

pelo desenvolvimento de uma série colecionável de saches de açúcar, que evidenciem e promovam os pontos turísticos de cunho cultural em bares, restaurantes, lanchonetes, entre outros locais em que estas embalagens possam ser disponibilizadas aos visitantes.

MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa foi conduzida por um viés qualitativo e exploratório, utilizando como meio de se familiarizar com o tema, identificar os problemas e propor soluções, o levantamento bibliográfico e visitas de campo [13, 14, 15]. A investigação de caráter qualitativo pressupõe o contato direto dos pesquisadores com o objeto de estudo, buscando entender seus significados e detalhes [15].

O levantamento bibliográfico em periódicos foi realizado na biblioteca eletrônica SciELO (*Scientific Electronic Library Online*), uma coleção composta por periódicos científicos selecionados. Para abranger pesquisas sobre o tema turismo e patrimônio cultural, utilizou-se como expressão de busca: " (patrimônio cultural) AND (turismo) ". Obteve-se desta forma 54 resultados, que foram filtrados: publicações dos últimos cinco anos (41 artigos) e leitura de título e resumo (8 artigos), compondo assim o marco teórico deste artigo. Somado a isto, a mesma expressão de busca foi utilizada para uma pesquisa de livros, teses e dissertações na Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Catarina onde foram encontrados 4 registros.

Como delineamento, esta pesquisa segue a seguinte ordem: inicialmente se contextualizou turismo com os temas design e design de embalagens, mantendo como foco o patrimônio cultural. A partir deste levantamento, constatou-se o potencial turístico da cidade de Florianópolis para o turismo cultural e definiu-se a estratégia de divulgação deste patrimônio a partir de embalagens do tipo saches de açúcar.

Os pontos turísticos selecionados para a criação da coleção foram escolhidos a partir dos Atrativos Turísticos Culturais estabelecidos pela Secretaria Municipal de Turismo (SETUR) da cidade de Florianópolis, divididos em 4 categorias, são elas: museus, fortes, igrejas e, atrativos históricos.

As visitas de campo, nas quais foram realizados os registros fotográficos, ocorreram no mês de abril de 2015. A seleção do registro fotográfico como meio de reprodução dos pontos turísticos, deve-se ao objetivo de instigar os turistas a conhecerem os atrativos culturais de Florianópolis, que segundo [16] é melhor despertado a partir de fotografias. Segundo o autor, a imagem turística constitui o primeiro laço entre o destino turístico e seus potenciais visitantes, criando um imaginário idealizado, que contem os desejos e as expectativas, construídos anteriormente a viagem, e que incentivam o turista a vivencia-lo e verificá-lo.

DESIGN E TURISMO CULTURAL

O homem tem se deslocado desde a pré-história, inicialmente por razões de sobrevivência (nomadismo) e posteriormente para aprender novas línguas, realizar transações comerciais, expansões territoriais, questões políticas e religiosas. Esse deslocamento incentivou a criação de infraestruturas para garantir as necessidades dos viajantes, surgindo as primeiras rotas, tavernas e estábulo [17], dando origem as bases para o desenvolvimento do movimento turístico.

Para Rodrigues [18], o turismo cultural compreende: o patrimônio cultural (museus, monumentos e locais históricos), espetáculos e eventos. Segundo Dias e Aguiar [8], essa segmentação do mercado turístico incorpora museus, galerias, festivais, festas, arquitetura, sítios históricos e performances artísticas. Além destes, Schettini, Almiron e Bracco [19] incluem o patrimônio cultural imaterial, como a música e a dança.

Segundo Hommerding [9], a cultura é comum ao design e ao turismo, primeiramente devido a necessidade de diagnóstico das potencialidades e características locais para o desenvolvimento da comunicação entre o passeio turístico e o turista, e em um segundo momento, ao utilizar elementos culturais para tornar os locais atraentes para o turista, por meio do artesanato, da gastronomia e passeios que promovam o contato com a história, o folclore e as tradições locais. A valorização do patrimônio histórico, por meio da promoção de potencialidades culturais locais, permite a interação do design com o