



Vol. 12, Nº 26 (junio/junho 2019)

PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO: PRODUCCIÓN, (RE) FUNCIONALIZACIÓN Y ESTRATEGIAS PARA LA CONSOLIDACIÓN DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE SÃO CRISTÓVÃO, SERGIPE/BR.

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio¹

Instituto Federal de Sergipe

Email: elianeavelina@yahoo.com.br.

Lício Valério Lima Vieira²

Instituto Federal de Sergipe

Email: liciovalerio@gmail.com.

Paulo Adriano Santos Silva³

Universidade Federal de Sergipe

Email: adriano_ufs@yahoo.com.br.

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio, Lício Valério Lima Vieira y Paulo Adriano Santos Silva (2019): "Planificación del espacio turístico: producción, (re) funcionalización y estrategias para la consolidación del turismo en la ciudad de São Cristóvão, Sergipe/BR", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 26 (junio/junho 2019). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/turydes/26/espacio-turistico-saocristovao.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes26espacio-turistico-saocristovao>

RESUMEN

La planificación del espacio, en el que se desarrollan las actividades turísticas, es un proceso fundamental para el desarrollo ordenado del turismo. De este modo, es necesario comprender el espacio turístico a través de la mirada de las múltiples relaciones existentes entre personas y objetos geográficos, y los movimientos muchas veces contradictorios y al mismo tiempo complementarios, oriundos de toda esa dinamicidad. Proponemos como objetivo demostrar la importancia de la planificación del espacio turístico como posibilidad de desarrollo ordenado de la actividad arriba citada, para el municipio de São Cristóvão - Sergipe. La investigación se fundamenta dentro de un enfoque hermenéutico, como fenómeno y práctica de (re) interpretación y reelaboración de los estudios anteriores de esa temática. Es una investigación de naturaleza teórica / empírica, con el objetivo exploratorio / descriptivo y abordaje cualitativo. En cuanto a los procedimientos técnicos, se realizaron revisión bibliográfica y observaciones

¹ Mestre em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Mestrado Profissional de Turismo – PPMTUR, do Instituto Federal de Sergipe-IFS; Pós-graduada em Planejamento do Turismo, Universidade Federal de Sergipe-UFS. Bacharel em Turismo/ UFS; Especialista em docência do Ensino Superior/ Estácio-SE.

² Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe-UFS; Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente/ UFS; Graduado em Geografia/UFS; Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe-IFS. Endereço: R. Francisco Portugal, 150 - Salgado Filho, Aracaju - SE, 49020-390.

³ Doutorando e Mestre em Geografia, pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia – PPGE, da Universidade Federal de Sergipe - UFS; Especialista em Ensino de Geografia – FAVENI; Graduado em Geografia pela UFS.

sistemática, no participante, a través de visitas técnicas, que evidenciaron: los recursos que componen el espacio / escenario turístico; la importancia de la (re) funcionalización para la consolidación como producto turístico; además de estrategias para fomentar el desarrollo del turismo en la ciudad de São Cristóvão.

Palabras clave: Espacio turístico. Planificación del Espacio. Patrimonio Cultural. São Cristóvão. Resignificación Turística.

ABSTRACT

Space planning, in which tourism activities are developed, is a fundamental process for the orderly development of tourism. In this way, it is necessary to understand the tourist space through the view of the multiple relations existing between people and geographic objects, and the movements, often contradictory and at the same time complementary, originating from all this dynamicity. We propose as objective to demonstrate the importance of the planning of the tourist space as a possibility of orderly development of the aforementioned activity, having as research area, the municipality of São Cristóvão – Sergipe. The research is based on a hermeneutical approach, as a phenomenon and practice of (re) interpretation and re-elaboration of previous studies of this theme. It is a research of theoretical / empirical nature, with the exploratory / descriptive objective and qualitative approach. Regarding the technical procedures, a bibliographic review and systematic, non-participant observations were made through technical visits, which revealed: the resources that compose the space / tourism scenario; the importance of (re) functionalization for consolidation as a tourism product; as well as strategies to foster the development of tourism in the city of São Cristóvão.

Key-words: Tourist space. Space Planning. Cultural heritage. São Cristóvão. Tourist Significance.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno capaz de (re) organizar el espacio geográfico a partir de las relaciones de apropiación y consecuente territorialización y desterritorialización. La revalorización, reconstrucción y resignificación del espacio por medio de estrategias que visen la preservación y el uso de atractivos en el que se incluyen los patrimonios materiales e inmateriales, así como las nuevas formas de relaciones producidas a través de la interacción de las personas con los objetos geográficos, importantes elementos en la planificación territorial que dan significado al espacio (Boullón, 2002).

La planificación territorial, en la que se conforman, se proyectan, y se desarrollan las actividades turísticas es sin duda un factor decisivo para el crecimiento ordenado del turismo de una localidad. En ese sentido, uno de los principales objetivos de la planificación y gestión del espacio turístico es el de transformar los recursos existentes en productos turísticos comercializables, transformando esos espacios de modo sostenible a fin de que los destinos se vuelvan más competitivos para el turismo.

En este artículo, el espacio es comprendido a partir de las concepciones de Milton Santos (2006), que discute los matices del espacio geográfico en busca de una comprensión más lógica fundamentada a partir de sus teorías, en el interés en superar la dicotomía entre sociedad y espacio. En cuanto al territorio, son válidas las proposiciones de Haesbaert (2007) cuando asegura que éste involucra al mismo tiempo las dimensiones simbólicas, culturales, atribuidas por los grupos sociales sobre el espacio en que viven. Son esas categorías de

análisis que subsidian el entendimiento del espacio geográfico como medio de interacción y condicionante de la práctica del turismo.

En este contexto, el artículo en pantalla se presenta como una fuente de discusión teórico / práctica acerca de la planificación del espacio turístico y su relevancia, utilizando como objeto de estudio la ciudad de São Cristóvão / SE que será presentada a partir del escenario turístico que abarca el Patrimonio Material e Inmaterial existente. Además, se pretende evidenciar la importancia de la refuncionalización de los espacios para la consolidación de las prácticas turísticas.

Geográficamente y para fines turísticos, São Cristóvão, cuarta ciudad más antigua de Brasil, está ubicada a 23 km de la capital Aracaju, se limita con el estuario del río Vaza-barris y con los municipios de Nuestra Señora del Socorro, Itaporanga D'Ajuda y Aracaju (capital de Sergipe). Posee un potencial muy rico y singular en el Estado, orientado hacia el Turismo Histórico / cultural.

Metodológicamente, el desarrollo de esta investigación está pautado en el método de abordaje hermenéutico como fenómeno y práctica de (re) interpretación y reelaboración de los estudios anteriores a la temática. Es una investigación de naturaleza teórica / empírica, cuyo objetivo es exploratorio / descriptivo, expuesto en la construcción del diálogo entre la literatura especializada, que trae conceptos relacionados con la planificación del espacio turístico, producción, refuncionalización y turistificación. Para ello, se hizo necesario un enfoque cualitativo, pues como afirma Prodanov & Freitas (2013), en esta forma de abordaje se interpretan los fenómenos atribuyéndoles significados de manera cualitativa. En cuanto a los procedimientos técnicos, se realizó el análisis bibliográfico a partir de artículos científicos de periódicos nacionales e internacionales, además de observaciones in situ, a través de cuatro visitas técnicas, realizadas entre los meses de diciembre de 2017 a mayo de 2018, teniendo como principal método de recolección de datos la observación directa no participante, en el cual permitió a los investigadores utilizar el contexto sociocultural para la percepción de los usos del patrimonio material e inmaterial de la localidad investigada, sobre todo en su utilización por el / para la práctica turística.

El estudio parte de la necesidad de comprensión de la actual realidad del turismo en la referida localidad, los actuales usos del patrimonio histórico material e inmaterial, a fin de que se conviertan subsidios para trazar estrategias que apunte al desarrollo ordenado, así como la consolidación de las prácticas turísticas en la región ciudad de São Cristóvão. La relevancia de las discusiones acerca del espacio turístico, sus usos y posibilidades, se da mediante la riqueza e historicidad del patrimonio arquitectónico y museológico y su importancia para el turismo, pero que aún no tiene el reconocimiento debido, ya que es poco explotado punto de vista de estas prácticas.

2. PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO: UN PROCEDIMIENTO NECESARIO

La planificación es una premisa básica para la ordenación de cualquier actividad, siendo éste un proceso continuo, renovable y resultante de un estudio en profundidad, con el propósito de ordenar las acciones y estrategias para alcanzar objetivos específicos. En el ámbito del turismo, es un proceso que pretende orientar el desarrollo turístico de un emprendimiento, local, región, municipio, estado o país, y resulta en acciones que contribuyan al desarrollo de la comunidad, de modo sostenible y que garantice inversiones públicas y privadas (Braga, 2007); (Molina, 2005); (Vignati, 2012).

A partir de ese concepto, concebir la planificación perpassa el entendimiento de lo que viene a ser el espacio en el que se desarrolla la actividad turística. Las concepciones del espacio geográfico son diversas y su forma de análisis trae una aproximación necesaria entre la Geografía y el Turismo con la que se objetiva entender cómo se configura y se desarrolla las prácticas turísticas en un dado espacio.

Para Henri Lefebvre (1991), el espacio es concebido como locus de la reproducción de las relaciones sociales, e implican en la producción del significado, de los conceptos y de la conciencia de esos espacios que están inseparablemente ligados a su producción física. En esta perspectiva, Serra (2017) sostiene que la realidad social está marcada por contradicciones y que el entendimiento de ésta sólo es posible por medio de esa comprensión.

En el intento de superar la dicotomía entre sociedad y espacio, Santos (2006: 39) afirma que "el espacio está formado por un conjunto indisociable, solidario y también contradictorio, de sistemas de objetos y sistemas de acciones, no considerados aisladamente, sino como el marco único en el que la historia se da". Corroborando como entendimiento, Silva (2015: 02), afirma que "o espaço é dotado de forma e função e corresponde ao social, ao espaço do homem, de trabalho, de vida, ou seja, o espaço é produzido através do resultado de relações acumuladas através do tempo".

Por este concepto, Santos (2006), comprende que los objetos, las personas y las acciones de estas sobre el medio no pueden ser considerados de manera aislada, pues un interfiere en la relación de producción y consumo del otro, haciendo el espacio heterogéneo y dinámico, de este modo afirma que:

Fijos y flujos juntos, interactuando, expresan la realidad geográfica y es así que juntos aparecen como un objeto posible para la geografía. Fue así en todos los tiempos, sólo que hoy los fijos son cada vez más artificiales y más fijados al suelo; los flujos son cada vez más diversos, más amplios, más numerosos, más rápidos. (Santos, 2006: 38).

En este sentido, el espacio está dotado de forma y función y corresponde al social, al espacio del hombre, de trabajo, de vida, o sea, el espacio es producido a través del resultado de relaciones acumuladas a través del tiempo (Anjos, 2001).

Cabe decir que ese espacio entendido en el sesgo de análisis de la geografía es también concebido y vivenciado en los sesgos de análisis del turismo, una vez que la actividad se desarrolla utilizando un espacio en el que se crea fijos de orden estructural, y flujos, sean ellos nuevos atractivos turista, la recalificación y la organización de atractivos naturales ya existentes, la resignificación de objetos geográficos, o la propia organización territorial a través del proceso de urbanización.

Boullón (2002: 79) aclara la discusión sobre el concepto de espacio y su relación con el turismo, afirmando que

...el espacio turístico es consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más los emprendimientos y la infraestructura turística, son suficientes para definir el espacio turístico de cualquier país (Boullón, 2002: 79).

De esta manera, se comprende el espacio turístico como todo el enmarañado de relaciones que ocurren entre las personas y los atractivos turísticos, los emprendimientos y la infraestructura que se crean para dar funcionalidad a la actividad como los hoteles, los bares y restaurantes, los monumentos y todos los objetos geográficos. Es también un "locus", en el cual ocurre una relación dialéctica de "construcción del espacio" donde está, por un lado el turista y de otro la comunidad local, relacionándose con los atractivos turísticos y produciendo efectos diferentes a medida en que interactúan con los espacios que se construyen para el turismo o que son moldeados por la práctica de la actividad, generando así espacios turistificados.

Corroborando la discusión, Anjos (2001), en el texto titulado "El espacio Turístico y sus elementos: Reflexiones epistemológicas", trae un abordaje acerca del espacio turístico en lo que versa sobre los elementos del espacio y la formación de territorios. De esta forma, él afirma que el espacio como categoría epistemológica es vista de las más variadas formas por las ciencias sociales y para la ciencia del Turismo esa categoría es vista en la perspectiva del análisis socio geográfico.

De esta manera, las transformaciones de los espacios, en espacios turísticos, exigen una recalificación de los objetos geográficos para una nueva funcionalidad, creando así un nuevo sistema de objetos y nuevas relaciones de producción y consumo de modo diferente de aquellas tratadas tradicionalmente, o sea, "el entendimiento de tales relaciones exige la identificación de los elementos del espacio y sus formas de interacción "(Anjos, 2001: 132).

Para Fratucci (2009: 393) "En la contemporaneidad, la turistificación de los espacios se revela importante factor de reordenamiento del espacio, a partir de la refuncionalización de sus fijos y de la producción de territorios desgarrados". Para este autor, es como si el espacio fuera

estructurado en mallas de puntos y líneas, más o menos densas. Esto lleva a considerar que el espacio para el turismo puede ser creado y recreado constantemente por los agentes sociales, tanto en los aspectos estructurales como en los sociales, culturales, etc. "La combinación de las diferentes lógicas de los agentes sociales productores del turismo, apuntan a la constitución de un espacio del turismo ora continuo (zonal), ora entrecortado (reticular), constituyendo un territorio-red" (Fratucci, 2009: 393), lo que implica cuestiones específicas y grandes desafíos para las políticas de planificación.

3. LOS RECURSOS QUE COMPONEN EL ESPACIO / ESCENARIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE SÃO CRISTÓVÃO

De acuerdo con Vignati (2012), los recursos se basan en el conjunto de atractivos del territorio, es decir, el paisaje, la cultura, la gastronomía, el clima, el estilo de vida de las personas que allí habitan, etc. En este sentido, las personas y las riquezas materiales e inmateriales de una determinada localidad son los tres elementos esenciales para el desarrollo de un destino turístico.

El centro histórico de São Cristóvão es un testimonio de la vida social pretérita del lugar, que es resultado de un proceso de producción espacial históricamente desarrollado. En el siglo XVIII, en el siglo XVIII, en el siglo XVIII, en el siglo XVIII, en el siglo XVIII, Portugal y España, llegando a ser de dominio Ibérica notable en el diseño arquitectónico de los edificios coloniales (Moisinho Filho, 2010).

El patrimonio material sacro del centro histórico está formado por los bienes construidos por las órdenes religiosas católicas que se radicaron en São Cristóvão. De acuerdo con Abadía y Barroco (2012), se fijaron en la ciudad los religiosos Jesuítas (1597), Capuchinos (1603), Carmelitas (1618 o 1619), Benedictinos (1693) y por fin los Franciscanos, que se convertirían en propietarios de las tierras, los ganados y los ingenios.

El patrimonio de mayor singularidad es la Plaza San Francisco (Foto 1), tumbada en 2010 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como patrimonio de la humanidad. Este monumento es, de acuerdo con el IPHAN (2018), el único ejemplar, en Brasil, erguido a partir de las reglas de la Ordenación Filipinas en el período de dominio de la Unión Ibérica, entre 1580-1640 y se constituye como un asentamiento urbano que fusiona los " los patrones de cobertura de la tierra, seguido de Portugal y los estándares para las grandes ciudades establecidas por España.

Foto 1 - Plaza San Francisco, Patrimonio de la Humanidad, São Cristóvão / SE



Fuente: Eliane Azevedo, 2017.

El conjunto arquitectónico de la Plaza San Francisco congrega diversos edificios institucionales civiles y religiosos relevantes, entre los principales están: Iglesia y Convento de Santa Cruz, más conocido como convento de San Francisco, espacio donde funciona desde 1974 el Museo de Arte Sacra. En el entorno de la plaza también están: la Capilla de la Orden Tercera; la antigua Santa Casa con la Iglesia de la Misericordia (que fue también el Hospital de Caridad y, actualmente funciona el ayuntamiento Municipal) y el Palacio de los Gobernadores, construcción del final del siglo XVIII (donde desde 1960 funciona el Museo Histórico de Sergipe), además de caseríos donde funciona la biblioteca local y casa del Folclore.

Además del conjunto arquitectónico de la Plaza, São Cristóvão tiene también otros patrimonios en el entorno del centro histórico, son ellos: la iglesia de la matriz de Nuestra Señora de la Victoria, construida a mediados de 1617 y ubicada en la plaza de la Matriz transformándose en un punto central de ordenamiento, urbanización y creación de otros espacios públicos y privados en la ciudad. La iglesia de Nuestra Señora del Carmen, de la Orden Tercera del Carmen (Señor de los Pasos), de Nuestra Señora del Amparo, del Rosario de los Hombres Negros, monasterio de San Bento, el piso del mostrador corrido, el conjunto del Carmo que alberga adjunto el museo de los ex votos, además de los caseríos que componen el acervo sacro de la ciudad.

Con la elevación de la Plaza San Francisco a Patrimonio de la Humanidad, los moradores, investigadores, historiadores y entusiastas celebraron la conquista por entender que aquel sería un momento en el que ocurrir un amplio desarrollo turístico de la ciudad. Sin embargo, pasados los ocho años de conquista, el turismo en São Cristóvão aún es ampliamente discutido, una vez que se percibe que la forma de organización del espacio turístico necesita ser repensado, para que se convierta en un destino turístico consolidado y más competitivo.

En lo que se refiere al patrimonio inmaterial, es posible enumerar las diversas manifestaciones artísticas y folclóricas como: Cacetera, Chegança, Samba de Coco, Reisado, São Gonçalo,

Taieira, entre otros; y el rico patrimonio gastronómico y todo el saber ser y hacer existente en la comunidad que confiere a la población Sancristovense el sentimiento de pertenencia.

La gastronomía también es un componente vivo del espacio turístico de la ciudad de São Cristóvão. La producción de las delicias dulces, figura como parte más fuerte en el repertorio gastronómico de la ciudad, estando presente en el cotidiano y en las festividades. Las especialidades culinarias como cocinas de horno, dulces en compota, jalea de pimienta, el Sarolho, el Beiju Mojado, el Pie de Moleque, el Mal casado, la Bolachinha de Goma, además de las famosas quesadas y de los delicados bricelets. Estas delicias tradicionales son producidas por diversas dulces del Centro Histórico y en la cooperativa de Dulces situada en el pueblo Cabrita, y traducen un oficio común entre las mujeres del municipio (Aragão & Leal, 2012).

De entre la variedad de dulces encontrados en São Cristóvão, el de mayor popularidad es la queijada o "queijadinha" como es popularmente conocida, denominada así porque originalmente la receta era hecha con queso, pero debido a la escasez del producto en el nordeste fue sustituida por coco. La queijada es un dulce hecho con harina del reino, mantequilla y leche, complementada con un dulce de coco que sobrepone una capa delicada como si fuera una galleta, es conocida en Brasil y fuera de él, en virtud de su valor histórico (Fontes, 2007).

Patrimonio inmaterial de Sergipe desde marzo de 2011, según el estado decreto número 27.720 (Aragón y Leal, 2012), la tarta de queso fue traído por los portugueses en la colonización temprana de São Cristóvão, y su importancia es especialmente parte del orgullo de identidad / gastronómica de población y es uno de los dulces más buscados por el turista cuando visitan la ciudad.

La producción de la queijada en São Cristóvão es tradición a más de 200 años, y es responsable del mantenimiento financiero de diversos hogares Sancristovenses, como sucede en el hogar de doña Marieta dos Santos, dueña del establecimiento titulado: casa de la queijada y principal referencia de esa actividad en el país en el municipio, produciendo en promedio 300 queijadas por día, en períodos de alta estación. Con la intensa producción y difusión, esa delicia se convirtió en un símbolo para los habitantes de la ciudad y "parada obligatoria" para los turistas.

Además de la queijada, otro dulce que mezcla tradición, historia y religiosidad son los Bricelets, galletas finas y crocantes con sabor de naranja, producidos en la antigua edificación de la Santa Casa de Misericordia, hoy casa inmaculada Concepción, donde las monjas utilizaban la misma receta desde el momento el siglo XVI, y fue repasada a los funcionarios del establecimiento para la continuidad de la producción (Zampiere, 2017).

Corroborando las afirmaciones que la valorización cultural / gastronómica es fuente de simbolismo y a su vez enriquece la actividad turística, se puede considerar que el patrimonio inmaterial es fuente del ser, del saber hacer y del saber vivir de un lugar. Así, el inmaterial

posibilita dar vida al material, formando un conjunto que retrata la identidad del pueblo y toda su historicidad sea a través de los trazados arquitectónicos o del olor, sonidos y sabores.

La cantidad de dulces presentes entre las callejuelas de la ciudad y en las festividades, figuran como verdaderos Patrimonios Inmateriales y como tal son pasibles de ser experimentados en lo que puede ser llamado de consumo simbólico, apreciados y compartidos con los turistas.

En este contexto, Gándara (2009: 3) considera que

la esencia del consumo simbólico reside en la valoración simbólica atribuida a un objeto, bajo la lógica de esa modalidad de consumo, un plato de la culinaria regional puede permitir un ejercicio nostálgico o una conexión cultural con la localidad visitada, al igual que frecuentar un establecimiento puede demarcar el estado social o la pertenencia a un grupo. En todos los casos, la comida y los establecimientos vinculados a ella se convierten en fuentes de experiencias, que terminan por saciar necesidades mucho más complejas que las fisiológicas.

En este sentido, la gastronomía desempeña un importante papel de vinculación identitaria con la población, y posibilita el enriquecimiento al turista a través de las experiencias sensoriales que se promueven a medida que se integra a los hábitos alimentarios de la localidad que debe ser valorada como activo territorial del turismo como. Así, la comida puede marcar un territorio, un lugar, sirviendo como marcador de identidad ligado a una red de significados. Por lo tanto, se puede hablar de "cocinas" desde un punto de vista territorial, asociadas a una nación, territorio o región, como la "cocina china", la "cocina baiana" o la "cocina mediterránea", indicando lugares la existencia de sistemas alimentarios delimitados (Maciel, 2001).

El espacio natural también es un componente presente en el escenario de São Cristóvão, ya que la ciudad está situada a orillas del estuario de los Ríos Vaza Barris y Paramopana, siendo estos, dos importantes recursos fluvio-marinos. Aunque existen atractivos potenciales que podrían favorecer mucho más las prácticas deportivas, la pesca artesanal y el uso para el ocio, todavía se infrautilizan para las prácticas turísticas.

4. REFLEXIÓN DEL TURISMO EN SÃO CRISTÓVÃO

La actividad turística ha sido una realidad para muchos municipios que poseen en sus espacios elementos de atractivo, creados o resignificados, que se convierten en materia prima para diversas actividades desarrolladas, promueven una nueva organización socioespacial y atraen cada vez más las demandas consumidoras. En ese molde está la ciudad de São Cristóvão, la cual puede ser considerada un espacio turistificado, que se apropia especialmente de las herencias arquitectónicas existentes en el trazado urbano, y es una de las más importantes ciudades históricas de Sergipe.

Castro y Tavares (2016: 58) discutiendo las estrategias de valorización de los espacios y actividades turísticas, afirman que,

el patrimonio cultural y la actividad turística tienen una relación de aproximación y ayuda mutua en las estrategias de valorización y dinámicas espaciales. Las realidades que ejemplifican esto se pueden encontrar en varias áreas centrales de las ciudades brasileñas, valoradas en discursos y políticas por poseer elementos ligados a la historia y la cultura de las ciudades, y que tienen el turismo como medio de revalorización, dinamización económica y posibilidad de ostentar a los visitantes este legado cultural.

De esta manera, en los núcleos considerados históricos, como es el caso de São Cristóvão, el patrimonio arquitectónico asume nuevos usos. El rico acervo arquitectónico y museológico formado por monumentos religiosos, civiles y caseríos particulares, además de la grandeza del patrimonio inmaterial existente en la ciudad, dan forma-contenido a los espacios a través del desarrollo de la actividad turística y permitiendo flujos distintos, pero convergentes la consolidación de la actividad.

En esa perspectiva, Costa (2008: 54) en una investigación realizada sobre la "Refuncionalización del patrimonio cultural y la nueva racionalidad de la organización socioespacial en núcleos urbanos tumbados" aclara que

la relación que se da entre el espacio, el turismo y el patrimonio, en estos núcleos urbanos, no huye de la lógica especulativa y hegemónica del capital, que actúa puntualmente, eligiendo dónde, cómo y cuándo actuar; lógica que favorece un puente local-global, y que va a producir espacios urbanos centrales diversificados desde el punto de vista de las acciones, de los usos y de los objetos; diversidades representadas por el mantenimiento de antiguas formas, viejos y nuevos contenidos. Vemos, en los centros históricos de algunas ciudades coloniales brasileñas - espacios constituidos de un patrimonio cultural considerable -, acciones refuncionalizantes que actúan sobre estos objetos para aprovecharse de su valor histórico-cultural, estético y por la centralidad que representan los núcleos.

El proceso de refuncionalización ha implicado en fuertes cambios en la ciudad de São Cristóvão, además de los espacios ya utilizados para la visita de los turistas, como los ya citados en ese artículo, algunos otros antes usados para la vivienda se han convertido cada vez más en el comercio de artesanía, bebidas, tienda de antigüedad, como es el caso de la casa del licor llamada "licor y arte", casa de antigüedad, casa del Bricolet, casa de artes en xilografía, todas ellas dirigidas al comercio a turistas.

Con ello, la diversificación de atractivos turísticos ha aumentado y el espacio de realización del turismo, antes más restringido al entorno de la Plaza San Francisco, se ha ampliado entre las calles de la ciudad. Este es un factor positivo, pues demuestra que la ciudad tiene potencial para el crecimiento de la actividad, oportunizando la diversificación de atractivos y posterior consolidación de productos.

La diversificación, la intensificación y la vinculación de los productos viables para el turismo pueden ser cruciales para la competitividad y el desarrollo de los destinos. De acuerdo con las consideraciones de Benur; Branwell 2015, la atracción de destinos turísticos depende

normalmente de las características físicas y ambientales del espacio que incluyen las condiciones climáticas, el paisaje, y toda la oferta natural presente, y también las características socioculturales que incluyen la historia, la política, el arte, las actividades económicas, los modos de vida, los monumentos. En ese sentido, se puede considerar que con relación al nivel de potencialidad, algunos se convierten en producto principal y otros recursos son complementarios en la actividad turística.

En ese delinear, aún de acuerdo con las consideraciones de Benur & Branweel (2015: 215),

[...] En primer lugar, en el caso de la diversidad de productos turísticos, esto puede aumentar la competitividad del destino ofreciendo experiencias y actividades variadas, mayor potencial de productos personalizados que atiendan a las necesidades e intereses individuales de los turistas y mayor flexibilidad en respuesta a los problemas gustos y demandas turísticas.

Conforme expuesto por los autores, la diversificación de la oferta turística posibilita atender una diversidad de grupos en sus estilos variados, pudiendo ofrecer productos que atiendan más nichos y que, consecuentemente, agradan al máximo de personas en un solo viaje.

Las ventajas comparativas ya no son suficientes para asegurar la competitividad de una ciudad, por lo que es necesario añadir ventajas competitivas para que un producto pueda tener diferenciales relevantes y así pueda ser elegido en detrimento de otro. Para Hogarth et al. (1991) las fuentes de ventaja competitiva pueden definirse como: el acceso privilegiado a recursos únicos, la capacidad de transformación de los factores de producción en productos vendibles en el mercado, la capacidad de resignificación de los recursos, competencias para la creación de nuevos productos y mercados, y la generación de un flujo continuo de innovaciones.

Por supuesto, los destinos necesitan pensar sus estrategias para atraer las demandas, resaltando los diferentes tipos de productos, las experiencias exclusivas, personalizadas, así como las relaciones interpersonales (Pereira, Oliveira & Tadeucci 2014, p.12). Como explica Beni (2011: 74), "las personas vienen buscando sistemáticamente productos y servicios que causen sensaciones nuevas, placeres y emociones inusitados, despreciando ofertas que no contemplen esas formas de experiencia".

En esta perspectiva, se considera que los elementos intangibles merecen una atención especial ante la demanda, ya que son favorables para incorporar al espacio natural la cultura como elemento agregador en los territorios en que la actividad turística represente fuerte peso en el desarrollo socioeconómico y en la generación de (Mazaro y Panosso Netto, 2012).

En el caso de São Cristóvão, los recursos turísticos dentro del contexto del inmaterial, como la gastronomía, por ejemplo, si verdaderamente considerados, pueden agregar valor al patrimonio material, sobre todo arquitectónico, formando un producto de mayor peso y con posibilidades de atraer más turistas y visitantes.

En vista de lo expuesto, se considera que son necesarias acciones que potencien la valorización de la producción cultural existente. La "comercialización" turística del patrimonio cultural se justifica por el hecho de que ella es la mejor estrategia para diferenciar la oferta de un destino turístico de la competencia, considerando que todo territorio posee características, riquezas y valores endógenos únicos e inimitables (Bahl, 2004).

Para Andrade (2014), la planificación de la identidad es fundamental para que el destino consiga establecer diferencias y particularidades, ya que es por medio de ellas que se definirá una personalidad para el destino, pues así podrá propagar impresiones deseables y convincentes para aumentar su nivel de atractivo. Es importante señalar que, a nivel turístico, São Cristóvão aún no figura como un destino consolidado, sin embargo, posee un alto nivel de atractivo y agrega valor al polo Costa dos Coqueirais, siendo también una de las más importantes ciudades presentes en el itinerario ciudades históricas, instituido a través del Plan de Regionalización del Turismo a mediados de 2004.

De este modo, para que el destino se consolida en el turismo, es necesario priorizar la planificación y la gestión a través del real desarrollo de la esfera económica, de forma correlacionada y prioritaria, la esfera social y sostenible. Este proceso debe ser legitimado a partir de la integración de las políticas públicas, donde la toma de conciencia de los factores, de los obstáculos, de los impactos y de las posibilidades que el fenómeno turístico propicia, posibilite la comprensión de las relaciones entre los espacios físicos y geográficos, los turistas y la comunidad local (Souza, Bahl & Kushano, 2013: 317).

Castro y Tavares (2016) recuerdan que la selección de lo que es considerado valioso y representativo de la cultura, y de la historia y lugares de los grupos sociales es una elección que ocurre por agentes en el presente. Además, es primordial que los gestores públicos despierten, se sensibilicen y se conciencien de que el patrimonio cultural es un factor preponderante para conferir afirmaciones a una sociedad. En ese delinear, se hace necesaria una gestión adecuada para que los espacios sean usados de manera a beneficiar, no sólo a los turistas, sino, sobre todo, a las comunidades receptoras (Camilo & Bahl, 2017).

Bahl (2004: 65), es claro en decir que, no se puede pensar en Turismo sin desarrollo integrado, por considerar que "focos aislados exigen una oferta turística muy representativa para que se pueda despreciar lo que existe en el entorno". Aunque São Cristóvão posee un rico acervo arquitectónico, éste por sí solo no ha tenido la fuerza de atraer una demanda considerable, hay que comprender que trabajar el patrimonio inmaterial de manera integrada es una estrategia de conexión y potenciación del turismo en esa localidad.

De esta manera, es conveniente destacar que las estrategias de diversificación del producto en un destino necesitan pasar por la identificación y clasificación de los atractivos, eligiendo cuáles y cómo serán trabajados para los turistas; la medición del atractivo del destino y de las atracciones turísticas y la utilización de herramientas de gestión del destino de manera global y cohesiva (Coelho, 2015).

4.1 Iniciativas para la consolidación del turismo en la ciudad de São Cristóvão

Con base en las observaciones realizadas en el espacio turístico de São Cristóvão, se percibe que algunas acciones son urgentes y necesarias, con miras a la consolidación de la actividad. La primera observación en destaque es la ausencia de medios de hospedaje, lo que dificulta la práctica turística más efectiva. Este hecho contribuye a que los turistas realicen visitación esporádica de un máximo de dos turnos, como viene ocurriendo en las últimas décadas.

Con el trabajo de campo, a partir de la observación sistemática, fue posible identificar elementos y aspectos que deben ser considerados en el momento en que se establecen las iniciativas de planificación y organización del espacio turístico de São Cristóvão. En este contexto, se proponen algunos encaminamientos para el proceso de consolidación de la actividad turística en la ciudad investigada:

- Elaboración de un plan de desarrollo turístico con el fin de identificar los atractivos y recursos turísticos existentes, a fin de establecer acciones para el desarrollo de los mismos;
- Desarrollo de estudios de demanda real y potencial para conocer / reconocer el perfil del turista y así trazar estrategias para atracción y permanencia de los mismos.
- Elaboración de itinerarios turísticos viables, ya que los itinerarios trabajados por las agencias utilizan el mismo circuito desde hace varios años.
- Formación de mano de obra local para el área de Turismo, para que éstos puedan estar sensibilizados y puedan involucrarse directamente con la actividad.
- Ofrecer talleres a la comunidad de concientización en cuanto al valor del Patrimonio y la importancia de la preservación de esa identidad histórica, artística y cultural de la ciudad;
- Estimular a la comunidad en la participación del proceso de exposición de su Patrimonio; y etc.

Conforme a Siviero (2006: 53) "Gestionar el turismo urbano remite inevitablemente a la búsqueda de la comprensión de los procesos de reestructuración y valorización del espacio urbano". De esta manera, es imprescindible planificación de la actividad con miras a la organización de nuevos atractivos, creación de nuevos productos y guiones que engloban el patrimonio material e inmaterial, además de una planificación de la actividad ordenada, coherente y sostenida que promueve concomitantemente la valorización de los aspectos históricos y culturales de la ciudad.

Es digno de registrar las consideraciones de Beni (1998), al afirmar que las políticas de turismo, en especial las relacionadas al turismo cultural, deberán y necesitan de hecho "valorar el significado del patrimonio cultural así como su contenido", buscar patrocinios público y privado en la apertura y el mantenimiento de museos, propiciar la articulación de políticas oficiales de preservación en las tres esferas del poder, además de considerar que el mantenimiento de las expresiones culturales sirve de motivación para atracción de flujos turísticos.

CONSIDERACIONES FINALES

La consolidación del Turismo en un destino, atraviesa por el uso y (re) usos de los recursos, atractivos y productos, que componen los elementos del espacio turístico, sean en los aspectos geográficos, históricos, culturales, además de toda infraestructura disponible. De esta manera, el espacio geográfico necesita ser entendido, analizado y planificado para recibir la actividad turística de una manera integradora y sustentable.

En lo que concierne a la ciudad de São Cristóvão, fue posible verificar que el espacio turístico se rige por diversos flujos, donde las personas y los turistas circulan, siendo puntos de vivencia que posibilitan la interconexión sociocultural de esos agentes. Es en este espacio también, que se encuentran los principales ejes de orden estructural, que han sido cada día más apropiados y refuncionalizados por el / para la práctica del turismo. De este modo, queda claro que el Turismo en São Cristóvão es un inductor de transformaciones, favoreciendo la valorización histórica, cultural, ambiental y social del destino.

En el caso en tela, del municipio de São Cristóvão, el espacio también está siendo patrimonializado y / o turistificado. El espacio es, por lo tanto, construido, reproducido, transformado y resignificado a cada instante, con miras a promover el desarrollo y consolidación del turismo.

Así pues, se percibe que trabajar las directrices primarias de la Planificación Turística es un recorrido inicial para que el turismo se consolida en el municipio. Siendo éste, de principal responsabilidad de los principales agentes sociales, sobre todo los agentes públicos. Este proceso necesita pasar inicialmente por la implementación de políticas públicas destinadas al desarrollo del sector, que necesita incluir de forma consistente la elaboración de los planes municipales de desarrollo turístico, de manera interdisciplinaria con otras áreas.

A pesar de la importancia política, histórica y cultural, São Cristóvão, que posee un patrimonio arquitectónico diversificado, con singular riqueza histórica, a ejemplo de la Plaza San Francisco, que ha sido elegida desde 2010 como patrimonio de la humanidad, la ciudad aún no se ha consolidado en el turismo sergipano y brasileño, habiendo la necesidad de más estudios que contribuyan a mejorar esa realidad e impulsar nuevas prácticas.

REFERÊNCIAS

Abadia, B. F. C. & Barroco, H. E. (2012) "Cidade de Sergipe D'El Rei: O patrimônio e o turismo no centro histórico de São Cristóvão". Rosa dos Ventos, Caxias do Sul, v. 4, n. 4, out-dez, p. 522-535

Andrade, M. B. (2014). "Sustentabilidade ambiental na composição da marca de um destino turístico: o caso de Fernando de Noronha". Dissertação (Mestrado) – Administração/UFPE/Programa de Pós-Graduação em Administração, Recife, 45p.

Anjos, F. A. dos. (2001). "O espaço Turístico e seus elementos: Reflexões epistemológicas. Turismo: visão e ação". Ano 4, n. 3. p.127-134, 2001.

Aragão, I. R. & Leal, R. E. S. (2012). "Memória, Patrimônio e Atrativo turístico: A doçaria na festa de Senhor dos Passos, em São Cristóvão – Sergipe". Revista Rosa dos ventos, Caxias do Sul, v. 4, n. 3, jul-set de 2012, p. 384-396. Disponível em http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/viewFile/1561/pdf_83. Acesso em 15 abril 2018.

Bahl, Miguel. (2004). "Viagens e Roteiros Turísticos". Curitiba: Prottexto.

Beni, M. C. (1998). "Análise estrutural do turismo". 2. ed. São Paulo: Senac.

_____. (2011) Globalização do Turismo: Megatendências do setor e a realidade Brasileira. 3ª ed. São Paulo: Aleph.

Benur, A. M. & Bramwell, B. (2015) "Tourism product development and product diversification in destinations". Tourism Management, v. 50, p. 213-224. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517715000412>. Acesso em 02 diciembre 2017.

Boullón, Roberto C. Planejamento do espaço turístico. Tradução de: Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

Braga, D. C. Planejamento Turístico: Teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Camilo, I. & Bahl, M. (2017). "Desenvolvimento do turismo baseado em elementos culturais. Turismo & Sociedade. Curitiba, v. 10, n. 1, p. 1-12, janeiro-abril

Castro, C. A. T. & Tavares, M. G. da C. (2016). "Processos de turistificação do espaço do patrimônio cultural: um estudo no centro histórico de belém-pa. Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN), Mossoró/RN, Vol. 5, n. 1. Disponível em: <http://periodicos.uern.br/index.php/turismo>. Acesso em: 04 enero 2018.

Coelho, M. de F. (2015). "O que atrai o turista? Gestão da competitividade de destinos a partir de atrações e da atratividade turística". Revista Rosa dos Ventos, Caxias do Sul, vol. 7, n. 4, p. 489-505. Disponível em: <http://ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/3550>. Acesso em 06 enero 2018.

Costa, E. B. da. (2008). "Refuncionalização de patrimônio cultural e a nova racionalidade da organização sócio espacial em núcleos urbanos tombados". Estudos Geográficos: Revista Eletrônica de Geografia, Rio Claro, vol. 6, n. 2, p.53-73.

Fontes, A. D. (2007). "São Cristóvão: aspectos culturais". In: Proposição de inscrição da Praça São Francisco em São Cristóvão/SE na lista do patrimônio mundial. Aracaju: Secretaria do Estado da Infra-Estrutura, IPHAN, Prefeitura Municipal de São Cristóvão, p. 1-24.

Fratucci, A. C. (2009). Refletindo Sobre a Gestão dos Espaços Turísticos: perspectivas para as redes regionais de turismo. Turismo em Análise, v.20, n.3, dezembro, p 391-408.

Gândara, J. M. G. (2009). "Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos". In: PANOSSO NETO, A.; ANSRAH, M. G. R. Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas. Barueri, São Paulo: Manole, p. 179-191.

Haesbaert, R. (2007). Território e Multiterritorialidade: um debate. Revista Geographia - Ano IX - No 17 – Niteroi: UFF.

Hogarth, R., Michaud, C., Doz, Y. & Heyden, L. V. D. (1991). Longevity of business firms: a four-stage framework for analysis. Fontainebleau: INSEAD

Lefebvre, H. (1999). "A revolução urbana". Tradução de Sérgio Martins. Belo Horizonte: Editora UFMG, 178 p. Título original: La révolution urbaine.

Maciel, M. E. (2001). "Cultura e alimentação ou o que tem a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin?". Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, v.1, n. 16, p. 145-156, 2001. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832001000200008&script=sci_arttext Acesso em 12 mayo 2018.

Mazaro, R. M. & Panosso Netto, A. (2012) *Competitividade e inovação em turismo*. In: BENI, M. C. Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão. Barueri, SP: Manole, 594 p

Molina, S. (2001). "Turismo: metodologia e planejamento". Bauru, SP: Edusc, 126 p

- Pereira, U. N. C., Oliveira, E. A. A. Q. & Tadeucci, M. S. R. (2014). "A importância das inovações tecnológicas no setor do turismo". In: III Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento. Taubaté – SP. 20 a 22 de out. 2014. Disponível em <http://www.unitau.br/files/arquivos/category_154/MPH0322_1427390993.pdf>. Acesso em 05 fevereiro 2018.
- Moisinho Filho, E. de F. (2010). "Patrimônio Cultural e iluminação urbano: diretrizes de intervenção luminotécnica no centro histórico de São Cristóvão, Sergipe". 2010. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2010, 332p. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/2583>. Acesso em: 10 junho 2017.
- Santos, Milton. (2006). A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. 4ª ed. São Paulo: EDUSP.
- Serra, D. R. de O. (2017). "O processo de turistificação do espaço em santuários e eventos católicos: uma análise sobre o círio de Nazaré em Belém-pa. Revista Geo Uerj, Rio de Janeiro, n. 30, p. 240-276
- Silva, P. A. S. (2015). "Território: Abordagens e Concepções". In: Boletim DATALUTA – Artigo do mês: dezembro de 2015.
- Siviero, A. P. (2006). "Os elementos do espaço turístico urbano no processo de Planejamento: reflexões teóricas e articulações. Ra'EGA: o espaço geográfico em análise. Curitiba, UFPR v.2, n. 11, p. 51-59. Disponível em: <http://revistas.ufpr.br/raega/article/view/7747/5516>. Acesso em 15 dezembro 2017.
- Souza, S. R., Bahl, M. & Kushano, E. S. (2013). "O espaço do turismo: produção, apropriação e transformação do espaço social". Revista Hospitalidade. São Paulo, v. X, n. 2, p. 313 - 331
- Vignati, F. (2012). "Gestão de destinos Turísticos. Como atrair pessoas para pólos, cidades e países". Rio de Janeiro: Senac.
- Zampieri, W. (2017). "Guia Sergipe Tradetour. Aracaju: S&Z comunicação", ed. 2017-2018.