

O MUSEU GETÚLIO VARGAS E OS DESAFIOS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

Nilsa Regina Oliveira de Andrade¹

Fernanda de Magalhães Trindade²

Resumo: O presente artigo tem o objetivo de analisar quais as mudanças provocadas pela pandemia de Covid-19 no Museu Getúlio Vargas, em São Borja (RS). Como procedimentos metodológicos, recorreu-se a revisão bibliográfica e a realização de uma entrevista estruturada com a Secretária Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer de São Borja. Em relação as mudanças ocasionadas pela pandemia, constatou-se a realização de eventos virtuais e como estratégia para atrair novos visitantes foi utilizada a inauguração de uma estátua de Getúlio Vargas na frente do museu. Entre os desafios enfrentados estão a realização de atividades que atraiam o retorno dos públicos para o museu.

Palavras-chave: Covid-19; Museu Getúlio Vargas, Pandemia; Turismo.

1 INTRODUÇÃO

A cidade de São Borja, localizada na fronteira oeste do estado do Rio Grande do Sul, é considerada uma cidade histórica por ser o berço de dois ex-presidentes da República, Getúlio Vargas e João Goulart. É também conhecida como a Capital do Fandango, através da Lei nº 091/20917, publicada no Diário Oficial da Assembleia Legislativa do estado do Rio Grande do Sul, em 25 de maio de 2017 (ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, 2017).

¹ Acadêmica do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal Farroupilha, *campus* São Borja. E-mail: nilsaoliveiradeandrade@gmail.com.

² Professora do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal Farroupilha, *campus* São Borja, Doutora em Educação nas Ciências, Mestra e Bacharela em Turismo e Hotelaria. E-mail: fernanda.trindade@iffarroupilha.edu.br.

São Borja faz fronteira com a cidade de Santo Tomé, município de Corrientes, na Argentina, cuja ponte que interliga os municípios é facilitadora do trânsito de turistas durante o ano inteiro.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021), São Borja tem 59.768 habitantes e pode ser considerada uma cidade com potencialidade turística para o desenvolvimento do turismo cultural e histórico, pois a cidade possui seis museus: Museu Getúlio Vargas, Casa Memorial João Goulart, Museu Ergológico da Estância, Museu Apparício Silva Rillo, Museu do Velho Regimento – Espaço Cultural Cabo Leocádio das Chagas – e o Museu do Esporte Alcino Rosa.

Nesse contexto, o tema escolhido para a pesquisa é o turismo cultural e o problema a ser respondido é: Quais as mudanças provocadas pela pandemia de Covid-19 no museu Getúlio Vargas? Para responder a essa questão, o presente artigo tem como objetivo analisar as mudanças ocorridas no museu Getúlio Vargas durante o período pandêmico.

Esta pesquisa trará importantes contribuições sobre os impactos da pandemia no segmento turístico em São Borja, além de servir como fonte de pesquisa para a gestão pública – responsável pela elaboração das políticas públicas do turismo –, em especial para a Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer, bem como para acadêmicos e profissionais da área.

Para atingir o objetivo proposto, recorreu-se a pesquisa bibliográfica e exploratória, com a utilização de entrevista como instrumento de pesquisa. Os dados foram analisados e são apresentados a seguir.

2 TURISMO

O turismo é um fenômeno social, que ao longo da Antiguidade e da Idade Média apresenta diferentes modos de viajar. No entanto, podemos identificar como marco do surgimento do turismo as viagens empreendidas na idade moderna – nos séculos XVII e XVIII – principalmente por jovens ingleses, cujo objetivo era servir de aprendizado e enriquecimento cultural (DIAS, 2008).

As viagens que os jovens aristocratas ingleses faziam pelas principais cidades inglesas denominavam-se “*Grand Tour*”. Segundo Dias,

Devemos entender o *Grand Tour* como um movimento realizado por membros de uma elite internacional, que nunca abdicou de seus privilégios durante as viagens; como eram membros de uma alta classe social, não caíam na tentação de misturar-se com os povos que visitavam (DIAS, 2008, p.47).

Percebe-se que, naquela época as viagens, denotavam status social, pois quem as realizava era considerado detentor de cultura, visto que proporcionavam aquisição de conhecimento.

A partir do século XVIII, ocorreram o surgimento, o desenvolvimento e a consolidação do turismo propriamente dito. Alguns estudiosos denominam o período que se estende de meados do século XIX até o início do século XX de turismo moderno ou organizado, pois nele que houve a implantação e o desenvolvimento da atividade turística como um grande negócio, em decorrência de inúmeros fatores, dentre os quais se destacaram as transformações econômicas e sociais, e as novas tecnologias (REJOWSKI, YASOSHIMA, STIGLIANO, SILVEIRA, 2002, p.43).

As mudanças decorrentes na atividade turística são resultado da Revolução Industrial, que ocasionou o desenvolvimento do transporte ferroviário, com a invenção do trem e da ampliação das ferrovias pela Inglaterra e outros países como os Estados Unidos; e da navegação a vapor, favorecendo as primeiras linhas regulares transoceânicas. Rejowski, Yasoshima, Stigliano e Silveira afirmam que foi em meados do século XVIII, que “as transformações provocadas pela Revolução Industrial começaram a contribuir para o estabelecimento do turismo tal como é conhecido na atualidade” (2002, p.44).

Percebe-se direta relação entre a atividade turística e os meios de transporte, visto que sua prática envolve o deslocamento e a permanência em destinos distintos do seu local de residência. Beni (1998) define turismo como um:

Elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios (BENI, 1998, p.37).

Na percepção de Andrade (2002), turismo relaciona-se com a produção e o consumo de bens e serviços, em diferentes locais do planeta, que ocasionam

[...] o deslocamento de indivíduos e de grupos humanos, por causa da facilidade dos meios de transportes e locomoção, da necessidade de exportação e de importação de produtos diversos e pela possibilidade maior de aquisição de conhecimentos e de respostas que indivíduos e grupos exigem para vivência plena de sua liberdade (ANDRADE, 2002, p.16).

Segundo Souza (2010), é relevante destacar que para alguns pesquisadores o turismo também pode ser aproximado do lazer, pois ele é uma atividade produtiva para se ocupar durante o tempo livre. O turismo mesmo definido como uma atividade de lazer está ligado a movimentação de mercado, pois ele é visto como uma mercadoria a ser consumida. Além do próprio lazer, a atividade turística engloba os seguintes serviços: transporte, hospedagem, alimentação, recepção, recreação e entretenimento e outras atividades utilizadas pelo turista durante a viagem e estadia.

Ao analisar os conceitos de turismo, nota-se diferentes motivações que despertam o interesse do turista em viajar, tais como: religiosa, histórico-cultural, gastronômica, esportiva, negócios, entre outras. Dentre elas iremos analisar neste artigo o turismo histórico-cultural.

2.1 TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

O turismo histórico-cultural ou cultural é uma tipificação do turismo que utiliza a visitação aos patrimônios históricos e culturais nos roteiros turísticos comercializados pelas agências de viagem. O Ministério do Turismo, por meio da cartilha Turismo Cultural: Orientações Básicas, conceitua patrimônio histórico-cultural como

[...] os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades. São bens culturais de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de se tornarem atrações turísticas: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas, museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais, manifestações como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e celebrações (BRASIL, 2010, p. 16-17).

Acrescenta Rodrigues (2009), que o turismo cultural não abrange somente a oferta de espetáculos ou eventos, visto que a atividade turística deve priorizar também ações que contemplem a preservação de um patrimônio cultural a ser visitado.

O turismo cultural, tal qual o concebemos atualmente, implica não apenas na oferta de espetáculos ou eventos, mas também a existência e preservação de um patrimônio cultural representado por museus, monumentos e locais históricos. Além do valor cultural específico, do ponto de vista do turismo cultural, esses bens materiais possuem outro valor, o de serem objetos indispensáveis, cujo consumo constitui a base de sustentação da própria atividade (RODRIGUES, 2009, p.15-16).

Sendo assim, entende-se que o turismo cultural pode ser compreendido pelo consumo e a motivação da viagem em torno de temas culturais, com o propósito de

conhecer patrimônios de natureza material e imaterial. Segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2006),

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I - as formas de expressão; II - os modos de criar, fazer e viver; III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (C.F. de 1988, apud IPHAN, 2006, p. 20).

As mudanças comportamentais do consumidor de turismo fizeram surgir outros mercados para ser oferecidos nos pacotes de viagem, e dentre eles está à cultura, que possibilita ao visitante vivenciar experiências únicas em que a diversidade cultural possibilita conhecer outros aspectos que fazem parte dos hábitos e ritos de determinadas populações, tais como o artesanato, as festas folclóricas, as danças a gastronomia etc.

Dessa forma, o Ministério do Turismo enfatiza que o

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 (BRASIL, 2010, p.15).

Barreto (2002) enfatiza que para compreendermos o conceito de turismo cultural é preciso fazer a distinção das tipologias turísticas compreendendo os tipos de turistas e os tipos de turismo.

Para entender o conceito de turismo cultural é preciso primeiramente entender as tipologias turísticas, tanto as que definem os tipos de turistas quanto as que definem os tipos de turismo. O turismo cultural foi eclipsado, de certa forma, durante a primeira metade do século XX, na medida em que a tecnologia e as mudanças na economia e na sociedade, de um lado, permitiram a inclusão das classes médias no consumo turístico e, de outro lado, utilizaram o turismo como forma de aliviar a pressão da sociedade industrial sobre os indivíduos (BARRETO, 2002, p.84).

A parceria entre cultura e turismo, aliada a motivação da viagem definem o turismo cultural que se diferencia de outros segmentos pelas características de seus atrativos e promoção.

2.2 MUSEUS E TURISMO

Segundo Vasconcellos (2006), o termo museu origina-se da palavra grega *mouseion*, que significa “casa das musas”. As musas eram as filhas de Zeus, dotadas de grande criatividade e memória, além das habilidades de dançarinas, narradoras e poetisas. O museu era utilizado para o saber (filosofia), sendo um local que abrigava um rico acervo para agradar as divindades e, por isso, o termo museu traz implícita a ligação entre o poder e memória.

Salienta ainda Vasconcelos (2006), que as obras de arte expostas no *mouseion* tinham a intenção de fazer um agrado às divindades, portanto era restrita a participação do público. O primeiro *mouseion* que se tem conhecimento surgiu por volta do século II a.C., tendo em seu acervo a reunião de diversas áreas do conhecimento tais como: zoologia, metodologia, história, medicina e astronomia.

Objetos expostos tinham a relação com obras de arte, estátuas, minérios, pedras preciosas, além de uma rica biblioteca, refeitórios, sala de trabalhos e jardins. Neste período o *mouseion* era um espaço utilizado como templo e local de realização de pesquisa, voltado ao saber filosófico.

Apesar da tentativa dos estudiosos da área, a definição do termo museu mais utilizada atualmente foi aprovada na 22ª Assembleia Geral de Viena, em 24 de agosto de 2007, assim sendo:

Museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o patrimônio material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite (ICOM, 2007).

No Brasil, com o crescimento do setor museológico, foi criado o Estatuto dos Museus, através da Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, com a finalidade de regulamentar as atividades. Segundo o Estatuto dos Museus, consideram-se museus,

[...] para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento (BRASIL, 2009).

O museu insere-se no turismo na forma de atrativo – produto. Para o Ministério do Turismo, os atrativos turísticos são locais, equipamentos, objetos, fenômenos,

peessoas, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los (BRASIL, 2007b, p. 27).

Eles constituem a base do produto turístico³, que é construído através do desenvolvimento da atividade turística. O museu, sendo um produto cultural, é promovido ao público através das ferramentas de divulgação, passando a ser uma oferta cultural.

A visitação ao museu oferecida num roteiro turístico por uma agência de viagem será um produto turístico, acrescido dos serviços de hospedagem, alimentação, meios de transportes, comércio, recreação e entretenimento, entre outros. Portanto, a oferta turística através dos componentes de comercialização, promoção e inserção no mercado, transformam o museu em um produto turístico apto a receber visitantes.

Além do valor cultural do bem, ele também adquire um valor de mercado quando acrescido de agenciamento e serviços turísticos. Se um produto turístico atende a uma motivação do turista, este estará disposto a pagar por uma fruição. Completa-se assim o ciclo oferta e demanda de uma atração cultural turística bem-sucedida (IBRAM, 2013, p.52).

As atividades turísticas desenvolvidas em parceria com os museus podem ser benéficas, elas podem ajudar na conscientização para a preservação do patrimônio cultural e arquitetônico, além de ajudar na manutenção da identidade, hábitos e práticas sociais da comunidade do local visitado, conforme aponta Vasconcellos (2006).

O museu atua como um canal de comunicação entre o espaço e a comunidade local através da parceria na criação de um projeto turístico. O museu pode representar um papel importante na construção do projeto turístico; ele tem como uma de suas funções preservar o patrimônio para garantir uma análise do desenvolvimento e qualidade de vida das pessoas. (VASCONCELLOS, 2006, p.50).

Vasconcellos (2006) afirma que o museu, na atualidade, tem uma função social, podendo converter-se num instrumento para o fortalecimento e a problematização das identidades e integrando-as no sentido de promover a tolerância, o respeito mútuo e a aceitação da diversidade cultural. Tendo como premissa esses motes, deve haver uma colaboração entre todos os agentes envolvidos na elaboração, execução e divulgação do turismo.

Considera-se assim que o desenvolvimento da atividade turística nos espaços culturais deve acontecer como instrumento capaz de fortalecer, valorizar e promover

³ Produto turístico é o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescidos de facilidade, ofertado a um determinado preço (BRASIL, 2007a).

a cultura local e regional através de ações de preservação tanto dos patrimônios históricos quanto culturais.

3 A PANDEMIA DE COVID-19 E O TURISMO

O turismo tem sido um dos setores da economia fortemente impactados pela pandemia de Covid-19, pois foram adotadas medidas restritivas de isolamento social sugeridas pelos organismos de saúde, que impediram de maneira significativa a mobilidade das pessoas e, assim, tornaram as viagens bem menos frequentes.

Segundo Malta *et al.* (2020, p.2), a Organização Mundial da Saúde (OMS) reconheceu a pandemia de Covid-19 em 11 de março de 2020, sendo que no Brasil o primeiro caso foi confirmado em 26 de fevereiro do mesmo ano foram registrados outros 374.898, e 23.485 óbitos atestados até 1º de junho. Diante de uma nova doença, e sem nenhuma medicação eficaz para o seu combate, medidas como a restrição social com o fechamento das escolas, universidades e comércio, por exemplo, foram adotadas na tentativa de frear a propagação da doença.

No estado do Rio Grande do Sul, diante do agravamento da doença, o governador Eduardo Leite (PSDB) sancionou o decreto nº 55.128, de 19 de março de 2020, que declara estado de calamidade pública em todo o território do Estado do Rio Grande do Sul para fins de prevenção e de enfrentamento à pandemia causada pela Covid-19. Em 10 de maio do mesmo ano, o decreto nº 55.240 instituiu o distanciamento controlado para fins de prevenção e de enfrentamento à doença causada pelo novo Coronavírus (Covid-19) e, no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul, reitera a declaração de estado de calamidade pública em todo o território estadual (ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, 2020).

Estudos e pesquisas já publicados no Brasil e no exterior têm mostrado a forte queda da atividade, no entanto, uma retomada tímida tem sido observada. O Ministério do Turismo, através da Secretaria de Gestão Estratégica, publicou em junho de 2021 a 2ª edição da revista de estatísticas turísticas denominada Dados & Informações do Turismo no Brasil: O impacto da pandemia do Covid-19 nos setores de Turismo e Cultura no Brasil. Neste artigo ressalta-se que a atividade turística de visitação ao museu foi severamente impactada pelas medidas restritivas de prevenção à Covid-19.

A revista traz relevantes contribuições que ajudam a entender os impactos negativos da pandemia nas atividades de turismo e cultura no Brasil, auxiliando gestores, empresários e os segmentos envolvidos na atividade turística a compreenderem, avaliarem e a traçar o planejamento estratégico para a retomada das atividades presenciais (BRASIL, 2021).

Para compreendermos melhor os impactos causados pela pandemia nas Atividades Características do Turismo (ACTs), estas foram definidas a partir das Recomendações Internacionais do Turismo (RIET-2008), documentação de base metodológica mundial para as definições estatísticas do setor (BRASIL, 2021).

Essas ACTs apresentam-se nos seguintes segmentos: Alojamento, Agências de Viagem, Transportes Aéreos, Transportes Terrestre, Transporte Aquaviário, Alimentação, Aluguel de Transporte, Cultura e Lazer, possibilitando analisar o panorama das atividades que compõem o setor turístico com maior especificidade. Além disso, a divisão permite identificar quais dessas atividades são mais relevantes para a economia, tanto em nível nacional quanto em macrorregião, Unidade da Federação e Município (BRASIL, 2021).

Dentre as atividades, a Cultura e o Lazer são bastante relevantes para o turismo, pois estão diretamente relacionados com as atividades de artes cênicas e espetáculo visita a museus, jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental, parques de diversão e parques temáticos, entre outros.

A Cultura e Lazer são setores do turismo que apresentaram quedas de postos de trabalhos formais no Brasil com a pandemia. Especificamente a região Sul apresentou a perda de 1.043 postos de trabalho nesse segmento. O pico de demissões ocorreu no mês de abril de 2020, representando um total de 4.662 postos de trabalho perdidos. Esses dados são de grande relevância para compreendermos as dimensões e setores duramente afetados pela pandemia nas atividades turísticas no Brasil (BRASIL, 2021).

Em relação às regiões brasileiras, o Sudeste apresentou o maior índice de demissões no país, correspondendo a 59,8%, enquanto o Sul, com 17,7%, apresenta o segundo maior índice. A região Nordeste apresentou 14,2%, a região Centro-Oeste 6,6 e a região Norte 1,6%. A maior queda apresentada no saldo de contratação e demissão está na região Sudeste, somando 180.175, seguida da região Sul com

53.492, da região Nordeste com 42,827, da região Centro-Oeste com 19.995 e da região Norte, correspondendo a 4.897 (BRASIL, 2021).

Cabe destacar que o número de Contratações e Demissões nas Atividades Características do Turismo 2020, referentes ao Núcleo de Turismo composto pelas Atividades Características do Turismo apresentaram os seguintes dados conforme a tabela abaixo.

Tabela 1 – Saldo de Contratações e Demissões nas Atividades Características do Turismo-2020

Atividades Características do Turismo	Saldo
Alojamento	-56.769
Alimentação	-182,514
Transporte Terrestre	-24,924
Transporte Aquaviário	-1,072
Transporte Aéreo	-8.331
Agência de Viagem	-20.947
Aluguel de Transporte	-2,563
Cultura e Lazer	- 9.392

Fonte: Brasil (2021).

As perdas contabilizadas entre Alojamento, Alimentação, Agência de Viagem e Cultura e Lazer representam a diminuição de 269.622 postos de trabalho formal no ano de 2020. Enquanto o Transporte Terrestre, Transporte Aquaviário, Transporte Aéreo e Aluguel de Transporte totalizam a diminuição de 36.89 postos de trabalho neste segmento. Diante disso, percebe-se que o turismo e, conseqüentemente, os museus, foram uma das atividades mais afetadas pela pandemia.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para o desenvolvimento deste trabalho, recorreu-se a revisão bibliográfica, à pesquisa exploratória e ao estudo qualitativo. A pesquisa bibliográfica abordou temas como o turismo, os museus e a pandemia do coronavírus, que são os principais conceitos utilizados nesta pesquisa.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, página de *web sites*. Qualquer trabalho científico

inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já estudou sobre o assunto (FONSECA, 2002, p. 32)

A pesquisa exploratória proporciona maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2007).

Segundo Gil (2008), a pesquisa exploratória é a primeira etapa de um estudo amplo, que tem como objetivo conceder uma visão geral do assunto estudado, com a intenção de aproximar o conhecimento sobre o tema.

Este estudo caracteriza-se ainda como uma pesquisa de natureza qualitativa.

A pesquisa qualitativa é conhecida também como “estudo de campo”, “estudo qualitativo”, “interacionismo simbólico”, “perspectiva interna”, “interpretativa”, “etnometodologia”, “ecológica”, “descritiva”, “observação participante”, “entrevista qualitativa”, “abordagem de estudo de caso”, “pesquisa participante”, “pesquisa ação”, “pesquisa naturalista” (TRIVIÑOS, 1987, p.24).

O estudo qualitativo realizado foi uma entrevista semiestruturada com a Secretária Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer de São Borja, Vânia Alves Cardoso. A entrevista tem como objetivo identificar quais as mudanças provocadas pela pandemia da Covid-19 no museu Getúlio Vargas. Inicialmente foi feito um contato com a entrevistada para explicar a finalidade da pesquisa e a relevância da temática para o turismo e, posteriormente, realizada a entrevista no mês de maio de 2022.

A entrevista semiestruturada tem como objetivo identificar quais as mudanças provocadas pela pandemia da Covid-19 no museu Getúlio Vargas. Por fim, realizou-se a análise de dados coletados.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 A CIDADE DE SÃO BORJA E O TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

São Borja é uma cidade conhecida nacionalmente por ser o berço dos ex-presidentes da República, Getúlio Vargas e João Goulart, e de muitos outros ilustres políticos. Por ser uma cidade histórica, tem um grande potencial ainda a ser explorado

turisticamente, visto que possui atrativos culturais que podem ser mais bem aproveitados para o incremento e desenvolvimento do turismo histórico-cultural.

Segundo Trindade (2012), a cidade de São Borja possui, além do destaque na política, obras arquitetônicas famosas como a Igreja Matriz São Francisco de Borja e o Mausoléu de Getúlio Vargas.

Além disso, a cidade conta com os Jazigos das Famílias Vargas e Goulart e com o Cemitério Paraguaio, trazendo a lembrança da batalha entre brasileiros e paraguaios na Guerra do Paraguai (1865) (TRINDADE, 2012). São Borja também possui o Cais do Porto, que movimenta grande parte da gastronomia local, devido à presença de bares e restaurantes, e é parada obrigatória para os turistas que contemplam o pôr do sol no rio Uruguai.

A cidade de São Borja é rica em história. Podemos encontrar a disposição dos visitantes seis museus que ajudam a fomentar o turismo cultural. Elenca-se a Casa Memorial João Goulart, o Museu Getúlio Vargas, o Museu Municipal Apparício Silva Rillo, o Museu Ergológico da Estância, o Museu do Esporte Zé Alcino Rosa e Museu do Velho regimento – Espaço Cultural Cabo Leocádio das Chagas. Neste estudo, escolheu-se como objeto de pesquisa o Museu Getúlio Vargas.

5.1.1 Museu Getúlio Vargas

O Museu Getúlio Vargas está localizado na Avenida Presidente Getúlio Vargas, 1772, na cidade de São Borja. É administrado pela Prefeitura Municipal de São Borja, através da Secretaria de Estado da Cultura do Rio Grande do Sul, por meio da Lei nº 7231, de 18 de dezembro de 1978, combinada com o Decreto-Lei nº 25 de 30 de novembro de 1937, considerando a importância de preservar a memória do ex-presidente da República Getúlio Dornelles Vargas, para a proteção de seu legado. O prédio foi tombado pela portaria 02/94 de 21.01.94, processo nº 1706-1100-SEDAC/93, inscrito no livro Tombo Histórico de 16/08/1994 (IPHAE, 1994).

A casa possui um estilo arquitetônico neoclássico, característico do século XIX, em alvenaria de tijolos e barro. Foi construída para moradia do Ex-Presidente Getúlio Dornelles Vargas, um presente de casamento dado pelo seu pai Manoel do Nascimento Vargas (IPHAE, 1994).

Silber (2015) ressalta que:

Aproximava-se também o tempo de constituir família. Para tal, a casa veio antes, onde hoje está o Museu Getúlio Vargas, sendo construída em 1910, um presente dos pais de Getúlio para seu casamento. Assim, em 1911, Getúlio casou-se com Darcy Lima Sarmanho (SILBER, 2015, p.74).

Em 11 de março de 1911, Getúlio Vargas, após o casamento com a Sra. Darcy Sarmanho Vargas, passou a morar na residência, onde nasceram os cinco filhos: Alzira Vargas, Manuel Vargas, Luthero Vargas, Jandira, Getúlio Filho Vargas.

O museu foi aberto ao público no dia 17 de fevereiro de 1992 e encontra-se sistematizado da seguinte forma: entrada, rampa de acesso, sala 1888/1909, recepção 1909/1927; sala multiuso; sala 1927/1930; sala Estado Novo; sala O Exílio em Itú; sala 1951/1954; loja do museu; circulação coberta, janela arqueológica; sanitários; sala de higienização e tratamento de acervo; administração, sala de acervo e sala de pesquisa (SILBER, 2015, p. 49).

O horário de atendimento ao público do museu, de acordo com o *site* da Prefeitura Municipal de São Borja é o seguinte: de terça-feira a sábado, das 8h30m às 12h e das 13h30m às 17h30min. Domingos e feriados o expediente é de plantão mediante agendamento prévio (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO BORJA, 2022).

Porém, sabe-se que o funcionamento, atualmente, é de terça-feira a sexta-feira, abrindo das 8h às 16h, sem fechar ao meio-dia. No sábado o expediente é a partir das 8h até as 12h pela parte da manhã, e no turno da tarde das 14h às 17h; e no domingo o horário de funcionamento é das 14h às 17h. Portanto, os horários de funcionamento dos espaços culturais de São Borja não estão atualizados no *site* da prefeitura. O acesso ao museu é gratuito e a pandemia provocou perda de público e impossibilitou a realização de atividades presenciais, mas não de receita direta ao museu, ou seja, não ocasionou um impacto econômico para a organização do museu.

De acordo com Vieira (2020), em São Borja, medidas restritivas foram tomadas, porém não ao ponto de diminuir as aglomerações ou até mesmo conscientizar a população do risco que este vírus oferecia, incluindo o Museu Getúlio Vargas. A flexibilização nos decretos e a permissão da abertura no comércio local, mesmo com horário reduzido, tinha como principal objetivo manter a economia funcionando. Assim, uma nova realidade foi adotada na cidade de São Borja e, aos poucos, a cidade começou a receber novamente a visita de pessoas de outras cidades e estados.

Dessa forma, a seguir são apresentadas informações sobre como a pandemia afetou o museu e quais as estratégias tomadas para enfrentar este período.

5.1.1.1 O Museu Getúlio Vargas e a Covid-19

Neste capítulo são analisados os resultados obtidos pela realização da entrevista semiestruturada com a Secretária Municipal de Cultura, Turismo Esporte e Lazer de São Borja, Vânia Alves Cardoso.

A cidade de São Borja é conhecida nacionalmente como “Terra dos Presidentes”, através da Lei Estadual 13.041/2008, de 25 de setembro de 2008, por ser cidade natal de dois ex-presidentes do Brasil: Getúlio Vargas e João Goulart (ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, 2008). Os museus Casa João Goulart e museu Getúlio Vargas têm visibilidade nacional devido as personalidades homenageadas e suas trajetórias marcantes na política brasileira.

Sendo assim, perguntou-se de que forma está titulação fortalece o turismo, em especial as visitas no Museu Getúlio Vargas.

É um produto turístico ofertado ao turista, pois ao acessar o museu os turistas estão podendo conferir as diferentes fases da era Vargas, com acervo composto por material fotográfico, de campanha, documentos, objetos pessoais (CARDOSO⁴, 2022).

Mesmo sendo um produto turístico importante, o Museu Getúlio Vargas também sofreu com a pandemia de Covid-19. Em vista disso, questionou-se se o museu abriu normalmente neste período (2020-2021), como foi seu funcionamento neste período em relação à redução de horários ou de números de visitantes, sendo constatado que o museu não abriu normalmente. O período de atendimento foi reduzido e atendeu a critérios estabelecidos pelo Ministério da Saúde, e por conta do próprio período pandêmico reduziu um pouco os visitantes.

Verificou-se que, através do Decreto nº 18.393, de 19 de março de 2020, adotaram-se providências temporárias no âmbito do Poder Executivo Municipal visando a prevenção ao contágio da Covid-19 (Coronavírus). Em seu Art. 2º, fica determinado o turno único nas repartições do Poder Executivo, com início às 8h e término às 12h (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO BORJA, 2020).

Como observa-se no decreto houve a redução da carga horária reduzindo em turno único. Em relação ao número de visitantes, constata-se através do relatório de visitação anual do museu que no ano de 2019 contabilizaram-se um total de 7.116

⁴ Informações cedidas pela Secretária Vânia Alves Cardos, por meio de realização de entrevista própria para este Trabalho e Conclusão de Curso.

visitantes, período anterior ao início da pandemia. Já em 2020, o número de visitantes anual totalizou 865, enquanto a visitação anual de 2021 totalizou 1.677. Comparando o ano de 2020 ao de 2021 tivemos uma diferença de 812 visitantes.

Devemos levar em consideração os diversos fatores para a diminuição de turistas: a incerteza sobre o controle da pandemia, a retomada das atividades turísticas em cada região brasileira seguiu os protocolos estaduais muitos flexibilizaram os usos dos protocolos sanitários e outros seguiram rigidamente as recomendações do Ministério da Saúde a diminuição da oferta dos meios de transportes etc.

Ao ser indagada sobre as dificuldades encontradas pelo museu Getúlio Vargas durante a pandemia, a Secretária informou que foram os desafios do protocolo de distanciamento social adotados, que impediram as atividades que envolvessem aglomerações e visitas presenciais de turistas.

Como o protocolo sanitário sugeriu o fechamento do museu, com a proibição de visitação e atividades presenciais, a equipe teve que repensar estratégias para atender os turistas, como as atividades virtuais. Como estratégia de aproximação com os seus públicos foram realizados diversos eventos virtuais. Analisando a página do museu Getúlio Vargas no Facebook, verificou-se que foram realizados os eventos virtuais referentes as datas de 19 de abril e 24 de agosto de 2020, respectivamente o aniversário de nascimento de Getúlio Vargas e o dia que assinala a sua morte (FACEBOOK, 2020).

No dia 19 de abril foi postado na página do museu frases ditas pelo presidente que marcaram a sua vida política. Enquanto, a programação referente ao dia 24 de agosto envolveu uma exposição virtual (vídeo) denominada “A pluralidade cultural na Era Vargas” (FACEBOOK, 2020).

Em relação às atividades promovidas pelo Instituto Brasileiro dos Museus – IBRAM, foram desenvolvidas pelo Museu Getúlio Vargas os seguintes eventos virtuais: Semana Nacional dos Museus e Primavera dos Museus.

Em 2020 aconteceu a 18ª edição da Semana Nacional dos Museus 2020, de 18 a 24 de maio, trazendo a temática Museus para a igualdade: diversidade e inclusão. Entretanto, no momento da pesquisa sobre esse evento na página do museu não foram encontradas atividades referentes ao evento.

A 14ª Primavera dos Museus 2020 trouxe como temática Inclusão digital: museus em transformação, sendo realizada de 17 a 20 de setembro de 2020. A

atividade desenvolvida foi um tributo virtual a Mario Barbará Dornelles: “Da MPB ao Nativismo”.

No ano de 2021, no período de 17 a 23 de maio, realizou-se a 19ª Semana Nacional dos Museus 2021: Recuperar e reimaginar, em que foi prestado um tributo virtual ao artista Telmo de Lima Freitas, cantor, compositor e folclorista. Ressalta-se que todos os eventos mencionados foram realizados de forma virtual. Nos eventos a 14ª Primavera dos Museus e a 19ª Semana Nacional dos Museus 2020 foram produzidos vídeos e postados na página do Facebook do museu.

Com a flexibilização do decreto municipal e a permissão para a reabertura do museu, questionou-se sobre as adaptações aos protocolos sanitários, quanto ao uso de máscaras, acesso limitado à visitação, distanciamento social, álcool gel, entre outros. Segundo a Secretária, todos os protocolos da Covid-19 foram respeitados a fim de prevenção. Tanto da equipe do museu quanto os turistas tiveram que fazer uso dos equipamentos necessários.

A adoção dos protocolos sanitários foram fundamentais para a prevenção da propagação do Coronavírus no período de 2020/ 2021. Estamos no mês de junho de 2022 e mesmo com a redução de contaminações e mortes, os casos têm oscilado no Brasil, exigindo ainda o uso de máscara e álcool gel.

Com relação à retomada das atividades presenciais no museu Getúlio Vargas, foi informado que “As atividades estão voltando gradativamente com a retomada do público, e eventos presenciais sendo desenvolvidos” (CARDOSO, 2022).

A retomada das atividades presenciais segue o Decreto nº 19.096, de 2 de agosto de 2021, que dispõe sobre o retorno e a dispensa das atividades laborais presenciais dos servidores públicos municipais. Conforme, o Art. 1º, a contar do dia 4 de agosto de 2021, fica determinado o retorno às atividades laborais presenciais dos servidores públicos municipais, após 21 (vinte e um) dias da segunda dose da vacina contra a Covid-19 ou da dose única (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO BORJA, 2021).

Por fim, interpelou-se sobre as estratégias utilizadas atualmente pela secretaria para atrair turistas para o museu.

O Museu Getúlio Vargas é um produto turístico que o município oferece aos turistas, pois o trabalho desenvolvido é de grande importância para a preservação da memória, das histórias. A Secretaria de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer mantém preservada, oferecendo um rico acervo histórico que reconstruiu a vida política do Presidente Getúlio Vargas. E como novidade na frente do prédio foi instalada e inaugurada a Estátua de Getúlio Vargas, o que

atrai a atenção dos turistas. A casa dispõe de uma equipe de excelentes monitores para o atendimento ao público e músicos para eventos culturais (CARDOSO, 2022).

Neste questionamento revela-se a estratégia recente que foi utilizada para atrair mais turistas para o museu, com a inauguração da estátua de Getúlio Vargas no dia 01 de setembro de 2021, confeccionada pelo artista plástico são-borjense Rossini Rodrigues. Outras estratégias que podem ser utilizadas para atrair o público: exposições, seminários, parceria com escolas propondo a realização de uma aula multidisciplinar (história, português, geografia, entre outras áreas), tendo como referência o acervo do museu.

A partir da inauguração da estátua em homenagem ao ex-presidente Getúlio Vargas o museu teve mais visibilidade enquanto atrativo, visto que muitas pessoas aproveitam a oportunidade para tirar uma fotografia ao lado da estátua em tamanho real. Sendo assim, sugere-se a utilização do marketing turístico, que conforme a definição do Instituto Brasileiro de Museus (2014) é o

[...] conjunto de técnicas estatísticas, econômicas, sociológicas e psicológicas utilizadas para estudar e conquistar o mercado, mediante lançamento planejado de produtos, consistindo numa estratégia dos produtos para adequar seus recursos às novas oportunidades que o mercado oferece (IBRAM, 2014, p.56).

Com o objetivo de dar mais visibilidade ao atrativo cultural e atrair novos visitantes, sugere-se a instituição utilizar mais ferramentas de comunicação (Instagram, Facebook, Twitter, sites, blogs), para interagir e divulgar os eventos desenvolvidos pela instituição museológica junto ao seu público. Sugere-se também a necessidade de manter atualizadas as informações nos ambientes virtuais atualmente usados pelo museu para facilitar a informação aos usuários.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo no Brasil é um dos setores econômicos mais afetados pela pandemia da Covid-19. As perdas registradas nos estabelecimentos comerciais ligados as atividades características do Turismo (Alojamento, Alimentação, Transporte Aéreo, Aluguel de Transporte, Agência de Viagem e Cultura e Lazer) vão desde o encerramento das atividades até a demissão de funcionários.

Para o turismo a Cultura e Lazer são relevantes, pois relaciona-se com as atividades realizadas pelos turistas nos destinos visitados (passeio a museus, jardins

botânicos, reservas ecológicas, parques nacionais, parques de diversão, parques temáticos, shows e espetáculos culturais entre outras atividades.

Em São Borja, o Museu Getúlio Vargas é um dos atrativos turístico e cultural da cidade, sendo impactado pela pandemia, pois após o decreto municipal ficou fechado a visitação e sem atividades presenciais. Os eventos virtuais realizados referem-se as datas de 19 de abril e 24 de agosto, respectivamente o aniversário de nascimento de Getúlio Vargas e o dia que assinala a sua morte. Além dos eventos pontuais como a Semana Nacional dos Museus e Primavera dos Museus promovida pelo Instituto Brasileiro dos Museus – IBRAM.

Como estratégia para atrair mais turistas para o museu foi inaugurada uma estátua na parte frontal do espaço cultural, com a finalidade de homenagear Getúlio Vargas e chamar a atenção dos visitantes. Para fortalecer ainda mais a atividade turística, devem ser adotadas uma série de atividades e ações estratégicas, através de um plano de divulgação nas diferentes mídias (mídia impressa, *online*, TV e rádio, agências de turismo). A divulgação das programações desenvolvidas pelo museu ajuda a atrair os diferentes turistas. Além disso, devem ser pensadas ações conjuntas e planejadas, pois possibilitam um maior aproveitamento do museu como um dos atrativos turísticos da cidade de São Borja.

Passados dois anos da pandemia, ainda devem ser mantidos os protocolos sanitários, uso de máscara em ambientes fechados, álcool gel, pois os casos de Covid-19 ainda oscilam a nível mundial. Em São Borja, o uso de máscara está facultativo em ambiente fechado, sendo liberado para o acesso aos museus citadinos.

Para que a retomada das atividades turísticas em São Borja obtenha êxito em sua totalidade, se faz necessário adotar um planejamento estratégico em conjunto com todos os segmentos envolvidos nas atividades turísticas, que vão desde as agências de viagens, rede hoteleira, meios de transportes, representantes da sociedade civil, iniciativa privada, Associação comercial e Industrial de São Borja, Setores de Eventos e Lazer, Bares e Restaurantes.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. 8ª ed. Editora Ática. São Paulo, 2002.

BARRETO, Margarida. **Cultura e Turismo**: Discussões contemporâneas. Campinas, São Paulo: Papirus, 2007.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC/SP, 1998.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**: Promoção e Apoio à Comercialização – Módulo Operacional 8. Brasília: 2007a, p.17. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/promocao_e_apoio_a_comercializacao.pdf . Acesso em 3 jun. 2022.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**: Roteirização Turística – Módulo Operacional 7. Brasília: 2007b. p.27. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf. Acesso em: 5 jun. 2022.

_____. **Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009**. Institui o Estatuto dos Museus e dá outras providências. Brasília: Presidência da República 2009. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm. Acesso em: 21 jun. 2022.

_____. Ministério do Turismo. **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. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 8 maio 2022.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria de Gestão Estratégica. Dados e informações do turismo no Brasil. **Revista de Estatísticas Turísticas Dados & Informações do Turismo no Brasil**: O impacto da pandemia de COVID-19 nos setores de Turismo e Cultura do Brasil. Ano 1. 2ª ed. jun. 2021, p.54. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/revista.html>. Acesso em 8 jun. 2022.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do Turismo**. 1.ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. Assembleia Legislativa. **Lei nº 13.041, de 25 de setembro de 2008**. Declara a cidade de São Borja, Terra dos Presidentes. Disponível em: <http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/13.041.pdf> . Acesso em 5 jun. de 2022.

_____. Assembleia Legislativa. **Projeto de Lei nº 91/2017**. Declara o Município de São Borja, “Capital Gaúcha do Fandango”. Diário Oficial da Assembleia Legislativa - Porto Alegre, 2017. Disponível em: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Q_snn6rfpd0J:proweb.procegs.com.br/Diario/DA20171101-01-115831/EX20171101-01-115831-PL-91-2017.pdf+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br . Acesso em: 02 jun. 2022.

_____. Assembleia Legislativa. **Decreto nº 55.128 de 19 de março de 2020.** Institui o Sistema de Distanciamento Controlado para fins de prevenção e de enfrentamento à epidemia causada pelo novo Coronavírus (COVID-19) no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul, reitera a declaração de estado de calamidade pública em todo o território estadual e dá outras providências. Disponível em: <https://www.pge.rs.gov.br/upload/arquivos/202009/02110103-decreto-55240.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2022.

_____. Assembleia Legislativa. **Decreto nº 55.240, de 10 de maio de 2020.** Institui o Sistema de Distanciamento Controlado para fins de prevenção e de enfrentamento à epidemia causada pelo novo Coronavírus (COVID-19) no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul, reitera a declaração de estado de calamidade pública em todo o território estadual e dá outras providências. Disponível em: <https://www.estado.rs.gov.br/upload/arquivos/22152948-decreto-n-55-240.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2022.

FACEBOOK. Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer. **Museu Getúlio Vargas.** 2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/museugetuliovargassaoborja/>. Acesso em 05 jun. 2022.

FONSECA, J. J. S. **Apostila de Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Portal do IBGE. **Cidades e Estados** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/sao-borja.html>. Acesso em: 21 jun. 2022.

IBRAM – INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Museus e Turismo: Estratégias de Cooperação.** Brasília, DF: IBRAM, 2014. Disponível em: https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2013/12/Museus_e_Turismo.pdf. Acesso em: 2 maio 2022.

ICOM – CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS. **Definições.** Disponível em: <https://icom-portugal.org/recursos/definicoes/>. Acesso em 17 jun. 2022.

IPHAE – INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO DO ESTADO. **Bem Tombado,** Governo do Estado do Rio Grande do Sul, 1994. Disponível em: <http://www.iphae.rs.gov.br/Main.php?do=BensTombadosDetalhesAc&item=15643>. Acesso em: 2 maio 2022.

MALTA, Deborah Carvalho. A pandemia da Covid-19 e as mudanças no estilo de vida dos brasileiros adultos: um estudo transversal. **Epidemiol. Serv. Saúde,** Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ress/a/VkvxmKYhw9djmrNBzHsvvrx/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 05 maio 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO BORJA. **Decreto nº 18.393 de 19 de março de 2020.** Adota providências temporárias no âmbito do Poder Executivo Municipal visando a prevenção ao contágio do COVID- 19 (Coronavírus). Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/rs/s/sao-borja/decreto/2020/1839/18393/decreto-n-18393-2020-adota-providencias-temporarias-o-mbito-do-poder-executivo-municipal-visando-a-prevencao-ao-contagio-do-covid-19-coronavirus>. Acesso em 5 jun. 2022.

_____. **Decreto nº 19.096, de 2 de agosto de 2021.** Dispõe sobre o retorno e a dispensa das atividades laborais presenciais dos servidores públicos municipais e dá outras providências. Disponível em: https://www.saoborja.rs.gov.br/images/DOESB/2021/Agosto/doesb03_08_2021.pdf. p.9-10. Acesso em: 21 jun. 2022.

_____. **Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer.** Disponível em: <https://www.saoborja.rs.gov.br/index.php/cultura-turismo-esporte-e-lazer>. Acesso em 10 maio. 2022.

REJOWSKI, Miriam; YASOSHIMA, José Roberto; STIGLIANO, Beatriz Veroneze; SILVEIRA, Adalgiso Silva. **Turismo no Percurso do Tempo.** São Paulo: Aleph, 2002.

RODRIGUES, Marly. Preservar e consumir: o patrimônio histórico e o turismo. In FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Orgs.) et al. **Turismo e patrimônio cultural.** São Paulo. Contexto, 2009, p.15-16.

SILBER, LÚCIA. **Museu Getúlio Vargas São Borja- RS.** Lathu Senu, 2015.

SOUZA, Tatiana Roberta de. **Lazer e turismo:** reflexões sobre suas interfaces. In: Semintur – Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul, jul.2010. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/11/Lazer%20e%20Turismo%20Reflexoes%20Sobre%20Suas%20Interfaces.pdf. Acesso em: 21 jun. 2022.

TRINDADE, Fernanda de Magalhães. Análise da paisagem urbana edificada de São Borja - RS: potencial turístico não explorado. **Semintur** – Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul, nov. 2012.

TRIVIÑOS, Augusto Nibaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** A Pesquisa Qualitativa em Educação. São Paulo: Atlas, 1987. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4233509/mod_resource/content/0/Trivinos-Introducao-Pesquisa-em_Ciencias-Sociais.pdf. Acesso em: 02 julho 2022.

VASCONCELLOS, Camilo de Mello. **Turismo e museus.** São Paulo: Aleph, 2006.

VIEIRA, Maurício Aires. 2020: Mundo Pandêmico e os reflexos na região de Fronteira São Borja - Brasil e Santo Tomé - Argentina. **RIS** – Revista InsignareScientia, vol. 3, n. 5, p. 294-311, set./dez. 2020.

