



Vol. 12, Nº 26 (junio/junho 2019)

CEMITÉRIO DO IMIGRANTE DE JOINVILLE/SC: UM ESTUDO ACERCA DAS EMOÇÕES EXPRESSADAS NO TRIPADVISOR

Alice Leoti

Bacharela em Turismo (UFPel); Especialista em Gestão Pública e Desenvolvimento Regional (UFPel); Mestra em Memória Social e Patrimônio Cultural (UFPel) com bolsa CAPES; Doutoranda em Turismo e Hotelaria (UNIVALI) com bolsa CAPES; Docente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo na UNIPAMPA.
aliceleoti@hotmail.com

Tércio Pereira

Bacharel em Administração (UNIVALI); MBA em Gestão Estratégica em Vendas e Varejo (UNIVALI); Especialista em Marketing Criativo (UNIVALI); Mestrando em Turismo e Hotelaria (UNIVALI).
tercio@outlook.com

Luciano Torres Tricárico

Docente e pesquisador da UNIVALI (curso de graduação de Arquitetura e Urbanismo, Engenharia Civil, Turismo e Hotelaria; Tecnólogo em Design de Interiores; Especialização em Design de Interiores; Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria; Programa de Pós-graduação em Ciência e Tecnologia Ambiental e disciplina do Núcleo de Disciplinas Internacionalizadas - Arquitetura Brasileira). Líder do Grupo de Pesquisa Turismo, Hospitalidade e Gastronomia, vinculado ao CNPq. Pesquisador vinculado ao CNPq. Editor da Revista Turismo: Visão e Ação.
tricarico@univali.br

Diva de Mello Rossini

Docente dos cursos de Arquitetura e Urbanismo, Tecnólogo em Design de Interiores, Mestrado e Doutorado em Turismo e Vice-coordenadora do Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Tem experiência na área de Arquitetura e Urbanismo, com ênfase em Projeto de Arquitetura e Urbanismo, atuando principalmente nos seguintes temas: arquitetura da cidade e seus atributos turísticos culturais, projeto arquitetônico, ergonomia.
divarossini@univali.br

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Alice Leoti, Tércio Pereira, Luciano Torres Tricárico y Diva de Mello Rossini (2019): "Cemitério do Imigrante de Joinville/SC: um estudo acerca das emoções expressadas no TripAdvisor", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 26 (junio/junho 2019). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/turydes/26/cemiterio-joinville.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes26cemiterio-joinville>

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar as emoções dos visitantes do Cemitério do Imigrante, de Joinville (SC) utilizando-se das emoções categorizadas por Ekman e Friesen (1978). Como objetivos específicos pretendem identificar as emoções expressas nos comentários para demonstrar as emoções dos turistas, compreender a relação entre turismo e cemitérios, a partir do entendimento do turista. A metodologia deste trabalho tem orientação quantitativa e qualitativa. Nessas análises, foram utilizado o pacote de software NVivo 12 plus e entrevista aberta. Referente a coleta de dados foram levantados 64 (sessenta e quatro) comentários

acerca do Cemitério do Imigrante no TripAdvisor. Também foi entrevistada por email uma funcionária do Cemitério do Imigrante. Como resultado foi detectado todas as emoções nos comentários.

Palavras chaves: Cemitério. Emoções. TripAdvisor. Patrimônio. Turismo Cemiterial.

Resumen

Este estudio tiene como objetivo analizar las emociones de los visitantes del Cementerio del Inmigrante, de Joinville (SC) utilizando las emociones categorizadas por Ekman y Friesen (1978). Como objetivos específicos pretenden identificar las emociones expresadas en los comentarios para demostrar las emociones de los turistas, comprender la relación entre turismo y cementerios, a partir del entendimiento del turista. La metodología de este trabajo tiene orientación cuantitativa y cualitativa. En estos análisis, se utilizó el software NVivo 12 plus y la entrevista abierta. Acerca de la colección de datos se levantaron 64 (sesenta y cuatro) comentarios acerca del Cementerio del Inmigrante en TripAdvisor. También fue entrevistada por correo electrónico una funcionaria del Cementerio del Inmigrante. Como resultado se detectaron todas las emociones en los comentarios.

Palabras claves: Cementerio. Las emociones. TripAdvisor. Equidad. Turismo Cementerio.

Abstrac

This study aims to analyze the emotions of visitors to the Cemitério do Imigrante, from Joinville (SC) using the emotions categorized by Ekman and Friesen (1978). As specific objectives are intended to identify the emotions expressed in reviews to demonstrate the emotions of tourists, understand the relationship between tourism and cemeteries, from the understanding of the tourist. The methodology of this article has quantitative and qualitative orientation. In these analyzes, the NVivo 12 plus software package and open interview were used. Regarding data collection, 64 (sixty-four) comments were made about the Cemitério do Imigrante on TripAdvisor. An employee of the Immigrant Cemetery was also interviewed by email. As a result all the emotions were detected in the comments.

Keywords: Cemetery, Emotions, TripAdvisor, Heritage, Dark tourism, Cemiterial Tourism.

Introdução

O turismo deixou de ser apenas um complexo fenômeno socioeconômico para se converter em uma das forças transformadoras do mundo pós-industrial. O setor é hoje considerado como a principal atividade econômica, superando setores tradicionais da economia. Ele tem ajudando a redesenhar as estruturas mundiais, influenciando a globalização, os novos blocos econômicos e, em resumo, a nova ordem internacional. Este é o setor que mais emprega pessoas em todo

o mundo, que realiza investimentos sólidos para manter a atividade e que apresenta as melhores perspectivas de expansão nos próximos anos, principalmente em função das novas formas de organização do trabalho, que permitirão que o homem tenha mais horas para o desfrute do lazer (Dias, 2008).

Para Ashton (2006), a circulação de turistas em todos os recantos do globo passa a interessar pesquisadores de diferentes áreas, tanto no campo científico, quanto em relação aos setores que envolvem a economia e sua diversificação como fonte de renda para a localidade receptora. O Turismo passa, desse modo, a ser objeto de estudos nas diferentes esferas de sua abrangência, por se inscrever como vetor para o desenvolvimento. Dada a sua natureza multifacetada, o seu espectro compreende e perpassa distintos setores, desde o econômico, o social, o cultural e o ambiental de vários países, que passam a acreditar no seu potencial turístico, como gerador de empregos, de receita e da preservação e divulgação no quesito sociocultural.

Sabendo dessa relevância Puerto e Baptista (2015) citam que pensar em atividades nos cemitérios que ultrapassem os ritos fúnebres e os sepultamentos pode, em um primeiro momento, parecer algo inovador; no entanto, durante o período medieval, danças, jogos, vendas, trocas e até atos jurídicos eram realizados no espaço cemiterial.

Apesar de não ser algo inovador, como citam as autoras, no período medieval as atividades ocorrerem dentro de um cemitério era algo comum, porém na contemporaneidade essa relação apesar de ser distante vem ganhando notoriedade no turismo. Assim, as atividades desenvolvidas em um cemitério são restritas, e tal fato desperta o questionamento acerca de quais as experiências emocionais vivenciadas pelos turistas e visitantes de uma necrópole.

Deste modo, este estudo tem como objetivo geral analisar a percepção emocional dos visitantes do Cemitério do Imigrante, de Joinville (SC), através dos comentários dos visitantes postados no site TripAdvisor. Como objetivos específicos pretende-se identificar as emoções expressas nos comentários, quantificar as palavras mais usadas para demonstrar as emoções dos turistas, compreender a relação entre turismo e cemitérios, a partir do entendimento do turista.

A escolha do site do TripAdvisor deve-se ao fato de que, segundo O'Connor (2010), é a maior rede *online* de consumidores de viagens. É um espaço virtual *online* dedicado a fornecer informações, opiniões e percepções de pessoas que já visitaram determinados atrativos turísticos. O seu conteúdo é interativo e versa sobre viagens e turismo. As revisões *online* são altamente confiáveis, para 70% dos consumidores globais segundo pesquisa (Grimes, 2012) indicando que eles confiam nesta forma de comunicação.

Para tanto, a metodologia deste trabalho tem orientação quantitativa e qualitativa. Nas análises quantitativa e qualitativa, foi utilizado o pacote de software NVivo 12 plus - que é voltado para estudo de dados qualitativos - com o propósito de identificar e classificar os sentimentos presentes nos comentários dos visitantes. Foram analisados 64 (sessenta e quatro) comentários acerca do Cemitério do Imigrante, sendo o primeiro deles datado em 6 de julho de 2013 e o último em 10 de setembro de 2018. A classificação das emoções tomou por base o modelo proposto por Paul Ekman e Wallace Friesen (1978), que é composto por seis sentimentos: tristeza, raiva, alegria, medo, desgosto e surpresa. Ainda, foi realizada uma entrevista por email com uma funcionária do Cemitério do Imigrante, com o intuito de averiguar informações acerca das visitas.

Este estudo tem sua relevância dada a sua análise acerca das emoções sentidas pelos visitantes em cemitérios patrimoniais. Estudar as sensações produzidas pelo Cemitério do Imigrante, a partir do olhar do visitante, permite compreender o desconhecimento acerca da história e memória ali presente, além de propiciar informações para o desenvolvimento de atividades turísticas que despertam tais emoções nos visitantes.

O trabalho está estruturado da seguinte forma: Introdução; Turismo em cemitérios; Cemitério como patrimônio cultural; Cemitério do Imigrante - Joinville/SC; Análise e Discussão de Resultados; e, Considerações Finais.

Turismo em cemitérios

Segundo Babic e Bingula (2015), os cemitérios são lugares para homenagear o falecido, o último local de descanso onde inúmeras práticas rememorativas são realizadas. Lembrar e comemorar o passado é parte essencial do presente. A memória e a comemoração estão inextricavelmente ligadas aos processos patrimoniais. Defende McDowell (2008), que uma das características das sociedades modernas é o desejo de representar a memória através da marcação de 'lugar' e é geralmente filiado a locais com os quais as pessoas se conectam, física ou emocionalmente.

No entendimento de Marques (2018), o cemitério pode ser entendido como uma cidade, já que este é formado por ruas, alamedas, possui numeração predial e está dividido em lotes. Porém, o cemitério é a morada dos mortos, ou seja, é um espelho das cidades dos vivos, onde é a morada eterna do que já faleceram.

Nesse sentido, o cemitério, bem como a cidade, atrai pessoas com interesse em conhecer o passado e presente de uma cultura, de uma religião, que pode ser a sua ou a de outra comunidade. Para Marques (2018), o interesse turístico pela visita em cemitérios não deve causar estranhamentos, já que há uma quantidade crescente de pessoas que buscam a fruição de espaços cemiteriais.

Corroborando a compreensão de Marques (2018) acerca da atividade turística em cemitérios, Moesch (2002, p. 9) afirma que o turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços que envolve prática social com base cultural, patrimônio, meio ambiente, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade e troca de informações interculturais. Para o autor, a soma desses fatores produz um fenômeno rico em objetividade e subjetividade.

O turismo em cemitérios demonstra a busca de informações culturais, e através dela entender as práticas sociais realizadas no destino na qual se está visitando. A visita turística nas necrópoles é marcada pela dualidade objetividade e subjetividade, de acordo com Moesch (2002). Objetividade presente nos aspectos materiais - cal, cimento, mármore, ferro, cobre, etc., e subjetividade nos simbolismos na arte fúnebre, nas relações entre vivos e mortos, e outros.

A materialidade presente nos cemitérios históricos, de acordo com Del Puerto (2016), pode ao primeiro olhar parecer estanque, no entanto, o seu significado e usos, são permeados pela subjetividade e possui relação direta com a questão temporal para a sua interpretação. A autora, diz que os cemitérios quando olhado sob a perspectiva de um espaço cultural, de cidade, permite vislumbrar a relação humana com a morte.

Conforme Del Puerto (2016), o Brasil, vivenciou uma mudança no que diz respeito às construções espaciais dos cemitérios. O que outrora era repleto de adornos, obras de arte, mausoléus com suntuosidade; agora é formado pelos chamados cemitérios verticais, que apenas se diferenciam entre pequenas placas de mármore ou bronze. Deste modo, os cemitérios de maior interesse turísticos são os históricos, ou aqueles que possuem alguma personalidade política, esportista ou artística sepultada ali.

A interpretação cultural por intermédio dos espaços fúnebre, remete a uma atividade que pode ser contemplada pelo conceito de turismo cultural dado pelo Ministério da Cultura (BRASIL, 2010, p. 15) "Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura".

Borges (2002) destaca que na década de 1980, surgiu o modismo de se visitar cemitérios importantes na Europa e nos Estados Unidos. Em consequência, as agências de turismo passam a criar pacotes turísticos específicos para esse novo cliente. Já no Brasil, a atividade turística em cemitérios ainda não está bem desenvolvido. Segundo Puerto e Baptista (2015), alguns dos cemitérios utilizados para a atividade turística são Consolação e Araçá, localizados na cidade de São Paulo, e o Cemitério São João Batista, localizado no Rio de Janeiro. Existem ainda outras necrópoles que recebem visitantes em função da fé depositada a alguns inumados tidos como milagreiros.

Cemitério: patrimônio cultural e potencial turístico

A concepção de patrimônio, de acordo estudos teóricos, aponta que a herança cultural é um processo de comunicação e negociação sempre ajustado às necessidades do presente. Como Smith (2006) argumenta, é "um processo cultural constitutivo que identifica essas coisas e lugares que podem receber significado e valor como 'herança', refletindo valores culturais e sociais contemporâneos, debates e aspirações".

Sendo assim, a ideia central de patrimônio cultural está associada a continuidade cultural de grupos sociais, especialmente, quando se trata de repassar as tradições culturais as gerações mais novas. De acordo com Pereira (2009, p. 141) "O patrimônio cultural tende a ter um sentido público, comunitário e de identificação coletiva alargada.". Deste modo, quando se fala de patrimônio cultural se está tratando de valores relacionados aos bens materiais e imateriais de um povo.

Segundo Prats (1998) patrimônio cultural pode ser entendido como aquilo que socialmente considerado único e que necessite ser conservado, sem obrigatoriamente ter utilidade. Ainda, conforme Prats (1998), o patrimônio é o resultado da construção social de um discurso coletivo e uma forma de legitimar a realidade.

Em contextos patrimoniais, os turistas podem alcançar uma experiência existencial, acabando por chegar a um sentimento de prazer, auto-realização ou bem-estar (KOLAR & ZABKAR, 2010 ; WANG, 1999). Presumivelmente, esses sentimentos e emoções positivas se traduzirão em comportamentos leais, como visitas repetidas, a longo prazo. Estudos anteriores, porém, se concentraram na autenticidade objetiva e na lealdade, com poucas exceções (embora até mesmo forneçam evidências inconsistentes).

Nesse contexto se inserem os cemitérios históricos, já que narram parte da história da localidade onde estão situados. Como guardiões da memória social, tornam-se excelente fonte de conhecimento para pesquisadores e para turistas que desejam conhecer a formação histórica de um povo, como no caso do Cemitério do Imigrante de Joinville (SC). Os visitantes costumam visitar os cemitérios com o intuito de conhecer os túmulos de personalidade políticas e/ou artistas, e também, para contemplar obras de arte contidas nos túmulos, e ainda, alguns buscam o cemitério com a finalidade de usufruir da paz e tranquilidade que os espaços cemiteriais proporcionam.

Para Carrasco e Nappi (2009), os cemitérios possuem valor artístico dado aos seus ornamentos e a arquitetura tumular, muitas vezes esculpidos em mármore, bronze, ferro fundido e forjado, formando verdadeiras obras de arte. Para Ismério (2013) a burguesia, como forma de ostentar e eternizar, considerou o cemitério como local ideal para se promoverem e

diferenciar-se dos demais. Dessa forma ainda hoje, o alto padrão social das famílias é representados nesse habitat póstumo.

Ainda, de acordo com Carrasco e Nappi (2009), os cemitérios podem assumir um valor de caráter ambiental/urbano, uma vez que por serem espaços abertos, muitas vezes preservam áreas verdes. O Cemitério do Imigrante de Joinville é um exemplo disso (FIGURA 1).



FIGURA 1 – Vista da entrada do Cemitério do Imigrante

Fonte: Google Maps, 2018.

A singularidade dos cemitérios protestantes está na formação conjunta de possuir túmulos de pessoas católicas que são caracterizados pela riqueza de ornamentos e pelos túmulos dos protestantes identificados pela sobriedade. De acordo com Carrasco (2009), como principal característica dos cemitérios protestantes é o cuidado com o paisagismo. A vegetação é fator fundamental para a valorização da arquitetura tumular que no geral é simples e com isso cria um ambiente aprazível. No que tange a atratividade turística nestes cemitérios, em primeiro lugar seria para desfrutar da tranquilidade e paz e em um segundo momento seria exatamente esse ambiente paisagista.

Deste modo, o valor patrimonial dos cemitérios protestantes está na mescla entre a sobriedade protestante com os ornamentos católicos, que são associados a um ambiente arborizado. Essa vegetação que cria um clima de tranquilidade que permite ao visitante relaxar e usufruir do paisagismo.

Análise e Discussão de Resultados

Cemitério do Imigrante - Joinville/SC

Joinville é um município com quase 600 mil habitantes (IBGE, 2018), e é a maior cidade do estado de Santa Catarina. A história do município data do primeiro meado do século XIX, quando a princesa do Brasil, Francisca de Bragança, se casa em 1843 com Francisco Fernando de Orléans (filho de Luís Filipe I da França). Em 1851, começa o processo de colonização da área com a chegada de imigrantes europeus – principalmente pelos de origem germânica –, em sua grande maioria agricultores (CARRASCO, 2009).

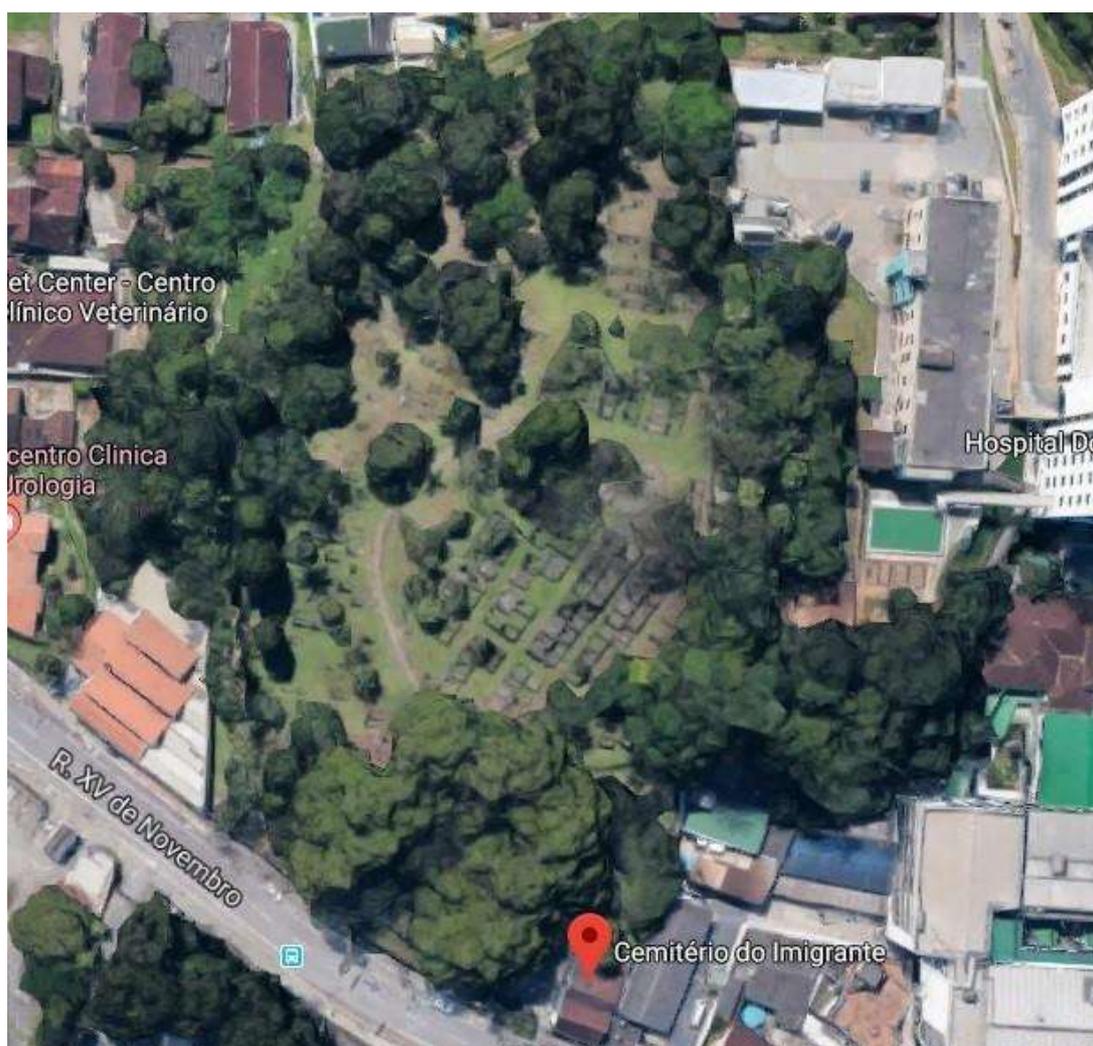
Nesse período o Brasil tinha o catolicismo como religião oficial do país, assim o ato de professar outra fé mostra-se como um obstáculo. Deste modo, com esse fluxo migratório de pessoas com crenças diferentes começam a surgir e a com ele, há uma reação por parte dos católicos. Neste período, a Igreja Católica tinha a incumbência de realizar os registros de nascimento, casamento e óbito, porém, esses direitos de cidadãos eram vedados aos praticantes de outra religião, no caso, a protestante. Tais restrições se estendiam até o ato de inumação, uma vez que protestantes eram proibidos de sepultarem seus entes queridos junto aos católicos (CASTRO, 2009).

Em muitos lugares do mundo, bem como no Brasil, fazia parte da tradição católica o sepultamento dentro da igreja (altares, paredes, chão) ou no pátio das igrejas. No entanto, ainda no século XIX, devido à epidemia de cólera, tem início um movimento higienista que visava afastar os lugares dedicados aos mortos do núcleo urbano, para assim evitar novas contaminações (DEL PUERTO, 2016).

Neste contexto, cria-se o primeiro cemitério da Colônia Dona Francisca, hoje cidade de Joinville. Em sua inauguração, o cemitério foi abençoado pelo pastor protestante Daniel Hoffmann. Segundo Castro (2009), o Cemitério do Imigrante foi destinado ao sepultamento de pessoas brancas com orientação religiosa luterana ou católica, mas também ali foram enterrados escravos, que pertenciam às famílias que já se encontravam na região, em períodos anteriores a chegada dos imigrantes europeus.

O Cemitério do Imigrante está localizado no alto de um morro, na rua XV de Novembro (FIGURA 1). O local de sua instalação foi escolhido pela Companhia Colonizadora de Hamburgo, uma vez que a Companhia esteve à frente do processo de formação da Colônia Dona Francisca. Desde a sua fundação em 1851 até o sua desativação em 1913 – dada a instalação do cemitério municipal –, o cemitério acumulou aproximadamente 490 sepulturas. No entanto, segundo a Prefeitura Municipal de Joinville (2018), estima-se que existam aproximadamente 2 mil corpos sepultados no Cemitério do Imigrante.

FIGURA 2 – Foto aérea do Cemitério do Imigrante



Fonte: Google Maps, 2018.

Em 1962, o Departamento do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (DPHAN) – atual Instituto Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) – reconheceu o Cemitério do Imigrante como Patrimônio Nacional, tendo sido inscrito em dois livros tomo: Livro Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico, e Livro Tombo Histórico. Ambas as inscrições foram realizadas em novembro de 1962.

Quatro anos após o tombamento, um grupo de pessoas integrantes da Comissão do Museu Nacional da Imigração e Colonização somaram forças juntos aos descendentes das pessoas enterradas no Cemitério do Imigrante com o propósito de fazer reparos nos túmulos. Porém, devido aos impasses com o DPHAN, como a falta de órgão local especializado para orientar tais reparos, nenhuma ação prática foi realizada (CARRASCO, 2009). Cabe destacar que o

Museu Nacional de Imigração e Colonização foi criado pela Lei Federal nº 3.188 de 02/07/1957, e tem como objetivo recolher objetos e documentos escritos relacionados ao processo histórico de imigração e colonização.

Mais de uma década depois da primeira tentativa de restaurar, inicia-se outra mobilização através da criação de uma nova comissão que propuseram melhorias a fim de minimizar os danos causados pelo vandalismo. O Cemitério do Imigrante encontrava-se com túmulos e grades de ferro com alto nível de degradação. Uma das principais proposições da comissão era a desativação e retirada de uma torre de televisão que estava localizada nos domínios do cemitério. Estas ações foram efetivadas em 1983.

No ano seguinte, em 1984, foi criada a Casa da Memória com fins de preservação da memória, história e cultura do município de Joinville (SC), em especial o que diz respeito ao patrimônio cemiterial. A sede da Casa da Memória (FIGURA 3) é contígua ao Cemitério do Imigrante, e antigamente servia como residência para do coveiro.

FIGURA 3 – Sede da Casa da Memória



Fonte: Blogdapedagogia, 2012.

A Prefeitura Municipal de Joinville, em fins da década de 1980, promoveu um programa de adoção de espaço público por parte de empresas privadas com objetivo de fazer melhorias nesses locais. A Companhia Hansen Industrial (atual indústria de tubos e conexões Tigre) integrou o programa e adotou por dois anos o Cemitério do Imigrante e a Casa da Memória. Durante esse período a empresa se responsabilizou pela manutenção geral da Casa da Memória e conservação regular do paisagismo do Cemitério do Imigrante (CARRASCO, 2009).

Um levantamento detalhado acerca do estado de conservação, realizado em 1999, culminou no projeto “Cemitério do Imigrante de Joinville: Monumento a ser preservado”, que foi aprovado pelo Ministério da Cultura e recebeu recursos do Fundo Nacional de Cultura. Projeto este que foi executado no ano seguinte a sua elaboração.

Atualmente, o Cemitério do Imigrante é aberto à visitação turística e são realizadas visitas guiadas, desde que sejam agendadas, porque ainda não há um monitor com dedicação exclusiva ao Cemitério. Para a realização da visitação é necessário o deslocamento de monitor de outros locais. O agendamento é feito via Casa da Memória (SCHIESSEL, 2018).

O período de maior fluxo de turistas é durante os meses de férias: janeiro, fevereiro e julho. Nos demais meses do ano, as visitas são marcadamente de grupos escolares, já que as escolas de Joinville desenvolvem projetos que vinculam às visitas aos espaços museais (SCHIESSEL, 2018). Não há limitação na quantidade de visitantes simultaneamente. Segundo Schiessel (2018), os visitantes costumam andar em grupos de três a quatro pessoas, já os grupos são formados por aproximadamente trinta pessoas.

Análise das Emoções

Baseado nas emoções identificadas por Ekman e Friesen (1978), alegria, surpresa, raiva, medo, tristeza e desgosto, foram categorizados os 64 comentários usando o software Nvivo 12 plus. Todas as seis categorias puderam ser observadas nos comentários, nos quais totalizaram 75 percepções. O número de percepções foi superior a quantidade de comentários, já que em alguns dos comentários identificou-se a expressão de mais de uma emoção presente. Alguns comentários apresentavam sentimento de alegria ou surpresa, especialmente quando faziam menção ao que foi encontrado no cemitério, porém ao decorrer da narrativa demonstraram na raiva ou desgosto, possivelmente ao estado de má preservação ou falta de recursos para a manutenção.

A partir deste momento, serão apresentados ordem crescente da quantidade (TABELA 1) de vezes que uma emoção foi identificada nos comentários. O sentimento medo apareceu em apenas um comentário, quando o visitante menciona que o cemitério era macabro. Verifica-se o turismo contribui para desmistificar o imaginário do cemitério como lugar macabro, já que em um universo de 75 emoções, apenas uma faz alusão a um espaço que causa medo. Retomando o que afirma Del Puerto (2016), o cemitério sob o ponto de vista cultural, demonstra a relação do ser humano com a morte. A partir deste entendimento, pode-se inferir que apenas uma pessoa que colocou seu comentário no TripAdvisor percebe o cemitério como um lugar como um lugar sombrio, que gera o sentimento de medo em relação a morte.

TABELA 1 – Emoções categorizadas e sua frequência nos comentários no TripAdvisor sobre o Cemitério do Imigrante em Joinville (SC)

Emoções	Quantidades percebidas	Frequência (%)
Alegria	41	54,67
Desgosto	7	9,33
Ira/raiva	9	12
Medo	1	1,34
Surpresa	14	18,66
Tristeza	3	4
TOTAL	75	100

Fonte: dados da pesquisa

O segundo sentimento foi a tristeza, tendo sido percebida em três comentários. Dois exemplos desse sentimento são: “O ponto negativo é que não está muito bem preservado.” e “Infelizmente, está em alto grau de deterioração”. Todos os três comentários citam a má preservação do patrimônio. Assim, através dos comentários, pode-se observar que os visitantes prezam pela conservação e manutenção do patrimônio cemiterial, assim demonstrando preocupação com as condições estruturais.

O estado de conservação do Cemitério do Imigrante chamou a atenção de seus visitantes. A informação dos poucos cuidados com a necrópole catarinense vai ao encontro do que afirma Borges (2002), quando o autor aponta que existe um afastamento do inumado em relação aos seus descendentes vivos. De acordo com o pesquisador, essa proximidade vai se esvaecendo com o passar dos anos e, especialmente, entre as gerações. O cuidado com as sepulturas costuma ir ao máximo até a terceira. Tal ausência de cuidados causou tristeza nos visitantes do Cemitério do Imigrante.

A terceira emoção percebida foi o desgosto, com sete menções nos comentários. O desgosto é a emoção na qual o indivíduo expressa sua insatisfação frente a uma situação. E, nos comentários nota-se que o desgosto é usado para falar sobre o fato do Cemitério do Imigrante estar fechado no domingo, e também da falta de monitoria durante a visitação. Este sentimento pode ser corroborado com o comentário: “Não há monitoria para atendimento de turistas. Somente em alguns dias quando a associação alemã está lá cumprindo horário.”.

Nesse contexto, o acompanhamento da visita turística por um monitor é de suma importância para a interpretação do patrimônio funerário, e a abertura do cemitério aos domingos é crucial para o estímulo à visita, tanto a turística quando a com o escopo de fruição do espaço de lazer. O turismo cultural, tal como aponta o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010), é o segmento turístico capaz de promover a mediação cultural entre o visitante e o patrimônio cultural existente no Cemitério do Imigrante.

O quarto sentimento com maior expressão foi a ira/raiva. Esse sentimento quando percebido está direcionado ao poder público. O descaso com o cemitério é apontado em nove comentários. Alguns desses comentários constroem o início da narrativa de forma positiva, mas terminam de forma negativa. Ora apresenta-se como um protesto contra o poder público, ora contra o turismo, como foi identificado no seguinte comentário: “Não sou para achar que Cemitério é ponto turístico... acho que é um lugar para respeitar, campo santo. Andava meio abandonado, fuja, não é ponto turístico...”. Já referente a falta de recurso e desinteresse por parte do poder público verifica-se nos comentários: “não há recursos para a melhora do espaço.”; “O local é bem interessante, faz parte da história da cidade, mas atualmente encontra-se em estado de abandono.”. E, ainda:

“O cemitério é parte da história da cidade e é muito bonito. Contudo, a atual situação do cemitério é terrível... matos crescendo, túmulos quase caindo... isso que o local é pouquíssimo aproveitado como ponto turístico de verdade. Falta um pouco de atenção do poder público municipal e federal com o local.”

E por fim, também é citada a falta de respeito dos turistas com o patrimônio como segue esse comentário:

“No entanto, fiquei triste por ver a falta de respeito que os que visitam tem - túmulos picados, riscados, derrubados... o espaço deveria ser melhor cuidado e as pessoas deveriam ser mais educadas.”

Através do quarto sentimento, a raiva, observa-se que novamente Borges (2002) foi assertivo ao afirmar que após a terceira geração os túmulos vivenciam um estado de abandono. E, como o Cemitério do Imigrante é do século XIX, os cuidados com as sepulturas ficam a cargo da terceira e quarta geração dos inumados. No entanto, os visitantes direcionam seu sentimento de raiva ao poder público, possivelmente por entender que o cemitério enquanto um Patrimônio Nacional seja de responsabilidade do Estado. A raiva, também, aponta a necessidade de ações de Educação Patrimonial junto ao Cemitério do Imigrante, já que, conforme os visitantes, muitos turistas promovem atos de vandalismo no espaço cemiterial.

Referente a quinta emoção, a surpresa, foi citada em catorze comentários. A partir da quinta emoção, nota-se uma mudança na percepção acerca do estado de conservação do Cemitério

do Imigrante, uma vez que os visitantes afirmam que ele encontrava-se bem cuidado. O comentário “O antigo cemitério está atualmente bem cuidado e se insere de uma maneira nada mórbida na viagem ao passado que o Memorial que lhe fica anexo induz.” faz alusão a visita ao cemitério como uma maneira de acabar com o medo, o primeiro sentimento tratado nesta pesquisa. Logo abaixo se apresenta dois comentários que discorrem acerca do sentimento de surpresa:

“O cemitério fica bem perto do centro da cidade e é numa área bem alta e arborizada o que despertou a minha curiosidade. Não havia munitor mas visitei rapidamente . Alguns túmulos estão sendo restaurados. É um local histórico.”

“Fui conhecer o Museu em um dia que passava na frente. Tem bastante informações principalmente sobre brasões das famílias tradicionais que foram o início da sociedade alemã em Joinville e que ajudaram a construir a cidade. Muito instrutivo e com excelente atendimento que recebi ali sobre brasões.”

Possivelmente esse sentimento tenha sido observado devido ao fato de que as pessoas não esperavam conhecer a história e a cultura de Joinville no Cemitério do Imigrante. Assim, demonstram surpresa com a capacidade de mudança de sentimento proporcionada pela visita turística, chegando a considerar o local como um museu a céu aberto. Este museu conta a história da fundação da antiga Colônia Dona Francisca, atual cidade de Joinville, seus antigos colonizadores e passagens da história da cidade.

A emoção surpresa, aponta a relevância da atividade turística que faz uso social do patrimônio cultural, dos valores e tradições narradas através do Cemitério do Imigrante. O turismo cultural, corrobora na construção da história e identidade cultural de uma comunidade. Deste modo, a emoção surpresa demonstra a capacidade do turismo cultural em gerar emoções positivas no seu visitante. Ela indica, também, a necessidade da gestão do Cemitério do Imigrante em desenvolver a visita turística.

A surpresa demonstra que a questão paisagística, como afirma Carrasco (2009), cria um ambiente agradável uma vez que está em harmonia com a arquitetura tumular. O Cemitério do Imigrante é abundante em vegetação o que proporciona aos visitantes a sensação de tranquilidade e paz. Tais sensações são expressadas nos comentários descritos no TripAdvisor através da surpresa, pois os visitantes não esperavam ter essas impressões.

E por fim, a emoção com maior número de frequência, é a alegria, que apareceu em quarenta e um comentários. Os comentários falam em estar satisfeitos por encontrarem um lugar tão bem preservado e arborizado, principalmente nos comentários que cronologicamente são mais recentes. No comentário a seguir, o visitante faz referência direta ao sentimento de felicidade “Gosto de visitar cemitérios por todas as histórias que eles carregam. No caso deste, fico feliz

que a cidade tenha crescido tanto e mantido o espaço por respeito ao imigrantes que fundaram a cidade.". Já outros demonstram suas emoções de forma indireta "Lugar bem cuidado, um belo exemplar da arquitetura da região, com um bom acervo de móveis de época. Visita bem agradável, num lugar muito aprazível no centro de Joinville." e "Muito bacana o local, a casa enxaimel e galpão com os meios de transportes do final do século XIX compensa a visita".

A sensação de felicidade pode ser observada em outros comentários, como quando é citado o Museu do Imigrante e as construções em estilo enxaimel " Anexo ao Museu do Imigrante, no centro da cidade, contém construções no estilo enxaimel, decoradas ao estilo da época, com objetos uso diário e carruagens, que contam um pouco da história de Joinville" e "A Casa e o Cemitério são um refúgio da agitação no Centro de Joinville. Atualmente é muito bem cuidado".

E, por fim, os visitantes mencionam outro fator, que é referente as músicas clássicas tocada aos domingos: "Lindas musicas classicas. Recomendado pelo Germania. Foi um domingo delicioso. Parece Alemanha, pessoas educadas. Lugar lindo. Obrigada pela indicacao, um concerto que faz bem para a alma. Sempre no primeiro domingo do mes. Parabens Carla" e "Excelente programa para domingo pela manha. Musica classica de qualidade. O Hotel Germania da todas as indicações". Um dos comentário afirma que música faz bem para a alma, dando a entender que o concerto musical corrobora com o espaço para trazer alegria aos visitantes.

Alegria é um sentimento é o sentimento que a maior parte das pessoas buscam sentir ao longo de sua vida. No turismo, isso não é diferente. Nesse sentido, verifica-se que a emoção alegria traz um apontamento nítido para os gestores do Cemitério do Imigrante, que trata-se de desenvolver atividades de lazer e turismo dentro do espaço cemiterial, como o concerto de música clássica. Cunha (2014) descreve a música associada ao turismo como uma associação capaz de promover a alegria, a autoestima e gerar renda para a comunidade local.

Percebe-se uma ligação entre revisão dos comentários com a revisão bibliográfica levantada. Alguns comentários explicitaram o que foi dito por Carrasco (2009) que cita que um dos fatores na visita a um cemitério protestante está relacionado ao paisagismo. Nesse levantamento ele foi inicialmente demonstrado na análises de forma negativa devido a percepção do visitante/turista quanto ao cuidado do cemitério porém a partir de um determinado corte temporal foi mais representado de forma positiva nesse aspecto, o que faz sentido uma vez que esse levantamento se deu de forma longitudinal captando todos os comentários feitos pelos usuários. É possível que tal fato tenha ocorrido porque o cemitério passou por uma reforma, onde provavelmente ocasionou a mudança da percepção dos turistas e visitantes. Também houve uma significativa relação com as falas de Marques (2018) e McDowell (2008) sendo que o primeiro falava das necrópoles, as cidade dos mortos e o segundo falava do desejo de representar a memória através da marcação de 'lugar', uma vez que o cemitério

transmite esse sentimento da população local em de demarcar como local de descanso dos “colonizadores” ou como diz o nome do cemitério, do “imigrante”, o que nos leva a fala de Prats (1998) onde ele cita que o patrimônio cultural pode ser entendido como aquilo que socialmente considerado único e que necessite ser conservado, sem obrigatoriamente ter utilidade. Essa fala está presente nas revisões feitas pelos usuários, como algo importante para a comunidade e que deve sim ser preservada e conservada.

Considerações Finais

O presente estudo propôs analisar as emoções dos visitantes do Cemitério do Imigrante de Joinville (SC) no intuito de identificar as emoções expressas nas revisões do TripAdvisor. Como resultado, destaca-se a categoria alegria, citando que as visitantes buscam a contemplação da urbanização, arborização e preservação do patrimônio. Outro fator relevante se dá ao fato das revisões tratarem o cemitério como de grande relevância para a história da cidade bem como a arte representada nas lápides.

As mídias sociais, hoje, são entendidas pelos usuários como espaços dedicados a expressar sentimentos e compartilhar conhecimentos acerca de um objeto, de uma situação ou de experiências vividas em um destino turístico. O TripAdvisor pode ser visto como uma versão online de uma propaganda boca-a-boca, portanto, é uma ferramenta de marketing. As avaliações expressadas na plataforma são o feedback do visitante em tempo real. Nesse contexto, é imperativo que os gestores do Cemitério do Imigrante percebam as reclamações e os elogios como ferramenta para correções de problemas que causaram tristeza, desgosto, raiva e medo; bem como para o restabelecimento de atividades consideradas interessantes, como os concertos de música, que promoveram a alegria; e, a constante manutenção do paisagismo e preservação dos túmulos que narram histórias, que despertaram a surpresa.

Deste modo, este trabalho traz três contribuições: sendo duas específicas para a gestão do patrimônio cultural e uma contribuição teórica e acadêmica. A primeira contribuição diz respeito à apropriação das mídias digitais como ferramenta de gestão e marketing turístico do patrimônio. O uso do TripAdvisor é relevante para a promoção do patrimônio visto que instrumento gratuito – já que frequentemente o orçamento para manutenção e promoção de um patrimônio cultural é baixo ou inexistente – e de fácil manipulação para o usuário. A segunda contribuição se deu através da categorização dos comentários em seis emoções (alegria, surpresa, medo, desgosto, ira/raiva e tristeza), tomando por base as teorias de Ekman e Friesen (1978), permitem ao gestor identificar o que precisa ser melhorado ou modificado – especialmente quando for associado às emoções tristeza, desgosto, medo e raiva – e, o que deve ser incentivado e desenvolvido – quando remeterem as emoções de surpresa e alegria. A terceira contribuição está na contribuição teórica na associação entre os conceitos turismo

cultural e cemiterial e suas práticas a emoções categorizadas por Ekman e Friesen (1978), principalmente aquelas expressadas em meios digitais, como no TripAdvisor.

Para os pesquisadores foi surpreendente observar que a emoção medo foi a menos citada nos comentários o que faz um contraponto com a imagem tradicional de cemitérios. Cabe salientar que quatro emoções (medo, tristeza, desgosto e raiva), foram mais frequentes durante o período compreendido entre 2013 a 2015. Do segundo semestre de 2015 em diante, os comentários passaram a ser mais positivos principalmente citando a qualidade da manutenção e preservação do patrimônio.

Embora o presente artigo tenha cumprido com seu objetivo inicial, acredita-se que outros estudos são necessários para complementar uma abordagem das emoções no Cemitério do Imigrante, como, por exemplo, um estudo sobre a mudança da percepção do turista referente a preservação do patrimônio entre os anos de 2013 a 2018. Uma análise histórica de fotos poderia dar uma luz sobre esse questionamento. Outra pesquisa seria a aplicação de um questionário no próprio cemitério.

Por fim, vale mencionar que a pesquisa apresentou limitações do ponto de vista metodológico, ao se concentrar apenas na análise de um revisor *online*, que no caso foi o TripAdvisor. E, o fato de ter apenas um entrevistado também trouxe poucas contribuições para a pesquisa. Todavia acredita-se que a proposta do artigo tenha sido obtida de forma satisfatória.

Referências

- Borges, M. .E. (2002). Arte funerária no Brasil (1890-1930): ofício de marmoraristas Italianos em Ribeirão Preto. (1 ed.). Belo Horizonte: Editora C/ARTE.
- Castro, E. (2009). Um chão para cair morto: os cemitérios de imigrantes protestantes em Santa Catarina no século XIX . Retrieved 05 out, 2018, from <https://elisianacastro.files.wordpress.com/2009/06/artigo-elisiana-siepea.pdf>
- Carrasco, G. L. A. (2009). Preservação de artefatos ornamentais de ferro integrados à arquitetura - estudo de caso: Cemitério do Imigrante, Joinville, SC. Florianópolis.
- Carrasco, G. L. A & Nappi, S. .C. .B. (2009). Cemitérios como fonte de pesquisa, de educação patrimonial e de turismo. Revista MUSEOLOGIA E PATRIMÔNIO, 2(2).
- Cunha, J. R. A. (2014). Festivais de músicas como indutores da valorização e promoção do turismo cultural: uma análise dos festivais Forraço e MPBeco na cidade de Natal, Rio Grande do Norte. (1 ed.). Natal (RN): Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- Del Puerto, C. B. (2016). TURISMO EM CEMITÉRIO: O Cemitério como Patrimônio e Atrativo Turístico, considerando a Trama Morte e Vida nas Necrópoles. (Universidade de Caxias do Sul ed.). Caxias do Sul (RS).

- DIAS, R. (2008). *Sociologia do Turismo*. São Paulo: Atlas.
- Ekman, P & Friesen, W. .V. . (1978). *Facial Action Coding System*. (1 ed.). Palo Alto: Consulting Psychologists Press.
- Grimes, M. 2012. Nielsen: global consumers' trust in 'earned' advertising grows in importance. [Online]. [01 May 2019]. Available from: <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/nielsen-global-consumers-trust-in-earned-advertising-grows.html>
- Marques, J. .A. .M. (2018). Turismo cemiterial - o «porquê» e o «onde». *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 29.
- Mcdowell, S. 2008. *Heritage, Memory and Identity*. Research Companions, Hampshire. pp. 37-55.
- Ministério do Turismo, Brasil (2010). *Turismo Cultural: orientações básicas*. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 3. Brasília.
- Moesch, M. (2002). *Além das disciplinas: O Desafio do Próximo Século*. Turismo e Investigação Crítica.
- O'Connor, P. (2010). Managing a hotel's image on TripAdvisor. *Journal of Hospitality. Marketing and Management*, 19(7), 754–772.
- PEREIRO, X. P. (2009) “Turismo Cultural. Uma visão antropológica”. Colección Pasos edita, numero 2, pp. 1-324.
- PRATS, Llorenç. El Concepto de Patrimônio Cultural. *In: Política y Sociedad*, (27): 63-76, 1998.
- Puerto, C. .D & Baptista, M. .L. (2015). Espaço cemiterial e Turismo: campo de ambivalência da vida e morte. *Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR*, 5(1), 42-53.
- SCHIESSEL, L. R. M. (2018) Entrevista realizada por email em 09/10/2018.
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. (1 ed.). London: Routledge.
- Kolar, T & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing?. *Tourism Management*, 31(5), 652-664.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.