
LUGAR DE MEMÓRIA E TURISMO CULTURAL: APONTAMENTOS TEÓRICOS PARA O PLANEJAMENTO URBANO SUSTENTÁVEL

Karoliny Diniz Carvalho¹

¹ Mestranda em Cultura e Turismo pela UESC. Email karol27_turismo@yahoo.com.br

Recebido em 22/08/2009

Aprovado em 22/02/2010

RESUMO

Prática econômica e fenômeno social, o turismo figura-se como um dos principais agentes interventores da apropriação do espaço urbano, adaptando-o sob a forma de roteiros, produtos e atrações. A promoção e a comercialização de destinos turísticos tornam-se uma oportunidade de se analisar o planejamento urbano e suas interfaces com o turismo, considerando o imperativo de conservar e potencializar as especificidades dos espaços urbanos no mercado de consumo cultural, ao tempo em que se faz mister a incorporação das comunidades ao processo de desenvolvimento da atividade turística, consoante às diretrizes da sustentabilidade. Dessa forma, a partir de uma pesquisa exploratória de caráter bibliográfico, o presente artigo tem como objetivo analisar a categoria lugar de memória como instrumento para o planejamento sustentável da atividade turística, aqui entendido como alternativa possível para enriquecer a relação entre turistas e residentes, baseando-se na vivência dos elementos representativos da cultura local.

PALAVRAS-CHAVE: Espaço Urbano; Lugar de Memória; Turismo Cultural; Planejamento Turístico; Sustentabilidade.

ABSTRACT

Economic practice and social phenomenon, tourism has been included as one of the main parties involved the appropriation of urban space, adapting it in the form of scripts, products and attractions. The promotion and marketing of tourism destinations become an opportunity to review the planning and its interface with the tourism, considering the need to conserve and enhance the characteristics of the urban market of cultural consumption, the time when you do mister the incorporation of communities in the process of development of tourism, according to the guidelines of sustainability. Thus, from an exploratory character of literature, this article aims to analyze the category instead of memory as a tool for planning sustainable tourism, viewed as a possible alternative to enrich the relationship between tourists and residents, based in the experience of representative elements of local culture.

KEY-WORDS: Urban Space, Place Memory, Cultural Tourism, Tourism Planning, Sustainability

1. INTRODUÇÃO

A cidade enquanto espaço de construção social abrange elementos alusivos à dinamicidade dos diferentes grupos sociais, em termos de materialidade - representada pelos prédios, casarões, ruas, igrejas, esculturas, monumentos, e de imaterialidade cultural, manifestada nas tradições

populares, destacadamente as danças, folguedos, a culinária, a musicalidade, dentre outros elementos que integram o patrimônio cultural de uma determinada coletividade.

Tais atributos constituem-se importantes recursos agenciados pelo turismo sob a forma de roteiros, produtos e atrações. Nas áreas de intenso fluxo de visitantes, essa atividade contribui para o revigoramento do patrimônio cultural, ao mesmo tempo em que provoca alterações nos locais onde se desenvolve e, em alguns casos, altera o sentido e o significado do espaço urbano e a dinâmica específica das comunidades receptoras.

A partir da incorporação das cidades no mercado de consumo cultural e das ingerências da prática turística no espaço urbano, novos valores, princípios e diretrizes incidem-se no planejamento urbano, enfatizando o desenvolvimento de ações integradas, envolvendo diversos segmentos sociais de forma participativa e pró-ativa, no intuito de assegurar ou garantir a sustentabilidade local em suas múltiplas dimensões.

Dentre esses novos preceitos, destaca-se a necessidade de incorporar os espaços de vivência e convivência comunitária ao processo de desenvolvimento do turismo cultural, no sentido de promover maior integração entre turistas e comunidades, estimular o sentimento de pertença dos residentes em relação ao patrimônio cultural, bem como a interpretação da cultura para grupos de visitantes.

Diante do exposto, e mediante a realização de uma pesquisa exploratória de caráter bibliográfico, baseada nas considerações de Dencker (1998) e Oliveira (1998) o presente artigo possui o objetivo de analisar a categoria lugar de memória como ferramenta para o planejamento sustentável dos espaços urbanos, na perspectiva de contribuir para a inserção da população local na gestão turística, bem como para o aproveitamento equilibrado do legado cultural das comunidades pelo turismo, vislumbrando novas possibilidades nas relações entre turistas e residentes, baseada na vivência dos aspectos representativos da cultura local.

2. ESPAÇO URBANO, LUGAR DE MEMÓRIA E PLANEJAMENTO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL

A diversidade das relações humanas, a produção cultural, as simbologias, representações e imaginários conferidos pelos distintos grupos sociais e que revestem de sentido e significado a uma dada porção do território está no cerne das discussões sobre o conceito de espaço urbano e, por extensão, de cidade. Criação coletiva e *locus* privilegiado de compartilhamento das experiências humanas, o espaço urbano caracteriza-se pelo entrelaçamento do social, lugar onde se desenvolvem

as ações dos agentes locais e os processos históricos e culturais de modo articulado e interdependente, sendo permeado por objetos, formas e conteúdos.

As cidades por seu turno surgem como a materialização do urbano, de concentração de pessoas, do desenrolar de atividades produtivas, tornando o espaço urbano dinâmico e polissêmico (SIVIEIRO, 2006). Além da disposição de elementos tais como ruas, bairros, avenidas, caminhos e logradouros, os espaços urbanos evocam diferentes narrativas sobre o patrimônio cultural de uma determinada sociedade. Na visão de Meneses (2006, p. 86):

A cidade passa, assim, a ser vista como construção histórico-cultural, como patrimônio de seus moradores, como espaço de memória. A cidade enfim é monumento e é documento [...] Ela é o lócus continuum de cultura, onde natureza, construção material, símbolos e significados e representações se constroem em diversidade e em harmonia.

O patrimônio cultural diz respeito à sua construção física - prédios, monumentos, edificações, acervos arquitetônicos- edificada em um determinado tempo e espaço, e à dimensão simbólica das diversas formas de agir, sentir e viver dos grupos sociais enquanto membros partícipes de uma comunidade: os ofícios e manifestações populares tradicionais, a gastronomia, as artes populares, o artesanato, os quais estabelecem processos de identificação (HALL, 2000) e vinculação comunitária em relação a uma dada cultura.

Essa concepção ampla de patrimônio cultural aproxima-se do conceito de legado cultural (BONFIM, 2005), aqui entendido como construção coletiva, inserido numa rede de relações dinâmicas que sofrem constantes processos de transformação e recriação, seja por meio da criatividade dos diversos segmentos sociais, seja pela intensificação dos contatos culturais, pela influência dos *mass media*, pelo advento de novas tecnologias da comunicação e informação que caracterizam as sociedades contemporâneas.

O patrimônio cultural se vincula à memória e à identidade dos grupos sociais, os quais estabelecem, através do repasse ou da transmissão de saberes e fazeres, importantes elos de continuidade espaço-temporal, além de mecanismos de afirmação e reposição identitárias. A apropriação e a coletivização do patrimônio cultural produzem ainda nos espaços urbanos lugares significantes, com os quais a comunidade local se afeiçoa e se identifica, pois cristalizam fatos ou acontecimentos pessoais, podendo vincular-se à infância, às atividades corriqueiras, aos encontros sociais e familiares e, conseqüentemente, fazem-se presentes na memória de indivíduos e grupos sociais específicos. Na visão de Gastal (2002, p. 77):

As diferentes memórias estão presentes no tecido urbano, transformando espaços em lugares únicos e com forte apelo afetivo para quem neles vive ou para quem os visitam. Lugares que não apenas têm memória, mas que para grupos significativos da sociedade, transformam-se em verdadeiros lugares de memória.

Além de constructos tangíveis – conjunto de edificações, monumentos, objetos e coleções, incluem-se na categoria lugar de memória os saberes e fazeres populares, as lendas, simbologias, imaginários e valores, ou seja, todos os elementos que representam a trajetória de uma comunidade, suas rupturas e permanências, nos quais se descortinam vozes, silêncios, experiências, conflitos, sensações, cores, que eternizaram gerações e permanecem vivos nas subjetividades e nas práticas cotidianas dos seus habitantes e que os (re) constroem permanentemente.

Ao propiciarem o compartilhamento de experiências entre grupos sociais distintos, os lugares de memória recriam identidades e reafirmam o sentido de territorialidade e de pertença à cultura local. Impregnados de lembranças, reminiscências, acontecimentos factuais ou ficcionais, transitam no imaginário coletivo, reelaborando e fortalecendo as identidades em meio às interferências de um mercado de consumo turístico globalizado.

Nesse ínterim, a noção de lugares de memória conceptualizada por Pierre Nora (1993) identifica-os enquanto espaços impregnados de um forte conteúdo simbólico e de referências culturais, elos de continuidade em relação a um passado socialmente construído, sendo aportes de referências culturais. Os lugares de memória constituem-se espaços de sociabilidade e reciprocidade cultural, aglutinadores e definidores da identidade de diferentes grupos sociais, sendo dotados de simbologias e valores atribuídos pelas pessoas que neles habitam, trabalham, ou desenvolvem algum tipo de vínculo afetivo.

Possuem ainda um sentido emocional, visto que através deles a comunidade sente-se integrada ao meio onde vive, estabelece relações de reconhecimento e de troca, posto que os lugares de memória também delimitam fronteiras culturais, relacionando-se à guarda de marcos históricos significativos para os membros de uma sociedade. Ao mesmo tempo, transcendem o valor meramente estético e visual comumente associado aos lugares de lazer, entretenimento ou de fruição turística; são espaços evocadores da historicidade e do desenvolvimento comunitário, em suas múltiplas dimensões.

A existência de marcos simbólicos e referenciais identitários define a personalidade do lugar (YÁZIGI, 2001) constituindo-se num dos principais agenciadores do trânsito turístico para as diversas localidades. Enquanto prática econômica e fenômeno social, o turismo apresenta múltiplas possibilidades de consumo do lugar, variando de acordo com as preferências intrínsecas de cada grupo de visitantes e das vivências que estes elegem como prioritárias durante o seu período de lazer.

No campo de abrangência do turismo cultural insere-se o turismo étnico, o gastronômico, o religioso, além de uma diversidade de experiências passíveis de serem realizadas pelos visitantes durante a sua estadia em um dado destino. Dessa forma, ampliam-se as oportunidades de arregimentação do legado cultural para o turismo, sob a forma de atrações, roteiros, eventos e produtos. Conforme observa Yúdice (2004, p. 12):

A cultura é hoje vista como algo que hoje se deve investir, distribuída nas mais diversas formas, utilizada como atração para o desenvolvimento econômico e turístico, como mola propulsora das indústrias culturais e como uma fonte inesgotável para novas indústrias que dependem da propriedade intelectual.

Com o maior desenvolvimento e integração das sociedades e a ampliação do conceito de patrimônio, o turismo cultural foi assumindo novos contornos, adquirindo um viés integrador, uma vez que esse segmento, ao possibilitar o contato dos visitantes com a herança cultural reelaborada no cotidiano de comunidades específicas, contribui para a difusão das culturas e para uma maior compreensão intercultural (ASCANIO, 2003).

Considerando-se que o produto turístico abrange uma série de elementos necessários para o atendimento das necessidades de consumo dos visitantes - atrativos, facilidades de acesso, equipamentos e serviços, ao apropriar-se do espaço urbano, a atividade turística torna-se um dos principais agentes intervenientes da dinâmica das relações sociais estabelecidas, engendrando um processo dialético de produção de novas territorialidades.

O turismo implica rearranjos espaciais, adaptação de elementos e reconfigurações da paisagem, por meio da revitalização de prédios e casarões, do desenvolvimento de atividades culturais, melhorias na infra-estrutura urbana e de serviços, e da formatação de roteiros e atrações que geram oportunidades efetivas de valorização do legado cultural:

Muda-se a concepção de cidade de centro cultural específico e herança histórica para centro cultural dinâmico, no qual convivem não apenas as artes, mas também a indústria cultural. Com isso, a cidade deixa de ser espaço racional e é reestilizada, continuamente como um “não-lugar”, isto é, como espaço de rápida circulação interligado por diferentes meios de transporte, grandes cadeias de entretenimento e pessoas de diferentes camadas da população convivendo com modos diferentes de vida. (PINTO, 2002, p.14).

Se, por um lado a mobilidade de turistas e o usufruto da infra-estrutura urbana e cultural tende a se refletir no aumento da percepção dos moradores em relação ao significado do patrimônio enquanto lugar de memória e de experiência cotidiana, por outro, o turismo cultural sem o devido planejamento pode contribuir para a privatização de áreas urbanas, para a segregação geográfica entre os turistas e a comunidade receptora, para a formação de espaços descontextualizados da dinâmica social, bem como para a perda do significado simbólico do patrimônio cultural por parte

dos residentes.

Esses desdobramentos contribuem para mitigar a qualidade da experiência turística e limitar as possibilidades de desenvolvimento econômico e social para a população local. Diante desse contexto, o planejamento da atividade turística deve incorporar os valores e princípios inerentes à sustentabilidade em suas várias dimensões.

A adoção de um novo modelo de planejamento e gestão no turismo cultural sinaliza uma nova perspectiva visando o aproveitamento sustentável do patrimônio cultural. Nesse sentido, a noção de lugar de memória pode se constituir importante elemento mantenedor da identidade e personalidade do destino turístico, aumentando seu potencial de competitividade no mercado.

2.1 Sustentabilidade e Lugar de memória: um novo enfoque para o planejamento turístico local

As noções de sustentabilidade no âmbito do turismo são recentes e estão condicionadas aos efeitos negativos em virtude da massificação dessa atividade. Emergem como tentativa para alçar um desenvolvimento sustentado dos atrativos naturais e culturais dos destinos turísticos, além de potencializar as economias locais a partir do envolvimento integral das comunidades nesse processo.

Segundo Sachs (1994), a sustentabilidade compreende um conjunto de dimensões (social, ecológica, cultural, econômica, tecnológica) capazes de promover a integralidade do meio ambiente em que as práticas sociais e econômicas se manifestam, mantendo as especificidades locais e minorando os efeitos negativos das atividades produtivas; a inserção social atrelada à melhoria da qualidade de vida dos segmentos populares, a visão ao longo prazo e compartilhada em níveis de co-responsabilidade e integração entre os agentes e a manutenção da dinâmica das culturas e valores locais.

Vislumbra-se que as dimensões da sustentabilidade devem ser incorporadas em todas as práticas engendradas pelos grupos sociais na sua interação com o meio ambiente físico e cultural, dentre as quais se destaca o turismo. Essa atividade necessita ser concebida e gerenciada tendo como instrumento balizador o planejamento. O planejamento turístico pode ser compreendido, nos termos de Bissoli (2002, p.34) como prática ou processo que:

Analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando o seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação mediante o estabelecimento de metas, objetivos, estratégias e diretrizes com os quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico ao qual está inserido.

Interpreta-se o planejamento turístico como o conjunto de atividades previamente concebidas com o objetivo de promover o atendimento das necessidades de consumo dos visitantes, por um lado, e do outro, a geração de benefícios sociais e econômicos para o núcleo receptor decorrentes do intercâmbio cultural. O planejamento turístico envolve um processo contínuo de tomada de decisões mediante a análise da realidade local, em termos de potencialidades e projeção de cenários.

Nesse particular sobressaem-se o estímulo para a criação de produtos e serviços competitivos, a adoção de estratégias de visibilidade e posicionamento mercadológico; a elaboração e execução de planos de comunicação e distribuição do produto no mercado, além do estabelecimento de indicadores de avaliação e controle das atividades desenvolvidas, garantindo a lucratividade e a conservação do patrimônio cultural.

A partir dessa visão mais abrangente e da necessidade de ampliar a atividade turística por meio do uso racional dos atrativos inseridos em uma localidade, é que emerge a concepção de um planejamento inter-relacionado com as demais esferas econômicas, culturais e ambientais de uma região.

Essa acepção apresenta similitudes em relação à aproximação do turismo enquanto sistema holístico e interdependente, proposto por Mário Beni (2001). Para esse autor, a atividade turística configura-se como o resultado de inúmeras variáveis que interagem entre si e entre o meio físico e social no qual esta se desenvolve.

Nesse caso, o planejamento do turismo está inserido dentro de uma perspectiva sistêmica, cujo resultado incide na consolidação de um planejamento turístico integrado, com procedimentos metodológicos capazes de ampliar significativamente a participação de segmentos da sociedade civil no processo de implantação e encadeamento turísticos racionais, a partir da distribuição de tarefas e fomento a iniciativas empreendedoras, objetivando dinamizar o turismo e o desenvolvimento sócio econômico local.

É interessante atentar que para atingir tal desenvolvimento, primeiramente deve-se buscar reduzir os impactos negativos do turismo sobre o meio-ambiente e a cultura locais, bem como atender aos anseios dos moradores e visitantes. O planejamento turístico que inicialmente tinha como principal objetivo maximizar a rentabilidade do setor, em meio às mudanças contemporâneas, passa a buscá-lo respeitando os princípios da sustentabilidade e ampliando seus efeitos que não mais se limitam ao âmbito econômico, mas referem-se também às melhorias no meio ambiental e social.

A aplicabilidade desses pressupostos permite situar o turismo numa análise macroambiental, ou seja, proferir um estudo acerca dos aspectos políticos, econômicos, sociais, geográficos e

culturais gerais, em conformidade com as características das regiões alvos da gestão turística. A planificação do turismo prescinde do estabelecimento de projetos compatíveis com a capacidade de carga do destino turístico, seguindo uma perspectiva integral e holística da atividade e considerando as inter relações que esta estabelece com outros setores da realidade social, conforme nos explicita Molina (2001, p.12):

Atualmente, este fenômeno alcançou conotações, significados e conseqüências altamente complexas, que transcendem elementos quantitativos e de crescimento numérico. Em nossa época o turismo é resultado de processos sociais e culturais não inteiramente quantificáveis, e que são imprescindíveis para a sua compreensão e para implementar ações que permitam obter dele os melhores rendimentos globais, sejam estes financeiros ou não.

A ampliação da consciência ambiental considerando-se, sobretudo, a relação ética nas relações entre atividades humanas e o meio socioambiental, reflete-se num novo direcionamento do planejamento turístico, pautado numa preocupação com suas possíveis interferências negativas nas comunidades receptoras e no respeito às tradições e valores locais. O argumento atual de desenvolvimento demonstra que o princípio formal de ação prima pelo planejamento, com modelos ampliados para serem aplicados no uso dos espaços urbanos e naturais e na operacionalização de ações com objetivos sustentáveis.

É nesse contexto que emerge o conceito de turismo sustentável cunhado a partir da expressão desenvolvimento sustentável, e que se apóia em algumas nuances principais, tais como equilíbrio de oportunidades e uso racional da base de recursos naturais, considerando sua limitação, as gerações futuras e a sobrevivência humana numa sociedade mais justa. Ruschmann (1997) conceitua o turismo sustentável como sendo:

Aquele que é desenvolvido e mantido em uma área (comunidade, ambiente) de maneira que, e em uma escala que, se mantenha viável pelo maior tempo possível, não degradando ou alterando o meio ambiente de que usufrui (natural e cultura), não interferindo no desenvolvimento de outras atividades e processos, não degradando a qualidade de vida da população envolvida, mas pelo contrário servindo de base para uma diversificação da economia local.

A promoção do turismo sustentável consiste também em garantir a qualidade dos produtos oferecidos aos visitantes, seja pela ambiência urbana, manutenção permanente dos equipamentos e serviços urbanos, qualificação dos prestadores de serviços turísticos, e desenvolvimento da hospitalidade no destino.

Ressalta-se ainda que o planejamento do turismo deve ser concebido em nível de interdependência e integração entre os diversos setores da administração pública (YÁZIGI, 1999), com a criação de cenários que atendam aos interesses e expectativas dos mais diversos grupos

sociais, além de ampliar a percepção dos moradores sobre a importância dos espaços urbanos e seus elementos na formação da identidade local.

A utilização do patrimônio cultural como recurso ou atração turística explicita a necessidade de um planejamento turístico integrado ao planejamento urbano e territorial. O objetivo dessa articulação consiste em promover o desenvolvimento do espaço urbano, em suas dimensões infra-estruturais, sociais, econômicas, turísticas e culturais, mantendo-se a harmonia e a funcionalidade de seus elementos integrantes, e elevando o bem-estar e a qualidade de vida dos residentes.

O planejamento sustentável das áreas urbanas pressupõe uma articulação entre todos os agentes intervenientes do processo (gestores públicos, empresariado, operadores e agentes de receptivo, comunidade direta e indiretamente envolvida) por intermédio de ações compartilhadas e do desenvolvimento de projetos integrados de revitalização e revigoração do patrimônio cultural local. Nesse sentido, a aplicação da sustentabilidade no turismo cultural

busca, nas raízes endógenas, a diversidade e pluralidade cultural, pela preservação do patrimônio dos recursos culturais em respeito aos modelos autóctones. Através da capacidade de autogestão das comunidades locais, participando na tomada de decisões, procura sistemas alternativos de tecnologia e produção (RODRÍGUEZ, 1997, P.58).

A gestão sustentável do patrimônio cultural pressupõe a utilização equilibrada e racional dos espaços urbanos, por intermédio de um planejamento participativo no qual a comunidade local possa integrar-se aos benefícios sociais, econômicos e culturais inerentes às propostas de desenvolvimento turístico. O enfoque preservador de uma cidade não pode deter-se apenas à esfera governamental, uma vez que a comunidade desempenha importante função, não só por influir na manutenção do legado cultural a partir de suas ações, mas também por fazer parte da configuração do patrimônio de uma cidade.

Ainda, a formalização de parcerias torna-se primordial para a continuidade e funcionalidade de projetos turísticos sustentáveis, elevando ou mantendo os benefícios para as comunidades locais. Ávila (2009) enuncia que o planejamento turístico implica a descentralização do processo de tomada de decisão, mediante uma visão co-participativa dos atores locais. À medida que ocorre a intensificação dos laços de solidariedade e reciprocidade entre os membros integrantes da cadeia produtiva, amplia-se a visão sistêmica no âmbito do turismo, direcionando-se os esforços coletivos em busca da diferenciação dos produtos e serviços, elevando a competitividade e expandindo as perspectivas de negócios.

A partir da criação de mecanismos visando à participação da população local no planejamento turístico pode-se evitar a formação de espaços desvinculados da realidade comunitária, além de estimular o sentido de pertença ao patrimônio e promover maior integração

entre residentes e visitantes. A ampliação do conceito de sustentabilidade pressupõe, portanto, que as comunidades estabeleçam mecanismos de controle da capacidade de carga ambiental, social e cultural, monitoramento e avaliação das atividades desenvolvidas:

Somente por este comprometimento total pode-se obter uma integração de longo prazo de metas sociais, ambientais e econômicas, problemas que voltarão a surgir à medida que avançamos pelas diversas dimensões e escalas da política e do planejamento turístico (HALL, 2001, p. 67).

Essa visão é compartilhada por Beni (2007) que advoga a necessidade do planejamento turístico incorporar as expectativas, anseios e necessidades da comunidade local propiciando, dessa forma, a socialização dos benefícios sociais e econômicos decorrentes dessa atividade, estabelecendo limites às interferências do turismo na produção cultural e na dinâmica dos espaços de vida e lazer do núcleo receptor.

Ressalta-se ainda que a atividade turística que se manifesta na contemporaneidade caracteriza-se pela emergência de valores e estilos de vida específicos que imprimem novas adjetivações para a produção e consumo dos espaços naturais e urbanos, diferenciando-se da prática do turismo evidenciada em períodos antecessores.

Essa nova configuração prenuncia um redirecionamento da economia dos serviços para a economia da experiência (PINE II; GILMORE, 1998), a qual no âmbito do turismo se manifesta através do planejamento e operacionalização de atividades e eventos memoráveis, com o objetivo de cativar, entreter ou fascinar os visitantes, ampliando assim, o potencial de atratividade dos destinos.

A tendência à retração da demanda turística pelo consumo de produtos padronizados e desterritorializados social e culturalmente possibilita aos incentivadores turísticos adaptarem-se às novas necessidades da demanda, com a criação de roteiros, serviços e atrações que adquirem maior proximidade com o cotidiano e a tradição dos lugares visitados (SWARBROOKE; HORNER, 2002).

Assim, em oposição à tendência à espetacularização dos lugares, celebrações e modos de vida, os turistas culturais tenderão a buscar roteiros, destinos e produtos capazes de oportunizar experiências tidas como únicas e provocadoras dos sentidos, com base em motivos, sensações e emoções, e na integração com a cultura das comunidades visitadas.

Nesse sentido, Gastal (2002) assinala que a incorporação da noção de lugar de memória no âmbito do planejamento e gestão da oferta de turismo cultural insurge como fator capaz de promover uma maior integração entre o tecido urbano e a sociedade, a problematização dos conteúdos dos bens culturais para os visitantes, enaltecendo, assim, a experiência turística, ao mesmo tempo em que fortalece os laços identitários entre a comunidade e o seu patrimônio.

Os lugares de memória tendem a enriquecer a experiência turística, estreitando as relações entre turistas e residentes, e permitindo a democratização do acesso e o direito à memória de grupos sociais distintos. Ao mesmo tempo em que podem se traduzir na criação de cenários e ambientes inovadores, onde a criatividade e a interação com a comunidade transformam os visitantes em protagonistas da experiência turística, gerando benefícios sociais e econômicos. Paralelamente, tendem a reforçar o sentido de pertença da comunidade em relação à cultura local, possibilitam a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento sustentável da atividade turística.

Manter as particularidades locais e inserir as comunidades no desenvolvimento do turismo emergem como requisitos que devem ser incorporados ao processo de reabilitação dos sítios urbanos, enquanto elementos norteadores para a promoção de um desenvolvimento turístico balizado na sustentabilidade, ou seja, “à obtenção de modelos turísticos integrados à economia e à sociedade que respeitem o patrimônio arquitetônico e o meio ambiente e que se preocupem com as novas demandas de acessibilidade e mobilidade que o turismo propõe” (VINUESA, 2004, p. 35).

O planejamento da oferta cultural deve-se promover uma interlocução permanente com os grupos sociais construtores do lugar turístico, incorporando os lugares mantenedores de sua identidade, no sentido de buscar uma maior integração entre turistas e residentes nos espaços de vivência comunitária, além de possibilitar variadas leituras e interpretações dos bens culturais.

3. LUGAR DE MEMÓRIA COMO FERRAMENTA PARA O PLANEJAMENTO TURÍSTICO: POR UMA GESTÃO SUSTENTÁVEL DO PATRIMÔNIO CULTURAL

A formatação de produtos culturais, em especial aqueles centrados na ambiência urbana necessita ser planejada de forma a valorizar o patrimônio cultural, objeto de interesse dos turistas e da comunidade. Se, de um lado, o olhar do turista detém-se nos aspectos mais espetaculares da paisagem, em modos de vida e costumes diferenciados do seu cotidiano (URRY, 1996), do outro, emerge a necessidade de realçar as características sociais, históricas e culturais do espaço urbano que particulariza sua vivência coletiva (MURTA; ALBANO, 2002).

Conforme exposto anteriormente, os lugares de memória podem conferir novas possibilidades de gestão do patrimônio cultural, considerando as diferentes representações que ele encerra para a comunidade residente, no sentido de problematizar o conteúdo cultural da região visitada tanto para os moradores, quanto para os visitantes. Sendo assim, de que forma a categoria lugar de memória pode ser útil na formatação de um modelo sustentável para o planejamento e gestão dos espaços turísticos urbanos?

A tematização da oferta de produtos e serviços implica a utilização de uma metodologia compatível com a realidade social dos destinos urbanos, avaliando o nível de desenvolvimento turístico existente e identificando os espaços representativos da memória e da identidade local. Baseado nesse delineamento, um conjunto de ações integradas de sensibilização e participação da comunidade, valorização, promoção e comercialização dos produtos culturais devem ser consentidas na perspectiva de promover novas experiências aos visitantes, aliada às estratégias de interpretação do patrimônio cultural (Figura 1):



Figura 1: Aplicação da categoria lugar de memória no planejamento turístico
Fonte: Elaboração própria

Busca-se nessa metodologia estabelecer um planejamento participativo, no qual os incentivadores turísticos possam ampliar os espaços de diálogo com a comunidade, a qual não apenas possui a função de identificar e selecionar os espaços de visitação, mas de estabelecer quais aspectos ou elementos devem ser enfatizados, delimitando o grau de interferência do turismo na dinâmica local.

Ressalta-se que a terminologia lugar de memória adquire diferentes representações no interior de uma dada comunidade, o que sugere a adoção de critérios de eleição compatíveis com o contexto sócio cultural específico. Nesse sentido, a utilização de técnicas diversificadas, tais como

história oral, pode ser utilizada para possibilitar a emergência de diversas vozes no interior da comunidade, desvelando os lugares e manifestações mantenedores da identidade local. Para Barquero (1999 apud Beni, 2004, p.20):

As comunidades locais possuem identidade própria que as impulsiona a tomar iniciativas que propiciam o desenvolvimento local [...] quando desenvolvem suas capacidades de organização, podem evitar que as empresas e organizações externas limitem suas potencialidades de desenvolvimento e amorteçam seu processo de desenvolvimento próprio. A capacidade de liderar o próprio processo de desenvolvimento, unida á mobilização do potencial de desenvolvimento, é o que permite dar a esta forma de desenvolvimento o qualitativo de endógeno.

Mediante a identificação dos lugares de memória, faz-se necessária a realização de estudos de potencialidade e viabilidade turísticas nas áreas selecionadas na etapa anterior, com o mapeamento dos espaços urbanos e das práticas culturais indicados que se revestem de um forte caráter identitário em relação aos moradores. Torna-se necessária a hierarquização dos lugares de memória selecionados, em termos de nível de atratividade e capacidade de mobilização de uma demanda turística diferenciada.

A determinação da capacidade de carga ambiental e social de forma a diversificar a planta de atrativos existentes estimula a conservação dos espaços urbanos e aumentar o nível de competitividade do produto no mercado. Posteriormente, a estruturação de roteiros e produtos culturais, contribui para agregar valor à oferta cultural, fortalecendo as trocas culturais, o interacionismo, e desenvolvendo a hospitalidade no destino.

Visando a ampliação das opções de lazer e entretenimento, o estímulo às atividades culturais nos espaços urbanos, tais como mostras de artesanato, festas de cultura popular e eventos, além de se constituírem elementos de atração turística, contribuem para a inserção dos lugares de memória à vida contemporânea, permitindo a sua integração e vinculação afetiva em relação aos membros da comunidade local (CAMARGO, 2002; SIMÃO, 2006).

Destaca-se ainda que os eventos culturais tornam-se agentes promotores dos destinos turísticos, aumentando sua competitividade no mercado, uma vez que estes contribuem para a redução da sazonalidade e para o enriquecimento da experiência dos turistas (SANCHÉZ E GARCÍA, 2003).

A partir do conhecimento e compreensão do próprio lugar pode-se desenvolver políticas preservacionistas mais eficazes, além de diferenciar e melhor aproveitar o patrimônio enquanto atração turística. Nesse aspecto, entende-se a educação patrimonial como um processo sócio educativo que permite a descoberta, o reconhecimento e a valorização dos significados históricos, culturais e simbólicos dos bens materiais ou espirituais produzidos pelos diversos grupos sociais em contextos específicos.

Utilizando-se de diferentes suportes de memória - monumentos e prédios históricos, conjuntos arquitetônicos, sítios arqueológicos, vestimentas, a educação patrimonial desperta sensibilidades e desenvolve o senso de preservação do legado cultural no interior das comunidades. Segundo Camargo (2002), para que haja o pleno desenvolvimento do turismo cultural em uma determinada região, a população local enquanto agente produtora do patrimônio deve ser conscientizada sobre a importância dos bens culturais como suportes de memória, de continuidade de práticas sócio-culturais, e enquanto fatores de desenvolvimento econômico.

A partir disso, o desenvolvimento de programas de educação patrimonial em caráter de transversalidade nos espaços de aprendizagem formal e informal, por meio de técnicas diversas, tais como *city-tours* dramatizados, oficinas de fotografia, desenvolve a percepção do lugar pelos moradores, estimulando a busca pelo sentido afetivo e emocional das áreas urbanas e do legado cultural.

Nas áreas relacionadas direta e indiretamente à atividade turística, a busca pela excelência na prestação dos serviços figura como um dos elementos que contribuem para o aumento da competitividade de um destino no mercado. A qualificação permanente dos proprietários e agentes que atuam nos estabelecimentos comerciais deve ser adotada enquanto estratégia dos empreendedores locais no sentido de oferecer produtos e serviços de qualidade, possibilitando a eficácia do relacionamento da empresa com os consumidores, e a universalização de seu acesso para públicos distintos.

Diante da estruturação de produtos, roteiros e atrações tematizados com a anuência da comunidade, integradas aos seus espaços de vida e de lazer, definem-se as estratégias de valorização do produto no mercado, envolvendo todos os agentes do setor de forma pró-ativa e inovativa, baseada na sinergia das ações e no esforço coletivo, definindo medidas de acompanhamento, controle e avaliação dos processos urbanos e turísticos.

Assim, o lugar de memória como instrumento de planejamento turístico consiste em promover a articulação integrada e o protagonismo comunitários, o fortalecimento da identidade, a valorização do lugar e a sua capitalização por meio do turismo, tendo como premissas fundamentais a proteção dos ambientes naturais e culturais, a qualidade dos produtos e serviços, e a validade da experiência turística local.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A associação das cidades com locais de entretenimento e lazer reforça a polarização entre trabalho e lazer, e cria oportunidades para a comercialização de seus elementos e atributos através

da atividade turística, especificamente no segmento do turismo cultural. Os espaços urbanos, sobretudo os locais de valor histórico e cultural devem ser vistos como áreas a serem descobertas e, portanto, compreendidas pelos turistas por meio de elementos interpretativos que possam valorizar a sua identidade, suas histórias, seus aspectos arquitetônicos, seus valores artísticos e tradicionais e sua importância cultural.

A forma como os indivíduos identificam-se com determinadas porções do território, estabelecendo relações de afetividade, edificando-os como lugares de memória, torna-se relevante na perspectiva de reorientar as políticas públicas de preservação do legado cultural, possibilitando que as futuras intervenções nos sítios históricos possam efetivamente resgatar, nos espaços inutilizados (ou subutilizados), os conteúdos simbólicos a eles subjacentes, evitando-se a padronização e a cenarização da paisagem urbana e da cultura, possibilitando que a atividade turística se desenvolva concernente às expectativas e anseios da comunidade local.

A utilização da categoria lugar de memória no planejamento sustentável do turismo torna-se um importante instrumental para os gestores da atividade, na medida em que esses poderão vislumbrar novas alternativas para a implantação de modelos de gestão sustentável nos espaços turísticos, maximizando as potencialidades naturais e culturais da destinação, em prol de uma prática de turismo capaz de agregar valor à experiência dos visitantes.

O desenvolvimento de estratégias de valorização dos marcos urbanos referenciais da identidade local propicia o enaltecimento de suas qualidades ambientais e sócio-culturais, conferindo uma urbanidade positiva no mercado turístico e facilitando a compreensão global do visitante em relação à região visitada. No âmbito das relações entre hóspedes e anfitriões, torna-se imprescindível que a população local reconheça a importância e o significado que o patrimônio cultural adquire para a sua identidade e memória social, a fim de possibilitar que a atividade se desenvolva balizada nos princípios da sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

AVILA, Marco Aurélio. Política e planejamento em cultura e turismo: reflexões, conceitos e sustentabilidade. In: AVILA, Marco Aurélio (org). Política e Planejamento em cultura e turismo. Ilhéus: Editus, 2009. p.15-37.

ASCANIO, Alfredo. Turismo La reestructuración cultural. In: **Pasos: Revista de Turismo y Patrimônio Cultural**. Volume 01, número 01, 2003. Disponível em: [http: < www.pasosonline.org >](http://www.pasosonline.org)
Acessado em 10 de março de 2009.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.

- _____. Um outro Turismo é possível. In: MOESCH, Marustchka; GASTAL, Susana. **Um outro Turismo é possível** São Paulo, Contexto, 2004.
- _____. Planejamento estratégico e gestão local/regional do turismo. In: SEABRA, G. **Turismo de base local: identidade cultural e desenvolvimento regional**. João Pessoa: UFPB, 2007.
- BISSOLI, M. A. M.A. **Planejamento Turístico Municipal com Suporte em Sistemas de Informação**. São Paulo: Futura, 2002.
- BOMFIM, Natanael dos Reis. O conceito de patrimônio numa perspectiva multidisciplinar: contribuições para uma mudança de enfoque. **Revista Turismo & Desenvolvimento**. São Paulo, 2005, vol. 5, n.1, p. 27-35.
- CAMARGO, Haroldo Leitão. **Patrimônio Histórico e Cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.
- GASTAL, Susana. Lugar de memória: por uma aproximação teórica ao patrimônio local. In: GASTAL, Susana (org). **Turismo: investigação e crítica**. São Paulo: Contexto, 2002.
- HALL, C. M. **Planejamento Turístico: Políticas, Processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.
- HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz (org). **Identidade e Diferença**. 4 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p.103-131.
- MENESES, José Newton Coelho. **História e Turismo Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- MOLINA, Sérgio. **Planejamento do Turismo: um enfoque para a América Latina**. São Paulo: EDUSC, 2001.
- MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina. (orgs). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo horizonte: Ed UFMG; território Brasilis, 2002.
- NORA, Pierre. **Entre Memória e História: a problemática dos lugares**. São Paulo, 1993.
- OLIVEIRA, Sílvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica**. São Paulo: 1998.
- PINE II, B. Joseph; GILMORE, James H. **Welcome to the experience economy**. Harvard Business Review. Vol. 76 (4), 1998.
- PINTO, Leila Mirtes Santos de Magalhães (org). **Lazer e estilo de vida**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.
- RODRIGUÉZ, José Manuel Mateo. Desenvolvimento Sustentável: níveis conceituais e modelos. In: CAVALCANTI, Agostino Paula Brito. **Desenvolvimento Sustentável e planejamento: bases teóricas e conceituais**. Fortaleza: UFC- Imprensa Universitária, 1997.
- RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. São Paulo: Papirus, 1997.

- SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI**. Desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo, Nobel, 1994.
- SANCHÉZ, A.G; GARCÍA, F.J. El turismo cultural y de sol y playa:¿Sustitutivos o complementarios? In: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA. **Cuadernos de Turismo**: 2003, 11; pp. 97-105.
- SIMÃO, M. C. **Preservação do patrimônio cultural em cidades**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- SIVIEIRO, Ana Paula. Os elementos do espaço turístico urbano no processo de planejamento: reflexões teóricas e articulações. In: **R.RA'EGA**, Curitiba, n.11, p.51-59, Editora UFPR.
- SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo, Aleph, 2002.
- URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: EDUSC, 1996.
- VINUESA, Miguel Ángel Troitiño. Turismo e desenvolvimento nas cidades históricas Ibero-Americanas: desafios e oportunidades. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Turismo Memória e Patrimônio Cultural**. São Paulo: Roca, 2004.
- YÁZIGI, Eduardo. **Turismo: uma esperança condicional**. São Paulo: Global, 1999.
- YÚDICE, Georges. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.