

TURISMO E CULTURA: UM ESTUDO SOBRE O PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DE MUSEUS PARA O TURISMO.

Darlyne Fontes Virginio¹⁸

RESUMO

O Turismo é uma das atividades econômicas mais prósperas da atualidade, essa atividade tão marcante por seu estilo interativo, aponta diversos fatores sejam eles positivos ou não em que se desencadeiam os mais variados aspectos de sua essência. Nesse ínterim, as pessoas viajam em busca de destinos cada vez mais dinâmicos e que ofereçam além de uma infra-estrutura adequada, serviços de boa qualidade, um ambiente em que possam encontrar paisagens deslumbrantes, assim como, valores sociais focados na educação para um meio mais saudável para todos. O presente estudo se ateve à análise do Programa de Qualificação de Museus para o Turismo, que se dá a partir dos Planos Nacionais de Turismo e de Cultura, sendo o objetivo do atual estudo destacar a importância de políticas no campo da cultura e do turismo, elencadas à finalidade de se desenvolver ações pertinentes que possam alavancar o setor no país, especialmente a partir de um enfoque no patrimônio museológico. Nessa perspectiva, torna-se necessário desenvolver e avaliar políticas públicas voltadas à sensibilização e à preservação da cultura local, para que tanto quantitativa quanto qualitativamente o turismo possa se destacar como uma atividade que proporciona, além de tudo, uma melhoria na qualidade de vida das comunidades locais.

Palavras Chave: Turismo. Cultura. Políticas públicas. Museus.

¹⁸Mestranda em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN.

TURISMO E CULTURA: UM ESTUDO SOBRE O PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DE MUSEUS PARA O TURISMO.

Darlyne Fontes Virginio

ABSTRACT

Tourism is one of the most prosperous economic activities nowadays, this activity so remarkable for his interactive style, points to several factors whether or not positive on that trigger various aspects of its essence. Meanwhile, people travel in search of destinations increasingly dynamic and besides offering an adequate infrastructure, good quality services, an environment where they can find breathtaking scenery, as well as social values focusing on education for a half healthier for everyone. This study adhered to the analysis of the Qualification Program for Museums Tourism, which takes place from the National Plans of Tourism and Culture, with the aim of the present study highlight the importance of policies in the field of culture and tourism listed the purpose of developing appropriate actions that leverage the sector in the country, especially from a focus on the heritage museum. From this perspective, it becomes necessary to develop and evaluate public policies aimed at raising awareness and preservation of local culture, so that both quantitative and qualitative tourism can stand out as an activity that provides, moreover, an improvement in quality of life local communities.

Keywords: Tourism. Culture. Public policies. Museums.

4. INTRODUÇÃO

O turismo é um feito social, humano, econômico e cultural dos mais interessantes na atualidade, porque induz a proximidade de relações e as estimula, de modo que, lugares, pessoas, serviços e atrativos se interdependem e criam uma intensa rede de sensações, situações e acontecimentos.

Sua influência no campo cultural, assim como no dos atrativos naturais que o constitui, é particularmente importante e tende a aumentar, dados os conhecidos fatores de seu desenvolvimento. Assim, o turismo se mostra como um fenômeno capaz de exercer significativa influência ao homem e, às relações que este desempenha com o meio em que vive. Para tanto, é oportuno que seja objeto de uma política consertada e efetiva, especialmente no âmbito sócio-cultural.

A atividade turística possui vertentes bastante definidas no que se refere à sua comercialização, pensado nisso, a segmentação de mercado tornou-se peça-chave para o direcionamento e ordenamento dos esforços no setor. Partindo dessa análise e, já que o foco do estudo em tela, remete à relação turismo e cultura com o aporte de políticas públicas, pode-se inferir a importância e interdependência que há entre estes setores. Mesmo o turismo sendo um fenômeno social, “em outras palavras, do ponto de vista comercial, o turismo é um produto elaborado com as matérias-primas da natureza (recursos naturais) ou da cultura material e simbólica (recursos culturais), somadas aos equipamentos para prestar serviços de recreação, alimentação e hospedagem aos quais se chega mediante transporte. Esse produto é colocado no mercado e adquirido pelos interessados segundo regras previamente acordadas”. (BARRETO, p. 13).

A estreita e cúmplice relação que o turismo tem com a cultura se mostra ainda mais ativa sob o ponto de vista do uso do patrimônio¹⁹ enquanto disseminador do conhecimento e

¹⁹Fonseca (1997, p. 59), sobre a constituição do patrimônio, informa que: [...] a noção de patrimônio contribui para objetivar, tornar visível e real, essa entidade ideal que é a nação [...] funcionam como documento das versões oficiais da história nacional, que constrói o mito de origem da nação e uma versão da ocupação do território, visando a legitimar o poder atual; a conservação desses bens – onerosa, complexa e freqüentemente contrária a outros interesses públicos e privados – é justificada por seu alcance pedagógico, a serviço da instrução dos cidadãos.

promotor de educação. Em se tratando de museologia, esta se constitui no turismo cultural como exemplo maior desse processo de aprendizagem, contemplação e ponte com o passado, especialmente porque é nos museus onde se encontra acervo capaz de instigar tamanha reflexão social e humana.

Todavia, sendo de interesse desse estudo e objetivo geral mostrar elementos culturais de suma importância, como os museus, também para a atividade do turismo e, mais ainda, tratar do envolvimento das políticas públicas na inter-relação entre esses campos, é que se propõe discutir e analisar o contexto e as relações existentes no processo histórico e político do campo cultural, especialmente com olhar sobre o programa de qualificação de museus para o turismo – Ação que envolve os Ministérios do Turismo e da Cultura.

Portanto utilizou-se como procedimentos metodológicos a realização de pesquisas com recursos bibliográficos e documentos dos Ministérios em tela para sua concretização, especificamente da análise do programa de qualificação de museus para o turismo, uma vez que acredita-se ser este programa uma inovação no setor que busca trazer melhorias na qualidade e na capacitação dos museus e dos profissionais que lidam diretamente com essa área, tanto da atividade turística quanto da cultura, bem como da participação social e da integração dos atores²⁰ no âmbito das ações desenvolvidas em prol de melhorias para destinos, comunidades e visitantes através do aporte de políticas públicas específicas aos temas em questão.

2 TURISMO, CULTURA E ATORES: UMA RELAÇÃO EM CONSTRUÇÃO

O conceito de turismo adotado pela Organização Mundial do Turismo – OMT (1995), atualmente o caracteriza como um fenômeno social que consiste na saída temporária do seu habitat natural de indivíduos ou grupos de pessoas em busca de lazer, cultura, descanso, saúde, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Por essa razão, o estudo de diversas áreas do conhecimento no campo do turismo, tem sido há muito difundido quer seja na sociologia, antropologia, quer seja na geografia, ou mesmo nas ciências biológicas, etc. Tanta inquietação quanto aos rumos que tal atividade pode induzir nos destinos, leva a crer que sua inter-relação e, mais ainda, que este fenômeno perpassa as bases

²⁰ Por atores do turismo se entende, no presente estudo, como os participantes no processo de construção da atividade nas localidades, tais como: a iniciativa privada, os órgãos públicos e a sociedade civil organizada.

conceituais de sua definição, associada a esta ou àquela manifestação social, política, cultural e mesmo ambiental.

É sabido que o turismo, em suas várias interfaces, precisa estar comumente atrelado a um planejamento, uma vez que atrativos naturais e culturais do qual é composto são, em suma, frágeis se acatarmos o princípio de as relações interpessoais geradas em seu processamento, poderem, entre outras coisas, gerar conflitos sócio-culturais sérios, especialmente para as populações receptoras.

De acordo com Pires (2004, p.04):

O turismo pode gerar custos sociais em geral difíceis de estimar, mas que nem por isso são menos importantes. Um exemplo é a ameaça aos hábitos tradicionais de cada país e, muitas vezes, de regiões específicas. Entretanto, o turismo pode se tornar o elemento que irá garantir a manutenção de certas tradições originais que atraem os turistas.

Por outro lado, o turismo pode, dessa forma, ser meio e método para o fluir de estratégias que possibilitem a reprodução do patrimônio cultural e um autêntico desenvolvimento social, oferecendo programas culturais gratuitos à população local para impulsionar a vontade e o interesse em se envolver com a cultura local, de modo que, saibam dos benefícios que podem ter desde a melhoria na renda até a valorização do destino, adquirindo a partir desses incentivos um sentimento de valorização de suas raízes, crenças e costumes.

Dentre os impactos econômicos, ambientais e sócio-culturais, estes últimos são mais complexos para serem controlados ou mesmo monitorados. Daí surge a necessidade de os atores do turismo (sociedade civil organizada, iniciativa privada e poder público) se engajarem nesse processo, procurando aliar os benefícios do desenvolvimento a uma redução dos impactos negativos causados pela utilização dos espaços turísticos, promovendo melhorias para todas as partes. O programa de qualificação de museus para o turismo é um exemplo claro desse envolvimento, uma vez que representa uma série de ações para o setor museológico no país com foco no desenvolvimento da atividade turística de forma profissional e com qualidade, sendo, inclusive um acordo interministerial que busca a promoção e valorização de novos produtos do segmento cultural, bem como incremento e direcionamento de esforços em se realizar o turismo sob a ótica profissional e conjunta existente na área de museus no país.

Os atores do turismo, em especial o poder público, podem direcionar suas ações para o campo cultural, forte impulsionador da atividade turística, sendo “um dos principais motivos

que levam as pessoas a viajarem, especialmente turistas estrangeiros, mais interessados na temática cultural e, em sua maioria, com maior grau de instrução formal”. (EMBRATUR, 2009).

Contudo, nessa perspectiva, entende-se que para o estudo da cultura “sua análise é que deve ser ‘polemológica’, pois ela (a cultura) revela conflitos”. Assim, socialmente falando, afirma-se que pode existir a desigualdade, mas não significa que necessariamente haverá desigualdade cultural, porque “mesmo aquele tido como mais fraco no jogo cultural, tem seu valor”. (CUCHE, 2002).

A riqueza que a cultura traz em sua constituição natural é que a transforma atração para as pessoas de todo o mundo, é nesse momento em que a estreita relação entre turismo e cultura se apropria das tendências globalizantes, tornando o turismo cultural elemento de desejo, comercialização, e mesmo de desenvolvimento. É nesse antro de novidades que o homem precisa ser trabalhado para estar em contato com outras culturas, outras realidades, “o que precisamos, em primeiro lugar, não é de viagens diferentes, mas de pessoas diferentes. Somente uma outra sociedade e outras condições de vida produzirão um outro turista. Uma sociedade doente não pode produzir um turista sadio [...] É preciso ver no homem um ser social indivisível, e não alguém passível de se fracionar facilmente em homem-trabalho, homem-lazer, homem-fim de semana e homem-férias. O que ele procura de mais fundamental é o desabrochar total e um sentido estável para a própria vida. Mesmo em férias, ninguém escapa a si próprio”. (KRIPPENDORF, 2001, p. 134).

Krippendorf (2001) deixa claro sua preocupação com a relação homem-natureza, homem-cultura, enfatiza as tendências da globalização, das relações de trabalho e da produção do tempo e do espaço, trazendo novos anseios quanto ao turista que se quer, quanto aos princípios de educação e preservação a que as pessoas, em sua maioria deveriam ter.

Já Geertz (1989, p. 40) afirma que:

Na busca das tartarugas demasiado profundas, está sempre presente o perigo de que a análise cultural perca contacto com as superfícies duras da vida – com as realidades estratificadoras políticas e econômicas, dentro das quais os homens são reprimidos em todos os lugares – e com as necessidades biológicas e físicas sobre as quais repousam essas superfícies. A única defesa contra isso e, portanto, contra transformar a análise cultural numa espécie de esteticismo sociológico é primeiro treinar tais análises em relação a tais realidades e tais necessidades.

Todavia, cabe analisar com certo direcionamento, a princípio, o conceito de cultura, Laraia (2001, p. 63) abordou essa temática e, com base em pesquisas e estudos, resume o final do capítulo que trata do conceito de cultura da seguinte forma:

[...] neste ponto, o leitor já deverá ter compreendido que a discussão não terminou – continua ainda –, e provavelmente nunca terminará, pois uma compreensão exata do conceito de cultura significa a compreensão da própria natureza humana, tema perene da incansável reflexão humana.

É importante, também, o estudo sobre a cultura popular²¹ em sua essência, para que se possa abstrair um entendimento aceitável acerca do que pode ser definido, de fato, como turismo cultural. Nesse contexto, de acordo com Burke (1989), a cultura popular seria fruto de diversas transformações sociais, a começar pelo crescimento populacional que levou à urbanização e, conseqüentemente, à revolução comercial e ascensão do capitalismo. Assim, a cultura está intimamente ligada ao ambiente, mudaria de acordo com a mudança do ambiente atrelado a diferentes grupos profissionais e modos regionais de vida. Observando que todas essas transformações sociais e culturais no mundo moderno atingiram, sobremaneira, as cidades maiores de modo a enriquecer suas culturas, enquanto que em cidades e regiões mais distantes houve uma espécie de empobrecimento cultural.

Quanto a essa análise, é necessário salientar a importância que as culturas representam para as comunidades locais, em que há um processo de desenvolvimento da atividade turística, o que pode na atualidade levar ao desencadeamento e/ou ao acentuamento de problemas relacionados a aculturação ou mesmo à perda da identidade. Mais uma vez, se vê a importância de um planejamento e, mais ainda, da atuação do setor público nessas questões.

Vê-se que a relação da atividade do turismo com acentuada tendência nos aspectos culturais em destinos turistificados, torna-se ambiente propício à discussão e proposição de ações elencadas desde o âmbito das relações com o setor público, perpassando para a sociedade civil organizada e aos empresários do setor privado. Entende-se que dessa maneira, grandes chances de perpetuação e consolidação rumo a um desenvolvimento dos lugares e das pessoas associados à prática do turismo cultural, toma novos caminhos para a sustentabilidade sócio-ambiental num futuro próximo.

²¹ Para inserir a discussão sobre cultura popular no presente estudo, optou-se por analisar as idéias do autor Burke (1989), visto que outros autores tratam do tema de forma diferenciada ao que este autor propõe.

3 POLÍTICAS PÚBLICAS E PARTICIPAÇÃO SOCIAL NO TURISMO: IMPORTÂNCIA E PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL.

Maksoud (1984, p.120) acredita que a política “é uma arte complexa que se torna mais intrincada pela multiplicidade de tipos humanos que nela atuam [...] Apesar dessas diferenças, parece que os homens todos querem um regime de liberdade que instintivamente qualificam hoje de democracia”.

Na maioria das vezes, o discurso do governo permeia conceitos de desenvolvimento e igualdade para os povos, mas na prática se tem observado que estas premissas não são seguidas à risca. Dessa forma, Moore (1972, p.182) diz que em política, é 72atividade, senão permanente, a divergência tocante aos fins, quando não aos meios, o conflito sobre o que deveria ser uma sociedade decente. O desenvolvimento regional precisa ser o foco dessas ações na prática, sem esquecer que é preciso partir de uma premeditação.

A importância da política para a sociedade é ressaltada nesse conceito, observando que a inexistência de um direcionamento e embasamento, filosófico ou não, para esse sistema pode acarretar prejuízos às pessoas. Contudo, em turismo, particularmente no que se refere às questões políticas, percebe-se que desde que começou a receber a devida atenção dos gestores públicos, o setor vem contribuindo para a movimentação da economia das localidades que utilizam, atraindo investimentos, demandando melhorias em infra-estrutura, de acessos, serviços básicos, arrecadação de impostos, visando, inclusive, o desenvolvimento sustentável da atividade e dos destinos.

Observa-se que é relevante a participação de diversos setores da sociedade interagindo entre si, em especial o setor público, a fim de colaborar com a promoção de um turismo melhor e mais inclusivo. Para Dantas (2005, p. 154) “nenhuma atividade econômica pode ter um fim em si mesma; logo, o turismo não tem valia enquanto não promover a equalização social e a expansão das oportunidades e capacidades humanas, tanto dos visitantes como dos visitados”. Partindo desse pressuposto, podem os gestores contribuir para o desenvolvimento através de uma gestão que alie a inclusão social e as tradições culturais ao crescimento econômico?

O Plano Nacional de Turismo – PNT 2003/2007 (2003, p. 21), afirma que:

O turismo no Brasil contemplará as diversidades regionais, configurando-se pela geração de produtos marcados pela brasilidade, proporcionando a expansão do mercado interno e a inserção efetiva do País no cenário turístico mundial. A geração de emprego, ocupação e renda, a redução das desigualdades sociais e regionais e o equilíbrio da balança de pagamentos sinalizam o horizonte a ser alçado pelas ações estratégicas indicadas.

Dessa forma, reconhece-se a importância dos diversos segmentos do setor, sendo tal plano o elo entre os governos federal, estadual, municipal, as entidades não governamentais, a iniciativa privada e a sociedade, buscando cumprir um importante papel no incremento da atividade turística, especialmente em regiões desprovidas de ações específicas atreladas ao crescimento e ao desenvolvimento, de suas capacidades e potencialidades, técnicas e naturais ou culturais. No que se refere à relação da cultura, propriamente dita, com os pressupostos políticos, Ortiz (1985, p. 142) considera:

A dimensão do político como imanente à vida social, e com isto quero dizer que as relações de poder penetram o domínio da esfera da cultura. Entretanto, o que é político (isto é, relação de poder) nem sempre se atualiza enquanto política, o que implica aceitar que entre os fatos culturais e as manifestações propriamente políticas é necessário definir uma mediação. Os fenômenos culturais encerram sempre uma dimensão onde se desenvolvem relações de poder, porém seria impróprio considerá-los como expressão imediata de uma consciência política ou de um programa partidário. É importante ter em mente que as expressões culturais não se apresentam na sua concretude imediata como projeto político. Para que isto aconteça é necessário que grupos sociais mais amplos se apropriem delas para, reinterpretando-as, orientá-las politicamente.

Por essa razão, as políticas públicas são fundamentais ao turismo e à cultura no cenário das populações receptoras de demanda, como é o caso do programa de qualificação de museus para o turismo, e mais especificamente, que estas comunidades sejam ativas, seja no processo de participação seja na tomada de decisão para que mostrem suas reais necessidades e anseios, com a finalidade maior de serem incluídas e ouvidas, a partir do artifício de que suas tradições e seu legado sejam mantidos, preservados, respeitados. Com isso, percebe-se a estreita e importante relação que a cultura, o turismo e as políticas públicas têm, em observância com a urgente e precisa relevância que o tema em questão deve rumar.

Atualmente, o Plano Nacional de Turismo 2007-2010, visa um turismo de inclusão, mostrando o interesse do Governo Federal em direcionar para todo o país, por exemplo, ações de diversificação do produto turístico brasileiro e de sua segmentação, entre outros. Nesse âmbito, o Ministério do Turismo – Mtur em um de seus macroprogramas criou o programa de estruturação

dos segmentos turísticos para que, direcionando seus esforços de forma objetiva, possa atuar em eixos e pastas específicas da atividade, a exemplo do turismo cultural.

O turismo cultural seria:

Aquela forma de turismo que tem por objetivo, entre outros fins, o conhecimento e a apreciação de monumentos, sítios histórico-artísticos, obras de arte, arquitetura, artesanato, produtos e gastronomia típicos, música, dança, teatro, eventos programados, dentre outros. **Esta forma de turismo justifica, de fato, os esforços que os órgãos afins têm buscado para estabelecer políticas de manutenção e proteção a esse patrimônio, de acordo com os devidos benefícios sócio-culturais e econômicos que comporta para toda a população implicada.**(grifo nosso). ICOMOS (1976 *apud* VINHAS 2007, p. 59).

Nessa perspectiva, o atual PNT 2007-2010 promete trazer outra realidade às necessidades do setor no país, desenvolvendo o turismo interno, também, através da descentralização das regiões turísticas do Brasil. Todavia, é preciso esclarecer que o desenvolvimento não acontece de forma igual para todos, tampouco é fruto de uma única atividade ou de ações isoladas dos diversos setores. Com isso fica clara a evidência de que é preciso somar esforços para criar, em torno do âmbito da cultura e do turismo, sérios questionamentos e atitudes, políticas ou não, que sejam voltadas para a sustentabilidade e o uso adequado do patrimônio, sendo o turismo cultural uma ferramenta, se planejada e de acordo com os interesses dos autóctones, crucial a esta temática.

A Carta de Turismo Cultural (ICOMOS, 1976) que em suas bases de atuação, define:

As entidades representativas do setor turístico e as de proteção do patrimônio natural e cultural precisam estar cientes de que a preservação e promoção do patrimônio natural e cultural para o benefício da maioria somente poderão ser cumpridas dentro de uma ordem pela qual se integram os valores e os objetivos culturais, sociais e econômicos; Conscientes da extrema necessidade de modificar a atual atitude do público em geral sobre os grandes fenômenos desencadeados pelo desenvolvimento massivo do turismo; [...] Realização de planos de desenvolvimento sustentável, implantação de equipamentos e serviços turísticos adequados e de boa qualidade; O respeito e a proteção da autenticidade e diversidade dos valores culturais, em todos os destinos. (Adaptado da Carta de Turismo Cultural – ICOMOS, 1976).

Para que, dentro dessas perspectivas, o provável desenvolvimento e expansão do turismo possa acontecer de forma responsável e sustentável, o turismo cultural deve ser tratado com respaldo político e social. Não esquecendo da vertente econômica atribuída ao fenômeno do turismo, por muitos anos, políticos e mesmo estudiosos, é que não se pode remetê-lo no campo da cultura a esta subordinação. É interessante haver intervenções acertadas e continuadas que busquem apoio no viés econômico, mas que acima de tudo, não seja seu principal objetivo.

Não é possível precisar com certeza o quanto a cultura deixa sua marca na sociedade, mas é certo que o faz, tanto assim que a recente mundialização dos processos político-econômicos não conseguiu a uniformização desejada pelos detentores do poder econômico mundial justamente pela resistência das culturas locais, aquilo que Giddens chama de reflexividade. BARRETO (2007, p. 19).

Mais uma vez, surgem as comunidades locais como o foco e para quem devem ser direcionadas, muitas das políticas do setor, para que a atividade turística traga além de crescimento econômico, desenvolvimento socio-cultural enraizado nos valores e na preservação a que as populações precisam adquirir e/ou manter.

4 UM OLHAR SOBRE O PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DE MUSEUS PARA O TURISMO

Os termos tradição e tradicional surgem com 75tvidades nos trabalhos no ocidente e na África, no sentido de fazer referência ao termo ‘moderno’, ‘modernidade’ ou mesmo ‘ocidente’. Usando como base a construção teórica da ‘invenção da tradição’ Ranger (1984) mostra que a análise sobre a construção da ‘autoridade tradicional’ 75tvidades75s75e tende a enfatizar o papel e a capacidade da administração colonial no manipular das instituições de poder africanas locais. O poder colonial estava limitado pela obrigação dos chefes locais em garantir o bem estar das suas comunidades, ou seja, em garantir a sua legitimidade, fato de que dependia o funcionamento da estrutura administrativa colonial.

Desde a antiguidade, a relação entre tradição e poder despontava um tom de manipulação para que houvesse certa manutenção, mesmo que limitada e por submissão ou obrigação, da legitimidade das invenções da tradição. Mesmo com certos contratempos, a cultura tem sido alvo de constantes transformações, se atentado para a área museológica, esses enalços são ainda mais enfatizados por sua relevância através do tempo e que, até hoje, se configura com destaque nesse cenário.

De acordo com o Comitê Internacional de Museus – ICOM (1956): Museu é um estabelecimento de caráter permanente, administrado para interesse geral, com a finalidade de conservar, estudar, valorizar de diversas maneiras o conjunto de elementos de valor cultural: coleções de objetos artísticos, históricos, científicos e técnicos, jardins botânicos, zoológicos e

aquários. Após essa definição, houve mais recentemente, uma aprovação pela 20ª Assembléia Geral de Barcelona, Espanha (2001) que designava museu como: “Instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e de seu entorno, para educação e deleite da sociedade”.

Por fim, o Sistema Brasileiro de Museus – SBM (2004) adota a seguinte definição: Os museus são casas que guardam e apresentam sonhos, sentimentos, pensamentos e intuições que ganham corpo através de imagens, cores, sons e formas. Os museus são pontes, portas e janelas que ligam e desligam mundos, tempos, culturas e pessoas diferentes. Os museus são conceitos e práticas em metamorfose.

Essas casas, os museus, são a mais autêntica forma de expressar a cultura por meio de fatos e artefatos construídos na história e na memória que se processaram no passado e continuam a influenciar o presente e o futuro. Dada sua importância no campo cultural, é importante estipular uma interface entre os museus e o turismo, a qual, Barreto (2007, p. 141) apresenta com riqueza:

Os museus passaram por grandes modificações a partir da segunda metade do século XXI, quando viveram uma época de crise econômica e de desvalorização social, para ser, na atualidade, atrativos turísticos, o que redundou em benefícios às próprias comunidades receptoras, pois seus museus são revitalizados e até sustentados pela atividade turística. As mudanças aconteceram no conteúdo e na forma, no papel social e nos espaços utilizados.

Em relação ao turismo, o Plano Nacional da Cultura – PNC (2008) reconhece o valor das práticas culturais e identitárias das distintas localidades brasileiras e considera que é a partir da valorização dessas expressões culturais locais que a política de articulação do turismo com a cultura deve estar orientada. Assim, estabeleceu como propostas de ações para consolidar o segmento do Turismo Cultural no país:

Incentivar modelos de desenvolvimento turístico que respeitem as necessidades e interesses dos visitantes e populações locais, garantindo a preservação do patrimônio, a difusão da memória sociocultural e a ampliação dos meios de acesso à fruição da cultura; Realizar campanhas e programas integrados com foco na informação e educação do turista para difundir o respeito e o zelo pelo patrimônio material e imaterial dos destinos visitados; Instituir programas integrados que preparem as localidades para a atividade turística por meio do desenvolvimento da consciência patrimonial, formação de guias e de gestores; Elaborar portais federais de internet para a difusão de conhecimentos sobre as artes e as manifestações culturais, em âmbito nacional e internacional, por meio da disponibilização de bancos de dados e sistemas de compartilhamento livre de informações. Desenvolver metodologias de mensuração dos

impactos socioculturais do turismo de massa em pequenas e médias cidades; Criar políticas fiscais capazes de arrecadar recursos do turismo cultural em benefício dos bens e manifestações de arte e cultura. Apoiar e zelar pelo turismo baseado nas festas, tradições e crenças do povo brasileiro. (ROCHA, 2010).

Identificou-se através, do Departamento de Museus e Centros Culturais – DEMU (2008) o perfil do setor museológico, que aponta para os seguintes números: Existem em torno de 2.600 museus no país; O conjunto desses museus recebe em torno de 30 milhões de visitantes/ano; Empregam 24.905 profissionais, dos quais em torno de 20% atuam diretamente com visitantes.

A partir da ênfase colocada entre os museus e o turismo, analisa-se o Programa de Qualificação de Museus para o Turismo, elaborado no ano de 2008, numa parceria entre os Ministérios do Turismo e da Cultura, através do Departamento de Museus e Centros Culturais – DEMU do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN que buscam incrementar o turismo cultural através da qualificação de museus, aumentando sua atratividade e dispondo a cultura ao alcance de todos.

De acordo com o Departamento de Difusão, Fomento e Economia dos Museus do DEMU, o Programa de Qualificação de Museus para o Turismo, implantado por meio do Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM tem como diretriz aumentar a atratividade dos museus frente ao público em geral, integrando-os ao circuito turístico cultural de modo a fortalecer essa modalidade de turismo no país. Trata-se do resultado de um esforço maior de integração interministerial entre os Ministérios do Turismo e da Cultura no sentido de atender as demandas relativas ao desenvolvimento e consolidação de regiões turísticas e do segmento de turismo cultural.

O potencial dos museus como atrativo turístico, surge no programa através de um objetivo que busca estruturar os museus localizados nos municípios relacionados aos destinos indutores do desenvolvimento regional, definidos pelo Plano Nacional do Turismo 2007-2010, com foco nas cidades-sede da Copa 2014, de forma a torná-los um atrativo aos visitantes e valorizados como equipamento cultural pela comunidade local. (IBRAM).

Dentre os objetivos específicos do Programa de Qualificação de Museus para o Turismo (2008), merecem destaque: Ampliar o número de visitantes dos museus, observada a capacidade de visitação; Apoiar a renovação ou inovação das técnicas expositivas utilizadas pelos

museus; Disseminar a importância dos museus como espaços de excelência na troca de experiência, e de observação da cultura local – história, tradições e avanços tecnológicos, entre outros. Incrementar o potencial turístico dos museus, por meio de consultoria nas áreas de museologia e museografia, visando preservar a identidade, sua missão e o melhor desempenho na comunidade em que se encontra inserido; Integrar os museus aos roteiros de Turismo Cultural, contribuindo para fortalecer esse segmento no país.

Para tanto, o Demu/Iphan (2008) estabelece como medidas: capacitação de profissionais, elaboração de guias, inserção dos museus nos circuitos de turismo cultural, renovação/ inovação de técnicas expositivas e a ampla divulgação dos museus. A idéia é a de mostrar que os museus são um espaço de convivência e compartilhamento de experiências, principalmente para o turista, que poderá ter contato com a história e a cultura.

São oferecidas, entre outras coisas: Oficinas de capacitação de profissionais das áreas de museus e turismo; O Guia de Atendimento ao Turista, com ampla distribuição aos museus do país; Será dada atenção também à divulgação dos museus tanto para os turistas como para o *trade*; A iniciativa também pretende lançar catálogos com roteiros culturais regionais de museus e vídeos promocionais. Nessa perspectiva, o Mtur investiu R\$ 2 milhões para apoio a projetos em dez museus federais. Também é parte da iniciativa a qualificação de museus com obras de melhoramento da infra-estrutura, aquisição de equipamentos, promoção das lojas dos museus, folheteria78tividade (português, inglês e espanhol) e outros projetos necessários para o acolhimento aos turistas.

Dentre os museus que foram beneficiados pelo Programa, merece destaque o Museu Histórico Nacional, localizado na cidade do Rio de Janeiro, além deste o programa também implementou ações nos seguintes museus e estados: Museu Nacional de Belas Artes (Rio de Janeiro/RJ); Museu de Arte Sacra (Salvador/BA); Museu da Inconfidência (Ouro Preto/MG); Museu Emílio Goeldi (Belém/PA); Museu do Homem do Nordeste (Recife/PE); Museu Oceanográfico (Rio Grande/RS); Museu das Artes Divino (Pirenópolis/GO); Museu da República (Rio de Janeiro/RJ); e Museu Castro Maya (Rio de Janeiro/RJ). (Mtur, 2010).

Além desses museus acima citados, nos destinos de Brasília, Porto Alegre e São Paulo foram distribuídos leques, marcadores de livro e mapa com a localização de museus dessas cidades. O Mtur (2010) afirma que, para este ano, “a previsão é qualificar 150 gestores e profissionais dos museus, com foco nas cidades-sede da Copa de 2014, por meio das oficinas

Museu e Turismo. Um guia de atendimento com dicas sobre como receber com qualidade os visitantes dos museus está em fase de elaboração. A publicação contará com 13.500 exemplares, que serão distribuídos para os museus dos principais destinos turísticos brasileiros, principalmente para os 65 destinos indutores priorizados nas ações e investimentos do Mtur”.

Quanto à realização de ações específicas para o Estado do Rio Grande do Norte, os órgãos gestores desse Programa não mencionam ações imediatas, no entanto, Natal e Tibau do Sul são municípios indutores do turismo no RN, além de Natal ser uma das cidades-sede da Copa de 2014, o que mostra conforme descrito anteriormente, que estão ou estarão inclusas nas ações do programa em questão. (SETUR/RN).

Nesse ínterim, vale salientar que o turista cultural, na atualidade, tem um perfil diferenciado, por diversas razões, entre elas, as influências sofridas pelo processo de globalização, sociedade da informação, necessidade de viver experiências novas, aspecto emocional, etc. Para o Mtur (2006, p. 13 e 14):

É certo que a amplitude de interesses e de motivações em relação à cultura requer uma série de estudos, mas alguns trabalhos em outros países podem ser utilizados nessa tarefa, como no caso do México, que aponta a existência de dois tipos de turistas que visitam atrativos culturais em seus deslocamentos: a) aqueles com interesse específico na cultura, isto é, que desejam aprofundar-se na compreensão das culturas visitadas e se deslocam especialmente para esse fim; b) aqueles com interesse ocasional na cultura, possuindo outras motivações que o atraem ao destino, relacionando-se com a cultura apenas como uma opção de lazer. Esses turistas, muitas vezes, acabam visitando algum atrativo cultural, embora não tenham se deslocado com esse fim, e, apesar de não se emfigurarem como público principal do que conceituamos de Turismo Cultural, são também importantes para o destino, devendo ser considerados para fins de estruturação e promoção do produto turístico.

É preciso somar esforços em busca de uma atividade turística comprometida com as necessidades do turista que busca, na cultura ou em outros segmentos, o direito ao lazer. Além das políticas de incentivo ao resgate do patrimônio cultural, como é o caso do Programa de qualificação de museus para o turismo, deve-se lembrar que as culturas são ensaios/estudos mais empíricos do que indagações teóricas.(GEERTZ, 1989).

Compreender a cultura de um povo pode expor sua normalidade de modo a não reduzir sua particularidade, porém, enquadrar um povo e sua cultura no âmbito de suas próprias debilidades dissolve a sua essência, a sua opacidade. Por fim, a análise do conceito de cultura deve passar por importantes e profundas discussões que envolvam coerência, interpretação,

espontaneidade, princípios, acontecimento como um fato, entre muitos outros e não menos importantes, tampouco fins.

Por fim, o Plano Nacional de Cultura (2008, pags. 28 e 29) entende a cultura como:

campo de políticas de Estado, ultrapassa o tempo dos governos. Ao Estado cabe assegurar a continuidade às políticas públicas de cultura, instituindo mecanismos duradouros de planejamento, validação, promoção e execução. Com esse objetivo, deve também garantir as fontes de financiamento e os recursos materiais e humanos necessários para a superação das disparidades regionais e diversificação dos repertórios culturais do País. Uma real democratização do acesso aos benefícios gerados pelos recursos públicos investidos na cultura deve gerar efeitos positivos em diferentes dimensões da vida social. As relações entre políticas de cultura e as demais políticas setoriais de Estado são fundamentais para assegurar os níveis desejados de transversalidade e integração de programas e ações. **Conjugar políticas públicas de cultura com as demais áreas de atuação governamental é fator imprescindível para a viabilização de um novo projeto de desenvolvimento para o país.**(grifo nosso).

O Programa de qualificação de museus para o turismo é uma proposta interessante do ponto de vista das políticas públicas no campo da cultura, já que “historicamente, o Brasil sempre enfrentou problemas para a implementação de uma política pública para a área de cultura, por conta de limites relacionados às capacidades institucionais e financeiras”. (CANTARINO, 2006). Assim como, a integração interministerial mostra o interesse em realizar ações concretas que, de fato, contribuam para o setor turístico no segmento cultural do país, seja com qualificações, seja com implantação de serviços e equipamentos específicos, entre outros.

Portanto, cabe intensificar os trabalhos para que esta não seja uma iniciativa passageira, mas sim o começo de novos direcionamentos para os museus, para a cultura e para o turismo no Brasil. “É desejável abolir toda e qualquer ingenuidade em relação ao museu, ao patrimônio e à educação. Ao lado dessa abolição é desejável desenvolver uma perspectiva crítica, interessada em investigar ao serviço de quem estão sendo acionados: a memória, o patrimônio, a educação e o museu”. (CHAGAS, 2006).

5 CONCLUSÃO

Esse trabalho abordou estreita relação entre turismo e cultura, tendo no aporte de ações governamentais, um elemento de fundamental importância para o seu desenvolvimento. O enfoque dado ao programa de qualificação de museus para o turismo, apontou as reais carências

do setor museológico no país que ainda precisam ser sanadas, tais como a qualificação dos gestores que atuam diretamente em seu ordenamento e consequente comercialização.

Na condição de agentes capazes de promover e salvaguardar o patrimônio cultural local, os atores, em especial àquelas comunidades que se encontram envoltas por destinos turistificados, foram identificados como relevantes nesse processo, uma vez que inseridos em ações do governo no contexto das políticas públicas voltadas à conservação, realce e apreciação dos monumentos e sítios que constituem uma parte privilegiada do patrimônio da humanidade, podem subsidiar e contribuir significativamente, pois têm o respaldo do conhecimento de seu próprio legado, como nenhum outro ator.

Em virtude disso, e concientes do intenso fluxo turístico existente, podendo acarretar efeitos – tanto positivos como negativos – sobre o mencionado patrimônio, é que se buscou identificar a relação que o turismo tem com a cultura, não especificamente na vertente economicista a que normalmente se atribui, mas acima de tudo, à capacidade de trazer o desenvolvimento e de se trabalhar em conjunto rumo a um desenvolvimento sustentável.

Nesse caso, foram abordados tópicos instigantes envolvendo atores, turismo, cultura e políticas direcionadas aos esforços do resgate e da valorização do patrimônio museológico do país, com o enfoque no programa de qualificação de museus para o turismo, programa este, fruto de uma parceria entre os Ministérios do turismo e da cultura.

Dessa forma, o referido programa se apresentou como difusor de temáticas relacionadas à capacitação, estruturação e informação para o setor de museus em consonância com debilidades da atividade turística nessa área de atuação cultural. Por essa razão tem que se levar em conta uma reflexão conjunta entre os atores envolvidos diretamente ou não com os rumos que o turismo pode tomar em destinos menos preparados para receber grande demanda que busca, entre outras coisas, descobrir e experienciar novas culturas, sendo uma forma de os turistas se manterem conectados, vivos, parte das manifestações dos povos que visitam.

No contexto, pôde-se perceber também, a ênfase e os estados prioritários dados pelo Governo no âmbito da implementação desse Programa que atinge às principais capitais do país, especialmente no eixo sul-sudeste. Porém, surge uma preocupação por que espera-se que todas as cidades possam ser atingidas por essas políticas, ou pelo menos as tidas como mais relevantes no cenário museológico do Brasil, visto que a carência de recursos, projetos e ações é fator inerente a este tema na grande maioria das nossas cidades.

Por outro lado, a articulação entre políticas, setores e ações que partem do Ministério do Turismo, mostra que pode haver o atendimento a um número maior de estados em todo o país, especialmente àquelas regiões que representam peças-chave no desenvolvimento do turismo no país, como é o caso dos destinos indutores e das cidades sede para a Copa de 2014, onde estados como o Rio Grande do Norte possam finalmente ser beneficiados com essas ações do programa de museus. Com isso, espera-se que o governo federal cumpra suas metas no tocante à realização e/ou implantação dessas políticas nesses destinos.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Margarita. **Cultura e Turismo: Discussões Contemporâneas**. Campinas, SP: Papirus, 2007.

BURKE, Peter. **Cultura popular na idade moderna**. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CANTARINO, Carolina. **Museus ganham destaque nação do Minc** – Reportagem. Revista do IPHAN. Dossiê Museus, n. 5, Mai/Jun, 2006.

CHAGAS, Mario. **Educação, museu e 82 atividades: tensão, devoração e adjetivação**. Revista do IPHAN. Dossiê Museus, n. 5, Mai/Jun, 2006.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Tradução Viviane Ribeiro. 2. Ed. Bauru/SP: EDUSC, 2002.

DANTAS, Andréa Virgínia Sousa. **Uma análise sobre a relação turismo e pobreza no Rio Grande do Norte**. Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal: 2005.

Departamento de Museus e Centros Culturais do Iphan – DEMU/IPHAN. Publicado por Clelia Araujo. **Qualificação de Museus para o Turismo. Ministérios da Cultura e do Turismo lançam o programa, no Rio de Janeiro**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2008/08/19/82atividades82s-de-museus-para-o-turismo> Acesso em: 24 fev. 2010.

_____. **Museus Brasileiros**. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e Ministério da Cultura. Brasília: Outubro de 2008.

Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR. **Perfil e Tendências no Mercado Emissivo Internacional: Perspectivas 2009/2010**. São Paulo: julho de 2009.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **O Patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil**. Rio de Janeiro: UFRJ: IPHAN, 1997.

GEERTZ, C. A. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (ORG). **A Invenção da tradição na África Colonial**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1984.

Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM. **Programa de Qualificação de museus para o Turismo**. Disponível em: <http://museus.ibram.gov.br/sbm/main.htm>> Acesso em 15 fev. 2010.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo: Para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 14 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

MAKSOU, Henry. **Os poderes do Governo**. São Paulo: Visão, 1984.

Ministério da Cultura. **Plano Nacional de Cultura: Diretrizes Gerais**. Brasília: 2008.

Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2003-2007**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de políticas de turismo. Brasília: 2003.

_____. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de políticas de turismo. Brasília: 2007.

_____. **Programa de qualificação dos museus para o turismo: cultura ao alcance de todos**. Brasília: 20 jan 2010.

_____. **Turismo Cultural: Orientações Gerais**. Brasília, 2006.

MOORE, Barrington Jr. **Poder Político e Teoria Social**. São Paulo: Cultrix, 1972.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Lo que todo gestor turístico deve saber**. Madrid (Espanha): OMT, 1995.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

PIRES, Ewerthon Veloso. **Impactos Sócio-Culturais do Turismo sobre as Comunidades Receptoras: Uma Análise Conceitual**. Caderno Virtual de Turismo: Vol. 4, N°3. Rio de Janeiro, 2004.

ROCHA, Eneida Braga. **Programa de Qualificação de Museus para o Turismo: uma parceria entre o Ministério do Turismo e o Ministério da Cultura**. Departamento de Difusão, Fomento e Economia dos Museus. Instituto Brasileiro de Museus, 2010.

**MUSEU E TURISMO:
A COMPLEXA RELAÇÃO COM O TEMPO E A MEMÓRIA²²**

**MUSEUM AND TOURISM:
TIME AND MEMORY COMPLEX RELATIONSHIP**

Profa. Dra. Susana Gastal²³

Resumo

A presente análise utiliza o olhar semiótico, mais especificamente a teoria do texto, para acompanhar a construção de sentido em relação à figura do Museu que, de guardião da memória social, transformou-se em espaço de eventos ou *shopping cultural*, no dizer pejorativo de alguns. Percorre-se a construção de sentido indicando que o Museu e seu papel social estariam intrinsecamente associados, em primeiro lugar, à percepção em relação ao tempo e, em segundo e como decorrência, à percepção e ao papel social da memória em diferentes momentos. As percepções em relação ao tempo variam de época para época, mas também entre as diferentes sociedades. O Museu contemporâneo e sua configuração em termos de acervo e arquitetura, coloca-se no que tem sido tratado como posmodernidade, ou seja, um momento cultural pautado pela diversificação dos suportes materiais de memória, e pela ênfase cultural no passado.

²² Versão preliminar deste trabalho foi apresentada no NP 19 – Comunicação, Turismo e Hospitalidade, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

²³ Doutor. Professor e pesquisador do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Professor da graduação em Turismo na Universidade de Caxias do Sul.