DSC – 6.2 foi trazido por 8 entrevistados do Grupo C, sendo que pelo Grupo A a relação com a colônia japonesa se deu por 13 entrevistados (QUADRO 24).

QUADRO 24 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA JAPONESA. PRINCIPALMENTE PELA INFLUÊNCIA DELA NA GASTRONOMIA, NA DANÇA, NA MÚSICA, NO COMÉRCIO DE HORTIFRUTIGRANJEIROS E NA RELAÇÃO COM A EFNOB

População	**DSC – 6.2**
Grupo C	Ah eu acho que nós somos frutos dessa influência dos japoneses. A questão cultural ela tem assim uma, não dá pra dizer uma identidade própria, mas por forças das migrações, principalmente japoneses que vieram aqui, acabou contribuindo pra que a gente se identifique bastante com essas duas culturas, principalmente né na questão da alimentação e tal. Então esse trem era o que nos unia né, diretamente eu acho que foi um grande responsável por essa principalmente dos japoneses, com certeza os japoneses também deve ter templo, eles têm o templo tem o Seicho No Ie, tem outras né. A feira é um marco dos japoneses né, quase 100% japoneses. Nós temos também é isso no ponto de vista na música que tem interferência da música japonesa, mais restrita aos centros culturais não é, há uma forte tradição a família, que todas essas nacionalidades de uma forma geral respeitam esses antepassados que é muito presente na cultura japonesa.
Grupo A	A colônia japonesa que acho que é muito forte aqui. Apropriamos das heranças japonesas não apenas na alimentação, mas também na música, na dança. E ainda na área da culinária, o sobá. Segundo informações, nós temos a segunda maior colônia de japonês brasileiros está aqui, e grande parte deles vieram de Okinawa, inclusive o Sobá veio de Okinawa e por isso hoje o sobá é um patrimônio imaterial nosso que foi tombado pelo IPHAN, é justificando né toda essa força dos japoneses na nossa cultura. Os japoneses tanto na agricultura como também é na hortifrutigranjeira né. Hoje, nós temos a Feira Central que é um atrativo turístico que serve comida japonesa, o turista vai lá conhecer, temos o sobá que hoje é a comida típica da cidade, nós até então em Campo Grande qual seria a nossa? A Feira e o sobá. Se você imaginar a quantidade de restaurantes que abriu nos últimos anos de comida japonesa em Campo Grande é uma coisa absurda, engraçado o japonês consegue manter os clubes deles, então acho que os japoneses conseguem até manter mais tempo os laços da cultura deles. Acho que eles são mais visíveis nisso, então na culinária isso é mais forte. Os japoneses contribuíram para o desenvolvimento da cidade, desde a estrada de ferro, seja nela, ou no comércio, ou de outra forma, então essa relação se dá pela culinária, pela bebida, música, dança.

FONTE: A autora (2012)

Diante da análise dos DSC – 6.2, Grupos C e A, alguns pontos devem ser considerados, como a influência da EFNOB na vinda dos japoneses para Campo Grande e ainda a influência dos mesmos no comércio local, sobretudo na comercialização de hortaliças, frutas, legumes e na área gastronômica, com a abertura de inúmeros restaurantes japoneses na cidade. A Feira Central de Campo Grande constituiu-se representação da cultura japonesa na cidade, com um número significativo de restaurantes japoneses e barracas de comercialização de hortaliças.

Além disso, há ainda influência japonesa em outras áreas, para além da culinária: os japoneses também mantêm fortes suas tradições, instalando na cidade seus templos religiosos, mantendo em funcionamento seus clubes sociais, apresentando suas músicas e danças.

Para o acima exposto, fundamenta-se mais uma vez em Associação Esportiva e Cultural Nipo-Brasileira (2005), que relata sobre a importância da instalação da EFNOB em Campo Grande, pois, por intermédio dela é que chegaram os primeiros imigrantes japoneses na cidade, no século XX, e desde aquela época contribuem para o desenvolvimento da cidade, trabalhando com afinco no setor de hortifrutigranjeiros e na comercialização de hortaliças, no comércio gastronômico, especialmente no segmento de restaurantes japoneses, preparando e vendendo o sobá, prato típico japonês, frequentemente comercializado na cidade, por meio do qual os japoneses disseminam a culinária tradicional japonesa no Brasil, sobretudo em Campo Grande.

Por todos os aspectos acima apresentados, conclui-se que a colônia japonesa influencia no dia-a-dia do campo-grandense, bem como no desenvolvimento de Campo Grande.

A sexta pergunta dessa pesquisa também encontrou o DSC – 6.3, de que a população campo-grandense possui aspectos relacionados à colônia árabe, principalmente por meio da gastronomia, da dança, da música, da religião, do comércio, no modo de vida e na relação com a EFNOB. O DSC – 6.3 foi identificado por 5 entrevistados do Grupo C e por 10 entrevistados pelo Grupo A (QUADRO 25).

QUADRO 25 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA ÁRABE. PRINCIPALMENTE POR MEIO DA GASTRONOMIA, DA DANÇA, DA MÚSICA, DA RELIGIÃO, DO COMÉRCIO, NO MODO DE VIDA E NA RELAÇÃO COM EFNOB

População	**DSC – 6.3**
Grupo C	As colônias que mais têm representatividade é a libanesa, os sírios e os árabes. Bom, culinária todos eles trouxeram, libaneses, tipo de danças, essas coisas assim têm de vez emquando os libaneses também e tem a parte religiosa também que muitos trouxeram, nós libaneses a maioria os mulçumanos, que eu sou mulçumano trouxemos também, antigamente a gente não tinha onde fazer a nossa oração, hoje nós temos. Ah eu acho que nós somos frutos dessa influência, dos árabes. A questão cultural ela tem assim uma, não da pra dizer uma identidade própria, mais por forças das migrações principalmente árabes, que vieram aqui até na época que meu pai veio também, acabou contribuindo pra que a gente se identifique bastante com essas duas culturas, principalmente né na questão da alimentação e tal. O comércio, aonde você vai tem um árabe. Muitos lituanos tinham fazendas em Campo Grande, música árabe. Hoje há uma difusão maior do narguilé que até os brasileiros gostam de fumar narguilé, que vem de influência árabe, a dança árabe, também a dança do ventre que a gente recebe uma maior influência; existem escolas ensinando essa coisa toda.
Grupo A	A colônia árabe. Nós temos hoje: o presidente da câmara é libanês, sírio-libanês, o prefeito é sírio-libanês. Ontem nós comemos comida árabe né, esfirras, quibe cru, quibe frito, é então você não vai falar que não tem a cultura árabe misturada, é então essa riqueza gastronômica nossa eu acho fantástica. E ao mesmo tempo dança árabe. Que eles conviviam lado-a-lado na mesma rua, às vezes com a instalação comercial é, uma ao lado da outra, aqueles sírios libaneses lá do Oriente Médio, que lá eles eram inimigos, aqui eles moravam ou, às vezes, tinham a casa comercial lado-a-lado e ai essa convivência ela vai sendo estendida no nosso hábito alimentar, brincávamos juntos eles ensinavam a gente, por exemplo, a dança dos libaneses. É a culinária, é eles mantêm uma tradição forte também da música, eles fazem eventos né, tanto na parte gastronômica, como na parte cultural com música, dança, então eu acho que é nesse aspecto que eu, que eu me relaciono, que eu vejo eles né. Os libaneses com vários tipos de prato, a dança deles são sempre atrativos. Por que eu cito os libaneses? Porque quando você passa pela Calógeras que é uma das ruas mais antigas, a maioria dos comércios lá são os libaneses, e eles é..., uma influência econômica muito grande aí. E árabes, armênios, libaneses, sírios, palestinos. Todos contribuíram para o desenvolvimento da cidade, desde a estrada de ferro, seja nela, ou no comércio, ou de outra forma, na medicina, essa relação se dá pela culinária, pela bebida, música, dança.

FONTE: A autora (2012)

Conforme apresentado nos DSC – 6.3, Grupo C e Grupo A, destacam-se na representação social trazida por esses grupos, os seguintes aspectos:

Dos sírios, libaneses, e armênios que em Campo Grande chegaram desde o início do século XX, alguns deles trabalharam na construção da EFNOB (CAMPO GRANDE, 1998a.)

Os árabes começaram a mascatear suas mercadorias pelo interior do Estado e depois viraram comerciantes, especialmente na Rua 14 de Julho e Avenida Calógeras. Ainda na atualidade, sua presença no comércio local, principalmente no de roupas, é marcante (CAMPO GRANDE, 1998a.)

Essas colônias também estão presentes no comércio gastronômico, com bares e restaurantes que comercializam a gastronomia árabe.

A representação social do grupo da população comum menciona que o próprio hábito de fumar *narguilé*, já está sendo bastante disseminado pelos campo-grandenses, além da dança árabe estar bastante conhecida na cidade, inclusive com o oferecimento de aulas de dança do ventre. Para a mesma representação social, a presença árabe na cidade também se dá na religião, com a instalação de seus templos religiosos em Campo Grande.

Além da influência de sírios e libaneses ser marcante na política local pela atuação de vereadores e prefeito descendentes das colônias, a representação social constituída pelas autoridades relata que na medicina local a presença das etnias também é forte.

Cabem nesta discussão contribuições de Tonelli (2000), ao afirmar que a corrente imigratória árabe é a mais destacada numericamente entre as demais etnias que habitam Campo Grande, e assume tamanha proporção, que boa parte do comércio varejista de tecidos e demais artigos de armarinho passou a ser dominada por eles.

Ainda a respeito da imigração em Campo Grande, torna-se possível fundamenar-se em Claval (2007, p. 109), quando menciona que:

> As sociedades humanas são construções culturais cujas raízes estão mergulhadas na história. Uma mesma cultura reúne aqueles que compartilham dos mesmos códigos; isto facilita as alianças e as camaradagens; maneiras de se alimentar, de comer, de sentar, de vestir, ritmos, horários, etc.

Sobre esse aspecto, arrisca-se dizer que os hábitos culturais trazidos pelas colônias árabe, armênia, libanesa e síria estão disseminados em meio à cultura campo-grandense com muita naturalidade, representando que a comunidade local

também incorporou em seus hábitos a cultura das diferentes colônias citadas nos DSC – 6.3, Grupos C e A.

Continuando na apresentação, análise e discussão das representações sociais, foram encontradas 4 respostas do Grupo C e 11 respostas do Grupo A, formando os DSC – 6.4, de que o campo-grandense possui aspectos que os relacionam à colônia boliviana, influenciando, sobretudo, na gastronomia, na dança, na música e no modo de vida (QUADRO 26).

QUADRO 26 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA BOLIVIANA. INFLUÊNCIA NA GASTRONOMIA, NA DANÇA, NA MÚSICA E NO MODO DE VIDA

População	**DSC – 6.4**
Grupo C	Aqui tem muito boliviano. Os bolivianos, esses aí são assim, um dos primeiros. Ah eu acho que sim, com a Bolívia né, são divisa aqui próximo a gente acabou herdando muito da cultura também da fronteira né. Comida boliviana.
Grupo A	Os bolivianos. Eles também têm os grupos populacionais muito grandes aqui na cidade. A boliviana aparecendo com as suas culinárias e pra nós isso. Hoje em Campo Grande nós temos uma feira que acontece uma vez por mês que são os bolivianos, que é numa praça aqui na Santa Fé e uma vez por mês, se você for lá e ver os pratos e a comunidade já está chegando. Todos contribuíram para o desenvolvimento da cidade, desde a estrada de ferro, seja nela, ou no comércio, ou de outra forma, essa relação se dá pela culinária, pela bebida, música, dança. Identidade fronteiriça principalmente, você está entendendo assim, que aglutina essas influências aqui em todos os aspectos, na nossa maneira de escrever, na nossa maneira de cantar, na nossa maneira de produzir as nossas músicas, na nossa maneira de dançar, na nossa maneira de falar né, o nosso sotaque, nossa forma de nos relacionarmos, de resolvermos os nossos problemas em todas as áreas, na área econômica, na área social, na área política né, temos o nosso jeito, sim.

FONTE: A autora (2012)

A representação social do grupo de população comum e de autoridades apresentou a Bolívia como sendo o país de quinta maior influência na cultura campo-grandense, isso de acordo com a análise quantitativa.

Do ponto de vista da análise qualitativa, os DSC – 6.4, dos dois grupos, apresentam a influência da colônia boliviana relacionada ao contingente significativo de bolivianos vivendo em Campo Grande, além da fronteira territorial estabelecida entre Brasil e Bolívia, influências gastronômicas, inclusive com a inserção de uma feira gastronômica que ocorre mensalmente na cidade e apontam ainda que a influência boliviana se faz presente também por meio da música e da dança.

A Bolívia, assim como o Paraguai, é país fronteiriço com o Mato Grosso do Sul, distante 420 km de Campo Grande; a fronteira é feita entre as cidades de Puerto Quijarro do lado boliviano e com a cidade brasileira de Corumbá (CAMPO GRANDE, 2012g).

Os traços culturais bolivianos são menos acentuados na cultura campo-grandense do que os traços paraguaios, porém são fortes para marcar a cultura sul-mato-grossense e campo-grandense em vários aspectos (TONELLI, 2000).

O fato acima exposto ocorre por ter a Bolívia uma franca fronteira comercial, porém salienta-se que esta é menos movimentada comercialmente se comparada à do Brasil com o Paraguai (TONELLI, 2000).

Fundamenta-se a influência gastronômica boliviana sobre os hábitos alimentares do campo-grandense, principalmente pelo consumo da saltenha[22] e do arroz colorido com frango desfiado (TONELLI, 2000). Também se encontra em Campo Grande, embora com menos tradição, o arroz boliviano[23]. Ainda no quesito gastronômico o autor complementa dizendo que o hábito boliviano de consumir caldo-de-cana tornou-se comum entre os campo-grandenses.

Tonelli (2000) menciona ainda que em Campo Grande se encontra, com frequência, a maneira de carregar os filhos pequenos nas costas, hábito da cultura boliviana.

Assim como Brasil e Paraguai, Brasil e Bolívia também tiveram uma disputa territorial pelo controle das cabeceiras do rio Paraguai, encerrando-se com um acordo em 1903 (TONELLI, 2000).

Destarte, mesmo com o embate político territorial, a cultura boliviana se faz presente na cultura campo-grandense, não havendo evidências de preconceitos e ou brigas entre bolivianos e campo-grandenses, ambos vivendo sobre o território de Campo Grande.

O DSC – 6.5 que demonstra que a população campo-grandense possui aspectos relacionados à cultura portuguesa, influenciando na gastronomia, no modo de vida e na arquitetura, foi apontado por 5 entrevistados do Grupo A (QUADRO 27).

---

[22] Salgado de massa recheada com refogado de frango, batata e ervilha (SIGRIST, 2008).

[23] Feito de risoto com banana da terra frita, ervilhas, galinha, ovos e milho verde (SIGRIST, 2008).

QUADRO 27 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA PORTUGUESA. INFLUENCIANDO NA GASTRONOMIA, NO MODO DE VIDA E NA ARQUITETURA LOCAL

População	**DSC – 6.5**
Grupo C	-
Grupo A	A gente também tem um grande volume de portugueses. Os portugueses eles tiveram principalmente uma influência na área da construção né. Os portugueses que já foram pra outros ramos e por isso não influenciaram tanto a nossa cultura, nem mesmo a arquitetura que começou com eles, os grandes vitalistas e construtores, portugueses. Influenciam também com a sua barraquinha mostrando a sua culinária, e o bacalhau, que acontece aqui no Estoril.

FONTE: A autora (2012)

O DSC – 6.5 expressa que a presença portuguesa na cidade foi mais incisiva no início de Campo Grande, quando essa colônia contribuiu, por exemplo, na arquitetura da época e também no setor da construção civil. Atualmente a cultura portuguesa é mais disseminada na capital por intermédio da culinária e dos eventos sociais promovidos e realizados no Clube Estoril.

Se o fluxo migratório de estrangeiros em Campo Grande aumentou com a construção e inauguração da EFNOB, por volta de 1920 chegou a representar cerca de 9% da população da cidade (ARCA, 2000).

Dentre os imigrantes, os portugueses representavam expressivo número, eles vieram buscar novas oportunidades, atuando principalmente em atividades da construção, indústrias de tijolos e ladrilhos, comércio e serviços, como hotelaria e panificação (ARCA, 2000).

Além da contribuição dos portugueses na economia da cidade, ressalta-se também o enriquecimento sociocultural implementado na região, por meio de sua colônia (ARCA, 2000).

A família portuguesa Gaspar é considerada uma das pioneiras no ramo hoteleiro da cidade, por intermédio de Antonio Gaspar, português que instalou nas décadas de 1940 e 1950 em Campo Grande um restaurante e um hotel, ambos localizados na região da estação ferroviária (MACHADO, P., 1991).

O Bar e Restaurante Lusitano, de propriedade de Gaspar, por muito tempo serviu como ponto de encontro dos portugueses da região (ARCA, 2000).

Destaca-se ainda que, com a inauguração do Hotel Gaspar, Antonio Gaspar resolveu entregar a administração do Bar e Restaurante Lusitano para outros

portugueses, permanecendo apenas na administração de seu novo empreendimento – inaugurado no dia e mês do aniversário de Campo Grande, 26 de agosto de 1954. O Hotel Gaspar, mantém-se em pleno funcionamento até a atualidade, no mesmo endereço, e sob a administração de descendentes do português Gaspar os quais mantêm ainda a tradição de seu fundador (ARCA, 2000).

Antonio Valente foi outro português que veio residir em Campo Grande em 1914, e que convivendo com a comunidade local presenciou a dificuldade dos japoneses para transportar e vender sua produção de verduras; naquela época não existia um lugar fixo para o comércio das mercadorias (ARCA, 2000). Por ser proprietário de uma grande área margeando os trilhos da EFNOB, entre a Avenida Afonso Pena e a Rua 7 de setembro,[24] doou uma parte da terra para fixação da Feira Central, mas Valente não tinha participação na comercialização na feira, apenas doou a área. Com o passar dos anos, a feira foi ganhando benfeitorias da Prefeitura Municipal e naquele endereço permaneceu instalada até 1950 (ARCA, 2000).

Os dois casos citados de portugueses que contribuíram para o desenvolvimento econômico e cultural de Campo Grande evidenciam a influência portuguesa, sobretudo em três importantes segmentos ligados direta e indiretamente à cultura e ao turismo, sendo a Feira Central, a hotelaria e a gastronomia local.

No que se refere aos aspectos relacionados à cultura espanhola influenciando na música, na dança, na gastronomia, no modo de vida e na arquitetura, foram identificados no DSC – 6.6, respondido por 4 entrevistados do Grupo A (QUADRO 28).

---

[24] Área onde atualmente funciona o Mercado Municipal Antonio Valente, assim nomeado em homenagem ao referido português.

QUADRO 28 - ASPECTOS RELACIONADOS À COLÔNIA ESPANHOLA. COM INFLUÊNCIA NA MÚSICA, NA DANÇA, NA GASTRONOMIA, NO MODO DE VIDA E NA ARQUITETURA LOCAL

População	**DSC – 6.6**
Grupo C	-
Grupo A	Espanhola. Fomos colonizados pelos espanhóis. A música é uma coisa assim muito forte, sem contar que nós tínhamos clubes dos espanhóis. A arquitetura espanhola, mas não passou, não marcou, porque os novos arquitetos, novos profissionais, já vêm com uma outra escola, outra imagem, isso, então Campo Grande também dentro desses detalhes que existem nos prédios que hoje até a prefeitura está recuperando a Rua 14 de Julho, tudo aquilo eu acho que faz parte da cultura que veio acompanhando o crescimento da cidade, construindo praticamente a cidade dentro daquela visão espanhola, que tá aí nos velhos prédios que ainda restam, infelizmente.

FONTE: A autora (2012)

Os aspectos destacados no DSC – 6.6 são principalmente pela influência espanhola em Mato Grosso do Sul e em Campo Grande, fato inevitável, afinal, o Estado foi colonizado por espanhóis, portugueses e paraguaios. Evidencia-se que assim como os portugueses, os espanhóis também contribuíram inicialmente na arquitetura de Campo Grande. Constata-se ainda que os campo-grandenses também apresentam relação com a colônia espanhola através da música tocada.

Após a devida análise, é possível iniciar a discussão do DSC – 6.6, Grupo A, apresentando que, se durante algum tempo existiram na cidade clubes de espanhóis, um dos exemplos refere-se à Sociedade Centro Beneficente Espanhol.

Dentre os imigrantes que vieram em busca de trabalho em Campo Grande motivados pela instalação da EFNOB na cidade, também estava um número expressivo de espanhóis (ARCA, 2000).

Citando a mesma fonte, um contingente expressivo de espanhóis fixou-se em Campo Grande na década de 1920, onde inicialmente os imigrantes dedicaram-se às atividades do setor terciário.

Buscou-se em Tonelli (2000) a fundamentação sobre a influência da música espanhola em Campo Grande, trazida pelo DSC – 6.6. O autor relata que tanto a música quanto a dança flamenca foram preservadas pelos espanhóis, com vigor.

É possível, pelo exposto acima, destacar a importância dos espanhóis na influência cultural campo-grandense, seja por meio das representações sociais do grupo de autoridades, ou ainda pelas fontes utilizadas nesta tese.

Ainda foi apontado o DSC – 6.7 de que o campo-grandense apresenta relação com a cultura italiana, a qual se dá, sobretudo, pela gastronomia. Esse DSC foi apresentado por 4 participantes do Grupo A (QUADRO 29).

QUADRO 29 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA ITALIANA. COM INFLUÊNCIA NA GASTRONOMIA

População	**DSC – 6.7**
Grupo C	-
Grupo A	A colônia italiana. É nós temos também a italiana né que lá nessa feira gastronômica eles apareceram cada um com a sua barraquinha, mostrando a sua culinária.

FONTE: A autora (2012)

A colônia italiana inicia sua imigração em Campo Grande no século XIX, e o pioneiro foi Bernardo Franco Baís, proprietário de um dos primeiros prédios de alvenaria naquela época, hoje conhecida como Morada dos Baís, atrativo turístico da cidade (ARCA, 2000).

Os italianos influenciam na cultura campo-grandense, sobretudo pela culinária. As cantinas italianas mais populares e antigas na cidade são a Cantina Romana, a mais antiga, fundada em 1978, e a Cantina Masseria, inaugurada em 1996 (CANTINA ROMANA, 2012; CANTINA MASSERIA, 2012).

Finaliza-se a discussão sobre o DSC – 6.7, Claval (2007) entende que a cultura italiana é elitista, a difusão de seus aspectos culinários assume, pois, modalidades muito particulares: os gostos são expandidos por ocasião das viagens multiplicadas pelos negócios, e ainda, pelos laços familiares.

O DSC – 6.8 de que os moradores de Campo Grande possuem aspectos relacionados às colônias da região sul do país, sobretudo a gaúcha, atribuindo a influência da cultura sulista por meio da pecuária, do Centro de Tradições Gaúchas, da gastronomia, da dança, da música, no modo de vida e na relação com a EFNOB, também foi um DSC identificado, na última pergunta desta pesquisa estruturada, por 7 dos entrevistados do Grupo C e 9 entrevistados do Grupo A (QUADRO 30).

QUADRO 30 - ASPECTOS RELACIONADOS ÀS COLÔNIAS DA REGIÃO SUL DO PAÍS, SOBRETUDO A GAÚCHA. ATRIBUI A INFLUÊNCIA DA CULTURA SULISTA, POR MEIO DA PECUÁRIA, DO CTG, DA GASTRONOMIA, DA DANÇA, DA MÚSICA, NO MODO DE VIDA E NA RELAÇÃO COM A EFNOB

População	**DSC – 6.8**
Grupo C	Dos fronteiriços da região, principalmente o povo do sul né, que eles foram eu acho um dos grandes responsáveis também pelo desenvolvimento não só do Estado quanto de Campo Grande né também. Então eu acho que a gente acaba herdando um pouco dessa, tem os gaúchos né o centro de tradição gaúcha, tem o clube do laço que é dos gaúchos né, aí tem paranaense, muito catarinense, mas uma predominância do gaúcho e o sul é muito forte no Estado e muito pela dança né, a gente vê na parte gastronômica é alguma influência mais muito pela dança, nós temos os CTG's principalmente aqui em Campo Grande que eles trouxe pra cá valores da sua cultura, do seu folclore, uma raça que está ali contribuindo na nossa pecuária, por exemplo, o gaúcho teve né, o gaúcho mostrou muita tecnologia, deu um empurrão grande.
Grupo A	E o sul é muito forte no Estado e muito pela dança né, a gente vê na parte gastronômica é alguma influência, mais muito pela dança, nós temos os CTG's principalmente aqui em Campo Grande que eles né, parece que tem todos os dias (Risos) e você vê manifestações deles por todos os lados, é domingo passado eu fui à missa, era missa crioula, né e com todas as expressões deles que é muito forte e que a gente aprecia bastante. Tem gaúcho, muito paranaense, catarinense e é um indivíduo já bem informado que trouxe do Rio Grande do Sul, que trouxe do Paraná, de Santa Catarina, uma cultura de certa forma é melhor aparelhada né. Não é apenas o churrasco que se são influências que nós recebemos de todas essas, da fronteira dos gaúchos que aqui estão hã...é dos outros, das outras pessoas que aqui vieram, mais é a nossa forma de comer, de produzir aquilo que nós é queremos, como o nosso sustento que é a nossa cultura gastronômica e por ai vai, né.

FONTE: A autora (2012)

As representações sociais, ora apresentadas revelam que a cultura da região Sul do país, especialmente a dos gaúchos, é bastante forte; eles carregam consigo suas tradições para onde quer que vão, e os gaúchos que em Campo Grande residem não são diferentes, fundaram na cidade o Centro de Tradições Gaúchas, onde frequentemente manifestam suas tradições com músicas, danças, gastronomia, entre outras.

Identificou-se ainda que além dos Centros de Tradições Gaúchas é possível encontrar manifestações gaúchas no dia-a-dia da população campo-grandense, adquiridas através dos gaúchos que na cidade residem, como por exemplo o hábito do chimarrão, o churrasco servido com pão, a música gaúcha ouvida e dançada nos bailes. Os gaúchos também colaboraram sobremaneira para com a pecuária e a

agricultura de Mato Grosso do Sul, e consequentemente de Campo Grande, trazendo tecnologia e contribuição nos dois setores da economia.

Após a realização das análises acima, é possível iniciar a discussão fundamentando-se em Metello (1999), o qual esclarece que depois dos mineiros vieram os primeiros gaúchos que, ao contrário dos atuais que são agricultores, eram criadores de gado, e na época vieram seduzidos pela qualidade dos campos de pastagem.

Os campo-grandenses também receberam influência dos gaúchos e paranaenses, no setor político (ARCA, 2004). A presença gaúcha em Campo Grande é mais marcante a partir de 1970 (BITTAR, 2004). Até está época, os sulinos não eram presença notável, havendo apenas 979 paranaenses; 333 catarinenses e 1552 gaúchos (CABRAL, 1999).

A migração ocorrida em Campo Grande na década de 1980 fez aumentar o número de migrantes para 9 mil paranaenses, 5 mil gaúchos e 4 mil catarinenses (ARCA, 2004).

De acordo com os dados do Sistema Municipal de Indicadores Georreferenciados para o Planejamento e a Gestão de Campo Grande, 1.552 gaúchos residiam em Campo Grande no ano de 2007, além de 3.684 paranaenses e 708 catarinenses, totalizando 5.949 sulistas residentes (CAMPO GRANDE, 2007b).

Apesar do número reduzido de sulistas vivendo em Campo Grande, a presença deles é bastante marcante na cidade, a qual se estabelece por carregarem consigo seus hábitos culturais (CABRAL, 1999).

Fazendo novamente referência a Bittar (2004), a cultura gaúcha é divulgada pelos Centros de Tradições Gaúchas, suas danças tradicionais como o vanerão e o chamamé que disputam lugar com a polca paraguaia, por exemplo, tradicional da colônia paraguaia, além de disseminarem seus costumes, como o chimarrão e o churrasco. Todos os aspectos mencionados possibilitam identificar a marcante cultura gaúcha inserida no dia-a-dia do campo-grandense.

Procedendo à apresentação, análise e discussão das representações sociais, foi formulado o DSC – 6.9 de que o campo-grandense possui aspectos relacionados à cultura paulista, sobretudo pela influência no modo de vida e na pecuária, respondida por 4 participantes do Grupo C e por 5 participantes do Grupo A (QUADRO 31).

QUADRO 31 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA PAULISTA. SOBRETUDO PELA INFLUÊNCIA NO MODO DE VIDA E NA PECUÁRIA

População	**DSC – 6.9**
Grupo C	E tem muito assim das pessoas que vêm de fora, de São Paulo. É tem muita gente assim e que eles permanecem nas raízes deles, né.
Grupo A	Gente do interior de São Paulo. Um indivíduo já bem informado que trouxe de São Paulo uma cultura de certa forma melhor aparelhada, eu acho que eles são mais parecidos com as pessoas que moraram no sudeste, tem uma relação muito com o sudeste; acho pelo convívio realmente. Eu vejo mais pelo modo do tratamento das pessoas como eu falei pra você, são pessoas mais fechadas. Emigração interessante que é a de paulistas, que foram comprando fazendas, desde há muitos anos, no município, fazendas grandes, mas que com a sucessão familiar, essas fazendas foram sendo divididas, ficando em menor tamanho e obrigando os proprietários a morarem mais próximos das fazendas. Então nós temos uma boa parcela da elite do nosso Estado formada por esses paulistas.

FONTE: A autora (2012)

A análise feita dos DSC – 6.9, dos dois grupos, revela que a influência paulista é evidente, sobretudo na forma de tratamento com as pessoas. Os paulistas são considerados mais fechados socialmente, e o campo-grandense é considerado um tanto fechado para o convívio social, hábito possivelmente adquirido por essa proximidade com os paulistas.

Ainda identificou-se que outra influência por parte dos paulistas se deu por uma parcela significativa deles na compra de grandes fazendas no Mato Grosso do Sul, bem como em Campo Grande, de maneira que os paulistas constituem uma parcela consistente da elite do Estado e de sua capital.

Apesar de não ter sido abordado nas representações sociais, outro fato a se destacar é de o Estado de Mato Grosso do Sul fazer divisa com o Estado de São Paulo. A proximidade geográfica possivelmente foi mais um dos aspectos que contribuíram para a influência paulista nos hábitos sul-mato-grossenses, especialmente nos campo-grandenses. Essa proximidade faz com que, de certa forma, não se exijam esforços para preservação das raízes culturais do grupo em território campo-grandense.

Influências paulistas refletiram também na política, e na Revolução de 1932, pois, os campo-grandenses aliaram-se aos paulistas (ARCA, 2004).

Apontam-se algumas estatísticas sobre a migração ocorrida em Campo Grande: uma delas é que a mistura étnica teve em 1980 um total de 87 mil

migrantes, representando 30% da população e desse total, 29 mil eram paulistas (ARCA, 2004). Comenta-se também que de 1980 a 1991 vieram para a capital cerca de 57 mil paulistas e com isso evidencia uma presença marcante dessa população em Campo Grande a partir da década de 1980, e sobre esse fato ainda destaca que o mesmo ocorreu na década seguinte à criação do Estado de Mato Grosso do Sul.

De acordo com os dados do Sistema Municipal de Indicadores Georreferenciados para o Planejamento e a Gestão de Campo Grande, na ocasião foram encontrados 10.944 paulistas vivendo em Campo Grande constituindo a maior representação de Estado vivendo na capital (CAMPO GRANDE, 2007b).

Porém, apesar da superioridade de paulistas acima apresentada vivendo em Campo Grande, como grupo organizado eles não são tão visíveis na cidade; uma das possibilidades é a de que talvez isso ocorra porque essa influência já tenha sido absorvida, sendo possível supor que o caráter meio arisco, a sondagem mais cuidadosa buscando conhecer quem chega, atitude tateada, são reflexos da cultura mineira e paulista na cidade (CABRAL, 1999).

A situação acima colocada, de acordo com Cabral (1999), é exatamente a inversa em relação à colônia dos sulistas que residem em Campo Grande, os quais são menores quantitativamente, porém são mais representativos por meio de seus hábitos culturais.

Conclui-se com o acima exposto que, da cultura paulista, importantes contribuições foram dadas à cultura campo-grandense.

Também foi encontrado no DSC – 6.10 de que o campo-grandense possui aspectos relacionados à cultura mineira, principalmente pela influência na pecuária e no modo de vida e esse DSC foi apontado por 4 participantes do Grupo A (QUADRO 32).

QUADRO 32 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA MINEIRA. COM INFLUÊNCIA NA PECUÁRIA E NO MODO DE VIDA

População	**DSC – 6.10**
Grupo C	-
Grupo A	Mineiro. A nossa pecuária, por exemplo, a contribuição que foi dada é pelos mineiros de Uberaba, sobretudo né, que é a transformação de um gado de péssima qualidade num gado que hoje disputa as principais exposições do Brasil, com altas chances de ganhar né. O que foi isso? Incorporação de técnicas né, de técnicas novas modernas né, nosso rebanho em 1950 era um rebanho tucura, o que que é o tucura, aquele gado de pior qualidade; hoje não, hoje é um gado de altíssima qualidade, quer dizer, isso é uma contribuição de quem veio de fora, também né.

FONTE: A autora (2012)

Observando o DSC – 6.10, Grupo A, esse apresenta a representação social de que a pecuária recebeu contribuições dos mineiros que em Campo Grande se instalaram. Tais contribuições foram por meio de incorporação de técnicas modernas e serviram para transformar o gado da região – o tucura, gado predominante em Campo Grande no século XIX, de qualidade ruim, em gado de ótima qualidade e que atualmente disputa as principais exposições agropecuárias do país, com grandes chances de ganhar.

Sendo o fundador de Campo Grande um mineiro, e a atividade pecuária recebendo influências desde a época da fundação da cidade, de mineiros, primeiramente dos uberabenses, Cabral (1999) complementa que essa origem explica-se por dois fatores: primeiro, o Triângulo Mineiro tem papel importante como polo de atividade pecuária, e por isso mineiros vieram para Campo Grande em busca de oportunidades de negócio no segmento pecuário. O mesmo autor apresenta o segundo fator contribuinte, sendo o de que mineiros se deslocaram para regiões do então Mato Grosso, tendo familiaridade em semear povoados e interesse em fixar bases próximas de onde estavam os fornecedores de gado em pé e à meia distância de seus consumidores.

Com o acima exposto, faz-se a devida relação e discussão do que foi identificado no DSC – 6.10, Grupo A, sobre a influência mineira na pecuária de Campo Grande, observando-se que esta aconteceu desde a formação do arraial.

Ainda sobre essa influência mineira na cidade, o dado estatístico de que apenas na década que seguiu à implantação do Estado de Mato Grosso do Sul, 7 mil mineiros aqui se instalaram (ARCA, 2004). Os dados estatísticos mais atuais

apontaram 1.283 mineiros residindo na cidade de Campo Grande (CAMPO GRANDE, 2007b).

Conclui-se, dessa forma, que a cultura mineira é evidenciada na economia, na cultura, e ainda, socialmente na cidade.

Aspectos relacionados à cultura do Centro-Oeste, principalmente mato-grossense e goiana, influenciando no modo de vida, na música e na dança, foi o DSC – 6.11 encontrado na sexta pergunta, respondida por 3 entrevistados do Grupo A (QUADRO 33).

QUADRO 33 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA DO CENTRO-OESTE, PRINCIPALMENTE MATO-GROSSENSE E GOIANA. INFLUENCIANDO NO MODO DE VIDA, NA MÚSICA E NA DANÇA

População	**DSC – 6.11**
Grupo C	-
Grupo A	Então veja você, tem de 1830 em diante nós temos o quê? A primeira vinda dos cuiabanos pra ocupar o Pantanal, você encontra goianos, que vieram pra cá há muitos anos.

FONTE: A autora (2012)

Pela análise feita do DSC – 6.11 do Grupo A, observa-se que o campo-grandense recebeu uma considerável influência dos outros Estados do Centro-Oeste, e um dos motivos que se relacionam a essa influência é o fato de Mato Grosso do Sul ser o Estado mais novo da região mencionada. Consequentemente Campo Grande é a capital mais nova da região, o que torna natural que receba influências culturais dos Estados mais antigos do Centro-Oeste, inclusive receber imigrantes destes Estados, conforme se verifica no DSC em análise.

Segundo dados estatísticos, 4.470 mato-grossenses residem em Campo Grande, além de 913 goianos e 745 oriundos do Distrito Federal, totalizando 6.128 habitantes vindos da região Centro-Oeste, confirmando a maior expressividade aos mato-grossenses e goianos, conforme apontado pelo DSC – 6.11, Grupo A (CAMPO GRANDE, 2007b). Destaca-se ainda que, segundo o IBGE (2011), Campo Grande é a terceira capital mais populosa da região Centro-Oeste.

Seguindo com a apresentação, análise e discussão dos DSC, aspectos relacionados à cultura nordestina, principalmente pela influência no modo de vida, foram identificados por 3 entrevistados do Grupo A, DSC – 6.12 (QUADRO 34).

QUADRO 34 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA NORDESTINA. PRINCIPALMENTE PELA INFLUÊNCIA NO MODO DE VIDA

População	**DSC – 6.12**
Grupo C	-
Grupo A	Nós temos também os nordestinos. Acho que são as presenças mais fortes aqui e acaba que as influências mais fortes que nós temos também, porque na área cultural, por exemplo, nós temos a presença fortíssima dos nordestinos, todos.

FONTE: A autora (2012)

Ao se analisar esse DSC, pode-se deduzir que os nordestinos influenciam em Campo Grande, principalmente na área cultural.

Na dicussão dessa migração nordestina em Campo Grande, 20 mil pessoas residiram em Campo Grande durante a década de 1980, trazem-se dados da revista (ARCA, 2004). Quantitativamente, dos dados do Sistema Municipal de Indicadores Georreferenciados para o Planejamento e a Gestão de Campo Grande revelam 2.772 nordestinos presentes em Campo Grande, até o momento (CAMPO GRANDE, 2007b).

A respeito dos nordestinos conclui-se que, apesar de serem númericamente expressivos, não apresentam expressiva visibilidade; uma das hipóteses é a de que por não terem vindo capitalizados, ocupem posições socialmente menos prestigiadas, e assim não consigam marcar com tanta ênfase suas tradições culturais (CABRAL, 1999).

Esta pesquisa, neste momento, segue para o DSC – 6.13, o de que a população campo-grandense possui aspectos relacionados à cultura indígena e atribui-se esse aspecto à influência destes povos no comércio de hortifrutigranjeiros e ao modo de vida, tendo sido apontado por 4 entrevistados do Grupo C e 5 entrevistados do Grupo A (QUADRO 35).

QUADRO 35 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA INDÍGENA. ATRIBUEM A INFLUÊNCIA NO COMÉRCIO DE HORTIFRUTIGRANJEIROS E NO MODO DE VIDA

População	**DSC – 6.13**
Grupo C	Existe também uma grande influência é a questão do indígena, né. Há o grupo indígena lá do mercadão né, na frente do Mercadão Municipal. A feira, uma parte tudo indígena.
Grupo A	Os indígenas. Tem alguns bugres dentro da capital que vivem aqui na própria oca. A parte indígena que eu acho que a gente tem, mais não sei se não é valorizado ou se eles mesmo não se unem né, pra é fazer uma demonstração pra população poder enxergá - los e ter a esse relação né, população com essa colônia. Por mais que se fale que eles não são daqui não vivem aqui, mais eles passam por aqui, então tem muitas características, a exemplo de você ir no mercadão, no Mercado Municipal e lá ter a Feira Indígena na frente. A cultura indígena também é quando você fala na identidade né, é quando você fala em característica de uma pessoa você não pode dizer a aquela pessoa tem cabelo preto né, ou tem cabelo cumprido, existem vários aspetos físicos e da própria pessoa.

FONTE: A autora (2012)

As representações sociais apresentadas pelo DSC – 6.13 sobre a influência indígena na cultura campo-grandense, abordam que tal influência se estabelece, sobretudo, pela presença indígena no comércio de frutas.

Exemplificando o acima exposto, existe a Feira Indígena localizada no centro da cidade, em frente ao Mercado Municipal Antônio Valente, onde os indígenas comercializam frutas, legumes e hortaliças, principalmente os que por eles são cultivados, como manga, quiabo, milho verde, guariroba, pequi, guavira, jabuticaba, feijão de corda, entre outros (CABRAL, 1999). Menciona-se ainda que a feira está inserida no roteiro turístico realizado pelo *city tour.*

Na Feira Central os indígenas também estão presentes, mesmo em menor número do que os japoneses, dividindo espaço na comercialização dos mesmos produtos acima citados.

Outro aspecto encontrado no DSC – 6.13 pelos entrevistados do Grupo A, é de que os traços culturais dos campo-grandenses se cruzam com os dos indígenas, apresentando características físicas semelhantes, como pele morena e os cabelos pretos e lisos.

Discutindo a presença indígena no espaço urbano de Campo Grande, apresentam-se dados do IBGE (2012b), demonstrando que Mato Grosso do Sul possui uma população de 73.295 indígenas, representando 3% de sua população

total e Campo Grande tem 5.898 indígenas residindo no seu espaço rural e urbano. Do total, 5.657 indígenas são residentes urbanos, número significante, contribuindo para a influência deles na cultura campo-grandense.

A representatividade indígena no espaço urbano de Campo Grande também se estabelece por meio do bairro indígena existente na cidade, além da Oca Indígena, chamada de Memorial Indígena.

A esse respeito Martins (2000, p. 31) explica:

> Índios desaldeados da tribo terena ocupavam, até recentemente, uma área invadida de cinco hectares no Bairro Tiradentes, parte leste de Campo Grande. Com baixo nível de escolaridade, cerca de 450 pessoas ali viviam em mais de uma centena de barracos, em processo de exclusão social e étnica.

Ainda de acordo com o autor acima, com a urbanização do bairro promovida pela municipalidade, foi implantado na área ocupada um loteamento dotado de infraestrutura que recebeu o nome de Marçal de Souza, homenagem feita a uma importante liderança indígena do Centro-Oeste.

Sobre tal bairro, Martins (2000) complementa que os nomes dados às suas ruas homenageiam nações indígenas de Mato Grosso do Sul, abrigando uma aldeia urbana com cerca de 120 unidades habitacionais, que lembram ocas primitivas. Para esse mesmo autor, além de copiar traços arquitetônicos das residências, preservam-se as raízes dos moradores por meio do ensino da língua terena, ministrada na Escola Municipal Sulivan S. Oliveira – Tumone Kalivono, que significa criança do futuro. No bairro existe o Memorial da Cultura Indígena, o qual faz parte do roteiro do *city tour* (FIGURA 42).

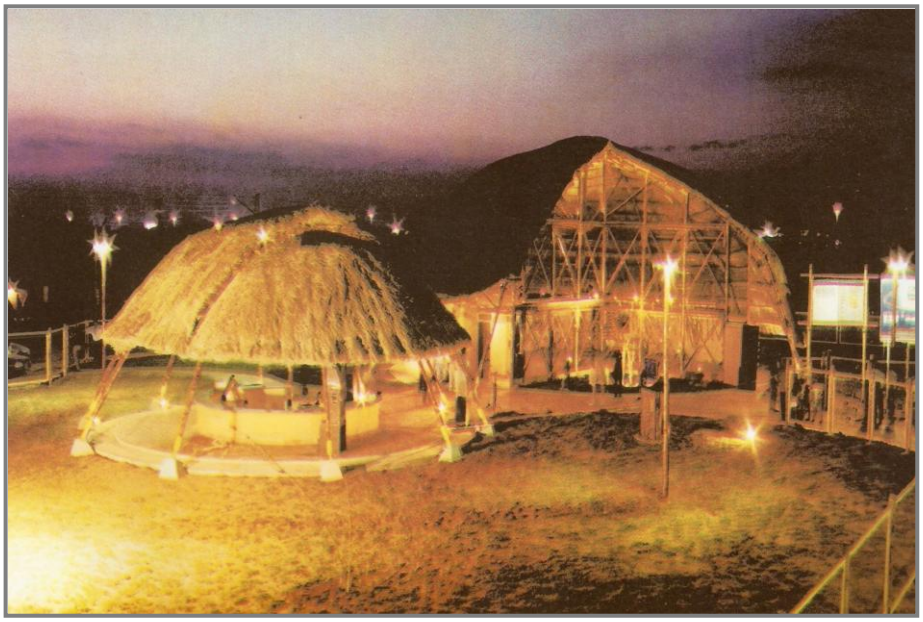


FIGURA 42 - MEMORIAL DA CULTURA INDÍGENA, CONSTRUÍDO NA ALDEIA INDÍGENA, NO LOTEAMENTEO MARÇAL DE SOUZA

FONTE: ARCA (2002)

O memorial é formado por duas grandes ocas, foi construído com bambu tratado, coberto com palha de bacuri e possui área total de 340 metros quadrados; o primeiro piso (280 m^2) destina-se à exposição e comercialização de artesanato e o mezanino existente é reservado para oficina de artesanato e depósito de materiais (CAMPO GRANDE, 2012f).

O projeto da aldeia urbana de Campo Grande é considerado pioneiro em âmbito nacional (MARTINS, 2000).

O artesanato indígena, com destaque para o Terena e Kadiwéu, também é muito presente na cidade. Nas produções dos Terenas os motivos tribais estão em cerâmicas, adornos e objetos feitos com palha, barro e tecelagem. Já no artesanato Kadiwéu, a matéria-prima é o barro (CAMPO GRANDE, 2012h).

Citando Cabral (1999), diferentemente dos Terenas, os Guaranis, presentes em menor número, não são facilmente percebidos; isso se dá principalmente por não desenvolverem uma atividade específica e nem um local de moradia determinado que permita a identificação do grupo. Na tentativa de aglutinar os patrícios aqui residentes, e até mesmo para, de certa forma, chamar a atenção para o drama que vivem, ergueram ogaguaçu – casa grande para oração.

Por todas essas características indígenas aqui apresentadas, as quais estão presentes no espaço urbano de Campo Grande, conclui-se que a cultura campo-grandense também é influenciada pela cultura indígena.

Prosseguindo na análise dos DSC, da amostra total do Grupo A, 4 entrevistados relataram que os campo-grandenses possuem aspectos que os relacionam à cultura pantaneira, sobretudo ao modo de vida e à gastronomia, possibilitando a construção do DSC – 6.14 (QUADRO 36).

QUADRO 36 - ASPECTOS RELACIONADOS À CULTURA PANTANEIRA. SOBRETUDO AO MODO DE VIDA E À GASTRONOMIA

População	**DSC – 6.14**
Grupo C	-
Grupo A	Esses dias me falaram que tem em torno de uns setenta mil corumbaenses morando em Campo Grande, então é um polo importante de corumbaenses, e do restante do Pantanal também né, Miranda, Aquidauana, Porto Murtinho, então também tem uma influência pantaneira na cidade. Características das próprias pessoas e eu diria que esses aspectos, essa soma das culturas dessas influências e das questões relacionadas ao Pantanal. Corumbá é uma cidade que testemunha isso. E a culinária pantaneira que é a vaca atolada.

FONTE: A autora (2012)

O DSC – 6.14 apresenta a relação do campo-grandense com a cultura pantaneira, por meio da culinária, com o exemplo do prato típico pantaneiro feito com costela no molho misturada com mandioca – vaca atolada –, e ainda a influência no modo de vida, dada pela própria presença marcante de corumbaenses residindo em Campo Grande. Destaca-se ainda que Corumbá é a cidade mais populosa do Pantanal sul-mato-grossense, fato que também contribui para disseminar sua cultura na capital do Estado.

Fundamenta-se a relação do campo-grandense com o pantaneiro por meio da influência da culinária, pela prática de pratos à base de peixes, como pintados, pacus, dourados, piraputangas, piranhas, típicos de rios da planície pantaneira, preparados de diversas formas, fritos, assados, ensopados e com caldos, frequentemente consumidos em Campo Grande (SIGRIST, 2008).

Finalizando a discussão que envolve a influência pantaneira sobre o campo-grandense, essa se apresenta também em seu modo de vida, sendo possível, por

exemplo, relacionar as vestimentas dos pantaneiros, como calças, botas, chapéus, com as utilizadas pelos campo-grandenses (SIGRIST, 2008).

Caminhando para a finalização deste capítulo, aponta-se que os dados obtidos por meio da entrevista estruturada, dos quais utilizou-se o método do DSC para as devidas análises, contribuíram para as discussões apresentadas sobre a percepção social do campo-grandense a respeito de sua cidade, de si mesmo como cidadão campo-grandense, dos monumentos e marcos existentes em sua cidade, sobre a imagem turística projetada da capital, a identidade cultural campo-grandense, além das influências de pessoas de diversas colônias e representações de outros Estados brasileiros que residem na cidade, além de moradores de outros municípios sul-mato-grossenses que habitam essa capital.

Aponta-se ainda que os procedimentos metodológicos adotados por esta pesquisa foram satisfatórios para alcançar os resultados finais propostos inicialmente por esta tese. Destaca-se como vantagem a possibilidade de coletar na integra por meio do DSC a percepção da população campo-grandense de acordo com os grupos da população comum e de autoridades.

Todos os dados acima mencionados contribuíram para a constituição de uma síntese sobre os traços de identificação cultural de Campo Grande, a qual se fará nas considerações finais desta tese.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A questão inicial no momento da construção do projeto do presente estudo apontava para a ausência de evidência da identidade cultural de Campo Grande, apesar da cidade já possuir mais de um século. Por meio da investigação realizada por esta pesquisa, focalizando sob o prisma da identidade cultural de Campo Grande, constatou-se que isso se estabeleceu, principalmente por dois motivos:

O primeiro motivo está relacionado à idade desta cidade, a qual possui 113 anos de história, porém como capital, apenas 33 anos, o que a torna relativamente nova se comparada a outras capitais brasileiras, inviabilizando a possibilidade de encontrar nela traços identitários fortes. Assim, pode ser considerada em plena construção e desenvolvimento, pois, sua trajetória como cidade e capital ainda não foi suficiente para lhe atribuir características próprias, facilmente evidenciadas.

Mas, se de certa forma a pouca idade de Campo Grande é um fator que desfavorece o fortalecimento de uma identidade cultural própria, por outro lado explica sua característica de cidade com ares de interior, aspecto que permanece ainda como à época em que era apenas uma cidade do antigo Estado de Mato Grosso, antes de sua divisão.

O segundo motivo que leva à ausência de uma identidade cultural evidente para Campo Grande é a diversidade cultural existente na cidade, por meio das diversas etnias que nela habitam, observando-se traços de diversas culturas, que, em parte, desfavorecem o fortalecimento de um traço identitário único.

Tendo esses aspectos em vista, esta pesquisa buscou, por meio do método de análise DSC apresentado pela representação social da população comum e de autoridades, verificar qual a identidade cultural de Campo Grande e se a imagem turística projetada de Campo Grande possuía relação com a identidade cultural.

Sobre esta última, o grupo da população comum constituiu uma representação social praticamente dividida entre a identidade cultural de Campo Grande estar relacionada ao conjunto do Parque das Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena, bem como ao fato de ter relação com o aspecto cultural por meio dos prédios históricos, sobretudo os localizados na Rua 14 de Julho, enquanto que o grupo de autoridades, em sua maioria, mencionou que a identidade cultural de Campo Grande está relacionada ao conjunto do Parque das

Nações Indígenas, Parque dos Poderes e Avenida Afonso Pena, porém sendo apontado também, com menor expressividade, o aspecto cultural referente à sua miscigenação cultural.

Também se explica, de acordo com o aporte teórico utilizado, que mesmo sendo a pecuária uma atividade econômica de grande importância para Campo Grande, especialmente nas primeiras décadas de sua constituição, essa atividade não se constituiu, de acordo com as representações sociais investigadas, em um traço identitário forte desta cidade.

Sobre a imagem turística projetada de Campo Grande, o grupo da população comum constituiu a representação social de que essa imagem está vinculada ao conjunto do Parque das Nações Indígenas, a Avenida Afonso Pena e o Parque dos Poderes; de maneira um pouco menos expressiva, esse grupo apresentou também a imagem de Campo Grande como corredor turístico para o interior do Estado, enquanto que a representação social formada pelo grupo de autoridades praticamente dividiu sua opinião, ao vinculá-la ao conjunto do Parque das Nações Indígenas, à Avenida Afonso Pena e ao Parque dos Poderes e também ao fato de a imagem da capital ter relação com o turismo de eventos e negócios.

Sobre a imagem turística projetada de Campo Grande pela sua municipalidade, analisou-se que o material promocional impresso de Campo Grande e o vídeo institucional, promovidos e lançados nos anos de 2011 e 2012 respectivamente, relaciona a capital a uma imagem de cidade planejada, com destaque à arborização, à existência de seus parques e praças no espaço urbano, e especialmente no vídeo, a capital é apresentada com condições para desenvolver o turismo de eventos e negócios.

Destarte, a atual imagem turística projetada de Campo Grande pela municipalidade possui relação com a mesma imagem que a representação social do grupo da população comum evidenciou, e ainda, que essa poderia vir a se tornar uma marca urbana, por possuir relação com a identidade cultural apontada por esse grupo, como sendo, o conjunto do Parque das Nações Indígenas, a Avenida Afonso Pena e o Parque dos Poderes, os quais simbolizam uma cidade de avenidas largas, limpas, arborizada, e com a presença diversificada de aves.

Para o grupo de autoridades, a imagem turística projetada de Campo Grande, em parte possui relação com a apontada pela sua representação social,

quando eles mencionaram o conjunto do Parque das Nações Indígenas, a Avenida Afonso Pena e o Parque dos Poderes, mas quando esse grupo apontou a imagem vinculada ao turismo de eventos e negócios, verificou-se haver relação apenas com a imagem turística projetada pelo vídeo institucional, o qual menciona a capital com infraestrutura urbana em condições para o desenvolvimento daquele segmento do turismo.

Além dos dados obtidos na pesquisa de campo que remeteram diretamente à questão identitária da cidade e à imagem turística projetada de Campo Grande, outros dados contribuíram para a criação de uma síntese descritiva sobre os traços culturais de Campo Grande e de sua população.

Inicia-se pela percepção e valorização relatadas pelo grupo da população comum e de autoridades sobre Campo Grande, nas quais foi identificada a cidade como sendo limpa, planejada, com boa infraestrutura urbana, ruas largas, tudo isso contribuindo para o seu embelezamento e a fluência no trânsito. Esse aspecto ressaltado por ambos os grupos identificou que essas características urbanas favoreceram para tornar Campo Grande uma cidade considerada boa para a residência de sua população e acolhedora para os visitantes que a procuram. Esse aspecto também se relacionou com a imagem turística apresentada pela população investigada de ambos os grupos.

Sobre o aspecto cultural a ser destacado na cidade, foi identificada, por ambos os grupos entrevistados, a miscigenação cultural em Campo Grande; esse aspecto faz analogia à ausência de um traço identitário forte da cultura campo-grandense, conforme se apresentou acima.

Foi apontado ainda, por ambos os grupos investigados, o campo-grandense como sendo povo hospitaleiro, alegre e amigo; tais características relacionaram-se com a identidade cultural da cidade encontrada nos dados obtidos na pesquisa de campo, no aspecto da diversidade migratória, por entender que essa tenha contribuído para a formação dessas características da população local, além de ser condição favorável para a projeção da cidade, mesmo que ainda de forma pouco acentuada, como destino turístico.

A população investigada pertencente aos dois grupos reconheceu com destaque, como sendo marco ou monumento apagado de Campo Grande retirado ou destruído ao longo de sua história, o Relógio da Rua 14 de Julho, o qual, apesar

de sua retirada ter acontecido há mais de quatro décadas, permanece vivo na memória da população, e ainda concluiu-se que a réplica desse relógio, construída no final da década de 1990, não simboliza os valores do antigo marco. Esta conclusão foi possível, pois, em momento algum a réplica do relógio foi citada pelos entrevistados.

Completando a discussão da pesquisa de campo, essa apontou que as colônias paraguaia e japonesa existentes em Campo Grande são as que possuem maior representatividade na formação cultural campo-grandense. A colônia paraguaia apresenta influência em vários aspectos, como na gastronomia, na música, na dança, no modo de vida, e ainda, inicialmente pelo trabalho de paraguaios na instalação da EFNOB e na lida com as atividades relacionadas à pecuária. A colônia japonesa, por sua vez, influencia especialmente pela gastronomia, dança e música, participando com a mão de obra na construção da EFNOB, desde o início da ocupação do território campo-grandense e permanecendo até a atualidade, estando presente significativamente no comércio de hortifrutigranjeiros.

Além dos paraguaios e japoneses, apontados mais incisivamente como diversidades étnicas residentes em Campo Grande e que influenciam a cultura local, também foram citadas outras colônias, especialmente as de árabes, bolivianos, portugueses, espanhóis e italianos. Também foram apontados os representantes da região sul, sobretudo os gaúchos, além de paulistas, nordestinos, mineiros, a população de outros Estados do Centro-Oeste, e por fim mencionou-se a influência indígena e pantaneira na cidade. Diante do exposto, é possível relacionar essa diversidade cultural existente na cidade com a identidade cultural apontada pelo grupo de autoridades, que indicou a miscigenação cultural como um dos traços identitários fortes da capital.

A esse respeito, explica-se que em Campo Grande os imigrantes estrangeiros, na atualidade, possuem uma expressão cultural evidenciada especialmente pela atuação de seus descendentes, ainda preservando a memória de suas tradições e dando suporte para a constituição da identidade cultural campo-grandense.

Os representantes de outros estados brasileiros que residem em Campo Grande, em sua maioria trouxeram consigo suas tradições e seus hábitos culturais,

disseminando-os na cultura local, e assim como as outras etnias que residem na cidade também contribuem para a construção da identidade cultural da cidade. Isto porque se pode colocar que o homem de fora também é portador de uma memória coletiva, espécie de consciência congelada, provinda com ele de outro lugar e que permanece com ele nesse novo território, às vezes, aderindo a novas tradições, e às vezes apenas mantendo as que com ele vieram.

Compreende-se que a identidade de um povo emerge de sua cultura que, longe de ser pronta e acabada, é viva e, por isso, dinâmica, passível de mudanças, de alterar suas feições ao longo do tempo, portanto, podendo ser denominada como identificação e não como identidade.

Ressalta-se que, apesar de influenciados pela fusão de matrizes culturais tão diferentes, os brasileiros, de maneira geral são, na atualidade, um dos povos mais homogêneos linguisticamente e culturalmente e também um dos mais integrados socialmente. O campo-grandense, não diferentemente de outros brasileiros, também possui essa característica, porém com suas diferenças culturais expressas na língua, na maneira de organizar sua vida, no trabalho, no lazer, nos momentos de criação e de vivência cultural; são sujeitos que, mesmo sem uma identificação cultural evidenciada, constituem um modo particular de expressão cultural.

Ainda se pode mencionar que quando a formação social é recente, fato ocorrido em Campo Grande, dificulta-se o fortalecimento da expressão cultural que dela deriva e aí se torna difícil identificar, de imediato, os caracteres distintivos do grupo. Por isso o que se percebe na população campo-grandense são traços culturais recebidos dessa diversidade cultural identitária provinda das diferentes etnias, dos representantes de outros Estados brasileiros, dos indígenas, e ainda de cidades da planície pantaneira sul-mato-grossense, especialmente dos corumbaenses. Com isso, todos esses aspectos somados aos do campo-grandense formam um traço identitário cultural diferenciado dos encontrados nas demais cidades brasileiras, mas, ainda longe de poder ser considerado como uma marca cultural urbana de Campo Grande.

Nesta pesquisa se constatou também que entre os diversos hábitos culturais das diferentes culturas que habitam o espaço urbano de Campo Grande, no quesito gastronomia, por exemplo, ao lado do sobá, do quibe e da esfirra, convivem a chipa,

a saltenha, o bacalhau, o churrasco, o arroz com pequi, a vaca atolada e a macarronada, pois, diante dessa harmonia cultural gastronômica, demonstra-se que apesar das diferenças nos hábitos alimentares de cada etnia, elas se entrelaçam umas com as outras, formando uma nova cultura, quase que una. Nesse sentido, é possível afirmar que os traços identitários da cultura campo-grandense caminham para a construção da “tradução”.

Por entender que uma identidade está em constante processo de construção, de acordo com o aporte teórico utilizado para esta tese e através de todos os dados obtidos na pesquisa de campo, anteriormente apontados e discutidos, tal pesquisa considera como resultado que a cidade de Campo Grande, por meio de sua população, está na formação de sua identificação. Considera ainda que essa não caminha para uma identidade una, mas múltipla, relacionada, sobretudo, à sua diversidade cultural, às suas características de cidade grande com aspecto de cidade interiorana com arborização acentuada, favorecida, entre outros aspectos pela diversidade de parques e praças, mas, que ainda se faz necessário ressaltar que nenhuma dessas identificações constitui-se em uma marca urbana consolidada de Campo Grande.

Sobre os atrativos turísticos integrantes do *city tour* oficial de Campo Grande, constatou-se que esses possuem estreita relação com os principais traços identitários da cidade.

Nesse sentido, caminhando para o esgotamento da discussão sobre a identidade cultural e imagem turística de Campo Grande, menciona-se que na trajetória das imagens turísticas construídas e projetadas pela municipalidade, essas tiveram uma diversidade de elementos utilizados; talvez isso se tenha dado no intuito de se pautar na identidade local, fato que possivelmente tenha dificultado por ter a identidade cultural de Campo Grande uma diversidade de traços identitários. Mas, é a imagem turística em uso projetada de Campo Grande e o vídeo institucional, que encontraram uma maior proximidade em relação aos traços identitários constituídos até o momento pela população campo-grandense e identificados pelas representações sociais do grupo da população comum e de autoridades, investigados por esta tese.

Como sugestão para a construção e fortalecimento da imagem turística projetada de Campo Grande, entende-se que devem ser utilizados os elementos

alinhados à questão da miscigenação cultural, além de cidade bem arborizada, com diversidade de praças e parques urbanos, com avenidas largas e com boa infraestrutura urbana, pois, entende-se que esses elementos foram importantes para a vinda de diversos imigrantes para a cidade, além de favorecerem o desenvolvimento futuro da atividade turística na capital, e ainda ser considerada como a representação social apontada pelos grupos entrevistados.

Caminhando em direção à finalização desta tese, contribui-se ainda com a compreensão que a utilização desses aspectos acima citados, poderá vir a fortalecer a imagem turística projetada e contribuir para a construção de uma marca urbana de Campo Grande, vinculada a sua especificidade.

Por fim, sinalize-se que esta pesquisa não possui caráter definitivo, uma vez que poderá servir de embasamento para futuras pesquisas da própria autora, ou ainda para outros pesquisadores interessados em estudar sobre o tema por ela discutido.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. G. Diversidades paisagísticas e identidades territoriais e culturais no Brasil sertanejo. In: ALMEIDA, M. G.; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Org.). **Geografia e cultura**: os lugares da vida e a vida dos lugares. Goiânia: Vieira & Lent, 2008. p. 47-74.

ALVES, G. L. Mato Grosso e a história: 1870-1929 (ensaio sobre a transição do domínio econômico da casa comercial para a hegemonia do capital financeiro). **Boletim Paulista de Geografia**, São Paulo, n. 61, p. 5-81, 1984.

ANDRADE, A. K. N. **O lugar em aldeia**: significados, valores, percepções e atitudes dos moradores dos condomínios residenciais de Aldeia, Camaragibe-PE. 299 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Recife, 2006.

ANDRADE, R. B. Práticas sócio-culturais e religiosas: elementos constituintes do lugar. In: ALMEIDA, M. G.; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Org.). **Geografia e cultura**: os lugares da vida e a vida dos lugares. Goiânia: Vieira & Lent, 2008. p. 166-203.

ARQUIVO HISTÓRICO DE CAMPO GRANDE [ARCA]. Italianos, espanhóis e portugueses. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 7, p. 5, 2000. Edição especial.

_____. Patrimônio: história e turismo fazem a identidade de Campo Grande – um passeio por pontos que fazem a identidade de Campo Grande – roteiro 1. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 8, p. 9-20, 2002a.

_____. Patrimônio: história e turismo fazem a identidade de Campo Grande – um passeio por pontos que fazem a identidade de Campo Grande – roteiro 2. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 8, p. 21-30, 2002b.

_____. Essa gente campo-grandense. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 10, p. 3, 2004.

_____. Origens e tendências da música em Campo Grande. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 11, p. 15-30, 2005.

_____. Campo Grande imagens e história. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 15, 2011. Edição especial.

ARRUDA, Â. M. V. Aurélio Ibiapina: o engenheiro que construiu a estação da Noroeste do Brasil em Campo Grande. **Personalidades: série Campo Grande**, Campo Grande, MS, ano 5, p. 16-23, 2003.

ARRUDA, Â. M. V. **Campo Grande, arquitetura, urbanismo e memória**. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2006.

ARRUDA, G. **Cidades e sertões**: entre a história e a memória. Bauru: EDUSC, 2000. (Coleção História).

ASSOCIAÇÃO ESPORTIVA E CULTURAL NIPO-BRASILEIRA. **AYUMI, a saga da colônia japonesa em Campo Grande**. Campo Grande, MS: Saber, 2005.

AUGÉ, M. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994. (Coleção Travessia do Século).

AYRES, F. M. **Utilização do sistema de informações geográficas como instrumento na elaboração do plano de Saneamento em Campo Grande**. 65 f. Monografia (Especialização em Gestão Integrada de Saneamento) – Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

BAHL, M. **Fatores ponderáveis no turismo**: sociais, culturais e políticos. Curitiba: Protexto, 2004.

BANDEIRA de Campo Grande. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 363.

BAPTISTA, I. **Capacidade ética e desejo metafísico**: uma interpelação à razão pedagógica. Porto: Edições Afrontamento, 2007.

BENEDITO, M. Público lota Praça Ary Coelho em festa de inauguração da sua revitalização. **CGNotícias: jornal online da Prefeitura Municipal de Campo Grande**, Campo Grande, MS, 22 set. 2012. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/cgnoticias/noticiaCompleta?id_not=19186>. Acesso em: 3 jan. 2013.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 7. ed. São Paulo: Ed. SENAC-SP, 2002.

BENJAMIN, W. Paris, capital de século XIX. In: KOTHE, F. R.; FERNANDES, F. (Org.). **Walter Benjamin**: Sociologia. São Paulo: Ática, 1985. p. 30-43.

BERQUE, A. Paisagem – marca, paisagem – matriz: elementos da problemática para uma geografia cultural. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Paisagem, tempo e cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004. p. 84-91.

BIGNAMI, R. **A imagem do Brasil no turismo**: construção, desafios e vantagens competitivas. São Paulo: Aleph, 2002.

BITTAR, M. Uma cidade multicultural. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 10, p. 54-61, 2004.

BONNEMAISON, J. Viagem em torno do território. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Geografia cultural**: um século. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002. v. 3, p. 83-131.

BRASIL, T. P. S. **Ligeira notícia sobre a Vila de Campo Grande e Relatório dos estudos para o abastecimento de água aos quartéis de Campo Grande**. Campo Grande, MS: Instituto Histórico e Geográfico de Mato Grosso do Sul, 2005.

BRASIL. Presidência da República. Lei Complementar n. 31, de 11 de outubro de 1977. Cria o Estado de Mato Grosso do Sul. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 12 de outubro de 1977. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp31.htm>. Acesso em: 20 ago. 2011.

BRESCIANI, M. S. M. Metrópoles: as faces do monstro urbano: as cidades no século XIX. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 5, n. 8/9, p. 35-58, set. 1984/abr. 1985.

CABRAL, P. E. Formação étnica e demográfica. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 27-62.

CALADO, M. L. R. **Campo Grande e sua feira livre central**: conhecendo a cidade através da feira. 134 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2010.

CAMPO GRANDE (MS). Prefeitura Municipal. **1ª Festa das Nações**. Campo Grande, MS, 1997. Coletânea de documentos avulsos, em pastas A-Z.

_____. **Venha para Campo Grande, a capital do ecoturismo:** Mato Grosso do Sul. Campo Grande, MS, [1998b]. 1 folder.

_____. **A cidade onde moro**. Campo Grande, MS, 1998a.

_____. **3ª Festa das Nações**. Campo Grande, MS, 1999. Coletânea de documentos avulsos, em pastas A-Z.

_____. **4ª Festa das Nações**. Campo Grande, MS, 2000a. Coletânea de documentos avulsos, em pastas A-Z.

_____. **Conheça Campo Grande**: ecoturismo, cultura e eventos em uma só capítal. Campo Grande, MS, [2000b]. 1 folder.

_____. **5ª Festa das Nações**. Campo Grande, MS, 2001. Coletânea de documentos avulsos, em pastas A-Z.

_____. **Perfil socioeconômico de Campo Grande**. 9. ed. rev. Campo Grande, MS, 2002a.

_____. **6ª Festa das Nações**. Campo Grande, MS, 2002b. Coletânea de documentos avulsos, em pastas A-Z.

_____. **8ª Festa das Nações**. Campo Grande, MS, 2004. Coletânea de documentos avulsos, em pastas A-Z.

CAMPO GRANDE (MS). Prefeitura Municipal. Lei Complementar Municipal n. 94, de 6 de outubro de 2006. Institui a política de desenvolvimento e o Plano Diretor de Campo Grande. **Diário Oficial de Campo Grande, MS**, Campo Grande, MS, 1º de dezembro de 2006a. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/planurb/downloads?categoria=10#di-16>. Acesso em 3 maio 2011.

_____. **Marcos e monumentos históricos de Campo Grande**. 2. ed. Campo Grande, MS, 2006b.

_____. **Grande Campo Grande MS**: emoções do tamanho dos seus sonhos. Campo Grande, MS, [2007a]. 1 folder.

_____. **SISGRAN – Sistema Municipal de Indicadores Georreferenciados para o Planejamento e a Gestão de Campo Grande/MS**. Campo Grande, MS, 2007b. Disponível em: <http://apl01.pmcg.ms.gov.br/indweb/listaIndicadores.jsp>. Acesso em: 3 jan. 2013.

_____. **Campo Grande***:* Mato Grosso do Sul – conheça os encantos da Cidade Morena. Campo Grande, MS, [2010]. 1 folder.

_____. **Campo Grande**: Mato Grosso do Sul. Campo Grande, MS, [2011a]. 1 folder.

_____. Decreto Municipal n. 11.510, de 23 de maio de 2011. Regulamenta parcialmente o capítulo ll, que trata da poluição visual no Código da Polícia Administrativa, instituído pela Lei n. 2.909, de 28 de julho de 1992, e o artigo 26 da Lei Complementar n. 161, de 20 de julho de 2010, que trata do controle da poluição visual na zona especial de interesse cultural do centro. **Diário Oficial de Campo Grande, MS**, Campo Grande, MS, 1º de julho de 2011b. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/egov/downloadFile.php?id=4176&fileField=arquivo_dow&table=downloads&key=id_dow&sigla_sec=durp>. Acesso em 3 maio 2012.

_____. **Perfil socioeconômico de Campo Grande** [2012]. 19. ed. rev. Campo Grande, MS, 2012a.

_____. **Plano de revitalização do centro de Campo Grande – Praça Ary Coelho**. Campo Grande, MS, 2012b.

_____. **Bem-vindo ao turismo de Campo Grande**: Campo Grande é a gente que faz! Campo Grande, MS: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio, [2012c]. Vídeo institucional. 4min. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/sedesc/canaisTexto?id_can=4235>. Acesso em: 3 jan. 2013.

_____. **39126_galeria.jpg** [*city tour*]. Campo Grande, MS: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio, [2012d]. Formato JPGE. 505.662 bytes. 700 x 494 pixel. Disponível em: <http://www.prefeituradecampogrande.com.br/egov/imagemCanais/39126_galeria.jpg>. Acesso em: 3 jan. 2013.

CAMPO GRANDE (MS). Prefeitura Municipal. **City tour**. Campo Grande, MS: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio, [2012e]. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/sedesc/canaisTexto?id_can=25>. Acesso em: 3 jan. 2013.

_____. **Pontos turísticos**. Campo Grande, MS: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio, [2012f]. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/sedesc/pontosTuristicos>. Acesso em: 3 jan. 2013.

_____. **Distâncias das outras cidades para Campo Grande**. Campo Grande, MS: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio, [2012g]. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/sedesc/canaisTexto?id_can=171>. Acesso em: 3 jan. 2013.

_____. **Artesanato**. Campo Grande, MS: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio, [2012h]. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/sedesc/canaisTexto?id_can=4237>. Acesso em: 3 jan. 2013.

CAMPO GRANDE RECONHECE o Sobá como patrimônio histórico. **CONCULTURA: revista do Conselho Municipal de Cultura**, Campo Grande, MS, ano 2, n. 2, 2006.

CANTINA MASSERIA. **História e evolução**. Campo Grande, MS, 2012. Disponível em: <http://www.cantinamasseria.com.br/?meio=historico>. Acesso em: 3 jan. 2013.

CANTINA ROMANA. **História**. Campo Grande, MS, 2012. Disponível em: <http://www.cantinaromana.com.br/site/index/historia.html>. Acesso em: 3 jan. 2013.

CARLOS, A. F. A. **A (re) produção do espaço urbano**. São Paulo: Ed. USP, 1994.

CARLOS, A. F. A. **O espaço urbano**: novos escritos sobre a cidade. São Paulo: FFLCH, 2007. Disponível em: <http://www.gesp.fflch.usp.br/sites/gesp.fflch.usp.br/files/Espaco_urbano.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2013.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 2.

CASTRO, M. O que é que Campo Grande tem?. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 10, p. 58, 2004.

CASTRO, M. G. Transidentidades no local globalizado. Não-identidades, margens e fronteiras: vozes de mulheres latinas nos E.U.A. In: FELDMAN-BIANCO, B.; CAPINHA, G. (Org). **Identidades**: estudos de cultura e poder. São Paulo: Hucitec, 2000. p. 149-175.

CLAVAL, P. A geografia cultural: o estado da arte. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1999. p. 59-97.

_____. O papel da nova geografia cultural na compreensão da ação humana. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Matrizes da geografia cultural**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001. p. 35-86.

_____. **A geografia cultural**. 3. ed. Florianópolis: Ed. UFSC, 2007.

_____. Geografia e dimensão espacial: a importância dos processos na superfície da terra. In: ALMEIDA, M. G.; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Org.). **Geografia e cultura**: os lugares da vida e a vida dos lugares. Goiânia: Ed. Vieira, 2008. p. 17-46.

_____. Globalização, migrações, inclusão e exclusão: algumas reflexões. In: ALMEIDA, M. G.; CRUZ, B. N. (Org.). **Território e cultura**: inclusão e exclusão nas dinâmicas socioespaciais. Goiânia: Ed. UFG, 2009. p. 10-25.

CORRÊA, A. N. S. A criação do Estado de Mato Grosso do Sul. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 63-70.

CORRÊA, R. L. Apresentando leituras sobre paisagem, tempo e cultura. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Paisagem, tempo e cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004. p. 7-11.

_____. Monumentos, política e espaço. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Geografia**: temas sobre cultura e espaço. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2005. p. 9-42.

_____. O urbano e a cultura: alguns estudos. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Orgs.). **Cultura, espaço e o urbano**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2006. p. 141-165.

CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. Geografia cultural: introduzindo a temática, os textos e uma agenda. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 9-18.

COSGROVE, D. Geografia cultural do milênio. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 17-46.

_____. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Paisagem, tempo e cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004. p. 92-123.

COSGROVE, D.; JACKSON, P. Novos rumos da geografia cultural. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 135-146.

COSTA, B. P. As relações entre os conceitos de território, identidade e cultura no espaço urbano: por uma abordagem microgeográfica. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Geografia**: temas sobre cultura e espaço. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2005. p. 79-113.

COSTA, B. P.; HEIDRICH, Á. L. A condição dialética de produção do espaço social: microterritorializações (culturais) urbanas “a favor” e “contra” a sociedade. In: KOZEL, S.; SILVA, J. C.; GIL FILHO, S. F. (Org.). **Da percepção e cognição a representação**: reconstruções teóricas da geografia cultural e humanista. São Paulo: Terceira Margem, 2007. p. 80-113.

COSTA, C. Evolução urbana. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 71-82.

CRUZ, V. C. Itinerários teóricos sobre a relação entre território e identidade. In: BEZERRA, A. C. A et al. (Org.). **Itinerários geográficos**. Niterói: Ed. UFF, 2007. p. 13-35.

CUNHA, E. **À margem da história**. São Paulo: Cultrix; 1975.

DAMIANI, A. L. O lugar, o mundo e o cotidiano. In: ENCUENTROS GEOGRÁFICOS DE AMÉRICA LATINA, 6., 1997, Buenos Aires, Argentina. **Anales...** Mérida, México: Observatorio Geográfico de América Latina, 1997. p. 1-7. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal6/Geografiasocioeconomica/Geografiacultural/67.pdf >. Acesso em: 3 jan. 2013.

DRIESSNACK, M.; SOUZA, V. D.; MENDES, I. A. C. Revisão dos desenhos de pesquisa relevantes para enfermagem: parte 2: desenhos de pesquisa qualitativa. **Revista Latino Americana de Enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 15, n 4, p. 684-88, jul./ago., 2007.

DUNCAN, J. S. O supra-orgânico na geografia cultural americana. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 63-102.

DURKHEIM, É. **Sociologia e Filosofia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Icone, 1970.

EAGLETON, T. **The ideology of the Aesthetic**. Oxford: Wiley-Blackwell, 1991.

ESPINOZA, L.; ECHEVERRIA, A. **Estrutura de Campo Grande**. Campo Grande, MS, 29 set. 2009. Blog. Disponível em: <http://eeruibarbosa19.blogspot.com.br/2009/11/campo-grande-estrutura.html>. Acesso em: 3 dez. 2012.

EVENTO COMEÇA na quinta-feira. **Correio do Estado**, Campo Grande, MS, ano 50, n. 15.287, 9 set. 2003. Caderno B, p. 01B.

FELDMAN-BIANCO, B. Identidades. In: FELDMAN-BIANCO, B.; CAPINHA, G. (Org.). **Identidades**: estudos de cultura e poder. São Paulo: Hucitec, 2000. p. 13-17.

FERRARA, L. D'A. **O olhar periférico**. São Paulo: Ed. USP, 1993.

_____. Os lugares improváveis. In: YÁZIGI, E. (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 65-82.

FESTA DAS NAÇÕES começa hoje com várias atrações. **Correio do Estado**, Campo Grande, MS, ano 45, 10 set. 1998. Caderno B, p. 01B.

FONTANELLA, B. J. B.; RICAS, J.; TURATO, E. R. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. **Caderno Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 17-27, 2008.

GARDIN, C. **Campo Grande entre o sagrado e o profano**. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 1999.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

GIUGNI, E. Afonso Giugni Abramo: o empreendedor que fez história na hotelaria de Campo Grande. **Personalidades: série Campo Grande**, Campo Grande, MS, ano 5, p. 24-31, 2003.

GOFFMAN, E. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOMES, C. C. Conhecer o lugar e transformar o mundo: o espaço geográfico como possibilidade. In: SOUZA, M. A. A. (Org.). **Territórios brasileiros**: usos e abusos. Campinas: Territorial, 2003. p. 483-494.

GOMES. A. A. **O município de Campo Grande em 1922**. Campo Grande, MS: Instituto Histórico e Geográfico de Mato Grosso do Sul, 2004.

GOMES, E. T. Portugueses. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 310-317.

GRABNER, R. M. **A revitalização da Vila Ferroviária de Paranapiacaba**: reflexões sobre o turismo e a hospitalidade. 168 f. (Dissertação de Mestrado) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2006.

HAESBAERT, R. **Des-territorialização e identidade**. Niterói: Ed. UFF, 1997.

_____. Identidades territoriais. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 169-190.

_____. **O mito da desterritorialização**: do "fim dos territórios" a multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

_____. **Territórios alternativos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **Regional-global**: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HANNERZ, U. **Transnational connections**. Londres: Routledge, 1996.

HEBERLE, A. Campo Grande século XXI. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 289-293.

HIGA, E. Alma guarani integra a identidade campo-grandense. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 11, p. 36-37, 2005.

_____. **Polca paraguaia, guarânia e chamamé**: estudo sobre três gêneros musicais em Campo Grande-MS. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2010.

HOLZER, W. Paisagem, imaginário, identidade: alternativas para o estudo geográfico. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 149-168.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. **Censo demográfico 2010**: Mato Grosso do Sul – @Cidades. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/link.php?uf=ms>. Acesso em: 10 jul. 2012.

_____. **IBGE divulga as estimativas populacionais dos municípios em 2012**. Rio de Janeiro, 31 ago. 2012a. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2204&id_pagina=1>. Acesso em: 3 jan. 2013.

_____. **Os indígenas no Censo Demográfico 2010**: primeiras considerações com base no quesito cor ou raça. Rio de Janeiro, 2012b. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/indigenas/indigena_censo2010.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2013.

KOZEL, S. Mapas mentais – uma forma de linguagem: perspectivas metodológicas. In: KOZEL, S.; SILVA, J. C.; GIL FILHO, S. F. (Org.). **Da percepção e cognição a representação**: reconstruções teóricas da geografia cultural e humanista. São Paulo: Terceira Margem, 2007. p. 114-138.

LEFEBVRE, H. **De lo rural a lo urbano**. 4. ed. Barcelona: Ediciones Península, 1978.

_____. **La production de l'espace**. Paris: Anthropos, 1986.

_____. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. **O discurso do sujeito coletivo**: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos). Caxias do Sul: Ed. UCS, 2003.

_____. Discurso do sujeito coletivo, complexidade e auto-organização. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 4, p. 1.193-1.204, 2007.

MACHADO, L. M. C. P. Paisagem cultural. In: KOZEL, S.; SILVA, J. C.; GIL FILHO, S. F. (Org.). **Da percepção e cognição a representação**: reconstruções teóricas da geografia cultural e humanista. São Paulo: Terceira Margem, 2007. p. 139-157.

MACHADO, P. C. **A rua velha**. Campo Grande, MS: Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul, 1990. (Pelas ruas de Campo Grande, v. 1).

_____. **A rua principal**. Campo Grande, MS: Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul, 1991. (Pelas ruas de Campo Grande, v. 2).

_____. 14 de julho. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, n. 5, p. 14-19, 1995.

_____. **A rua alegre**. Campo Grande, MS: Fundação Municipal de Cultura, Esporte e Lazer/SEBRAE/MS, 1997. (Pelas ruas de Campo Grande, v. 4).

_____. **A grande avenida**. Campo Grande, MS: Prefeitura Municipal de Campo Grande/Fundação Municipal de Cultura Esporte e Lazer, 2000. (Pelas ruas de Campo Grande, v. 5).

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARINHO, M.; COELHO NETO, P. R. **Campo Grande**: imagens de um século. Campo Grande, MS: Ed. UCDB/FUNCESP, 1999.

MARTINS, G. R. Sítios arqueológicos da região de Campo Grande revelam indícios da ocupação humana. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 7, p. 26-32, 2000. Edição especial.

MENDES, E. P. P. Identidades sociais e suas representações territoriais: as comunidades rurais do município de Catalão (GO). In: ALMEIDA, M. G.; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Org.). **Geografia e cultura**: os lugares da vida e a vida dos lugares. Goiânia: Ed. Vieira, 2008. p. 137-165.

MENDONÇA, F. Território e paisagem: uma articulação moderna conflituosa. In: FRAGA, N. C. (Org.). **Territórios e fronteiras (re) arranjos e perspectivas**. Florianópolis: Insular, 2011. p. 51-86.

MENEGAZZO, M. A. Manifestações culturais em Campo Grande. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 195-236.

MENEZES, U. T. B. A paisagem como fato cultural. In: YÁZIGI, E. (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 29-64.

METELLO. E. M. A cidade e o boi. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 83-94.

MORETTI, E. C.; RODRIGUES, A. M. Atividade turística e transformação territorial: discurso e ação do estado no Pantanal – MS. In: GERARDI, L. H. O.; MENDES, I. A. (Org.). **Teoria, técnica, espaços e atividades**: temas de geografia contemporânea. Rio Claro: Ed. UNESP, 2001. p. 269-281.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

NEIVA JÚNIOR, E. **A imagem**. São Paulo: Contexto, 2002.

OLANDA, D. A. M. "Memórias do vento" e as paisagens citadinas. In: ALMEIDA, M. G.; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Org.). **Geografia e cultura**: os lugares da vida e a vida dos lugares. Goiânia: Vieira & Lent, 2008. p. 255-283.

OLIVEIRA NETO, A. F. O. **A rua e a cidade**. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2005.

OLIVEIRA NETO, A. F. O.; SOUZA. C. F. P. A ação do Estado na produção do espaço urbano de Campo Grande e o Projeto Jaime Lerner. **Revista Pantaneira**, Aquidauana, ano 3, v. 2, p. 15-18, jul. 2001.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PARQUE DOS PODERES – Campo Grande – MS. Google Maps, 2013. Formato JPGE. 93.873 bytes. 704 x 883 pixel. <http://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR&q=parque+dos+poderes+ms&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&biw=1245&bih=565&wrapid=tlif135999391350410&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=wl>. Acesso em: 3 jan. 2013.

PELEGRINI FILHO, A. **Ecologia, cultura e turismo**. 2. ed. Campinas: Papirus, 1997.

PEREIRA, E. B. **História da fundação de Campo Grande**. Campo Grande, MS: E. B. Pereira, 2002. (Série Bálsamo).

QUEVEDO, J. H. Paraguaios. In: CUNHA, F. A. M.; DEQUECH, L. (Coord.). **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande, MS: Matriz, 1999. p. 305-309.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

_____. **Dalla nostalgia del territorio al desiderio di paesaggio**: elementi per una teoria del paesaggio. Firenze: Alinea, 2005. v. 19.

REIS, J. Trilhos não têm condições de uso. **Correio do Estado**, Campo Grande, MS, ano 51, n. 15.591, 15 jul. 2004. Caderno Geral, p. 7a.

RIBEIRO, L. R. E. F. **Campo Grande – o homem e a terra**. Campo Grande, MS: L. R. E. F. Ribeiro, 1993.

ROBINS, K. Tradition and translation: National culture in its global context. In: CORNER, J.; HARVEY, S. (Org.). **Enterprise and heritage**: Crosscurrentes of national culture. Londres: Routledge, 1991. p. 15-32.

ROCA, G. Música: do matão para o mundão. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 10, p. 54-55, 2004.

ROSA, M. G. S. **Deus quer, o homem sonha a cidade nasce**: Campo Grande cem anos de história. Campo Grande, MS: PMCG/FUNCESP, 1999.

SAHR, W. D. Signos e espaço mundos: a semiótica da espacialização na geografia cultural. In: KOZEL, S.; SILVA, J. C.; GIL FILHO, S. F. (Org.). **Da percepção e cognição a representação**: reconstruções teóricas da geografia cultural e humanista. São Paulo: Terceira Margem, 2007. p. 57-79.

SALGADO, E. M. **Mato Grosso do Sul e a mesopotâmia do Prosa e Segredo**. Campo Grande, MS: E. M. Salgado, 2001.

SÁNCHEZ, F. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. 2. ed. Chapecó: Argos, 2010.

SÁNCHEZ, J. A globalização dos lugares: metropolização e modernidade. In: SANTOS, M. (Org.). **Fim de século e globalização**. São Paulo: Hucitec/ANPUR, 1994. p. 293-302.

SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo, globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994.

_____. **Metamorfoses do espaço habitado**. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2002.

SANTOS, M.; ELIAS, D. S. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1988.

SANTOS, R. J. (Re) Ocupação do cerrado: novas gentes, outras identidades. In: ALMEIDA, M. G.; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Org.). **Geografia e cultura**: os lugares da vida e a vida dos lugares. Goiânia: Vieira & Lent, 2008. p. 98-136.

SAQUET, M. A. **Abordagens e concepções sobre território**. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

SAUER, C. O. A morfologia da paisagem. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Paisagem, tempo e cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004. p. 12-74.

SCHERER, R. Paisagem urbanística, urbanização pós-moderna e turismo. In: YÁZIGI, E. (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 83-105.

SERPA, A. Culturas transversais: um novo referencial teórico- metodológico para a geografia humanística e cultural?. In: KOZEL, S.; SILVA, J. C.; GIL FILHO, S. F. (Org.). **Da percepção e cognição a representação**: reconstruções teóricas da geografia cultural e humanista. São Paulo: Terceira Margem, 2007. p. 36-56.

SHOPPING CAMPO GRANDE. **O shopping**. Campo Grande, 2012. Disponível em: <http://www.shoppingcampogrande.com.br/shopping/index.asp>. Acesso em: 3 jan. 2013.

SHOPPING NORTE SUL PLAZA. **O shopping**. Campo Grande, 2012. Disponível em: <http://www.nortesulplaza.com.br/index.php?option=com_wrapperplus&view=wrapper&Itemid=5>. Acesso em: 3 jan. 2013.

SICK, H. **Ornitologia brasileira**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

SIGRIST, M. **Chão batido**: a cultura popular em Mato Grosso do Sul : folclore e tradição. 2. ed. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2008.

SILVA, R. P. Hércules Maymone: o farmacêutico e educador que ousou dar início à Universidade Federal de MS. **Personalidades: série Campo Grande**, Campo Grande, MS, ano 7, p. 54-65, 2005.

SILVA, S. F. D. V. Morada dos Baís: a recuperação do prédio e a revitalização do espaço. **ARCA: revista de divulgação do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 5, p. 28-31, out. 1995.

SIMAS, F. A. O.; LUDKA, V. M. FRAGA, N. C. Território (s) e desenvolvimento regional: arranjos e perspectivas na relação entre pequenas e médias cidades. In: FRAGA, N. C. (Org.). **Territórios e fronteiras (re) arranjos e perspectivas**. Florianópolis: Insular, 2011. p. 323-339.

SOTTILI, D. **O imaginário do Pantanal no espaço urbano de Campo Grande – MS**. 104 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS, 2005.

SOTTILI, D.; BAHL, M. As contribuições da nova geografia cultural na atividade turística. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, Florianópolis, v. 5, n. 1. p. 23-44, abril. 2011. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/view/374/430>. Acesso em: 30 abr. 2011.

STACCIARINI. J. H. R. Ação da cidadania contra a fome: identidades, sujeitos sociais e construção da democracia no território brasileiro. In: ALMEIDA, M. G.; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Org.). **Geografia e cultura**: os lugares da vida e a vida dos lugares. Goiânia: Vieira & Lent, 2008. p. 284-309.

TONELLI, N. C. Patrimônio histórico de MS: a hora do resgate. **ARCA: revista de divulgação do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 5, p. 50-53, out. 1995.

TONELLI, N. C. Brasil, Paraguai, Bolívia: encruzilhada cultural no estado de Mato Grosso do Sul. **ARCA: revista do Arquivo Histórico de Campo Grande**, Campo Grande, MS, n. 7, p. 33-40, 2000. Edição especial.

TUAN, Y. **Topofilia**. São Paulo: DIFEL, 1980.

_____. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. São Paulo: DIFEL, 1983.

TUBALDINI, M. A. S.; SILVA, S. M. L. P. Territórios da resistência: paisagem e cultura nos remanescentes quilombolas de Barro Preto, Santa Maria do Itabira, MG, e Indaiá, Antonio Dias, MG, 2007. In: ALMEIDA, M. G.; CRUZ, B. N. (Org.). **Território e cultura**: inclusão e exclusão nas dinâmicas socioespaciais. Goiânia: Ed. UFG, 2009. p. 114-126.

VARGAS, I. A. Paisagem, território e identidade: uma abordagem da geografia cultural para o Pantanal Mato-grossense. In: KOZEL, S.; SILVA, J. C.; GIL FILHO, S. F. (Org.). **Da percepção e cognição a representação**: reconstruções teóricas da geografia cultural e humanista. São Paulo: Terceira Margem, 2007. p. 158-178.

VERBISCK, B. V. Governo inicia seleção de estudos para gestão econômico-financeira do Aquário do Pantanal. **Informativo Semac**, Campo Grande, MS, 13 de set. 2012. Disponível em: <http://www.semac.ms.gov.br/index.php?templat=vis&site=121&id_comp=813&id_reg=185847&voltar=home&site_reg=121&id_comp_orig=813>. Acesso em: 3 jan. 2013.

WAGNER, P. L.; MIKESELL, M. W. Os temas da geografia cultural. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 27-61.

WEINGARTNER, A. A. S. **Movimento divisionista no Mato Grosso do Sul, 1889-1930**. Campo Grande, MS: Edições EST, 1995.

_____. **São Gabriel do Oeste**: memória e imagem de uma história. Campo Grande, MS: Ed. Fundação de Cultura de MS, 2005.

YÁZIGI, E. **A alma do lugar**: turismo, planejamento e cotidiano em litorais montanhas. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. A importância da paisagem. In: _____. (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 11-27.

YONAMINE, S. S. **Cidades são cenários de encontros**: gestão urbana, democracia e desenvolvimento local em Campo Grande. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2004.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Instrumento de coleta de dados.....263
APÊNDICE B – Perfil dos entrevistados – Grupo C e Grupo A.....264

APÊNDICE A

Instrumento de coleta de dados

ROTEIRO PARA ENTREVISTA ESTRUTURADA

Entrevistado: .....

Idade: .....

Ocupação: .....

Data: .....

Esta tese tem como principal objetivo verificar qual a identidade cultural de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil, pois se sabe que a cidade possui aspectos culturais que podem ser relacionados ao seu desenvolvimento. Dessa forma, gostaria de conversar sobre esses aspectos:

1) Como você percebe e valoriza a cidade de Campo Grande? E quais aspectos culturais da cidade chamam sua atenção? Por quê?

2) Como você poderia descrever os campo-grandenses?

3) Em sua opinião, foi destruído, retirado ou ainda, apagado algum marco/monumento que contribuiu para o desenvolvimento e história de Campo Grande. Qual?

4) Na sua opinião, atualmente qual é a imagem turística projetada de Campo Grande?

5) Qual imagem de Campo Grande você usaria para demonstrar a identidade da cidade?

6) Quais aspectos você identifica nos moradores de Campo Grande que os relacionam a outros grupos populacionais? A que você atribui isso?

APÊNDICE B

Perfil dos entrevistados – Grupo C e Grupo A

QUADRO A1 - Perfil dos entrevistados do Grupo C (população comum)

Entrevistado	Ocupação	Sexo	Idade (anos)
01-C	Comerciante	Masculino	68
02-C	Comerciante	Feminino	68
03-C	Do lar	Feminino	68
04-C	Enfermeira/aposentada	Feminino	62
05-C	Professora/aposentada	Feminino	79
06-C	Comerciante	Feminino	70
07-C	Do lar	Feminino	92
08-C	Comerciante	Feminino	65
09-C	Militar/aposentado	Masculino	94
10-C	Professora	Feminino	63
11-C	Professora aposentada	Feminino	66
12-C	Comerciante	Masculino	50

FONTE: A autora (2012)

QUADRO A2 - Perfil dos entrevistados do Grupo A (população autoridades)

Entrevistado	Ocupação	Sexo	Idade (anos)
01-A	Professora/aposentada	Feminino	75
02-A	Presidente da Fundação de Cultura do Estado de Mato Grosso do Sul	Masculino	60
03-A	Professor/pesquisador	Masculino	50
04-A	Presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens do MS	Feminino	45
05-A	Ex-secretário Municipal de Turismo/Turismólogo	Masculino	72
06-A	Pró-Reitor de pesquisa e inovação do Instituto Federal do Mato Grosso do Sul / professor	Masculino	56
07-A	Ex-presidente da Associação dos Criadores de Mato Grosso do Sul	Masculino	66
08-A	Presidente do Campo Grande Convention e Visitors Bureau	Masculino	39
09-A	Presidente do Fórum de Turismo/ Vice-presidente do Contur/ Vice Presidente da Federação de Convention e Visitors Bureau/ Diretor Regional da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis de Mato Grosso do Sul	Masculino	55
10-A	Diretora Presidente da Fundação de Cultura Municipal	Feminino	55
11-A	Superintendente de Turismo Municipal	Feminino	52
12-A	Técnica de Promoção Cultural / ex-diretora de Turismo	Feminino	51
13-A	Diretora Presidente da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul	Feminino	48
14-A	Presidente do Sindicato dos Guias de Turismo de Campo Grande	Feminino	43
15-A	Presidente da Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo/MS	Masculino	43

FONTE: A autora (2012)

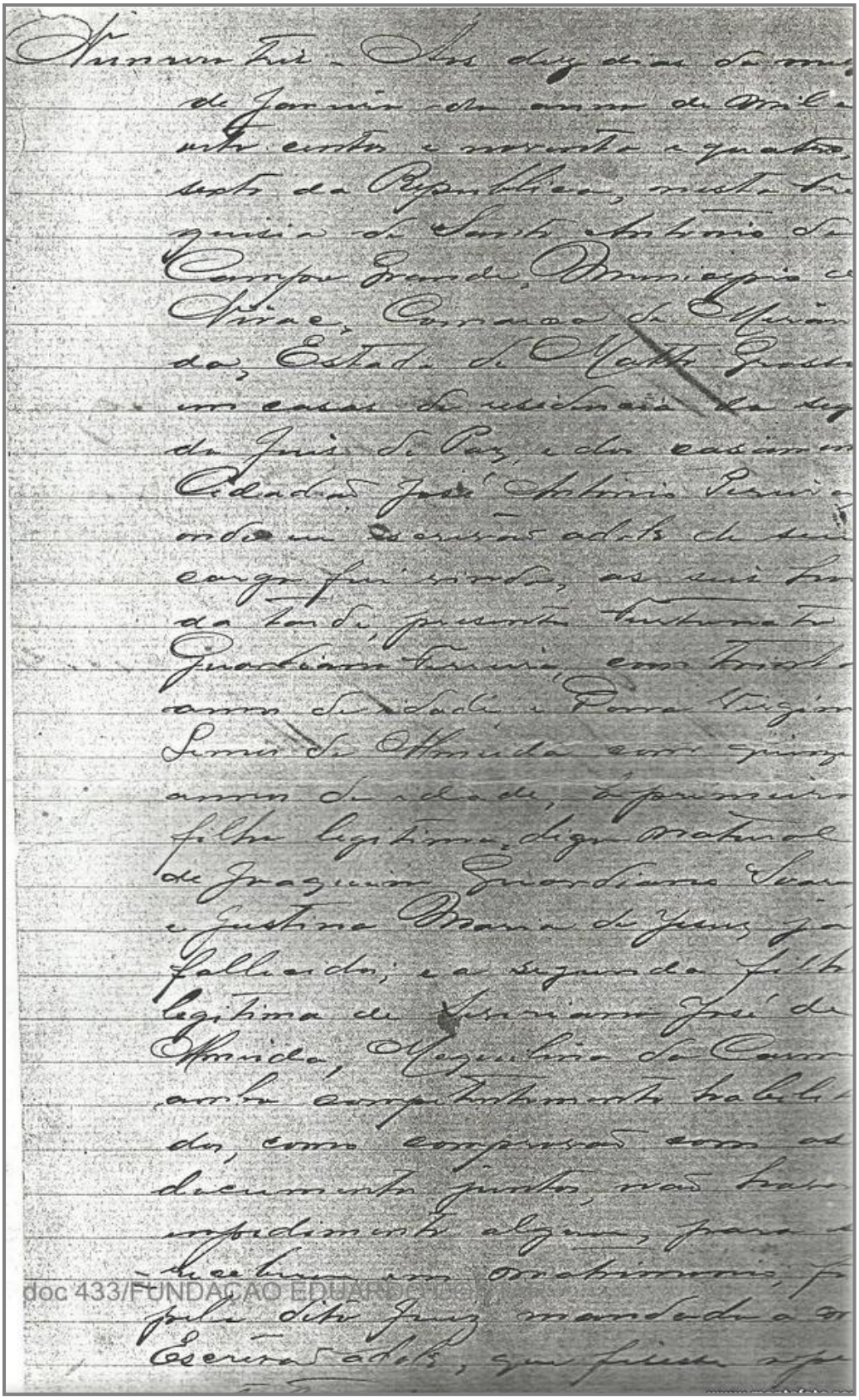
ANEXOS

ANEXO A – Cópia do documento com a assinatura de José Antônio Pereira 267

ANEXO B – Mapa Turístico de Campo Grande, MS – 2012 268

ANEXO A

Cópia do documento com a assinatura de José Antônio Pereira

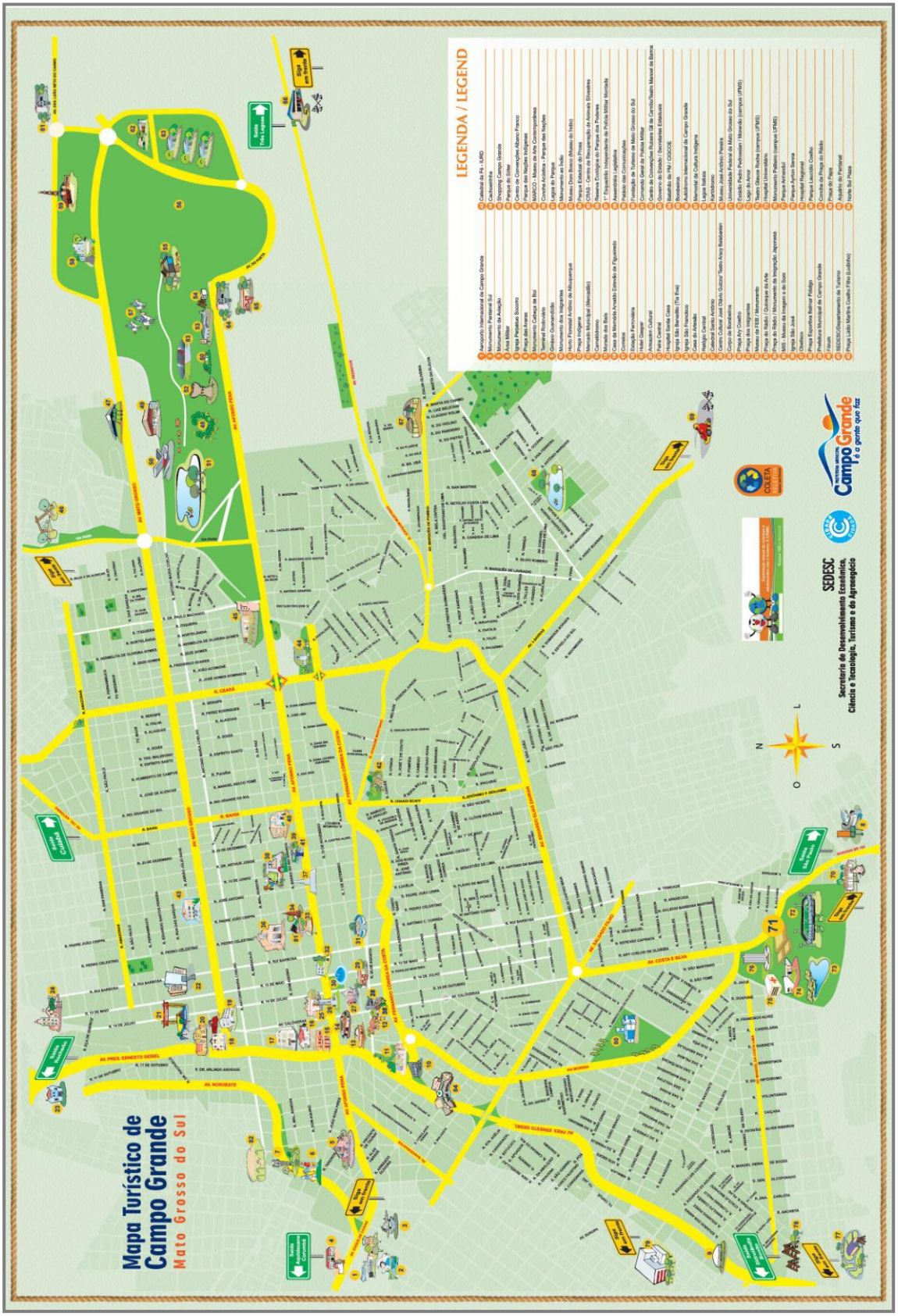


Numero tres. Aos dez dias do mez
de Janeiro do anno de mil e
oito centos e noventa e quatro,
sexto da Republica, nesta Fre-
guezia de Santo Antonio do
Campo Grande, Municipio de
Vivac, Comarca de Miran-
da, Estado de Matto Grosso
em casas de residencia do seg
do Juiz de Paz, e dos casamen
Cidadão José Antonio Pereira
onde eu escrivão adoto de seu
cargo fui vindo, as seis ho
da tarde, presente Fortunato
Guardiano Ferreira, com trinta
annos de idade e Dona Virgin
Lemos de Almeida com quinze
annos de idade, o primeiro
filho legitimo, digo natural
de Joaquim Guardiano Soar
e Justina Maria de Jesus já
fallecidos; e a segunda filha
legitima de Severiano José de
Almeida, Magdalena da Carm
ambos competentemente habilit
dos, como comprovão com os
documentos juntos, não havendo
impedimento algum, para se
recebem em matrimonio, fo
pelo dito Juiz mandado a m
Escrivão adoto, que fizesse o pe

doc 433/FUNDAÇÃO EDUARDO

ANEXO B

Mapa Turistico de Campo Grande, MS – 2012



MAPA DAS LINHAS DE ÔNIBUS / MAP OF BUS LINES

Telefones úteis *Useful phone numbers*

ABAV / MS – Associação Brasileira das Agencias de Viagem	(67) 3326-6464
ABBTUR / MS – Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo	(67) 9283-1822
ABCMI / MS – Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade	(67) 3388-3975
ABIH / MS – Associação Brasileira das Indústria de Hotéis	(67) 3321-1801
ABLA / MS – Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis	(67) 3324-0055
ABRATUR – Associação Brasileira de Turismo	(67) 3382-4223
ABRAJET / MS – Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo	(67) 3384-4384
ABRASEL / MS – Associação Brasileiras dos Bares e Restaurantes	(67) 3324-9803
ACTUR – Associação Campo-Grandense de Turismo Rural	(67) 3681-1065
CGPC&VB – Campo Grande Convention & Visitors Bureau	(67) 3384-5200
FUNDTUR / MS – Fundação de Turismo	(67) 3318-7600
SEBRAE / MS	(67) 3389-5539
SENAC / MS	(67) 3312-6250
SHRBS / MS – Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares	(67) 3321-0207
SINDETUR / MS – Sindicato das Empresas de Turismo	(67) 3324-9634
SINTÁXI / MS - Sindicato dos Taxistas	(67) 3324-9987
Prefeitura Municipal de Campo Grande	(67) 3314-9900
Aeroporto Internacional de Campo Grande	(67) 3368-6000
AGETRAN – Agência Municipal de Transporte e Trânsito	(67) 3314-3393
Guia Cidade	(67) 3320-5000
Terminal Rodoviário	(67) 3313-8707
Centro de Atendimento ao Turista / Shopping Campo Grande	(67) 3314-3142
Centro de Atendimento ao Turista / Rodoviária	(67) 3314-4448
Centro de Atendimento ao Turista / Feira Central	(67) 3314-3872
Centro de Atendimento ao Turista / Aeroporto	(67) 3363-3116
Centro de Atendimento ao Turista / Norte Sul Plaza	(67) 3314-9949
Centro de Atendimento ao Turista / Morada dos Baís	(67) 3314-9968
Centro de Atendimento ao Turista / José Maria Tortorelli - BR 262	(67) 3314-5840
Informações Turísticas	0800-647 6050

Defesa Civil – (67) 3092-3544
DECAT - Delegacia Especializada de Repressão a Crimes Ambientais e Proteção ao Turista - (67)3368-6144
Bombeiros - 193
Polícia Militar - 190
Pronto Socorro - (67) 3322-4286

Informações Turísticas – (67) 0800-647-6050

INFORMAÇÕES: SEDESC / DEPARTAMENTO DE TURISMO
Av. Afonso Pena, 3297 – Campo Grande - MS - Brasil
(67) 3314-3580 / 3314-3588
turismo@sedesc.capital.ms.gov.br | www.capital.ms.gov.br

Memorial da Cultura Indígena

Rua Terena, s/n - Loteamento Marçal de Souza - Bairro Tiradentes
Fone: (67) 3314-3544
Horário de visitação: diariamente, das 8 às 18h

Casa do Artesão

Av. Calógeras, 2050 | Fone: (67) 3383-2633
Horário de atendimento: segunda-feira a sábado, das 8 às 18h

Camelódromo

Av. Noroeste, 5089 | Fone: (67) 3382-6714
Horário de atendimento: diariamente, das 7 às 18h

Feira Central

Esplanada da Ferrovia - Av. Calógeras / Rua 14 de Julho
Fone: (67) 3317-4671 Horário de atendimento: quarta e quinta, a partir das 16h - sexta, sábado e domingo, a partir das 12h

Shopping Campo Grande

Av. Afonso Pena, 4329 | Fone: (67) 3389-8000
Horário de atendimento: segunda a domingo, das 10 às 22h
domingo - praça de alimentação, das 10 às 22h - lojas, das 14 às 20h

Mercadão Municipal

Rua 7 de Setembro, 65 | Fone: (67) 3383-3157
Horário de atendimento: segunda-feira a sábado, das 6h30 às 18h30
domingo e feriado, das 6 às 12h

Morada dos Baís (Pensão Pimentel)

Av. Noroeste, 5140 | Fone: (67) 3314-3693
Horário de atendimento: terça-feira a sábado, das 8 às 19h
domingo, das 9 às 12h

Armazém Cultural

Esplanada da Ferrovia - Av. Calógeras, s/n | Fone: (67) 3314-3154
Horário de atendimento: segunda-feira a domingo, das 8 às 14h

Norte Sul Plaza

Avenida Ernesto Geisel, 2.300 - Jockey Club - Campo Grande - MS
Fone: (67) 3027-3901 | Horário de atendimento: segunda a sábado, das 10h às 22h. Domingos e feriados das 12h às 20h.

Teatro Glauce Rocha

Cidade Universitária, s/n - UFMS | Fone: (67) 3345-7260
Horário de atendimento: segunda a sexta-feira, das 7 às 17h

Estádio Pedro Pedrossian

Complexo Universitário - UFMS | Fone: (67) 3345-7260

Centro de Convenções Rubens Gil de Camillo

Rua Waldir dos Santos Pereira, s/n - Parque dos Poderes
Fone: (67) 3318-2800
Horário de atendimento: segunda a sexta-feira, das 7h30 às 17h30

Monumento dos Imigrantes (Carro de Boi)

Av. Fernando Corrêa da Costa com Av. Ernesto Geisel
"Vindos de carros de boi, os precursores iniciaram ali a formação do povoado".

Parque das Nações Indígenas

Altos da Av. Afonso Pena | Fone: (67) 3326-2254
Horário de atendimento: segunda-feira a domingo, das 6 às 21h

Igreja São Francisco

Rua 14 de Julho, 4213 | Fone: (67) 3317-7950
Horário de atendimento: segunda a sexta-feira, das 7 às 17h
sábado, das 7 às 11h

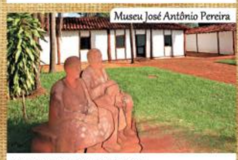
Catedral Nossa Senhora da Abadia e Santo Antônio

Travessa Lídia Baís, s/n | Fone e fax: (67) 3317-4965
Horário de atendimento: segunda a sexta-feira, das 7 às 13h
e das 15h às 20h

Igreja Universal

Av. Mato Grosso, 961 | Fone: (67) 3384-3939 - (67) 3325-8080

Museu José Antônio Pereira



Av. Guaicurus, s/n | Fone: (67) 3314-3181
Horário de atendimento: terça-feira a domingo, das 9 às 17h

Praça da Araras

Rua Dr. João Rosa Pires com Rua Dom Aquino
Escultura que retrata a ave-símbolo do Pantanal.
Obra do artista plástico Cleir Ávila.

Monumento Pantanal Sul (Tuiuiús)

Aeroporto Internacional de Campo Grande
Escultura do artista plástico Cleir Ávila.

Horto Florestal Antônio de Albuquerque

Rua do Parque | Fone: (67) 3314-3691
Horário de atendimento: terça-feira a sábado, das 5 às 20h
domingo, das 5 às 21h - segunda somente biblioteca, das 13 às 17h30

Terminal Rodoviário

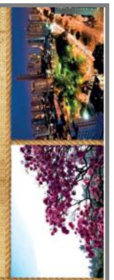
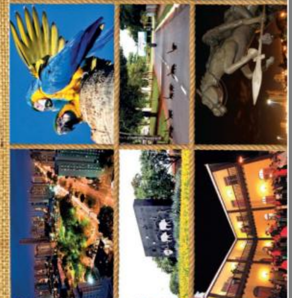
Avenida Gury Marques, 1215 - Bairro Universitário
Fone: (67) 3313-8707

Parque Estadual do Prosa / CRAS - Centro de Reabilitação de Animais Silvestres

Altos da Av. Afonso Pena | Fone: (67) 3326-1370

Parque Estadual do Sóter

Rua Cristóvão Lechuga Luengo, 25 - Vila Mata do Jacinto
Fone: (67)3314-8305
Horário de visitação: diariamente, das 8 às 18h

Mapa turístico

Campo Grande
Mato Grosso do Sul